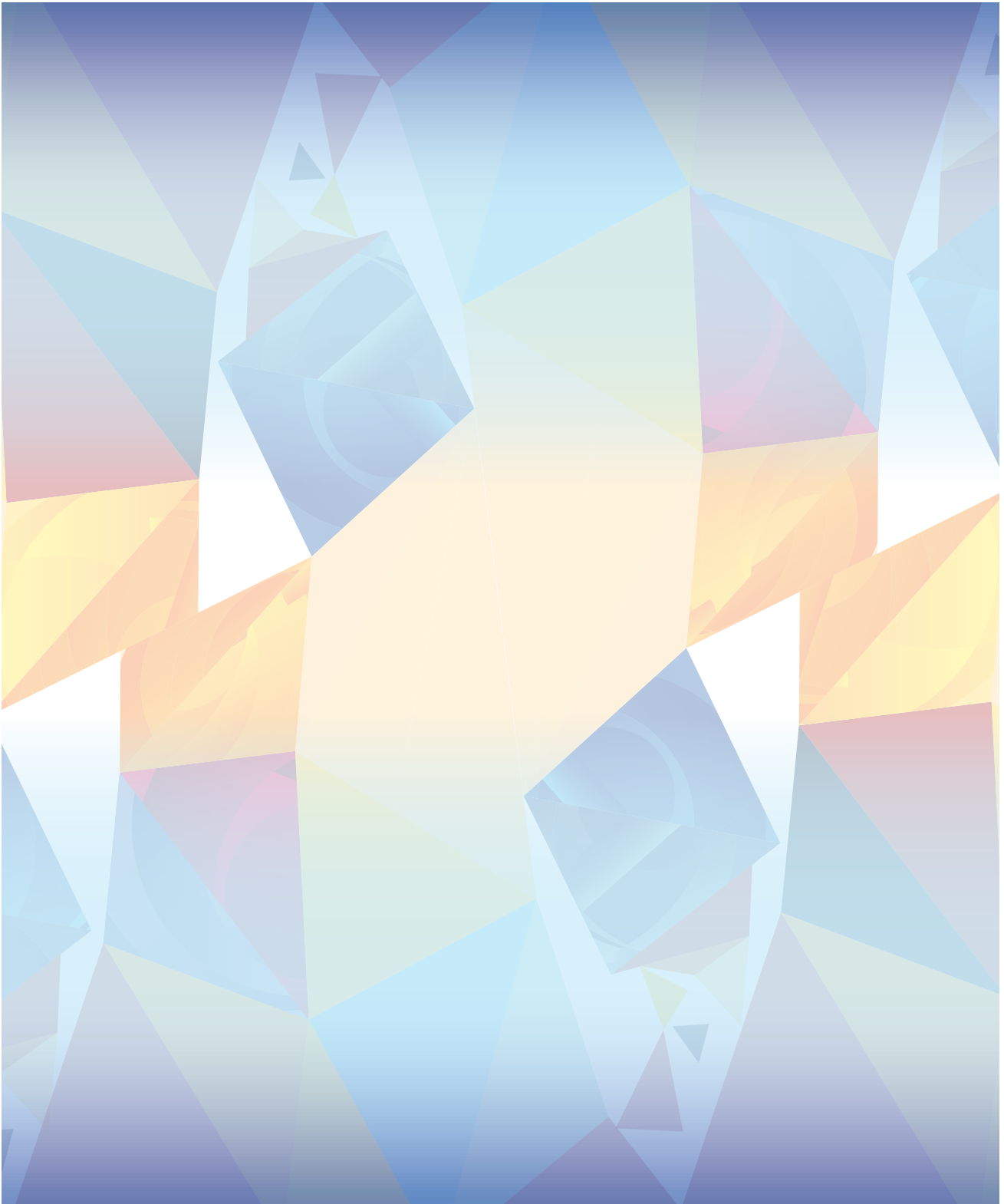




IntraCom

International Journal of Research and Transfer on Communication
and Social Sciences

Vol. 2 Núm. 2. Diciembre 2023



ISSN: 2952-2560

Equipo editorial

Editorial Board

Dirección

JUAN CARLOS SUÁREZ VILLEGAS

Universidad de Sevilla

Dirección adjunta

MARÍA JOSÉ CANTALAPIEDRA

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

Secretaría

AINGERU GENAUT ARRATIBEL

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

Vocalías

SARA LOITI RODRÍGUEZ

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

RODRIGO FIDEL RODRIGUEZ BORGES

Universidad La Laguna

Comité Científico

Carmen Peñafiel

Universidad del País Vasco

Asunción Bernárdez Rodal

Universidad Complutense

Mercedes del Hoyo

Universidad Rey Juan Carlos

Guillermo López

Universidad de Valencia

Charo Lacalle

Universidad Autónoma de Barcelona

Hugo Aznar Gómez

Universidad CEU San Pablo

María del Mar García Gordillo

Universidad de Sevilla

Rogério Christofolletti

Universidade Federal de Santa Catarina

Paola Panarese

Universidad La Sapienza

Miguel Túñez

Universidad de Santiago de Compostela

Marta Martín Llaguno

Universidad de Alicante

Rosa Berganza Conde

Universidad Rey Juan Carlos

Juan Luis Manfredi

Universidad de Castilla-LaMancha

Fernando Oliveira Paulino

Universidade de Brasília

Antonio Castillo

Universidad de Málaga

Andreu Casero-Ripollés

Universitat Jaume I

Salomé Berrocal Gonzalo

Universidad de Valladolid

María Antonia Paz

Universidad Complutense

Ruth Rodríguez

Universidad Pompeu Fabra

Emilio Fernández

Universidad Autónoma de Barcelona

Eva Campos

Universidad de Valladolid

Iñaki Chaves

Universidad Uniminuto (Colombia)

Pilar Rodríguez

Universidad de Deusto

Revista Internacional de Transferencia en Comunicación y Ciencias Sociales
Volumen 2, número 2 (diciembre, 2023).

ISSN 2952-2560

Editado en Sevilla por *Activa19 Comunicaciones, S.L.*

Documento publicado con marcadores de navegación.

An Analysis of the Representation of the LGBTQIA+ Community in Brazilian Advertising Videos

Un análisis de la representación de la comunidad LGBTQIA+ en los vídeos publicitarios brasileños

DANIEL SOUZA. *Universidade da Beira Interior*

Recepción: 28.11.2023

Aceptación: 13.12.2023

Publicación: 30.12.23

RESUMEN

El enfoque mediático en la comunidad LGBTQ+ y el Pink Money surge de su significativo poder adquisitivo y la creciente demanda de reconocimiento de los derechos LGBTQ+. Este estudio explora el contexto histórico de la comunidad LGBTQ+, esencial para analizar su representación moderna en la publicidad audiovisual. Académicos como Castañeda y Jenkins contribuyen a la base teórica. Utilizando el análisis de contenido, la investigación escudriña la representación LGBTQ+ en videos publicitarios de los meses del Orgullo (2017-2018). Una encuesta evalúa las respuestas sociales, mientras que las entrevistas con expertos siguen las metodologías de Bardin y Malhotra. El estudio revela una recepción generalmente positiva, aunque algunos la perciben como motivada económicamente (Pink Money). La noción de Bardin sobre el análisis de contenido como herramienta impregna el estudio, ofreciendo percepciones matizadas de las representaciones LGBTQ+.

Palabras clave: LGBTQIA+; medios; *pink money*; representación

ABSTRACT

The media's focus on the LGBTQIA+ community and Pink Money arises from their significant purchasing power and growing demand for LGBTQIA+ rights recognition. This study explores the historical context of the LGBTQIA+ community, essential for analyzing its modern representation in audiovisual advertising. Scholars like Castañeda and Jenkins contribute to the theoretical foundation. Employing content analysis, the research scrutinizes LGBTQIA+ representation in Pride month advertising videos (2017-2018). A survey gauges societal responses, while interviews with experts follow Bardin and Malhotra's methodologies. The study reveals generally positive reception, though some view it as economically motivated (Pink Money). Bardin's notion of content analysis as a tool permeates the study, offering nuanced insights into LGBTQIA+ portrayals.

Keywords: LGBTQIA+; media; pink money; representation

1. Introducción

The relationship between the media and the LGBTQIA+ community dates to the early 1970s, attributing two main factors to this relationship: the first to the liberation movement developed by the community that began with the *StoneWall* Riots and the second to the AIDS epidemic that occurred in the 1980s (Castaneda & Campbell, 2006, p. 38), which was in this period mostly attributed to the LGBTQIA+ community.

In order to understand how the media and the LGBTQIA+ community relate to each other; it is necessary to look at their history and analyze their relationship since the last century. In Brazilian television, the first appearance of an openly gay character in a soap opera occurred in 1970 in the production "Assim na Terra como no Céu", played by Ary Fontoura. In the period from 1970 to 2013, 126 characters who fit into the community appeared throughout 62 soap operas, which classifies a growth in the representation of LGBTQIA+ people in Brazilian telenovelas. However, it is possible to notice homosexual predominance, especially during the initial period, that is, only the acronyms G (gay) and L (lesbian) were being represented (Nascimento, 2015).

2. State of Knowledge

Even with greater representation in soap operas, the first homosexual kiss of Brazilian television occurred only in 2011, in the soap opera "Love and Revolution", SBT network. In 2005, during the exhibition of the soap opera "America", a kiss scene between two gay characters was recorded in seven different ways and announced to the public, but a few hours before going on air, the management of the network asked to remove the scene from the chapter of the soap opera. Only eight years later, in 2013, the network showed a gay kiss in the plot "Amor à Vida". After that, the soap opera "Babilônia" (2015) showed a lesbian kiss between two older women. A year later the plot "Freedom, Freedom" entered the history of the country as the first scene of a homosexual sexual act between two men (Testoni, 2018).

According to Rodrigues (2008, p. 145-147), it can be considered that the first commercial with sexual minorities in Brazil is from the perfume Rastro of 1978, which featured three couples: a heterosexual, a gay and a lesbian. This campaign was aired in print format in magazines in Brazil. However, the author's study focuses on the commercials aired on television. His research covers the years from 1979 to 2008, almost three decades, and in this period only 35 commercials that presented some LGBTQIA+ theme. Of these 35, 20 were aired between the years 2000 and 2008.

The data presented by Rodrigues (2008) show how the relationship between the media and the community has been complex over the years and only recently there has been an opening and narrowing of this connection. In particular of commercials due to the fear of brands losing their customers and suffering boycotts. The representation of the LGBTQIA+ community in commercials is a complex theme within companies. This can be analyzed by the numbers, considering that in Brazil thousands of commercials are aired every year and those that feature some sexual minority represent only 35 between the years of 1979 and 2008.

In 1994, *IKEA*, aiming to target the LGBTQIA+ market, launched a commercial featuring a gay couple shopping for furniture in their store. The commercial was shown on Swedish television channels. The company's intent was to attract this portion of the population, LGBTQIA+. However, a large portion of the Swedish population did not find the commercial attractive and did not like seeing a gay couple, which caused the company to no longer invest in this segment in *mainstream* media. It ended up focusing on the LGBTQIA+ market in a different way. They developed different campaigns in mainstream channels, but without community representation, and bet on campaigns with community representation only in LGBTQIA+ magazines (Oakenfull, 2008).

According to Gauntlett (2004, p. 55), with small but continuous growth, LGBTQIA+ characters started to appear more on television, and this connects directly with the discussion of the rights agenda of this part of the population, discriminated since forever. The delay in this representation had a lot to do with the complex relationship between the media and LGBTQIA+ people, since it was only over the years that society's tolerance began to increase, and soon the tolerance of the owners and producers of these media outlets, and so it became possible to insert the community in the media. This aspect is important because it brings notoriety to the cause, collaborating to put it on the agenda of popular culture and, consequently, demystifying and naturalizing the community before society.

In general, companies do not want to produce predictable commercials, those traditional ones, full of clichés and following the same old story. They want new and modern things. In addition, they do not want to alienate their audience, they want to show scenes that do not contain stereotypes, unless it is to laugh at the situation and show how ridiculous and unrealistic some contexts can be. This shows that companies want to use reality in their commercials; and reality is the increasingly evident presence of the LGBTQIA+ community in all spaces of society. Despite the companies' desire to want to modernize, there is still the encounter with the social structure - which is, yes, created by traditions, institutions and moral codes -, which can generate conflicts due to the maintenance of old habits. However, these are always changing, because when a part of the population begins to ignore certain standards, these end up being forgotten or reproduced in other ways (Gauntlett, 2004, p. 81-93).

The media has an impact on many aspects of the structure of social life as it is used to persuade people to vote for candidates, buy products, adopt healthy measures, consume certain services, or even donate to philanthropic causes (Perse, 2001). In this way, one can use the media to engage people in social causes, such as the acceptance of the LGBTQ+ community in the society. This can be done through commercials, programs, movies or series that seek to present the scenes of injustice and prejudice that the group may suffer, or also by just presenting them in a way to integrate into society.

Mass communication, operated by the media, has three functions, according to McCombs (2006, p. 134): "surveillance of the larger environment, achieving consensus among the segments of society, and transmission of the culture". The media is then responsible for transmitting a message that reflects on society, that is, its role is to perpetuate the culture present in these communities, but at the same time it seeks to observe the environment. It is at this point that the LGBTQIA+ community is represented, since in recent years there have been more and more people who have publicly stated about their sexuality, thus resulting in a need for representation of these members in the most diverse channels.

Since the media is present in the most diverse places and moments of everyday life, basically, all individuals interact and are shaped by what they consume from it. In such a way that, when representing minorities, such as the LGBTQIA+ community, these channels end up contributing to building social reality, that is, when members are represented in the media, there is a contribution to affirming the existence and belonging of this group within the so-called majority society. However, this image can influence, but is not the complete construction of an acceptance before society, since

people can be influenced by the media and its images, but there are other elements in society that can contribute in a contrary way when it comes to molding or changing thoughts, as an example, religion, each person's upbringing, their experiences and livings (Castañeda & Campbell, 2006, p. 38).

According to Gauntlett (2004, p. 248) modern media - Internet, social networks and digital media - have not allocated much time or been obedient to traditions. It has, rather, increasingly proposed to innovate, to bring new subjects to the media agenda, not only wanting to repeat what past generations did. In fact, it is helping to produce new ways of life and new paradigms. Such fact is important for the LGBTQIA+ community, since if the media is willing to innovate experiences, it can help to increase respect and acceptance of the community. This statement ends up validating the hypothesis of the power that the media exerts over society discussed in this subtopic. If the media's role is this of creating new livelihoods, it is shaping and forming society. How? By motivating new debates and thoughts on the subject. Despite its effects, the media has no way to change the entire thinking of a person, much less a society; the media collaborates, essentially, for the inclusion and construction of new images, in this case, of respect and equality by/of community members through representation (from news, fictionalized to advertising).

According to Perse (2001, p. 165), children adopt as examples of life the media characters: they want to dress, have the hair, clothes, postures, everything like these people. In this sense, it is possible to confirm the effects of the media on their audiences. Therefore, it is important that all kinds of people are represented there. In the case of children, they help them to feel included through representation, whether in news content, advertisements or fictionalized content. It is important that they have members of the LGBTQIA+ community represented in the media content they consume so that they grow up knowing that it is normal to be LGBTQIA+ and that it can be anywhere.

Some brands in Brazil that have chosen to embrace the cause, either for financial reasons or to support the cause are, among others, *O Boticario*, *BB Seguros*, *Sonho de Valsa*, *Motorola*, *Ben & Jerry's*, *Gol*. These brands often suffer online attacks for being "promoting" homosexuality; these are made by a portion of society that still has homophobia rooted. However, what has been seen by the responses on social networks and also by *feedback* from entrepreneurs, most of them support the representation, there are even some cases in which the pages got more engagement and *views* due to the campaign having a minority (Barifouse & Costas, 2015)¹.

Thus, it becomes evident the idea that the media, to some extent, exerts a power to build symbols, identities, figures, images and behaviors, which can be used to perpetuate standards or even break them. Media culture functions, then, as a varied guide of ideas that the receiver - in addition to consuming - adopts for his life. The constant exposure to these identities and behaviors acts as the lure for the consumer to want to adopt these patterns and create a sense of belonging (Kellner, 2001, p. 333). As argued earlier, the media ends up creating effects on individuals directly or indirectly through the endless stream of messages and signals it sends daily.

¹ Published in BBC News at 12/06/2015

https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/06/150610_publicidade_lgbt_brasil_rb

According to Santos & Cândido (2017, p. 4):

the word Advertising derives from the Latin *publicus* and means the act of making something public, be it an idea or a fact, for example. Advertising is, basically, the dissemination of an idea that, through some means of communication, seeks to influence someone to buy some product or service, creating in this person the feeling of desire for what is announced. It can be defined as the promotion of ideas, products and/or services, announced by an identified being, with a defined target audience, and aiming at profit.

In this aspect, it is understood that advertising aims to transmit a message to a receiver who should exercise a function, whether to buy a product, change an idea, reflect on a cause or perform an activity. Therefore, one should think that the primordial of the act of advertising is to make something public in an ethical, inclusive and respectable way.

According to Rodrigues (2008, p. 15), "advertising suggests a potential consumer and, therefore, it is inserted in the context of the consumer society", being so, it can be considered that advertising has as its main role the execution of an action. In the aspect of LGBTQIA+ commercials, we can consider that advertising has as its purpose the sale of a product to a growing market that has a higher income than heterosexuals, however, it is also understood that it can play a role of social engagement, namely through a greater acceptance through the message of the advertising content.

The marketing of a service, merchandise or concept is one of the main goals of advertising and for this, this must represent the culture in which it is inserted, since the consumer must understand the message (Baggio, 2009, p. 1). However, advertising can also include new social aspects because its role is to represent society, that is, even if there is a predominant culture there are still minorities that are inserted there and need to be heard.

The increase of ads with LGBTQIA+ content in Brazil demonstrates, for Baggio (2009, p. 1), a "greater elasticity in social relations and less tolerance to prejudice, but also economic [goals]". However, one should be cautious when speaking that society is less prejudice because, while it shows signs of greater acceptance, there are still many obstacles in the life of an LGBTQIA+ person.

Also in the sense that advertising represents the culture in which it is inserted, Rodrigues & Carvalho (2015, p. 3-4), argue that "advertising acts as an instrument of transfer of meanings of the culturally constituted world for consumer goods". Thus, the purpose of a commercial is to sell, but intrinsically ends up building the imaginary in the mind of society, because there in the audiovisual is representing a world that often can be seen by consumers as real or ideal.

The media representation of the LGBTQIA+ community can still be considered small when compared to heterosexuals, but it is slowly becoming visible the growth of LGBTQIA+ members occupying spaces in soap operas, advertisements, film productions and other types of media content. Television has featured several members of the community in the last decade and naturalized the participation of members of the community, leaving aside certain stereotypes that will be addressed later. Even in its prime time there is representation that can collaborate towards better acceptance (Gauntlett, 2004, p. 253). The addition of LGBTQIA+ people in soap operas and any other form of media can mean a positive change for the image of a community that still has a very big stigma attached to it, that is, people who see the community as something

distant or negative may suffer a transformation when following these plots and seeing the development of the characters.

According to Castañeda & Campbell (2006, p. 38), the mass media has an important role in the construction of representation, especially with LGBTQIA+ people, because they are a marginalized portion of society. And, by being represented in the media, they create a social reality, that is, they build the image of the community and present it to their audience. Given the media power of reaching, somehow, this representation ends up collaborating in the construction and an image of normality and acceptable to society. Still, the authors state that this representation serves as an aid, but that alone it does not have enough power to build acceptance completely or destroy prejudice. However, as they reinforce, they end up collaborating to a greater acceptance of the common public. Castañeda and Campbell (2006, p. 257) argue that:

those who study the effects of television suggest that TV's representation of sexual minorities has undoubtedly influenced the way Americans have come to understand homosexuality and the way they respond, both socially and politically, to sexual minorities and the issues relevant to them (Gross, 2001; Hart, 2000; Signorile, 1993; Tropiano, 2002)

By using representation, the media also help in the construction of the identity of members of the LGBTQIA+ community, who, from then on, adopt several references of tastes, behaviors, ways of communicating, among other forms of identification. This is a method commonly used by media culture and, as stated by Douglas Kellner (2001, pg. 27),

the culture conveyed by the media has become a dominant form of socialization: its images and celebrities replace the family, the school and the Church as arbiters of taste, value and thought, producing new models of identification.

Today, then, it is noted that the identifications that the public creates through media products is as strong, if not stronger, than their personal relationships. Creating these positive models of identification helps mostly people who are still discovering themselves and are afraid of reprisal or, many times, don't have a clear vision about the community and hide because of the prejudiced view that part of the world still has about LGBTQIA+ people. Taking this into consideration, it is understood that representations need to be cautious and worked in the right way, since they are not yet widely spread in society and can serve as a kind of guide for the community to mirror. Therefore, they should contribute for everyone to understand who they are and understand what awaits them, that is, what are the challenges that life can provide for an LGBTQIA+ person (Waggoner, 2018, p.1880).

However, the community has been represented in the media mostly by gay men, white, muscled, or thin and middle-class, which ends up invisibilizing all other members, whether women, transsexuals, Afro-descendants, young, old, poor, workers and others. Although some Brazilian television productions, such as "Em Família" (2014) and "Babilônia" (2015), both from Rede Globo, have inserted lesbian couples - in the second production a couple of elderly women - the space is still smaller than that used for the representation of gay men in the productions. "A Força do Querer" (2017) entered the history of Brazilian television for inserting the first transgender man in a prominent role in a Brazilian telenovela. Although the first homosexual kiss on

Brazilian television happened in 1963 and between two women in the teletheater play "A Calúnia", from the now extinct TV Tupi, and has happened in other productions, such as the quick kiss between two women in "Mulheres Apaixonadas" (2002) and "Senhora do Destino" (2004/2005), and even in a version closer to reality in "Amor e Revolução" (2011), from SBT, before a kiss between two men, which only came to occur in 2014 in the soap opera "Amor à Vida", after an attempt vetoed in 2005 in the soap opera "América", both national and international productions focus on male representation within the standards described above. However, there are some exceptions such as the series *Looking* (HBO), which drew attention by representing a man outside the standards, although still white, and HIV positive in a relationship with one of the main characters of the series. In addition to this there is the 2019 production "Special", from the streaming service Netflix, shows the life of a young LGBTQIA+ adult who has cerebral palsy. Inspired by the 2015 book *I'm Special: And Other Lies We Tell Ourselves*, the series was created, produced, written and starred by author Ryan O'Connell, and both are based on his life as a gay man living with cerebral palsy. Also from Netflix, the animated "She-Ra" became the first animated production to depict a black gay couple.

The representation of the LGBTQIA+ community has gained new proportions in the last decade with the massification of the internet and online social network platforms, since it now becomes possible to use non-traditional media vehicles to expose their opinions, experiences, and create support networks and a new space for discussion and exposure of diversity, since anyone can create an online profile, a blog, or a YouTube channel. This technological advance represents not only an increase in representation in digital platforms, but also in conventional media formats, as media convergence occurs and transports elements from one media format to another. Jenkins frames this phenomenon:

By convergence, I refer to the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media markets, and the migratory behavior of media audiences, who go almost anywhere in search of the entertainment experiences they desire (Jenkins, 2009, p. 29).

This convergence does not occur exclusively because of the Internet, since cultural products such as books and plays gain new proportions through television series and film productions, but one can say that the interest of the community for greater media representation expressed by the Internet is the great driver of this change: if nothing was mentioned or charged, there would be no change.

Unfortunately, the interests of the public and major production companies are not always the same, and often the inclusion of diverse characters in cultural products is only due to financial interest and not the company's desire to make a valid and respectful representation of the community. The *live-action remake* of "Beauty and the Beast" (2017) drew attention prior to its premiere for being heralded as the first Disney film production to put a gay character in the story. Despite being praised for the initiative prior to the film's premiere, the LGBTQIA+ community felt disrespected after discovering that such representation had not been as expected: the character LeFou, an ally of the villain Gaston, was constructed in a stereotypical way, feeling jealous of the women who came close to his boss and making no clear mention of his sexuality, only putting him to dance with another man in the film's final scene. In addition, they

criticized the choice of placing the first openly LGBTQIA+ character in a studio production as part of the villain team.

Recently, Marvel Studios, part of the Disney group, also made the same mistake by putting the first gay character in the Marvel Cinematic Universe² in "Avengers: Endgame". During the movie it is possible to see a supporting actor saying that he had a date with a man and that everything went well and soon after that no more mention is made of the character, who didn't even receive a name or be worked on in the previous movies or during the rest of the movie. Joe Russo, one of the directors of the film, besides being the actor to live this scene in the feature film gave an interview to *Deadline* talking about the importance of the scene:

was important to us since we've done four of those movies, we wanted a gay character somewhere in there [...]. It was perfect timing because one of the attractive things about the Marvel Universe from now on is the focus on diversity (Dommu, 2019a)³.

Although the studio has done a good job at black representation in "Black Panther" and female representation in "Captain Marvel," the studio has generated discomfort with LGBTQIA+ fans by boasting a shallow turnout and using it as a tool to entice the community to watch the film. Still, the studio revealed its interest in casting its first openly gay superhero in the as-yet-unnamed "The Eternals" production and casting a gay actor in the role (Dommu, 2019b)⁴.

Inserting these characters in fantastical universes that make a lot of money for the culture industry helps in the exposure and acceptance of LGBTQIA+ people in the family, work and social environment. Both the community and the rest of society eventually become invested in these fantastical stories and have a desire to follow and better understand the development of the plot and, consequently, understand the development of the characters throughout the productions. Given that when society watches such productions, it ends up prioritizing the perspectives developed by the media, since by following these narratives, viewers follow these stories as if they were their own and want to live all the experiences, making an emotional mechanism through the empathy created with the connection between audience and the stories narrated in the media (McLaughlin and Rodriguez 2016, pp. 1198-1199).

Despite an increase in representation over the past decade, a campaign marked by diversity made by Banco do Brasil was vetoed and taken out of circulation by current president Jair Bolsonaro⁵. The day after the ban, it was released that the president had vetoed LGBTQIA+ vocabulary expressions from state campaigns and that all advertising pieces produced now need to be evaluated by the Secretariat of Social Communication (SECOM), a practice considered unusual, since only the government's

² Name given to the universe of Marvel movies, in which they are all connected to each other.

³ Published in Out at 26/04/2019 <https://www.out.com/film/2019/4/26/avengers-endgame-features-marvels-first-gay-character>

⁴ Published in Out at 04/03/2019 <https://www.out.com/film/2019/3/04/marvel-searching-its-first-gay-superhero>

⁵ Published in O Globo at 25/04/2019 <https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-veta-campanha-do-banco-do-brasil-marcada-pela-diversidade-diretor-exonerado-23621741>

institutional campaigns are evaluated by the Planalto Palace's Communication Department⁶.

With the growing wave of conservatism not only in Brazil, but in much of the world, it serves as an argument to highlight the need for an ever-greater representation in all kinds of advertising pieces or cultural products, since they are an effective way to reach the population and help in the fight against the stigma associated with the LGBTQIA+ community.

The representation of LGBTQIA+ people in the media doesn't always happen in a positive way. As mentioned above, care must be taken in the construction of the narrative and in the approach used to represent the community, since the use of stereotypes may end up negatively affecting people's perception of the theme.

Defining stereotype as a simplistic representation that ends up denying the existence of any diversity among people of the same group, it can be said that such elements are perceived as limiting and negative (Perse, 2001, p. 165). Although the use of such clichés for the construction of characters is not an exclusivity for the LGBTQIA+ community, the representation given over the years ends up, many times, running away from reality and only reinforcing certain notions of behavior that, despite being reproduced by a part of the group, does not reflect it as a whole and reinforces a wrong perception of the common public, which ends up considering this representation the common behavior and, perhaps, not being interested in having more knowledge of the community and freeing themselves from their prejudices.

Media coverage of transgendered persons has tended toward the sensational. To those in the transgendered community, media coverage is often seen as insensitive and prejudicial. Although the media has slowly learned to cover gay men, lesbians, and even swingers in neutral terms, coverage of the transsexual and transgendered often remains a source of snide humor and sensationalism. (Castañeda & Campbell, 2006, p. 24)

These stereotypes, besides reinforcing an extremely strong social stigma, end up hindering the lives of people from the community, who face jokes, prejudice in the streets and end up losing job opportunities because of their sexual orientation, gender, color, religion, among others. The case of transgender people, specifically, can be seen as a clear example of social marginalization that occurs through the media. Represented mostly as sex workers, transgender visibility is, to this day, extremely limited and, in most cases, done in an inappropriate manner and without interest in representing the reality of transgender people.

Media coverage of transgender people has tended towards sensationalism. For those in the transgender community, media coverage is often seen as insensitive and prejudicial. Although the media has slowly learned to cover gays, lesbians, and even swingers in neutral terms, coverage of transgender and transsexual people remains a source of malicious humor and sensationalism. (Castañeda & Campbell, 2006, p. 122)

The stereotypical representation of these people ends up negatively affecting their lives and, in the case of a large part of the transgender population, their only means of support is through sex work, for being victims of this misrepresentation, which directly

⁶ Published in Out at 26/04/2019 <https://ultimosegundo.ig.com.br/politica/2019-04-26/bolsonaro-veta-palavras-do-vocabulario-lgbt-de-campanhas-estatais-diz-site.html>

affects their lives and opportunities in the world. Despite the growth in productions that are concerned with the correct representation of what it is to be an LGBTQIA+ person, there is still a long way to go to escape the perpetuation of such clichés. These stereotypes escape from behavioral issues and fit into physical characteristics and personal tastes. Phrases like "this person does not appear to be gay" or "I would never say it was transsexual" are still extremely common in everyday life and are given by the lack of a refined characterization of the media in many cases. Even though this is a conversation that is constantly being debated, it is understood that two conclusions can be reached about the insertion of LGBTQIA+ figures in the media context: it can be positive by exposing *queer figures* on television and help combat prejudice; and negative, by often representing caricatured figures that reinforce stereotypes. Despite being highly talked about and advocated for, inclusion does not always mean valid and real representation of the LGBTQIA+ community (McLaughlin and Rodriguez 2016, 1198).

The insertion of these figures, despite extremely successful and popular among the audience in several cases, does not escape eventual stereotypical representations throughout the development of the plot. For several times, these traits are part of the character's personality and have as motivation to be an important and discussed part of the plot. Popular characters like Jack from "Will & Grace" and Cameron from "Modern Family" exalt that they are effeminate, scandalous and not so smart. The tendency of actors, when playing a gay man, is to increase the pitch of their voice to sound more feminine (McLaughlin and Rodriguez 2016, 1200).

In the case of Brazil, popular characters like Crô, from the soap opera "Fina Estampa" (2011), aired by Rede Globo and played by actor Marcelo Serrado, became extremely popular among the viewers of the soap opera, despite his exaggerated manner, colorful clothes and obsession for being the faithful squire of the soap opera villain Tereza Cristina, played by Cristiane Torloni. The popularity of the character among the public earned him two. Despite being extremely popular among the public and having taken his audience to the cinema, "Crô: O Filme" was negatively received by critics, who pointed out the disrespect of the film in presenting the character in such a cartoonish and prejudiced way, making the stakes for laughter prejudiced and shallow (Milani, 2013)⁷. The film seemed to have no interest in portraying the figure of Crô as it could have done, using the platform of being the second Brazilian film with a homosexual protagonist, but delivered to the audience a version devoid of intelligent humor, using continuously exaggerated situations and offensive humor in the interest of showing Crô in the role of a "bad faggot", placing the character as shallow and devoid of empathy. The film, despite placing and advertising the character as gay and even placing him with a boyfriend or running after Baltazar, played by Alexandre Nero, doesn't even dare to insert a gay hug or kiss throughout the film, despite placing a scene with a gay wedding. Despite being harshly criticized, the film secured enough audience to guarantee a sequel, with release in 2018 and titled "Crô em Família".

Using media tools to reduce prejudice and legitimize LGBTQIA+ causes with adequate representations helps to fight against the generalizations made by the rest of society. It is understood that direct contact with the community instead of getting caught up in these

⁷ Published in Papo de Cinema at 06/05/2019 <https://www.papodecinema.com.br/filmes/cro-o-filme/>

stereotypes helps to understand the differences and create a series of positive attitudes. Although the relationship with television is indirect, its importance lies in the way the narrative is constructed, because it allows the viewer to watch the events passively and get involved in this story without being directly part of it, thus allowing more angles to be observed, because it is an observer of the situations. Even though these characters may represent negative stereotypes, this can help increase the level of acceptance of the LGBTQIA+ community, despite not deconstructing certain thoughts.

through identification, viewers of these stereotyped characters can experience increased conscious acceptance, while continuing to subconsciously hold negative (and sometimes positive) stereotypes about homosexuals. (McLaughlin and Rodriguez 2016, 1200).

Although the representation of stereotypes is very present in the media, the last years have proved to be essential for a change in the tone of productions. Although it can be considered a tool often used with the intention of profiting from a cause, recent cultural and advertising products have inserted non-stereotypical representations (Perse, 2001, p. 165), thus aiding in the process of demystifying the LGBTQIA+ figure. The importance of these figures serves as a way to demonstrate to the public the varied forms of expression of sexuality within the LGBTQIA+ community, which, despite having several common characteristics, also has enormous variations within the different letters present in the acronym, as well as diverse forms of manifestation from country to country. The struggle for acceptance is the same, but the characteristics, forms of expression and even certain common tastes change around the world, making it impossible to create a basic and depthless figure. The demonstration of gay characters usually includes sarcastic comments, extreme happiness and taste for fashion, but these behaviors are not always reproduced. Still, it can be argued that exposure to exaggerated and cartoonish figures can promote greater acceptance if adopted by the common audience. The popularity of these characters can promote public understanding, reinforcing the idea that certain behaviors are common.

Because identification requires emotional and cognitive commitment, identifying with a stereotype should serve to reaffirm rather than challenge a person's mental network, reassuring their mind that its assumptions are correct. (McLaughlin and Rodriguez 2016, 1200).

The insertion of such figures in the media needs to be increasingly discussed, since recent studies have not yet reached specific conclusions regarding the model that should be adopted. Not even if stereotypical representations, even if they do not deconstruct certain thoughts, have their valid and important bias in the stages of socialization and normalization of these figures. Today, we realize that there is room for both types of production and while some cliché representations may receive more attention, one cannot forget the social impact caused by the media. It is that these representations, despite promoting certain levels of acceptance, continue reinforcing stereotypes and hindering, in a certain way, the fight for LGBTQIA+ rights and the deconstruction of these ideas.

3. Methodology

The methodological approach applied to this work is qualitative, since it will be used content analysis on the representation of the LGBTQIA+ community in audiovisual content of advertising character, here called "commercials" or "advertising videos".

The problem raised by the research is about the representation of the LGBTQIA+ community, i.e., it seeks to understand how this representation is made in advertising videos, through content analysis in which one seeks to understand the message or messages embedded in a delimited sample of videos of advertising nature.

Content analysis will be used as a methodological approach, since its goal consists of categorizing and stratifying the analyzed advertising videos. This study serves to understand how minorities - included in the LGBTQIA+ community - are represented and what their biases are. This step is important starting from the idea according to which content analysis:

much more than locate, identify, organize and evaluate texts, sound and image, works as an effective expedient to contextualize facts, situations, moments. It can thus introduce new perspectives in other environments, while respecting the original substance of the documents (Duarte & Barros, 2006, p. 276).

Content analysis aims to analyze documents and simplify them, so that it becomes possible to create categories and establish elements that connect them, in order to have an overview of the analyzed material, that is, it analyzes the messages and transposes them in order to create a coexisting pattern among the materials used for the study (Bardin, 2016, pp. 51-52).

According to Chizzotti (2006, p. 98), "the purpose of content analysis is to critically understand the meaning of communications, their manifest or latent content, the explicit or hidden meanings". Thus, besides serving as a form of categorization and transmission of information in a simpler way, the content analysis can also be used to highlight new problems and situations to be explored by the research.

It can be said that there is some level of flexibility in content analysis, since there is no ready structure for analysis, but steps that must be worked. Thus, the author is in charge of creating the aspects and categories analyzed, since the materials are examined according to the path that the research follows. That is, it is analyzed the material/content and use only the relevant data to the questions raised by the researcher. In this way, it is expected to present the analysis in a systematic and catalogued way (Hansen, Cottle, Negrine & Newbold, 1998, pp. 91-123).

The content to be analyzed are ads in video format released in the LGBTQIA+ pride month, June, in the years 2017 and 2018, published in Brazil. The search for these videos was done online, through Google, YouTube and Facebook. It was not possible to find an article or proof of which commercials featured LGBTQIA+ members. We contacted entities linked to LGBTQIA+ activism in Brazil, Grupo Dignidade, ABGLT (Brazilian Association of Gays, Lesbians and Transgendered People) and GGB (Grupo Gay Bahia), to ask about studies of this genre. The Dignidade Group was the only one that returned and said it did not know of any studies of this kind. The other entities did not answer several emails and messages on social networks. Therefore, the material used in the content analysis is a sample from the author who conducted the search on

digital platforms, since it was not possible to find academic or journalistic material that had a listing of these videos.

To perform this analysis the following categories were created: message directed exclusively to the LGBTQIA+ audience or the general public, representation made in a stereotypical way or not, identification of the members present in the content, classification of positive and/or negative stories and the reactions that the videos had on their platforms, namely YouTube and Facebook.

3. Analysis

All of the campaigns analyzed are not directed exclusively to the LGBTQIA+ public, but to society in general, some with a bias of overcoming, others of empowerment and others of moving real stories. The representation done in these videos is done naturally, the elements that appear are mostly real people from the community. With the exception of the *Airbnb* ad, which features only lesbians, the others include various LGBTQIA+ members. The stories end up always being positive and beautiful, with the exception of the 2018 Ministry of Human Rights campaign.

In the sequence, each ad is explained and analyzed, but first to build a summary and simplify the data below a table with the data of each video advertisement is presented.

Brand	History	Reactions	Comments	Views
Skol 2017	Positive	580 likes / 250 dislikes	69	53.577
Doritos 2017	Positive	739 likes / 118 dislikes	120	27.640
Ministry of Human Rights 2017	Negative	40 likes / 3 dislikes	Deactivated	1.058
Netflix 2017	Positive	4.500 likes / 256 dislikes	351	37.093
Ministry of Labour 2018	Positive	38 likes / 30 dislikes	8	1.455
Doritos 2018	Positive	1000 likes / 606 dislikes	652	2.482.413
Avon 2018	Positive	341 likes / 219 dislikes	70	115.384
Airbnb 2018	Positive	363 likes / 216 loved / 4 wow / 3 Grr / 1 Hahaha	93	35000

Table 1 - Summary content analysis. Source: Author, 2019.

Skol - Pride Day - Hands - 2017



Figure 1 - Skol - Allies. Source: Youtube⁸.

The campaign of *Skol*, a Brazilian beer brand, does not show the actors' faces, only their hands that are colored with the colors of the LGBTQIA+ flag. The commercial focuses on stating that everyone can be an ally and help the cause, that it is not necessary to be a member of the community to give support. The video is on *Youtube* and that it has had over 53,000 views, 69 comments, 580 positive reactions and 250 negative reactions.

Doritos - Rainbow - 2017



Figure 2 - Doritos - Rainbow. Source: Youtube⁹.

Doritos used several actors and a famous Brazilian *Drag Queen* to represent the community, and also put phrases supporting the cause and launched its traditional product, tortilla chips, in the colors of the LGBTQIA+ flag. The message of this ad is to empower diversity. On *Youtube*, the video has over 27,000 views, 120 comments, 739 positive reactions and 118 negative reactions.

⁸ Available at <https://www.youtube.com/watch?v=DmN2P5saYwc>

⁹ Available at <https://www.youtube.com/watch?v=xN87V8-LZc0>

Ministry of Human Rights - Respect Difference – 2017

The Ministry of Human Rights presents several characters that may or may not be members of the LGBTQIA+ community, showing that everyone is equal and that one should respect the differences. The views of the video on *Youtube* are at almost 1,500, there are 8 comments, the positive reactions add up to 38, while the negative ones 30.



Figure 3 - Ministry of Human Rights - #RespectTheDifferences. Source: *Youtube*¹⁰.

Netflix - Be What You Stand For - 2017

Netflix's video exemplifies each member of the community with character from their series and movies, plus the company also shows the variation that exists within each acronym, showing that LGBTQIA+ diversity is huge. It is also shown that members are in many different types of places. The *streaming* platform wants you to be whoever you want, promoting the representation of equality and diversity. Views are at 37,000, there are 351 comments, positive reactions add up to 4,500 and negative reactions 256.



Figure 4 - *Netflix* - Be what represents you. Source: *Youtube*¹¹.

¹⁰ Available at <https://www.youtube.com/watch?v=w9ehRv7S81E>

¹¹ Available at <https://www.youtube.com/watch?v=z1v2nXxrbho>

Ministry of Human Rights - International LGBTQ Pride Day- 2018



Figure 5 - Ministry of Human Rights - International LGBTQ Pride Day. Source: *Youtube*¹².

The campaign of the Ministry of Human Rights brought a story of the real prejudice and what the community may suffer. The video seeks to be dramatic to demonstrate the importance of the issue and thus raise awareness about the differences that exist in the world. In addition, it informs the number of the service that gives support to those who suffer from LGBTQphobia. The video has 1,000 views, the comments are blocked, the positive reactions are 40 and the negative ones are 3.

Doritos - Rainbow - 2018

Once again, *Doritos* features several members of the LGBTQIA+ community in its campaign, this time with its own song that speaks of the members' struggle and also that everyone is different. The campaign seeks to invite society to expand what they know about the world. The views on their *Youtube* channel are over 2 million, there are 652 comments, the positive reactions are a thousand and the negative 606.



Figure 6 - *Doritos - Rainbow*. Source: *Youtube*¹³.

¹² Available at <https://www.youtube.com/watch?v=mbIwLxR6wu8>

¹³ Available at <https://www.youtube.com/watch?v=TFFv8EnGMyk>

Avon - It's Really to Look - 2018



Figure 7 - Avon – It’s Really to Look. Source: Youtube¹⁴.

Avon seeks to transform a prejudiced act into something empowering. In this specific case, it is the look that LGBTQIA+ people receive for being different. Many times people look at them strangely or look down on them for having characteristics that identify them as such. In this campaign, the cosmetics company tells people to really look because the community is beautiful, members are equal by right and are present everywhere. The ad has 115 thousand views on *Youtube*, 70 comments, 341 positive reactions and 219 negative.

Airbnb - Open Your Door to Diversity - 2018



Figure 8 - *Airbnb* - Open Your Door to Diversity. Source: *Facebook*¹⁵.

The *Airbnb* video features a lesbian couple traveling to Rio de Janeiro and telling their experience of what the city is like and also of staying in a house. The focus of the commercial is to talk about Rio and the feeling of staying in a house, not a hotel. The characters talk about being girlfriends and tell a bit of their story, but it is not the focus of the ad. On *Facebook* the video has 35,000 views, 93 comments and the reactions are: 363 likes, 216 loves, 4 wows, 3 grr and 1 hahaha.

¹⁴ Available at <https://www.youtube.com/watch?v=1SbSANxv5DQ>

¹⁵ Available at <https://www.facebook.com/AirbnbBrasil/videos/955178224644291/>

Conclusion

Based on the data collected it is noticeable that the representation of the LGBTQIA+ community is still precarious, there aren't as many commercials as those with heterosexuals. On the other hand, the representation that companies have worked on in their advertising videos is positive, they show good examples and don't present them in a stereotypical way. However, here one should think about the validation that these commercials can bring. Most of them treat the LGBTQIA+ issue as something beautiful, empowering and that everything is okay. This representation is somewhat utopic, since there is still a lot of violence against members of the community and against their rights as well.

It is thought that the increasing number of commercials with representation may be evidence that companies actually want inclusion, or just want to profit from the community's money, as an LGBTQIA+ couple earns, on average and proportionately, more than a heterosexual one and often has fewer mandatory expenses.

Media, communication and publicity can be used as a platform to conquer little by little the rights that the LGBTQIA+ community longs for. The role of communication in transforming or implementing new concepts in society is defended by authors as seen in the state of the art. Allying with representation to conquer rights is something beneficial to the community.

The decision to represent an LGBTQIA+ person in their commercials can be problematic for companies, since there is a lot of prejudice in society; however, in most of the cases seen, there are more positive reactions than negative ones. Still, companies should be ready for questioning from prejudiced people and also from members of the community.

Therefore, representation has several sides that can be explored, which can be positive or negative, whether for heterosexuals or LGBTQIA+ people, due to the questions that these can raise. However, the cause that representation brings to society is, based on these commercials, of an egalitarian world, where people do not want to be better than others, just respected, without fear of leaving home.

The main result perceived through this study is that advertising is slowly moving towards a world of representation. And representations that are not stereotypical, but real, with members of the community. However, the messages are, in general, utopian, as they represent LGBTQ+ members always well and happy, ending up hiding the brutal reality that the community faces on a daily basis. Anyway, representation in media spaces contributes to advancing the agendas of equal rights for all, so they are still valid.

Media studies, representation and stereotypes serve as a basis to understand and analyze the context in which advertising videos are inserted, that is, to understand what the role of media and communication is first to know what effects representation can bring. The representation and stereotypes to be possible to analyze how campaigns that include members of the LGBTQIA+ community are elaborated. With the state of the art we can conclude that representation can be done in a real way and that it is possible to transmit the community's desires and also that the power of the media over society is existing, but not supreme, exposing the members of the community can help in the acceptance

and understanding that they deserve their rights, but it is not only with the media that this will change.

Throughout this work it's noticed that there aren't many studies yet on the representation of the LGBTQIA+ community in the media, so a future line of research could be to analyze a longer period, 10 years, to realize how campaigns have been transforming over the years and how the first representations were made. In addition, one could also think of studying the representation made outside the field of advertising, such as films, series and soap operas, as, incidentally, we touched on in this study.

References

- Baggio, A. T. (2009). The homosexual theme in advertising: representation and stereotypes. Intercom 2009, XXXII Brazilian Congress of Communication Sciences. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1146-1.pdf>
- Bardin, L. (2016). *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Barifouse, R. & Costa, R. (2015). Empresas apostam em comerciais com gays para 'modernizar imagem'. BBC News Brazil.
- Castañeda, L. & Campbell, S. (2006). *News and Sexuality: Media Portraits of Diversity*. Thousand Oaks: Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781452233062>
- Chizzotti, A. (2006). *Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais*. Petrópolis: Vozes.
- Dommu, R. (2019a). *Avengers: Endgame Features Marvel's First Gay Character*. Oct.
- Dommu, R. (2019b). *Marvel Is Searching for Its First Gay Superhero*. Oct.
- Duarte, J. & Barros, A. (2006). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. 2. Ed, São Paulo: Atlas.
- Gauntlett, D. (2004). *Media, Gender and Identity an Introduction*. Abingdon: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203360798>
- Hansen, A., Cottle, S., Negrine R. & Newbold, C. (1998). *Mass Communication Research Methods* Houndmills: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-1-349-26485-8>
- Jenkins, H. (2009). *Cultura da Convergência*. 2ed. São Paulo: Aleph.
- Kellner, D. (2001). *The Media Culture - Cultural Studies: Identity and Politics between the Modern and the Postmodern*. Bauru: EDUSC.
- McCombs, M. (2006). *Setting the Agenda: the massa media and public opinion*. Cambridge: Polity Press.
- McLaughlin, B. & Rodriguez, N. S. (2016). *Identifying With a Stereotype: The Divergent Effects of Exposure to Homosexual Television Characters*. *Journal of Homosexuality*, 64:9, 1196-1213. <https://doi.org/10.1080/00918369.2016.1242335>
- Milani, R. (2013). *Crô: O Filme*. Papo de Cinema.
- Nascimento, F. S. (2015). *Bicha (nem tão) má: representations of homosexuality in the telenovela Amor à Vida*. <http://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/7112/1/000467545-Texto%2bCompleto-0.pdf>

- Oakenfull, G. (2007). *Effects of Gay Identity, Gender and Explicitness of Advertising Imagery on Gay Responses to Advertising*. *Journal of Homosexuality*, 53:4, 49-69. <https://doi.org/10.1080/00918360802101278>
- Perse, E. M. (2001). *Media Effects and Society*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates. <https://doi.org/10.4324/9781410600820>
- Rodrigues, A. I. & Carvalho, A. (2015). Desde a Década de Setenta, em Setenta Comerciais: as representações LGBT na publicidade e propaganda veiculadas na televisão brasileira. Alcar 2015, GT History of Advertising and Institutional Communication. <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/10o-encontro-2015/historia-da-publicidade-e-da-comunicacao-institucional>
- Rodrigues, A. I. (2008). As representações das homossexualidades na publicidade e propaganda veiculadas na televisão brasileira: um olhar contemporâneo das últimas três décadas. Porto Alegre: Lume Repository <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/13806>
- Santos, A. I. & Cândido, D. (2017). Por um conceito de Propaganda e Publicidade: divergências e convergências. Intercom 2017, 40th Brazilian Congress of Communication Sciences. <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-1973-1.pdf>
- Testoni, M. (2018). From censorship to sex scene: the evolution of LGBT characters in soap operas. <https://universa.uol.com.br/noticias/redacao/2018/12/29/de-censura-a-cena-de-sexo-a-evolucao-dos-personagens-lgbt-nas-novelas.html>
- Waggoner, E. B. (2018). *Bury Your Gays and Social Media Fan Response: Television, LGBTQ Representation, and Communitarian Ethics*. *Journal of Homosexuality*, 65:13, 1877-1891. <https://doi.org/10.1080/00918369.2017.1391015>

Jornalismo Investigativo e Construção Social da Realidade: Reflexões sobre qualidade da notícia, objetividade e rigor metodológico

Investigative Journalism and the Social Construction of Reality: Reflections on news quality, objectivity and methodological rigor

HEITOR COSTA LIMA DA ROCHA.

Universidade Federal de Pernambuco/Brasil
heitor.rocha@ufpe.br

VERÔNICA MARIA RUFINO DE SOUSA.

Universidade Federal de Pernambuco/Brasil
veronica.sousa@ufpe.br

Recepción: 29.11.2023

Aceptación: 13.12.2023

Publicación: 30.12.23

RESUMO

Este estudo propõe uma reflexão sobre a necessidade de se compreender o jornalismo como meio de construção de conhecimento intersubjetivo. Partindo da análise do processo investigativo do jornalista Caco Barcellos no livro “Rota 66: A História da Polícia que Mata”, busca-se pensar o Jornalismo Investigativo para além de relatos objetivos e superficiais de denúncias ou transgressões legais, compreendendo-o como espaço para formação social, meio propulsor de uma cidadania mais crítica e de articulação de demandas da sociedade civil na composição da agenda pública formal. Na discussão epistemológica, pretende-se superar conceitos como os de verdade absoluta, objetividade e avaloratividade científica, e reconhecer as implicações ideológicas sempre presentes nas atribuições de sentido, tanto na ciência quanto no jornalismo.

Palavras chave: jornalismo investigativo; construtivismo; intersubjetividade, epistemologia

ABSTRACT

This study proposes a reflection on the need to understand journalism as a means of building intersubjective knowledge. Starting from the analysis of the investigative process of journalist Caco Barcellos in the book “Rota 66: The History of the Police that Kills”, we seek to think about Investigative Journalism beyond objective and superficial reports of accusations or legal transgressions, understanding it as a space for social formation, a means of promoting more critical citizenship and articulating the demands of civil society in the composition of the formal public agenda. In the epistemological discussion, the aim is to overcome concepts such as absolute truth, objectivity and scientific value, and to recognize the ideological implications always present in the attributions of meaning, both in science and in journalism.

Keywords: investigative journalism; constructivism; intersubjectivity; epistemology

1. Introdução

Apesar de sempre presente como temática dos estudos da área do jornalismo, a questão da objetividade tende a ser debatida no âmbito da sua conceituação e da polêmica envolvendo pesquisadores que a percebem como mito inalcançável e os que a compreendem como principal fator de qualidade jornalística - sendo poucos os acadêmicos que realmente assumem algum posicionamento além do entendimento de algo capaz de realizar uma validação da notícia absoluta, tanto quanto transcendentalmente inalcançável, mas inteligível como um significado inerente ao próprio fato, se constituindo, assim, como imperativo categórico fundante do jornalismo. Nesta discussão epistemológica, faz-se necessário superar a pretensa avaloratividade científica do positivismo e reconhecer as implicações ideológicas sempre presentes nas atribuições de sentido, tanto na ciência quanto no jornalismo.

Extrapolando o debate sobre o que venha a ser objetividade e baseando-se em autores como Cornu (1994), Rocha (2007), Schudson (1978), Gans (2003), Rüdiger (2021), Correia (2011), Sponholz (2009) e Habermas (1984, 1997), pretende-se por meio desta pesquisa, sob o viés construtivista, refletir sobre a prática jornalística baseada em uma perspectiva de intersubjetividade. Desta forma, diante suas especificidades, métodos e função social foi escolhido como objeto de estudo o Jornalismo Investigativo, especificamente, o livro do jornalista brasileiro Caco Barcellos intitulado “Rota 66: A História da Polícia que Mata”.

A partir dos estudos de Lalueza (2003), Fortes (2012), Aguiar (2006), Waisbord (2000), Nascimento (2010) e Moura (2007) realizou-se análise do processo investigativo do jornalista, buscando, por meio da exposição de fatores de intersubjetividade apresentados na obra, pensar esta modalidade de jornalismo para além de relatos objetivos e superficiais de denúncias ou transgressões legais, compreendendo-o como espaço para formação social, meio propulsor de uma cidadania mais crítica e de articulação de demandas da sociedade civil na composição da agenda pública formal.

Inicialmente, são apresentadas reflexões sobre os principais estudos voltados à objetividade jornalística, sua caracterização, inserção como temática acadêmica, critério moral e parâmetro de qualidade profissional. Em seguida, aborda-se a perspectiva construtivista e a proposta de se pensar a intersubjetividade na prática jornalística. Por fim, foram destacadas as particularidades do Jornalismo Investigativo e, através de estudo de caso do livro “Rota 66: A História da Polícia que Mata”, são apresentados fatores que propiciam a essa modalidade de jornalismo se constituir como um meio de construção de conhecimento intersubjetivo.

2. De que objetividade estamos falando?

Seja como fator de credibilidade, como mito ou como estratégia profissional, a temática da objetividade tem sido instrumento de estudos de diversos pesquisadores no âmbito do estado da arte do jornalismo. Segundo Cornu (1994: 182), o interesse pela problemática ocorreu a partir da segunda metade do século XIX, sob hegemonia da ideologia epistêmica positivista e sob a influência dos estudos da chamada *Mass Communication Reseach* norte-americana. Castro e Rocha (2015: 106) caracterizam a

epistemologia positivista dominante como “fetichizada pela ideia do acesso à verdade absoluta das leis de causa e efeito universais, e por uma metodologia restrita à rotina fática de uma pesquisa burocratizada realizada exclusivamente através dos procedimentos de mensuração das técnicas quantitativas.”

Nesse contexto, é importante destacar ainda o desenvolvimento da grande imprensa mercantil proporcionou uma mudança na atividade jornalística. Se no final do século XVIII e início do século XIX, a imprensa voltava-se exclusivamente a questões relativas “à expressão de opiniões, ao debate de ideias constitutivo do espaço público”, os donos de jornais passaram a buscar, neste novo cenário, cada vez mais atingir o maior número possível de leitores.

É de Edward Ross (2006: 88-89) uma das principais denúncias referentes a esse aspecto. Segundo o autor, a industrialização do jornalismo, com o monopólio do grande capital sobre este segmento do mercado, trouxe como consequência, mais do que a prevalência do sensacionalismo e da espetacularização, a supressão das consideradas notícias de qualidade, evidenciando que a maior ameaça à qualidade do jornalismo não é simplesmente o compromisso mercadológico, mas especialmente a distorção política e ideológica. Como a decisão não pertence mais a um jornalista diretor da organização empresarial (uma vez que este não possui e não pode controlar o capital necessário para manter, criar ou comprar um jornal), cabe a um empresário decidir o conteúdo dos jornais.

Ross (2006: 89) explica que nesse cenário “cada vez mais o dono de um grande jornal é um homem de negócios que não entende porque deveria gerenciar o seu negócio de um modo diferente de como o fazem o dono de um hotel, o empresário de espetáculos ou o proprietário de um parque de diversões”. Assim, os diretores dos jornais apenas podem publicar a parte de sua consciência, de seus ideais e valores profissionais compatíveis não só com propostas satisfatórios aos seus resultados econômicos, mas, sobretudo, à reprodução da sua dominação e da respectiva ideologia hegemônica, excluindo os temas e reivindicações das classes e grupos periféricos identificados com a contra-ideologia questionadora dos interesses da estrutura de poder. Como exemplos, Ross (2006: 94) cita caso em que professor é demitido por defender as pensões dos professores e que, em geral, “durante as disputas trabalhistas os fatos são habitualmente distorcidos em prejuízo dos trabalhadores”. A expectativa em alcançar tais resultados foi respaldada na ideologia epistêmica positivista da objetividade, com ilusão de um significado/conhecimento inerente à própria realidade dos fatos.

Como infere Cornu (1994:182),

o informador começava por oferecer num primeiro parágrafo um resumo sucinto da notícia, respondendo por regra às perguntas de base (quem, o quê, quando, onde, como?), antes de apresentar os pormenores, ou mesmo alguns desenvolvimentos explicativos ou especulativos (porquê, com quais consequências?). Reduzida ao seu núcleo factual, a notícia apresentava-se desde logo, com o seu *lead*, como candidata à objetividade.

Ainda conforme o autor, este processo, que caracterizou o estilo da imprensa anglo-americana, assim como atendia aos interesses mercantis, proporcionava ao leitor a vantagem de constituir seu próprio mundo informativo, num processo de escolhas de

leitura que poderia começar e terminar no primeiro parágrafo de um texto. (Cornu, 1994)

Para que isso acontecesse, os jornalistas passaram a adotar um estilo “imparcial”, “neutro” e padronizado. “Entrando nos hábitos jornalísticos pela pequena porta das ambições comerciais e das limitações técnicas, a objectividade como prática jornalística erigiu-se assim, pouco a pouco, em critério de moral profissional”. (Cornu, 1994: 1982)

É neste sentido, como infere Correia (2011), que a objetividade passa a ser compreendida e alimentada como técnica – ou conjunto de técnicas -, mais adequadas à descrição de um fato. A objetividade entendida como relato factual contribuía para a uma despolitização e para descrença em uma imprensa partidária. “Em todos os países, na mesma altura, regista-se a convivência fácil entre a adopção desta objectividade e a preferência por um registo sensacionalista”. (Correia, 2011: 141)

Retomando os estudos de Schudson (1978), Correia (2011) aborda a emergência do profissionalismo jornalístico e as considerações sobre objetividade no século XX. No contexto do surgimento das relações públicas e a Era da Propaganda, o relato objetivo no jornalismo tornou-se algo preocupante.

Schudson distingue as crenças jornalísticas do século XIX, fundadas no empirismo ingênuo e na fé nos factos de uma concepção mais moderna, formulada no século XX que encara as normas da escrita objectiva como um conjunto de estratégias defensivas contra o ambiente do cepticismo e desapontamento que consideravam a objectividade como impossível. (Correia, 2011: 142)

Como reação, desenvolveu-se o que Sponholz (2009) retrata de *detachment*, movimento que defendia a ideia de que o jornalista deve evitar expressar sentimentos e julgamentos nos textos, observando de forma controlada a realidade. Tendo como um dos seus incentivadores o jornalista Walter Lippmann, a proposta pretendia o uso de modelos científicos a fim de promover o distanciamento entre o sujeito (jornalista) e seu objeto (o acontecimento). Assim, características como distanciamento pessoal e avaloratividade científica, expressos na profissão de fé positivista, se incorporaram ao fazer jornalístico.

As discussões aqui apresentadas sobre o surgimento da objetividade jornalística e a relação entre jornalismo e ciência, no contexto de ideais positivistas, voltam-se para a utilização da objetividade como um meio para encontrar a verdade – compreendida neste sentido, como algo que pode ser alcançado através de técnicas e métodos. Porém, como aponta Sponholz (2009), o conceito de objetividade, apesar de polissêmico, abrange ainda questões envolvendo credibilidade e qualidade jornalísticas.

Partindo de um conceito epistemológico de objetividade em jornalismo, pautado na ideia do jornalismo como processo de conhecimento que possui como finalidade ser um mediador entre a realidade e o público, assim como Sponholz (2009) outros autores influenciados pelo neo-marxismo, pós-estruturalismo, estudos culturais, sociologias críticas e pela sociologia da organização jornalística questionam a objetividade como ideal profissional. (Correia, 2011)

Esse questionamento teve maior evidência diante da mudança do paradigma científico do positivismo para o construtivismo, a partir da chamada “Guinada

Linguística/Pragmática”, ocorrida na década de 1960, (Rocha, 2007; Ponte, 2005). Tal corrente filosófica, baseada nos estudos dos pragmáticos de George Mead, Charles Peirce, dentre outros – ignorados pela ideologia epistêmica positivista dominante desde o século XIX, concentra sua atenção na relação entre os signos e seus utilizadores, enfatizando que “para além das dimensões sintática e semântica na análise do processo sógnico, há uma dimensão contextual, a qual evidencia que o signo não é independente da sua utilização” (Castro&Rocha, 2015: 104). No que se refere aos conceitos de verdade e realidade, os filósofos desta corrente os assimilam à crença de uma comunidade de comunicação – constituindo-se numa teoria consensual da verdade -, compreendendo que a verdade não preexiste à ação humana, mas nela tem origem. (Charaudeau, 2006)

Neste contexto, a nova perspectiva epistemológica construtivista baseia-se na compreensão da realidade – e, por conseguinte da informação -, como construção social e não como algo dado, preexistente e inquestionável como concebia o positivismo que pretendia, através do “uso de técnicas precisas de descrição do real, ao retirar do jornalista parte do seu poder de manobra como codificador, retira-lhe também parte de sua responsabilidade. Não é o repórter quem fala e escreve, e sim a realidade por ele espelhada”. (Barros Filho, 2003: 25)

O contexto de produção (*newsmaking*) e toda a complexidade que envolve a seleção e a organização de conteúdos jornalísticos também são essenciais para o viés construtivista, que também salienta os constrangimentos (editoriais, políticos, ideológicos, etc.) e condicionamentos que envolvem o processo de construção das notícias. Como explica Correia (2011: 146),

nas diversas fases da actividade de recolha, distribuição e produção de notícias, a acção mediadora do jornalista exerce-se no contexto de diversos factores constitutivos de uma rede complexa de condicionalismos e constrangimentos que, no termo do processo, fazem com que as notícias tenham um determinado conteúdo, uma determinada forma. As notícias são assim encaradas como um resultado de interacção entre factores de natureza pessoal, social cultural, ideológica, económica, política, entre outras.

Complementarmente, os estudos da linguagem e suas reflexões enquanto produto histórico e cultural auxiliam na desmitificação de que, uma informação, ao ser relatada em forma de linguagem, pode ser, de alguma forma, neutra. Neste sentido, dialogando com Correia (2011), Rüdiger (2021: 52) explana que “os relatos jornalísticos não somente estão impregnados de subjetividade, mas (...) igualmente se fundam em esquemas ficcionais autônomos, às vezes provindos de tempos imemoriais, cuja origem está na criatividade coletiva, em vez da observação da realidade”. Ainda nessa perspectiva, infere Charaudeau (2006) que toda captura de realidade empírica passa pelo ponto de vista particular, o qual atua como filtro. Assim, não há como se conceber uma realidade total, mas sim, uma realidade construída.

Tais considerações também são refletidas no âmbito da epistemologia e da filosofia da ciência. Piaget e Garcia (2011) refutam os mitos positivistas de avaloratividade científica e neutralidade axiológica, até hoje aclamados em estudos que abrangem o estado da arte de jornalismo. Os autores denunciam que a ideologia epistêmica

positivista carrega consigo a descontextualização e a conseqüente despolitização dos indivíduos.

Sobre o tema, eles explicam que, como a ciência é condicionada aos aspectos culturais, históricos e sociais de uma determinada época, o quadro epistêmico vigente deve funcionar de acordo com a ideologia científica dominante.

a cada momento histórico e em cada sociedade, predomina um determinado quadro epistêmico, produto de paradigmas sociais e origem de um novo paradigma epistêmico. Mas uma vez constituído um determinado quadro epistêmico, torna-se impossível dissociar a contribuição proveniente do componente social daquela que é intrínseca ao sistema cognitivo. Assim constituído, o quadro epistêmico começa a atuar como uma ideologia que condiciona o desenvolvimento posterior da ciência. Essa ideologia funciona como um obstáculo epistemológico que não permite qualquer desenvolvimento fora do quadro conceitual aceito. É apenas nos momentos de crise, de revoluções científicas, que há uma ruptura com a ideologia científica dominante e que se passa a um estado diferente com um novo quadro epistêmico, distinto do precedente. (Piaget & Garcia, 2011: 344-345)

Após essa abordagem sobre a concepção epistemológica construtivista, faz-se necessário adentrar na sua proposta de superação das discussões sobre objetividade e subjetividade no jornalismo, remetendo a reflexões sobre a prática jornalística no âmbito de uma perspectiva de intersubjetividade, como propõem autores como Rocha (2007), Correia (2011) e Cornu (1994).

3. Intersubjetividade como proposta

Ao analisar o viés construtivista, Rocha (2007: 174) retoma a proposta de uma “substituição da consciência pela linguagem, como critério de racionalidade por excelência”, considerando que, se por meio da filosofia da consciência, a razão se restringia a uma subjetividade individual, na perspectiva dos estudos da linguagem, ela passa a ser compreendida em um âmbito que extrapola o indivíduo de forma isolada, ou seja, de forma intersubjetiva.

Assim, a questão da transcendência (capacidade do ser humano de construir conhecimento) transborda os limites da mente para envolver a base de um saber compartilhado intersubjetivamente, que implica o reconhecimento de que o mundo só se dá a conhecer, como coisa relatada. (Rocha, 2007: 174)

O método intersubjetivo na validação de uma informação é objeto de reflexão de Cornu (1994). O pesquisador remete-se a Popper ao abordar a ideia de uma validação pela discussão como forma de se chegar a um consenso social. Importante destacar, no que se refere à compreensão do que venha a ser esse consenso, na concepção de interpretação das ciências histórico-hermenêuticas, que ele “representa um esforço na reconstrução do sentido atribuído pelas pessoas às suas relações interpessoais legítimas ou ilegitimamente reguladas, cuja totalidade compõe o mundo social”. (Rocha, 2007: 180)

Infere-se, portanto, neste entendimento, a noção do jornalista como um dos participantes desta comunidade de interpretação, que atua como mediador do debate público e que não deve, neste processo, apagar-se como sujeito.



Mais longe, a referência a valores e a afirmação do sujeito são modalidades da investigação jornalística, se esta quiser fugir ao funcionalismo puro de um sistema midiático iludido pela sua própria pretensão a uma informação <total>. A grande lição da hermenêutica para o jornalismo – quanto ao sentido dos acontecimentos, estar na actualidade que se procura e procurar na actualidade o que se tem em si – é um factor decisivo de pluralismo da informação, que opera desde o nível da observação. Esta dá ao jornalista os meios de conjurar os efeitos do sistema, explorando liberdades que lhe restam. Afirma-se a si mesmo, com toda a subjectividade, na escolha e recolha de certas informações, é contribuir para a emergência de uma verdade que não cabe inteira nos programas convencionais da agenda do dia. (Cornu, 1994: 350)

Tanto Cornu (1994), quanto Rocha (2007) e Correia (2011) alertam que os questionamentos feitos à objetividade como referência no jornalismo não devem ser sinónimo de abandono no rigor dos métodos. Segundo Correia (2011: 146-147),

(...) nenhuma das observações relativas às cautelas a ter com a noção de objectividade tem necessariamente de implicar o menor afastamento do rigor no relato ou uma espécie de licença para mentir ou para ficcionar (...) Desse modo, a crítica de uma noção ingênuas de objectividade (como aquela em que se acredita que a notícia seja o espelho da realidade) não significa que se desista de ultrapassar os obstáculos que impedem um relato sério e rigoroso.

Na mesma linha de pensamento, infere Cornu (1994) que o jornalista pode atuar como construtor do conhecimento de mundo e cumprir sua missão com a verdade, a ética e a justiça, desenvolvendo com rigor sua missão de apurar, inquirir e investigar com profundidade as suas matérias.

4. Jornalismo Investigativo e Intersubjetividade

A partir das reflexões apresentadas pretende-se abordar como o Jornalismo Investigativo pode se tornar um ambiente propício para prática de um jornalismo baseado na intersubjetividade, correlacionando sua caracterização, métodos e função social, às perspectivas construtivistas.

No que concerne às discussões acadêmicas referentes à complexidade de uma reportagem investigativa, Fortes (2012: 10) destaca que “jornalismo investigativo é algo mais complexo, trabalhoso e perigoso. Não se assemelha com a rotina natural das redações. Exige talento, tempo, dinheiro, paciência e sorte”. (Fortes, 2012: 10) Como critérios-base desta modalidade de jornalismo, Ferrán Lalueza (2003) destaca que a reportagem deve apresentar uma denúncia, partir de algum fato inédito essencial, possuir relevância duradoura e ter sido integralmente verificada.

O primeiro critério apresentado por Lalueza (2003) é essencial nas discussões sobre um dos papéis do Jornalismo Investigativo: expor questões ocultas e maléficas à sociedade. (Aguiar, 2006) Este foco não se resume ao meio político e econômico, como percebido em grande parte das matérias caracterizadas como investigativas. As abordagens desse tipo de jornalismo devem envolver outras questões sociais relevantes, promovendo, inclusive, a sua função pedagógica, por meio do esclarecimento das temáticas abordadas e da apresentação de uma pluralidade de visões, como bem salienta Meditsch (2017).

Assim, como pode-se perceber em Marcet (1997: 22), “las posibilidades del PI (Periodismo de Investigación) son infinitas y su campo temático ilimitado”.

A partir desta premissa, como principais critérios de noticiabilidade no Jornalismo Investigativo, ficam nítidos o interesse público do assunto a ser investigado e os benefícios que os resultados das reportagens irão trazer à sociedade. Waisbord (2000) propõe que é a partir da exposição de transgressões sociais e abusos de poder, que o Jornalismo Investigativo cobra de agentes públicos e políticos uma maior responsabilidade e transparência nos seus atos, agindo, muitas vezes, como “guardião da sociedade”, na busca de “evidenciar as misérias presentes ou passadas de um corpo social”. (Sequeira, 2005: 24)

A prática do Jornalismo Investigativo também é evidenciada na articulação de demandas da sociedade civil na composição da agenda pública formal, ocasionando, conseqüentemente, mudanças estruturais nas relações de forças entre a sociedade civil e o sistema político. (Sousa & Rocha, 2022) Para uma melhor compreensão sobre como isso acontece, Habermas (1997) descreve, por meio dos três modelos de deliberação propostos por Cobb, Ross e Ross (1976), como são formulados os temas e como são orientados os fluxos comunicacionais na esfera pública.

(1) O primeiro modelo é o de *acesso interno*, cuja iniciativa pertence exclusivamente à estrutura de poder (grupos políticos que controlam o aparelho do estado e as corporações do mercado). Conforme esse modelo, “antes de ser discutido formalmente, o tema segue o seu percurso no âmbito do sistema político, sem a influência perceptível da esfera pública política ou até com a exclusão dela” (Habermas, 1997: 113-114).

(2) O segundo modelo acontece quando a iniciativa pertence aos jornalistas investigativos e/ou uma elite dissidente, os quais inserem um tema na discussão pública contrário aos interesses da estrutura de poder, constituindo o *modelo de mobilização*. Segundo Habermas (1997), neste modelo a estrutura de poder é obrigada a sair de sua zona de conforto, uma vez que passa a ter que mobilizar apoios para que a sua demanda de interesse seja validada na esfera pública. Em outras palavras, neste modelo, pela primeira vez, a estrutura de poder precisa conquistar o apoio, nem que seja tácito, das galerias da opinião pública para que um programa do interesse das elites seja implementado. Ainda assim, na grande maioria das vezes, as deliberações decorrentes desse modelo também beneficiam a estrutura de poder, devido aos seus privilégios e às tremendas desigualdades sociais. Cabe ressaltar, portanto, que, no modelo de mobilização, as elites perdem a prerrogativa de deliberar exclusivamente as questões de seus interesses, precisando entrar numa disputa de visibilidade com as galerias da opinião pública – nas quais também estão representados interesses de outras classes sociais.

(3) Por fim, Habermas (1997) apresenta o *modelo de iniciativa externa* que pertence “às forças que se encontram fora do sistema político, as quais impõem o tratamento formal utilizando-se da esfera pública mobilizada, isto é, da pressão de uma opinião pública” (Habermas, 1997: 114). Isso acontece quando grupos que não pertencem ao sistema governamental articulam uma determinada demanda, a propagam dentro da esfera pública com o objetivo de conseguir adesão dos demais públicos e inserir tal tema na agenda pública. Conseqüentemente, acabam gerando uma pressão nos detentores de

poder de decisão para inclusão do assunto no debate formal. Tal modelo é tributário do modelo de mobilização, ou seja, precisa dele para ser gerado. (Sousa & Rocha, 2022)

Como exemplos da relevância do Jornalismo Investigativo para a superação das barreiras impostas pela estrutura de poder na esfera pública, tem-se, no âmbito do segundo modelo habermaseano, a reportagem do Washington Post sobre o caso Watergate – quando a imprensa, com auxílio de uma fonte anônima da Casa Branca conhecida como Garganta Profunda, iniciou uma série de investigações que culminou, em 1974, na renúncia de Richard Nixon ao cargo de presidente dos Estados Unidos; e, no que se refere ao terceiro modelo – de iniciativa externa - a reportagem do The Intercept Brasil¹, em 2022, sobre uma juíza de Santa Catarina que induziu uma criança de 11 anos, grávida após estupro, a desistir do aborto legal. A repercussão da matéria pelos *media* resultou na mobilização da população e de entidades sociais - acarretando não apenas na mudança de posicionamento do Poder Judiciário, mas ainda na abertura de processo de investigação sobre a atuação da juíza, da promotora e do hospital envolvidos no caso.

A reportagem publicada pelo The Intercept Brasil ilustra como a prática do jornalismo investigativo pode incentivar uma mudança no fluxo de comunicação na esfera pública, não apenas proporcionando maior visibilidade a demandas, proposições e atores da periferia referenciada no modelo proposto por Habermas (2011), mas também cobrando dos detentores do poder posicionamentos diante de transgressões e abusos. (Sousa & Rocha, 2022: 13)

Tais reflexões corroboram com os entendimentos de Chaparro (1994) sobre o real poder do jornalismo nas sociedades democráticas. Para ele, “denunciar à sociedade o comportamento corrupto e imoral de um presidente da República é dever do jornalismo e do jornalista; derrubá-lo é prerrogativa do povo organizado”. (Chaparro, 1994: 121) Assim, compreende-se o poder relativo do jornalista e reforça-se sua função como agente formador para o fortalecimento “de um público esclarecido e atuante no ambiente político”, com o poder “de alterar as relações entre a sociedade civil e o sistema político” (Sousa & Rocha, 2022: 14).

Como abordado anteriormente, o rigor e a transparência no método são propostos pelos construtivistas para proporcionar maior credibilidade e legitimidade no fazer jornalístico. Sobre o assunto, tem-se dentre os principais pesquisadores da área, que o Jornalismo Investigativo deve se apoiar em fatos, onde o mérito do processo se dá através da aproximação e no confronto das informações para que sejam abertos caminhos para uma nova compreensão da realidade. (Sequeira, 2005; Nascimento, 2010)

Assim, como descreve Quesada (1996 como citado em Ponte, 2005), o Jornalismo Investigativo possui parâmetros diferenciados nos seus processos, buscando

2) denunciar de forma clara e com base na verificação documental, factos ou situações ilegais ou carentes de regulação que vão contra o interesse público geral; 3) verificar todo o processo de investigação por um sistema de contraste duplo dos dados, por via documental e recurso a fontes independentes, a fim de reduzir a zero a margem de erro

¹ <https://www.intercept.com.br/2022/06/20/video-juiza-sc-menina-11-anos-estupro-aborto/>

no publicado; 4) romper o silêncio das fontes oficiais implicadas nos temas, forçando-as a responder pelas suas actuações perante a opinião pública. (Quesada, 1996 como citado em Ponte, 2005: 58)

É neste sentido que Fortes (2012: 35-40) destaca a importância da realização de uma pesquisa minuciosa, optando o jornalista por “fugir de fontes oficiais e óbvias”, agindo com curiosidade, discrição e responsabilidade, e realizando procedimentos de checagem e recheagem em todo o processo de investigação, sempre que uma informação parecer “estranha, imprecisa, inconstante ou óbvia demais”.

Assim como no jornalismo convencional, existem barreiras e constrangimentos referentes às políticas editoriais e vieses políticos dos veículos de comunicação na prática do Jornalismo Investigativo, que podem levar, muitas vezes, à manipulação do conteúdo a ser abordado nas reportagens. Porém, diferentemente da prática diária, os jornalistas investigativos ao possuírem mais tempo e uma maior liberdade na produção de suas reportagens, podem ultrapassar o mero denunciamento e realizar um aprofundamento nas questões abordadas. É nesse sentido que passa a atuar como agente estimulador e mediador do debate público, sem ocultar sua subjetividade e - compreendendo que seu objeto de atividade é fugaz e ele, como ser humano falível, permite-se retificar e aperfeiçoar, por meio de métodos de checagem, o conteúdo apresentado em seus textos. (Cornu, 1994; Meditsch, 2017)

Como exemplo de que a assimilação de tais características referentes à intersubjetividade é possível na prática do Jornalismo Investigativo, será analisado o processo de investigação do jornalista Caco Barcellos na produção do livro “Rota 66: A História da Polícia que Mata”.

5. Para além do denunciamento: Aspectos de intersubjetividade em “Rota 66”

Fruto de uma rigorosa investigação sobre o extermínio de milhares de pessoas, em sua maioria inocentes, pela Polícia Militar de São Paulo entre as décadas de 1970 e 1990, 'Rota 66 - A história da polícia que mata' foi vencedor do prêmio Jabuti de 1993. Nele, Caco Barcellos denuncia a atuação ilegal da Ronda Ostensiva Tobias de Aguiar (Rota), mostrando a complexidade de todo um sistema que incentiva esse tipo de ação. A partir de uma pesquisa que durou cinco anos, Barcellos não apresenta apenas dados incontestáveis - alcançados por meio de uma investigação que ultrapassou as informações oficiais -, realizando ainda uma contextualização sobre o cerne do problema da atuação da polícia, destacando traços humanísticos de cada vítima e o perfil de seus principais matadores.

São de Moura (2007) os principais relatos sobre o processo de investigação do jornalista brasileiro Caco Barcellos na produção da obra. A autora utiliza os documentos disponibilizados pelo repórter no trabalho de denunciar a prática de extermínio da polícia para construir sua tese de doutorado intitulada “Caco Barcellos – o repórter e o método”.

No que concerne aos métodos de investigação do jornalista, Moura (2007) destaca uma semelhança entre o trabalho do repórter e o de um cientista, uma vez que ambos partem de um movimento particular para o geral. “Num processo semelhante [ao do cientista] o repórter analisou fatos em busca de explicações para todos os 4.179 crimes cometidos

pela polícia. Enfim, buscou leis para dar conta de todas as ocorrências”, explica Moura (2007: 247).

A necessidade de rigor no processo de apuração jornalística ganha notoriedade na obra de Barcellos, uma vez que o repórter é enfático na utilização de procedimentos de checagem e re Checagem em todo seu percurso investigativo.

Ele fez questão de ser exaustivo nas provas e exigente na apuração dos detalhes, por menores que pudessem parecer. A análise das fichas mostrou bem o seu cuidado para não cometer engano, embora soubesse que o erro é, em qualquer circunstância, possível de ocorrer. E, para evitá-lo, não importava quantas vezes precisasse ir aos arquivos ou a qualquer outro lugar para confrontar as informações. (Moura, 2007: 245)

Percebe-se, portanto, que a condição falibilística do jornalista é um traço bastante característico do viés construtivista. Neste sentido, ao apontar a transparência na produção de reportagens como forma de minimizar os riscos de enganos, manipulação e prevenir a disseminação de notícias falsas, Barcellos faz questão de expor os métodos utilizados em suas pesquisas e as dificuldades encontradas no percurso de construção de sua obra.

Esta é uma das conclusões do Banco de Dados, que estou criando, nos meus primeiros dias de trabalho em São Paulo. Meu objetivo, ao iniciar a pesquisa, é conhecer o perfil das vítimas e as circunstâncias em que elas são mortas pela Polícia Militar. Poderia ser uma tarefa relativamente simples, se os dados não fossem considerados sigilosos pelas autoridades do Comando da PM. Bastava fundamentalmente eu ter acesso às notas oficiais sobre os tiroteios do passado, divulgados à imprensa pelo Serviço de Relações Públicas. Simples, se não estivéssemos na metade da década de 70. (...) Como meus pedidos de pesquisa nos arquivos da PM são sempre negados, sou obrigado a tomar o caminho da investigação. (Barcellos, 2016, n.p.)

Segundo Maciel (2018), ao descrever minuciosamente os dados bases de sua narrativa e todo o processo que o fez chegar às conclusões sobre os assassinatos cometidos por policiais da Rota, Barcellos demonstra não apenas seu profissionalismo e ética, mas sua honestidade com o leitor.

É merecedora de destaque, ainda, a preocupação de Caco Barcellos com a apresentação dos fatos de forma contextualizada, levando o leitor à reflexão sobre as causas e consequências da problemática abordada. Como explica Moura (2007: 246), “A sua investigação se construiu mediante relações estabelecidas entre os diversos casos investigados. (...) Na sua longa investigação, ele foi estabelecendo relações entre os crimes para, a partir daí, retirar características do sistema de matança da polícia”. Assim, Barcellos refletiu sobre o fato de a polícia matar mais pessoas negra ou pardas, jovens e trabalhadores sem nenhum antecedente criminal.

A introdução de perspectivas humanizadas dos personagens nos relatos de Barcellos também deve ser refletida nesta explanação sobre intersubjetividade. Segundo Moura (2007: 245),

na verdade, foi um processo que trouxe uma concepção de jornalismo investigativo voltada não apenas para a pesquisa documental, mas para a investigação do espírito e do estado dos personagens, de suas ações e de seu comportamento. Pois, ao inquirir sobre as causas e origens dos crimes, o jornalista buscou também traçar um quadro de intimidade

dos envolvidos, notadamente das vítimas. Neste sentido, a sua apuração se assemelhou a um trabalho de escavação. Ele esmiuçou e perseguiu cada detalhe, possibilitando ao leitor conhecer bem de perto o universo dos seus personagens.

O próprio Caco Barcellos faz questão de frisar que o momento que mais aprecia no processo de produção é o de captação das informações junto aos seus entrevistados. Além de compreender a gama de sentimentos que envolve o personagem, o momento é crucial no estabelecimento de uma relação de confiança desse com o repórter. “É ficar conversando, conquistando a confiança reciprocamente. E aí, nas áreas mais distantes, onde imprensa não circula, a gente é recebido como rei, como rainha, você está na cama com a pessoa, sentado, tomando um café junto com ela, muito legal isso”. (Maciel, 2018: 182)

A utilização de artifícios literários para demonstrar comportamentos, ações e gestos dos personagens também auxiliou Barcellos na missão de revelar o íntimo dos seus personagens. Como no trecho abaixo:

O avô acompanhou de perto a formação de Augusto, um jovem discreto, apegado à família, muito generoso com os amigos e até mesmo com estranhos. (...) No passado, o neto era sempre levado por ele a acompanhar casos urgentes pelos lugarejos do interior de Orlândia. Cenas inesquecíveis vividas com o avô foram lembradas no telefonema desta noite. A namorada já ouviu a mesma história talvez dez, doze vezes, mas Augusto sempre a repete com entusiasmo. (Barcellos, 2016, n.p.)

É por meio dessa observação intramundana, como explica Rocha (2007: 180) ao abordar o entendimento pragmático proporcionado pela comunicação, que o jornalista – como observador de uma realidade – insere-se no contexto social dos personagens e, com base nos seus valores morais, busca “entender as pretensões de validade de correção ou retidão com que são fundamentadas”.

Traços de subjetividade do repórter explicitados na obra alinham-se às subjetividades dos personagens, demonstrando uma realidade que é construída de forma intersubjetiva, coletiva e histórica, como no trecho a seguir:

Estou a mil quilômetros dos Jardins ao receber a notícia, por telex, da perseguição aos rapazes do Fusca azul. Minha primeira reação é de estranheza. Tenho três anos de experiência em reportagens sobre violência. Por força do trabalho e pelas histórias da minha vida pessoal, já conheço bem os métodos de ação das polícias militares, criadas poucos anos antes pela ditadura em vários estados do país. (Barcellos, 2016, n.p.)

Tais aspectos fazem com que Caco Barcellos seja considerado pelo jornalista Narciso Kalili, durante a apresentação de “Rota 66”, um jornalista que adota e defende, em toda extensão de sua obra, um posicionamento - ao contrário da maioria dos profissionais que veem na imparcialidade um aspecto de qualidade jornalística. Segundo relata Kalili, para Barcellos, “estar de um lado não significa distorcer a realidade, mas aprofundar discordâncias, radicalizar diferenças”, (Barcellos, 2016, n.p.) colaborando para o aprofundamento do debate social sobre a realidade abordada.

6. Considerações finais

Diante do contexto atual, marcado pela falta de credibilidade no jornalismo (seja devido à ampliação de desinformação ou à atuação cada vez mais rasa dos *media* noticiosos), refletir sobre o conceito de objetividade e a sua utilização no meio profissional é essencial. Pensar em objetividade sob o viés ingênuo do positivismo – ou seja, como princípio orientador da profissão e principal indicador de qualidade de uma reportagem, sendo o jornalista entendido como possuidor de acesso à verdade absoluta da realidade dos fatos, obrigado moralmente a ser imparcial e produzir textos concisos, padronizados e sem traços de sua subjetividade -, não faz mais sentido. Além disso, toda essa opressão à atuação profissional, onde ele é impedido de se posicionar diante dos fatos, ou seja, de atuar como intérprete de sentido, trata-se de uma ameaça à própria democracia.

De forma contrária, a proposta aqui apresentada é refletir sobre a necessidade de compreender o jornalismo como meio de construção de conhecimento de forma intersubjetiva, que extrapola o âmbito de subjetividades individuais, com a convicção de que a verdade plena e absoluta de um fato é algo inalcançável para humanidade e que é impossível (e, mesmo que não o fosse, não seria eticamente recomendável) ao jornalista desvincular-se totalmente, em seu trabalho, de sua base ideológica (embora esta deva estar sempre justificada claramente), crenças, contexto social e dos próprios constrangimentos impostos no âmbito político e comercial do mundo dos *media* noticiosos.

Contudo, há de se considerar que as cautelas referentes à noção de objetividade não devem implicar no afastamento do rigor metodológico, da seriedade e das responsabilidades que implicam a atividade jornalística. É neste sentido que destacamos o Jornalismo Investigativo como modalidade que tende a reunir tais características, principalmente, diante de especificidades como o maior tempo para produção de uma reportagem e uma maior autonomia do repórter, se comparadas às práticas rotineiras das redações. Em “Rota 66: A História da Polícia que Mata”, Caco Barcellos consegue aliar métodos investigativos minuciosos com relatos profundos e humanizados de cada personagem envolvido, além de suas próprias percepções e considerações como ser humano/jornalista/observador/ator social, para abordar a complexidade que envolve a atuação da polícia militar em periferias, estimulando a reflexão da sociedade sobre a temática.

Importante, por fim, destacar que não se pretende expor o Jornalismo Investigativo como “salvador da pátria”, uma vez que, assim como no jornalismo convencional, ele também está exposto às políticas editoriais e aos fatores comerciais das empresas jornalísticas, necessitando, dessa forma ser transparente em sua metodologia para não se tornar objeto de manipulação ou meio de propagação de desinformação. O que é proposto, nesta pesquisa, é apresentar essa modalidade como uma das possibilidades para que, em meio a um cenário de descrédito, sob a perspectiva construtivista, o jornalista reafirme seu papel de mediador e a sua função primordial de articulador de um espaço democrático para o debate público e a formação social.

Referências

- Aguiar, L. A. (2006). “O jornalismo investigativo e seus critérios de noticiabilidade: notas introdutórias”. *Alceu*, v. 7. http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/alceu_n13_Aguiar.pdf.
- Barcellos, C. (2016). *Rota 66: A História da Polícia que Mata*. Editora Record.
- Barros Filho, C. (2003). *Ética na comunicação*. São Paulo: Summus.
- Chaparro, M. C. (1994). *Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística*. Summus Editorial.
- Charaudeau, P. (2006). *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto.
- Cornu, D.. (1994). *Jornalismo e Verdade*. Ginebre. Labor et Fides.
- Correia, J. C. (2011). *O admirável mundo das notícias: teorias e métodos*. LabCom Books. Lisboa.
- Castro, R. & Rocha, H. C. L. (2015). Comunicação, Ideologia e Ciência: questões epistemológicas e metodológicas. *Estudos em Comunicação*, n. 21. <https://doi.org/10.20287/ec.n21.a07>
- Fortes, L. (2012). *Jornalismo investigativo*. 2. ed. São Paulo: Editora Contexto.
- Gans, H. J. (2003). *Democracy and the news*. New York: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780195151329.001.0001>
- Habermas, J. (1984). *Mudança estrutural da esfera pública*. Trad. Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Habermas, J. (1997). *Direito e Democracia: entre facticidade e validade*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, volume II.
- Lalueza, F. (2003). Periodismo de Investigación televisivo. Marco teórico y metodológico para el análisis de la modalidad. *Tesis Doctoral* leída en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona.
- Maciel, A. Z. (2018). Narradores do contemporâneo: jornalistas escritores e o livro-reportagem no Brasil. *Tese* (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife. <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/29836>
- Marcet, J. M. C. (1997). *Periodismo de investigación: teoría y práctica*. Madrid: Editorial Síntesi.
- Meditsch, E. (2017). O Jornalismo Como Prática Cultural De Produção do Conhecimento. In: Silva, F. F.; Sousa, J. B.; Nunes, P. (Orgs) *Escutas sobre o Jornalismo*. João Pessoa: Editora do CCTA. <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/ancora/article/view/40091/20127>
- Moura, S. (2007). *Caco Barcellos: o repórter e o método*. Editoria Universitária UFPB.
- Nascimento, S. (2010). *Os novos escribas: o fenômeno do jornalismo sobre investigações no Brasil*. Arquipélago Editorial Ltda.
- Piaget, J. & Garcia, R. (2011). *Psicogênese e história das ciências*. Petrópolis: Vozes.
- Ponte, C. (2005). *Para entender as notícias: linhas de análise do discurso jornalístico*. Insular.
- Rocha, H. C. L. (2007). Verdade e rigor no jornalismo: a intersubjetividade como referência na construção da notícia. *Estudos em Comunicação*, 2, 171-183.

- Ross, E. (2006). A supressão das notícias importantes. In: BERGER, C; MAROCCO, B. (orgs.) *A era glacial do jornalismo II*. Porto Alegre: Sulina.
- Rudigüer, F. (2021). *As Teorias do Jornalismo no Brasil*. 1 ed. Florianópolis, SC: Editora Insular.
- Sequeira, C. (2005). *Jornalismo Investigativo*. O fato por trás da notícia. Summus. São Paulo.
- Sousa, V. M. R.; Rocha, H. C. L. (2022). Para além de investigações: Jornalismo Investigativo como propulsor de mudança nos fluxos de comunicação na esfera pública habermasiana. 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. *Anais...* João Pessoa-PB. <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0720202209315562d7f5bb61cff.pdf>
- Sponholz, L. (2009). *Jornalismo, conhecimento e objetividade: além de espelho e das construções*. Insular.
- Waisbord, S. (2000). *Watchdog journalism in South America: news, accountability and democracy*. Nova York: Columbia University Press.



Campaña electoral y debates en televisión: Las máximas de la conversación².

*Election campaigning and TV debates:
The maxims of the conversation*

TERESA VELÁZQUEZ GARCÍA-TALavera. Universidad Autónoma de Barcelona

MARTA RIZO GARCÍA. Universidad Autónoma de la Ciudad de México-UACM

Recepción: 11.12.2023

Aceptación: 23.12.2023

Publicación: 30.12.23

RESUMEN

En este texto se analizan los debates electorales televisados de la campaña de las elecciones generales de España celebradas en julio de 2023. Se presta atención a las estructuras discursivas presentes en dichos debates electorales televisados, focalizadas bajo los presupuestos teóricos de la pragmática centrada en la teoría de la conversación y el Principio de Cooperación y sus máximas, las funciones narrativas y sus actantes, alguna acción ilocutiva y las funciones del lenguaje. Al tratarse de contextos en interacción, también interesa destacar aspectos de la comunicación no verbal, y desde una perspectiva retórica, se analiza la argumentación en la que se sustentan las afirmaciones contenidas en ese discurso y su grado de persuasión, así como las figuras retóricas vinculadas a la ironía, el sarcasmo, la descalificación del contrincante político y la manipulación.

Palabras Clave: Debate televisivo; comunicación política; conversación; pragmática; retórica.

ABSTRACT

This text analyzes the televised electoral debates of the Spanish general election campaign held in July 2023. Attention is paid to the discursive structures present in these televised electoral debates, focused under the theoretical assumptions of theory-centered pragmatics of conversation and the Principle of Cooperation and its maxims, narrative functions and their actants, some illocutionary action and the functions of language. As these are contexts in interaction, it is also interesting to highlight aspects of non-verbal communication, and from a rhetorical perspective, the argumentation that supports the statements contained in that speech and its degree of persuasion, as well as the linked rhetorical figures, are analyzed. to irony, sarcasm, the disqualification of the political opponent and manipulation.

Keywords: Television debate; political communication; conversation; pragmatics; rhetoric.

² Este artículo fue presentado como ponencia en el CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA EN COMUNICACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES (INTRACOM-2023), celebrado los días 4, 5 y 7 de diciembre de 2023 en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de La Laguna (España).

1. Introducción

El debate electoral en general, y el desarrollado en televisión en particular, es un ejemplo de la relación entre los partidos políticos de un país, su electorado y la ciudadanía.

Durante la campaña de las elecciones generales de España celebradas el 23 de julio de 2023, RTVE ofreció dos debates electorales. En uno, el Ente público invitó a participar a los siete portavoces de los partidos del arco parlamentario español, en el otro, dirigido a los cabezas de lista de las cuatro formaciones con mayor representación parlamentaria, a saber, PSOE, PP, VOX y SUMAR. En el caso del PP, éste declinó la invitación a participar en el debate.

En esta intervención interesa analizar, desde una metodología cualitativa, las estructuras discursivas presentes en dichos debates, focalizadas bajo los presupuestos teóricos de la pragmática centrada en la teoría de la conversación (Sacks, H.; Schegloff, E.A. y Jefferson, C., 1974) y el Principio de Cooperación y sus máximas (Grice, 1975), el cambio de turno (Sacks, Schegloff y Jefferson (1974), alguna acción ilocutiva (Austin, 1971; Searle, 1980) y el soporte de las funciones del lenguaje (Jakobson, 1974), las funciones narrativas y sus actantes (Greimas, 1973; Greimas, J.A. y Courtés, J., 1982). Otro aspecto por incorporar se relaciona con los conceptos de enunciación y polifonía (Ducrot, 1986) y, derivado de este último, el concepto de dialogismo (intertextualidad) Bajtín (1989). Al tratarse de contextos en interacción y, por tanto, de comunicación cara a cara, de interés será, también, destacar aquellos aspectos de la comunicación no verbal (Knapp, 1980), así como, pragmáticos y paralingüísticos presentes en este tipo de comunicación, también, en la interacción y presentación en público (Goffman, 1970) Desde una perspectiva retórica, será de interés la argumentación (Perelman, 1970; Perelman y Olbrechts-Tyteca, 1989) en la que se sustentan las afirmaciones contenidas en ese discurso y su grado de persuasión, centrado éste en el *ethos*, *pathos* y *logos*. También, figuras retóricas vinculadas a la ironía, el sarcasmo, la descalificación del contrincante político, así como, la manipulación (Charaudeau, 2020; van Dijk, 2006, Velázquez 2021 y 2023).

Es dentro de ese marco metodológico que se nos permitirá alcanzar objetivos tales como descubrir el grado cumplimiento de las máximas de la conversación por parte de los actores implicados en el debate; evaluar el grado de verdad o contradicción en las afirmaciones de los candidatos; describir la fuerza ilocutiva de las expresiones y compararla con el grado de cumplimiento de ésta en la acción ilocutiva, entre otros.

Así, se pretende responder a preguntas tales como ¿cuál es el grado de verdad en las afirmaciones del hablante retórico en este contexto?; ¿en este tipo de conversaciones se cumple la dialéctica conversacional y el Principio de Cooperación?; ¿el comportamiento no verbal de los participantes es coherente con su enunciación?

Par alcanzar los objetivos señalados y probar estas hipótesis interrogativas, entendemos que la metodología de corte cualitativo, tal y como hemos indicado, se nos presenta como la más adecuada dado que sus categorías de análisis proceden, de las teorías del discurso, de la conversación, de la comunicación en interacción, del lenguaje, de la semiótica y de la retórica argumentativa y persuasiva.

2. Los debates electorales en televisión y sus características.

Las formas más comunes de debates políticos en televisivos en contextos electorales son dos: aquellos debates entre los dos candidatos con más opciones a hacerse con la presidencia del Gobierno y aquellos otros en los que participan los líderes de las formaciones políticas con representación parlamentaria.

En este tipo de género, los participantes son el moderador y los políticos que intervienen. La regla general es que el orden de intervención se establece mediante sorteo, tanto para el inicio, como para el orden de intervención en los bloques temáticos en los que se divide el enlace y para el minuto final.

El tono del debate debiera conducirse dentro del respeto a los que intervienen en el debate y a las reglas a las que el formato se debe, presentación de argumentos y programa político que se defiende y de acuerdo con los bloques en los que se ha dividido el debate. El debatiente debe idealmente sustentar sus argumentos en datos y evidencias. El rol del moderador es fundamental en este tipo de debates, pues debe mantener el orden y evitar que los intervinientes se desvíen de los temas propuestos para cada bloque. También, estos últimos bien pueden presentar sus argumentos positivos sobre su propuesta política o en contra de las presentadas por el oponente político.

En este ensayo analizaremos el debate a siete (RTVE, jueves 13 de julio de 2023)¹ y el debate a cuatro que quedó en tres (RTVE, miércoles, 20 de julio de 2023). En cuanto al debate cara a cara entre Pedro Sánchez y Alberto Núñez Feijóo (Atresmedia, lunes 10 de julio de 2023, a las 22 horas), este ya ha sido tratado en Velázquez y Rizo (2023)².

En el ámbito de estudio de la comunicación política, los debates televisivos durante las campañas electorales tienen una gran tradición como objeto de estudio. Estos debates se entienden como “formatos y prácticas deliberativas que, desde una lógica democrática, definen lo que bien podríamos llamar la conversación pública global” (Juárez, 2021: 11). El mismo autor expone una concepción de los debates electorales televisivos que nos parece pertinente para nuestro análisis:

aquellos encuentros pactados entre dos o más aspirantes a un cargo de elección popular para deliberar en vivo y frente a las cámaras de televisión en el marco de una campaña electoral, constituyen uno de los principales acontecimientos que sintetizan universalmente la recreación de la democracia. Como representaciones simbólicas de deliberación democrática los debates son, además, piezas de comunicación fáciles de traducir al lenguaje periodístico y a la simbología noticiosa, incluso si son reducidos a un par de episodios memorables que, se piensa, pueden definir una elección en cualquier parte del mundo (Juárez, 2021: 12).

Queda claro entonces que los debates en sí mismos son fundamentales para la comunicación política en sociedades democráticas, en las que debe primar el flujo,

¹ Ambos debates se emitieron en directo a las 22 h., por las cadenas: La 1, el Canal 24 Horas, TVE Internacional, Radio Nacional, Radio 5, Radio Exterior, RTVE.es y la plataforma RTVE Play Para el primero, véase: <https://www.rtve.es/noticias/20230714/debate-electoral-rtve-siete-directo/2451978.shtml> Y para el segundo, <https://www.youtube.com/watch?v=5K6Zco6SYuY>

² Sobre el análisis de este debate, véase el apartado 3.3 Debates y mítines: las soflamas y mentiras, media verdades e inexactitudes en Velázquez y Rizo (2023, pp. 33-36), en prensa 2024.

intercambio y enfrentamiento de discursos (Domínguez, 2011). Y en la televisión, este formato encuentra un espacio de difusión idóneo para la comunicación de ideas y propuestas hacia los votantes potenciales y hacia la ciudadanía en general. En el mismo sentido, es válido afirmar que los debates aportan al público la oportunidad de aprender sobre las propuestas políticas, aspectos relevantes e ideales de cada candidato (Benoit y Henson, 2007, citado en Porath et al., 2019: 2), además de que permiten a la ciudadanía comparar a los candidatos, sus propuestas, su carácter y sus méritos (van der Meer, Walter y Van Aelst, 2016, citado en Porath et al., 2019: 2).

3. La pragmática conversacional y el debate en televisión.

Si bien un debate no es una conversación, sí que cuenta con elementos que se pueden asociar a ésta, puesto que se trata de analizar situaciones de comunicación o interacción cara a cara. Sería aquello que se encuentra relacionado con la competencia pragmática, de manera que los contextos de comunicación y los interlocutores que intervienen en los debates deben conducirse de manera adecuada y los obliga no solo a mostrar una fluidez oral sino también, y muy importante, a ser precisos en la transmisión de su mensaje, también, el tono, las muletillas, las repeticiones de palabras, etc.

En este sentido, el primer aspecto a observar es el propuesto en el Principio de Cooperación presentado por Grice (1975), que el autor define así: “Hagan su contribución a la conversación tal y como es requerida, en el punto en el que esto ocurre, con la intención o dirección aceptadas del intercambio lingüístico en el que estén comprometidos” (p.45). Este principio se concreta en unas máximas conversacionales que deben atender los participantes en este tipo de interacción comunicativa, diríamos, mediante una especie de contrato.

La primera máxima es la de calidad, la cual obliga a emisor/locutor/destinador a referirse a hechos que considera ciertos y que se circunscribe a “No digas aquello que crees que es falso...No digas aquello para lo que no tienes pruebas adecuadas.” (Grice, 1975, p. 46) La segunda máxima, la de cantidad, se refiere a la cantidad de información que se aporta. En palabras de Grice “Haz tu contribución tan informativa como se requiera para los propósitos del intercambio informativo.... No hagas tu contribución más informativa de lo necesario” (p. 46). La tercera máxima, llamada de relación o relevancia recomienda la relación entre temas y que no se cambie de manera brusca de un tema a otro “Sé relevante” (p. 46), finalmente, la máxima de modo que se relaciona con las palabras y cómo éstas se refieren a las ideas que se desean transmitir. Así: “Sé perspicuo/claro” Evita las expresiones oscuras o complicadas...Evita la ambigüedad...Sé breve...Sé ordenado” (p.46), por lo que, y para el tema que nos ocupa, creemos que es de interés observar de qué manera estas máximas son seguidas por los interlocutores en los debates analizados.

A su vez, y si bien un debate en televisión no es una conversación entre dos interlocutores tal y como se ha especificado, sí que es una situación de comunicación en la que intervienen varios interlocutores, por lo que se observan elementos comunes. Sobre este aspecto, nos parece oportuno referir las pautas del cambio de turno tal y como recogen Sacks, Schegloff y Jefferson (1974, pp. 700-704) en una interacción de este tipo. Así, y para este tipo de discurso, se toma en cuenta la alternancia, pero circunscrita al orden establecido por sorteo y dirigido por el moderador. La variabilidad

del orden de intervenciones, en este caso, no se da, por lo ya especificado. En cuanto a la duración de los turnos, estos también están pautados y por lo que respecta al contenido, aunque predeterminado, éste lo administra el debatiente en el uso de su turno y vinculado a la sección temática también pactada.

Desde la sociología de la vida cotidiana y la microsociología y Goffman (1970) nos parece de interés su concepto de fachada, que se refiere a aquello que el individuo exhibe de sí mismo. Serían sus formas de presentación como pueden ser las acciones que realiza, las actitudes que manifiesta, la manera como se presenta, el tono que emplea, etc.³ Este tipo de representaciones serán tomadas en cuenta en el análisis de los debates aplicadas a los actores institucionales que intervienen en estas interacciones.

Por su parte, y para un análisis como el que nos ocupa, otro aspecto a observar es el relacionado con la comunicación no verbal Knapp (1980) y, concretamente, la kinésica (gestos y movimientos del cuerpo) y, en menor medida, la proxémica, es decir, el uso del espacio y la distancia entre los interlocutores. En este caso, esta distancia está decidida por el formato del tipo de discurso, por lo que no es tan determinante. También son de interés los aspectos paralingüísticos como puedan ser el tono, las pausas, los silencios que acompañan a las producciones verbales o la manera como el interlocutor administra su tiempo de intervención.

Asimismo, interesan las ilocuciones y aquellos aspectos derivados de la enunciación del que destaca la polifonía, y que para Ducrot (1986) responde a dos formas. Una, que denomina “doble enunciación”, y que se refiere a cuando en un enunciado hay déicticos de primera persona y que implican a locutores diferentes (sería el caso, por ejemplo, cuando en una interacción comunicativa alguien repite lo que otro le ha dicho); y otra enunciación en la que existen una serie de voces/manifestaciones presentes en el enunciado y que se corresponden a unos “enunciadores” sobre las que el locutor puede estar de acuerdo o rechazar y que se encuentran en las referencias (alusiones) enunciadas por el locutor (Ducrot, 1986, p. 203 y ss.)⁴



Fuente: RTVE

³ Véase Velázquez 1992, pp.116-117.

⁴ Véase Velázquez 2023a

4. El debate a siete: análisis y resultados

El debate a siete, tal y como hemos indicado, tuvo lugar el jueves 13 de julio de 2023 y fue emitido en directo por RTVE a las 22h y duró dos horas y media.

Una característica de este debate es que hubo propuestas y discusión. Los diferentes portavoces de los distintos partidos con representación parlamentaria fueron Patxi López (PSOE), Cuca Gamarra (PP), Iván Espinosa de los Monteros (VOX), Aina Vidal (Sumar), Gabriel Rufián (ERC), Aitor Esteban (PNV) y Oskar Matute (EH Bildu), el moderador del periodista Xabier Fortes (RTVE)⁵

Los bloques temáticos fueron cuatro: economía; políticas sociales; política territorial; y pactos de estado y postelectorales, y un turno final de un minuto para cada participante, el llamado minuto de oro. Para cada uno de los bloques, los debatientes contaron con cuatro minutos que podían administrar como desearan. El moderador les indicó que se podían interrumpir, pero guardando las formas, de manera que él tuviera que intervenir lo menos posible. El orden de intervención y turnos de apertura y de cierre de cada bloque, así como las posiciones de los portavoces en el plató, se establecieron previamente por sorteo.

En líneas generales se puede decir que este debate evidenció, por un lado, moderación, temple y medida, fundamentalmente, en el PNV y en HB Bildu y, también, en Sumar; por otro lado, dos grupos en oposición entre el PSOE frente al PP y VOX; un tercer bloque lo representa ERC que, en ocasiones, estuvo en contra del PSOE y, mayoritariamente, en contra del PP y VOX; y un cuarto enfrentamiento, aunque leve, entre el PNV y HB Bildu. A su vez, grupos afines, PSOE y Sumar y un último entre PSOE, Sumar, PNV, ERC, EH Bildu, en contra del PP y de Vox, al igual que estos últimos frente a los anteriores.

Como muestra del análisis se presenta el primer bloque del debate de manera extensa. En cuanto al resto de los bloques, se indicará el comportamiento general de los interlocutores.

El primer bloque, sobre economía, lo inicia el portavoz del PNV, Aitor Esteban, el cual utiliza su turno en tono moderado, ponderado y con propuestas y de manera ordenada. Indica lo que está pendiente de conseguir para la Comunidad Autónoma vasca: "Parece que lo macro va bien pero no llega a lo micro, a las personas. Los fondos europeos son manifiestamente mejorables, en primer lugar, por la burocracia y porque se están troceando mucho las convocatorias. Creemos que debe haber PERTES gestionados por las comunidades autónomas". Le sigue Gabriel Rufián (ERC), que dice que es verdad que el país crece, pero que el ciudadano no lo percibe. Los salarios reales han bajado un 6%, los ricos son cada vez más ricos y las familias un 8% cada vez son más pobres. Propone un impuesto a las grandes fortunas, a la banca y a las grandes eléctricas. Su tono es algo reivindicativo e irónico.

Continúa Cuca Gamarra (PP), que critica la política económica del gobierno, la cual, afirma, está peor que hace cinco años y dice que los precios han subido un 30% desde que Pedro Sánchez llegó al gobierno, al igual que la inflación general que ha subido más

⁵ El debate a siete se puede consultar en: <https://www.rtve.es/play/videos/especiales-informativos/23j-debate/6934645/>

de un 15%, que las hipotecas son una media más cara, unos 300€ que el año pasado, que los alquileres están en máximo y que con las medidas que ha tomado el gobierno, aún subirán más y que la mitad de los españoles tienen dificultad para llegar a fin de mes. Dice que están vendiendo que España va como una moto (se refiere a las palabras del presidente en funciones Pedro Sánchez cuando decía en el Comité Federal del PSOE el 10 de junio de 2023 “La economía de España va como una moto, si alguien tiene una alternativa mejor, que levante la mano”)⁶, pero lo que sí va como una moto es la recaudación y la deuda pública. Según afirma, las grandes olvidadas durante esta etapa del sanchismo son las rentas bajas y las clases medias. Vemos aquí una argumentación basada en la crítica al PSOE y a su líder, con un tono seco y enfadado. Y para revertir la situación descrita, el PP propone cambiar esta situación y que, durante los 100 primeros días, bajar el IRPF a las rentas menores de 40.000€ y bajar el IVA de la carne, el pescado y las conservas para que la cesta de la compra sea asumible para las familias españolas, aunque no explica cómo lo harán. Su tono es agresivo con visos de contundencia para apoyar las afirmaciones críticas que ha hecho a las políticas del gobierno saliente. Hay polifonías cuando en su enunciado hay referencias a enunciadores y que aquí se concretan, por ejemplo, en la cita a las afirmaciones realizadas por Pedro Sánchez.

El portavoz del PSOE, Patxi López, inicia su intervención, y cita a Rufián (le mira y le indica con su dedo índice) que decía que la verdad está en el término medio y él dice que no, que la verdad está en la realidad. Y dice que “... por más que la señora Gamarra o el Sr. Feijóo utilice el galope de gihs de soltar una mentira tras otra mentira, tras otra mentira, tras otra mentira, sí (esta afirmación es en respuesta a la expresión de Cuca Gamarra que sonríe irónicamente) porque como no se puede igual rebatir todas, alguna quede como verdad”. A partir de aquí defiende la política económica hecha por el gobierno de España y dice que “... la realidad es que España tiene la economía que más crece de toda la Unión Europea, cuatro veces más que la media, la realidad es que esta economía crea más empleo que nunca en la historia; de hecho, hay más afiliados, más gente trabajando que nunca en la historia de este país (más de 21 millones 800.000 personas)”. López reitera que

la realidad es que el gobierno de Pedro Sánchez en cuatro años ha creado un millón quinientos mil empleos, cuando el gobierno de Mariano Rajoy al que tanto alaban creó un millón cien mil en ocho, la realidad es que tenemos la factura más baja de la energía gracias a la excepción ibérica que ellos se quieren cargar; la realidad es que ya tenemos el nivel del PIB (interrupciones de Gamarra) anterior a la crisis (con este gobierno se ha tardado tres años en recuperar el PIB), y, por último, es mentira que el señor Feijóo como dijo el otro día, dejara la deuda más baja de todas las comunidades autónomas, pues hay 10 comunidades autónomas que tenían menos deuda que la gallega. Y por supuesto, es mentira que votaran a favor del incremento de las pensiones con el IPC. Por lo tanto, esa técnica que la dejen de utilizar porque no cuela enseguida.

⁶ También: “Una verdad como un templo, que la economía española va como una moto. No está estancada, como dice Feijoo, no sé si por desconocimiento o por mala fe. La economía española está creciendo muy por encima de la media europea y, por primera vez en décadas, lo está haciendo sobre bases robustas y justas”, según los datos del BCE, el FMI y la OCDE”. <https://www.psoe.es/actualidad/noticias-actualidad/pedro-sanchez-queremos-ganar-porque-queremos-construir-la-mejor-espana/>

Su tono es contundente y manifiesta enfado. En la intervención del portavoz del PSOE se observa la repetición enfática de la palabra “realidad”. También aparece la polifonía, ya sea como doble enunciación o con la presencia de “enunciadores”.

Interviene el moderador para indicar a la señora Gamarra si quiere responder, y que luego seguirá el resto.

Interviene Cuca Gamarra para responder a Patxi López y dice que le puede contestar al señor López y

que ella no sabe que si a las mentiras a las que se refiere es, por ejemplo, la que dijo el señor Sánchez cuando dijo no haber congelado las pensiones. Aquí el único presidente del gobierno que ha votado a favor de la congelación de las pensiones fue Zapatero y Pedro Sánchez y el propio Sánchez al día siguiente reconoció que efectivamente se habían congelado. Es que yo creo que lo de mentir se les da a ustedes francamente mal. Pero si hablamos de empleo tampoco va como dice el gobierno, señor López. Tenemos el doble de paro que la media de Europa y sabe usted lo que lideramos, no el crecimiento porque hemos sido la segunda peor economía de Europa desde el año 2019 lo que estamos liderando es el paro femenino y el paro juvenil eso es donde ustedes nos han situado habla usted de las cifras (cara de disconformidad y gesto de negación con la cabeza de Patxi López) del paro pero si es que ni ustedes son capaces de darnos porque no quieren la cifra real de parados porque ocultan la cifra de fijos discontinuos lo que sí que sabemos es que con ustedes hay en estos momentos en España más de un millón de hogares que tienen a todos sus miembros en situación de paro esa es la realidad de nuestro país y esa es la auténtica verdad.

En toda su intervención, Gamarra se dirige al portavoz del PSOE y a las políticas seguidas por el gobierno saliente. En ningún momento mira o incluye en su discurso al portavoz de VOX. El tono es crispado, gestos irónicos, gestualidad poco fluida. Su argumento está basado en la descalificación del otro oponente político y de las políticas realizadas por el gobierno saliente, y no aporta soluciones ni propuestas.

Patxi López interviene:

La misma técnica de lanzar datos que son radicalmente falsos. Por ejemplo, con el gobierno de Zapatero es verdad se congelaron las pensiones más altas, pero siguieron subiendo las pensiones más bajas y las no contributivas, cosa que con ustedes que subieron las pensiones año tras año el 0,25% lo que hicieron es que los pensionistas fueran perdiendo poder adquisitivo hasta acabar siendo pensionistas que cobran una pensión pobre.

A lo largo de esta intervención tienen lugar constantes interrupciones de Cuca Gamarra.

En este enfrentamiento de posiciones entre verdades, medias verdades o directamente mentiras basadas en datos manipulados, observamos sobre todo la descalificación del oponente político y, en el caso de Gamarra, sin propuestas, pues sustenta sus argumentos en la descalificación del contrincante político, en este caso, el PSOE.

El moderador abre el turno a otros debatientes que aún no han intervenido, como son Espinoza de los Monteros, Óscar Matute y Aina Vidal.

Espinoza de los Monteros inicia su intervención dando las gracias y las buenas noches, y dice que

Estoy escuchando mucho relato, pero poco dato. Se ve que no hay muchos economistas aquí, Hoy la realidad es que España había una crisis muy aguda desde el 2008. La realidad es que nuestros jóvenes llevan años sin conocer un crecimiento sostenido como tuvieron sus padres o como tuvieron sus abuelos y la realidad es que con el gobierno Pedro Sánchez todos los indicadores económicos de estos últimos 15 años que han ido mal, han empeorado todavía y lo vamos explicado de una manera muy sencilla. Mire en los cuatro años de Pedro Sánchez España ha sido el país que menos ha crecido de Europa no voy a decir otra vez el que menos ha crecido de Europa en los cuatro años de Pedro Sánchez España ha sido el único país que ha visto reducida su renta per cápita, es decir los españoles son los únicos europeos que hoy tienen menos que cuando llegaron al gobierno los políticos de hoy hace 4 años. Los españoles han sido los que más poder adquisitivo han perdido no de Europa, no de la OCDE, es decir, los españoles han empobrecido más que ningún otro ciudadano de ningún otro país en estos cuatro años y, por si eso fuera poco, los españoles han sido los que han visto incrementada más la presión fiscal en estos años, no de Europa, de la OCDE, lo repito porque es verdaderamente impresionante España la que menos ha crecido de Europa, la única que ha visto reducir su renta per cápita, la que más poder adquisitivo, a la vez, la que más ha subido los impuestos realmente impresionante y todo ello mientras se ha disparado el gasto público innecesario, y necesario también, pero el innecesario de manera que los gastos han estado tan por encima de los ingresos que ha creado un déficit que es casi estructural y que se ha ido acumulando el déficit de los últimos 15 años hasta crear una deuda pública que, lamentablemente, van a tener que pagar nuestros hijos y nuestros nietos justamente aquellos que llevan 15 años sin conocer un crecimiento económico sostenido frente a estos datos cualquier relato se queda en eso en un relato. porque el dato mata relato y lo que no son cuentas, son cuentos.

Su tono es ágil, rápido y contundente. Mira siempre a la cámara y a los documentos que tiene de soporte. Usa datos sin contrastar y ataca por un lado al PSOE, pero también, a la representante del PP, en tanto se refiere a que se dan datos que construyen un relato, pero que no se aportan soluciones concretas.

Toma la palabra Aina Vidal y dice que ella quiere empezar

recordando las 28 mujeres que han sido asesinadas a lo que llevamos de año expresando también mi vergüenza por el hecho que hoy aquí haya partidos que niegan esta misma violencia. Estas elecciones van de dos modelos, de dos coaliciones. En realidad, Partido Popular y Vox con más recortes, con más desigualdad y beneficios, además y con todo tipo de privilegios hacia las grandes fortunas, o Sumar y el Partido Socialista que somos los de los ERTES, de subida al salario mínimo o de subida de las pensiones de un ocho y medio por ciento. Estas elecciones van sobre si Santiago Abascal es vicepresidente o Yolanda Díaz está en el gobierno, de esto van y además irá por pocos votos. Yo creo que la gente lo tiene que saber, por eso si no nos resignamos y vamos a votar sin duda ganaremos. Lo digo porque los datos económicos, efectivamente, son inapelables, son extraordinarios, pero creo que tenemos que pasar de esta macroeconomía a la economía de las personas y en eso Sumar tenemos propuestas muy concretas. En primer lugar, un Bono para las hipotecas de mil euros, precisamente para frenar estas subidas que se están produciendo; en segundo lugar, la cesta de la compra básica, porque hace mucho tiempo que decimos que estas bajadas del IVA no están funcionando; en tercer lugar, seguir incrementando el salario mínimo y, en cuarto lugar, seguir incrementando las pensiones. Porque de eso va también la economía de personas. Nosotros no seremos perfectos y seguro que hay cosas que las habríamos podido hacer mejor, pero es inapelable que el

país está mejor y también que nosotras tenemos hambre para seguir avanzando claramente para los españoles.

Su tono es ponderado, pausado y aporta datos. Vidal reivindica las medidas tomadas por el gobierno saliente y realiza propuestas que debe seguir el gobierno.

Se observa una interrupción de Espinoza de los Monteros y solapamiento⁷ del discurso de Aina Vidal:

impedir el acceso a dos jóvenes al mercado de trabajo porque serán incontractables con la subida que usted pretende desconociendo los rudimentos básicos y funcionamiento exactamente a tomar medidas que hace mucho daño al conjunto del país. Este es el ejemplo de porqué ustedes no pueden estar ni en un gobierno serio, ni en un gobierno europeo. Son los únicos comunistas de toda Europa y esta es la consecuencia que hemos tenido (se solapan discursos interrupciones de Gabriel Rufián y de Aina Vidal).

El moderador pone orden e indica que falta por hablar Óscar Matute, y luego seguirían con la ronda que iniciaría Aitor Esteban. Le da la palabra a Óscar Matute. Éste inicia su turno dando las buenas noches y dice que

En primer lugar, yo creo que lo mejor es responder a la pregunta que hacías para no perdernos en una sucesión de eslóganes no la economía va bien. Depende para muy bien Si vemos los márgenes de beneficio empresarial que han obtenido las grandes empresas y pienso en las eléctricas pienso en los bancos pienso las grandes cadenas de distribución la economía va muy bien han multiplicado sus beneficios han conseguido beneficios récords se ha protegido a la gente durante este tiempo y en este contexto Sí no hay que negarlo se han tomado medidas han sido tímidas también y hay que decirlo y se podía haber ido más lejos y podíamos por ejemplo conseguir que los impuestos a la banca a las eléctricas y a las grandes fortunas tuvieron un carácter permanente y no ese carácter coyuntural que hace que siempre vivamos como una espada Damocles la posibilidad de recaudar más dinero para poder luego distribuirlo porque de eso se trata al final de lo que se trata o de lo que tendría que hacer un poder público es ser capaz de con los recursos que tiene ser capaz de redistribuirlo porque fijense que hay un informe que sale todos los años que se llama el informe fue esa Y es de Cáritas pero se dan datos Está bien citar las fuentes porque si no se pueden alimentar bulos Pues el informe fue esa que viene precedido de la mano de Cáritas dice que desde el año 1995 hasta el 2022 ya hay años de Bonanza y hay años de crisis y hay años de políticas económicas de un tipo y años de políticas económicas que dicen ser de otro tipo lo que vemos que la desigualdad en el estado español nunca baja el 18% Y eso significa cuando dicen de la desigualdad es que cada vez hay más gente que vive o en la pobreza o en riesgo de caer en la pobreza por tanto lo que pasa es que la riqueza que existe está mal redistribuida y eso pasa porque la fiscalidad probablemente tampoco es eficaz cuando la ilusión fiscal sigue existiendo o cuando por ejemplo la OCDE y este tampoco es un organismo sospechoso de ser convincente con las pretensiones de Euskal Herrería Bildu la propia OCDE dice que vivimos un periodo de *avariflación* que es la inflación por avaricia y la sitúa en aquellos que pudiendo no generar inflación para obtener beneficios todavía mayores lo están haciendo a costa de encarecer la vida de las personas porque de esto va, al final. Supongo que la política de

⁷ El solapamiento ocurre cuando hay superposiciones al discurso del otro interlocutor; la interrupción ocurre cuando un interlocutor está en su turno de habla y otro interlocutor se introduce en el discurso del otro interlocutor antes de que este haya concluido. Las interrupciones pueden ser cooperativas/colaborativas o disruptivas/intrusivas.

dignificar la vida de la gente y de conseguir que la gente viva mejor, pues ahora lo que tenemos es que la cesta de la compra es cada vez más cara, que los salarios casi llegan para menos cosas y que por desgracia la gente tiene que volver a optar entre una cosa y otra porque es mentira, por ejemplo, como decía un rotativo vizcaíno que la gente opte en Bizkaia por acortar sus vacaciones, lo hace porque no le queda más remedio. Igual que no es cierto que con estos salarios se pueda llegar a cubrir todas las necesidades básicas y al final, seguramente, tendremos que ir a lemas que probablemente suenan muy antiguos, pero que viene a decir algo así como que o bajan los precios o suben los salarios porque no es normal que los precios estén donde están cuando los propios productores se están quejando de que se están haciendo vender por debajo del precio de producción, pese a la ley de cadena alimentaria.

El tono es pausado, aporta datos, transmite credibilidad y medida.

Una breve caracterización de este primer bloque respecto a los turnos se concreta en que, si bien se han ceñido a lo que cada participante tenía asignado, en momentos ha habido interrupciones, solapamientos de discurso, e intervenciones de dos o más participantes a la vez.

A partir de aquí se presentarán síntesis de las intervenciones de los representantes parlamentarios en cada uno de los bloques⁸.

El segundo bloque es el dedicado a las políticas sociales. Lo abre Vox y lo cierra Sumar, siempre todo por sorteo.

Los temas tratados en este bloque se relacionan con las políticas laborales, la Ley de la Reforma laboral y sus resultados; aquellas otras medidas encaminadas al mejor bienestar social como puede ser la renta mínima, las pensiones; la ley de vivienda; y la ley de sólo si es sí; la criminalidad; la Ley mordaza.

En contra de estas medidas se manifiestan los portavoces parlamentarios del PP y Vox; en su defensa, el PSOE, Sumar, ECR, EH Bildu y, por su parte, el PNV, aparte de apoyar, reivindica que muchas de esas medidas ya han sido impulsadas en el País Vasco y su gobierno.

Hay una crítica generalizada a los ataques del PP y Vox, tanto por el tono que emplean sus representantes y los gestos que los acompañan, como por el contenido de los datos que emplean para apoyar sus afirmaciones.

A continuación, algunas intervenciones a modo de ejemplo:

Espinoza de los Monteros (VOX): "La mejor política social es una política de empleo, la antítesis de lo que genera la izquierda". Asegura que se ha "quebrado el ascensor social" de la educación y que se han cambiado "las matemáticas por la ideología de género". Señala que España tiene "un problema grave de aumento de criminalidad" y que han aumentado los homicidios y las agresiones sexuales. El tono empleado es vehemente y contundente.

Responde Rufián (ERC), quien comenta: "Me preocupan los delincuentes, me preocupa un delincuente en Abu Dabi que amenaza con volver". Dice que está orgulloso de la ley

⁸ Para este apartado, se sigue la síntesis del debate presentada por RTVE, disponible en: <https://www.rtve.es/noticias/20230714/debate-electoral-rtve-siete-directo/2451978.shtml>

trans y asegura que es "falso" que "la mejor política social es crear empleo", sino que este tiene que ser "de calidad", porque si no, se crean "esclavos". En cuanto a la ley de vivienda, cree que se puede ir "más allá" pero asegura que les costó "sangre, sudor y lágrimas".

Sobre la reforma laboral hay una discusión entre ERC y el PSOE. Patxi López le dice a Gabriel Rufián: "Sé que te sienta mal no haber votado una reforma laboral que ha conseguido empleos de calidad en este país"... Hemos ayudado a la gente, no habrá una persona que no haya recibido una política de este Gobierno que no le haya venido bien".

Gamarra le pregunta a López "cuál es el número de fijos discontinuos buscando empleo" y acusa al Gobierno de "maquillar las cifras". "La obsesión de Pedro Sánchez ha sido cómo pasar a la historia, y pasará como el presidente que aprobó una ley que sacó a la calle a violadores, pederastas e incluso asesinos". Responde Rufián que "eso es falso". Sigue Gamarra, acusando a Sánchez de haber "beneficiado a los okupas".

Por su parte, Aina Vidal (Sumar) afirma que "la primera propuesta del PP y Vox es populismo punitivo, pero el problema que más nos preocupa a los ciudadanos es la vivienda". Reivindica la ley de vivienda aprobada por la que se puede garantizar el derecho a la vivienda y realiza una serie de propuestas.

Asimismo, Aitor Esteban (PNV) replica a Espinoza de los Monteros y le dice que "eche gasolina señalando a varios colectivos". Defiende que "Euskadi es pionera en renta mínima de ingresos" y otras medidas sociales, y asegura que muchas de estas competencias son económicas. "No vamos a dar un paso atrás" en igualdad, afirma.

Rufián (ERC) se muestra "muy orgulloso" de la ley del solo sí es sí y también orgulloso de la ministra de Igualdad, Irene Montero. "Yo también", dice Vidal (ejemplo de una interrupción cooperativa).

Aina Vidal (Sumar) dice que "es inapelable" que la economía española está mejor tras el gobierno de coalición y que los datos son "extraordinarios", gracias a medidas como los ERTE, la subida del salario mínimo y las pensiones. Y realiza varias propuestas. A ello, Espinosa de los Monteros (VOX) realiza una interrupción y califica las medidas propuestas como de "cartilla de racionamiento". "Gente que no tiene ni idea de economía se mete a tomar medidas que hacen mucho daño al conjunto del país".

López, sobre los pactos PP-Vox en comunidades y ayuntamientos en relación con la Ley del sólo sí es sí, dice que "Hay pactos que niegan la violencia machista y luego se cargan las concejalías de igualdad, hay pactos negacionistas del cambio climático y luego se cargan paraísos naturales". A ello, Gamarra responde cargando de nuevo sobre la ley del solo sí es sí y dice que "Esto no se ha olvidado y les va a pasar factura el 23J".

De nuevo, se producen solapamientos, interrupciones y afirmaciones. Hay descalificaciones, aunque dentro de un orden. El ritmo es ágil a pesar de las interrupciones y solapamientos. El debatiente más moderado es Aitor Esteban, seguido de Óscar Matute. Por su parte Aina Vidal mantiene el tono propositivo. Gabriel Rufián mantiene un tono irónico, sobre todo en las interrupciones y solapamientos, y también un tono de ataque. Cuca Gamarra y Espinosa de los Monteros se hacen fuertes en la crítica y la desaprobación de las políticas llevadas a cabo por el gobierno en funciones y, por su parte, Patxi López utiliza un tono contundente y, a la vez, defensivo y acusador.

El tercer bloque está dedicado a la política territorial y versa sobre pactos dentro de la Constitución; estado plurinacional; convivencia con Cataluña; censura.

Inicia este bloque Cuca Gamarra y dice que "España necesita que los partidos que defendemos la Constitución digamos que lo que España es lo decidamos todos los españoles. Hay que decirles a los partidos independentistas que unos pocos no decidirán por todos". Critica al presidente en funciones Pedro Sánchez y dice que "el sanchismo es la defensa de los intereses de Pedro Sánchez por encima de los intereses de los españoles", lo que refuerza recordando que, para mantenerse en el poder, eliminara el **delito de sedición y, también, indultara a los líderes independentistas, y concluye afirmando que** "todos los socios de Sánchez llevan en sus programas los referéndums de independencia".

Interviene López y le responde que "Este Gobierno heredó una situación en Cataluña que con la ausencia de la política llevó a **Cataluña a un conflicto social sin precedentes**, y este Gobierno adoptando políticas valientes y tomando decisiones arriesgadas, ha logrado que la situación en Cataluña no se parezca en nada a la de 2017". Recuerda que, como consecuencia de esa política, la primera fuerza en Cataluña es el PSC. Critica que Vox, los socios del PP llevan en su programa "cargarse las comunidades para volver a 'una, grande y libre'".

Interviene Gabriel Rufián y le responde a López refiriéndose a los indultos que **"Se le obligó" (al gobierno). A continuación, se dirige a Espinosa de los Monteros y entrega la revista para niños en catalán *Cavall Fort* que ha sido una de las publicaciones que el Ayuntamiento de Burrianas, municipio de Castellón en la Comunidad Autónoma de Valencia, gobernado por el PP en coalición con Vox, ha impedido que se compren para la biblioteca pública. También se la entrega a Cuca Gamarra.**

Por su parte, Óscar Matute se dirige a Cuca Gamarra y le dice que "Están muy preocupados de que el bloque progresista pacte con Bildu porque consideran que un pacto con Bildu lleva la marca del diablo. **Quiero recordar que en 1998 una delegación de José María Aznar se reunió con Otegi [en ese momento en Batasuna] y seis meses después se reunió con ETA**".

Aitor Esteban comenta que "El PSOE nos ha decepcionado porque en el acuerdo de investidura acordamos explorar vías para dar encaje a esos sentimientos nacionales".

Aina Vidal dice que "Nos estamos jugando volver al blanco y negro o seguir avanzando a una España más plurinacional". Propone una ley de leguas y un nuevo mecanismo de financiación.

Espinosa de los Monteros dice que: "El agua es de todos, los agricultores lo necesitan y ustedes están acabando con el medio rural". Rufián replica que Vox "no es constitucionalista" por estar en contra del Estado de las autonomías.

Aina Vidal vuelve a intervenir respecto al tema de Cataluña y dice que "las estrategias pasadas son las que nos han llevado adonde estamos ahora. El diálogo nos lleva a que los ciudadanos votemos nuestro futuro político".

Interviene Patxi López y dice que “**incluso hemos pagado la vida por defender la unión y no el enfrentamiento**, la Constitución, la pluralidad y diversidad de España. Ustedes están pagando un precio muy alto por llegar al poder, están pagando con nuestros derechos. Están pagando el precio de cargarse la igualdad, cargarse paraísos naturales, que la censura vuelva a la cultura”.

Aitor Esteban critica que el Tribunal Constitucional impide que se discutan leyes en un ayuntamiento en euskera: "La diversidad lingüística no se la creen, el PERTE de la lengua es el español, de 1.350 millones de euros para el euskera solo hay dos. Eso no es justo. No respetan nuestros derechos como europeos”.

Por su parte, Gabriel Rufián dice que “hay dos millones de personas que son independentistas en Cataluña. Nuestra propuesta es que se vote”, y le pregunta a López “¿cuál es su propuesta?”.

López declina dar una respuesta, pues se reserva el tiempo que le queda.

Espinosa de los Monteros, ante las críticas de Gabriel Rufián, dice que se "alegra de que se pueda elegir estudiar en valenciano o español en la Comunidad Valenciana, o en catalán en Baleares”. Solapan el discurso Espinosa de los Monteros, Rufián que ironiza con no saber expresarse en castellano, y Vidal, que califica las propuestas de Vox de "tonterías”.

Aitor Esteban responde a Espinosa que en Euskadi hay modelos lingüísticos en la educación y que todo el mundo sabe hablar en castellano. Espinoza de los Monteros le responde que "Es falso”.

Gabriel Rufián insiste en que el PSOE explique sus propuestas sobre la independencia de Cataluña, y López responde que su propuesta es "política y diálogo”.

Hay un enfrentamiento entre Aina Vidal y Cuca Gamarra en el que Vidal le dice a su interlocutora que “censuran la cultura y Gamarra le responde que es Sumar quien quiere sancionar a los periodistas”.

Se inicia el cuarto bloque, centrado en pactos de estado y postelectorales. En este bloque se abordan temas como políticas de bloques; pactos; coaliciones; ETA; sanchismo; gobierno moderado y sin extremos; solicitud de abstención.

Empieza Cuca Gamarra y dice que “**lo que España no puede es depender de los extremos**. Es el momento de que se supere la política de bloques, es el momento de un Gobierno moderno y estable, que se firmen pactos de Estado. Lo que ha hecho el sanchismo es impulsar los pactos negativos, con los que no quieren el interés general de España. Nos estamos jugando un Gobierno de la centralidad con el PP o una coalición de 25 partidos. Pedimos a los españoles que la gobernabilidad no depende de independentistas ni a radicales”.

Descalifica a los oponentes políticos y se arroga la centralidad, la modernidad y los pactos de estado.

Por su parte Gabriel Rufián manifiesta que "Prefiero más a Frankenstein⁹ que, a Drácula, que chupa sangre de la clase trabajadora". **Le pregunta a López si se abstendrán para que gobierne Feijóo, a lo que éste responde claro que "no" y evidencia su propuesta de gobierno de progreso frete a la "alianza de ultraderecha"**.

Aina Vidal reitera: "Hay dos coaliciones posibles y esto va de pocos votos y en algunas provincias **Sumar es el voto decisivo para no dar escaños a la ultraderecha**", un voto para no volver a "las oscuras aguas" de la derecha.

Iván Espinosa de los Monteros cuestiona si **Matute estuvo "imputado" en algún asesinato de ETA**: "Este señor no solo está aquí, sino en la dirección del Estado porque así lo ha querido este Gobierno". Óscar Matute le responde que **"Yo me encontraba en una vigilia en Ermua la noche antes de que mataran a Miguel Ángel Blanco**. Yo no sé dónde estabas tú. Sus discursos de odio van en contra de lo que quiere Euskal Herria". Espinosa de los Monteros le dice que: "Usted representa el brazo político de ETA" a lo que Óscar Matute le responde: "No tiene ninguna prueba para decir eso, y si lo tuviera tendría que ir a los tribunales".

Sobre los pactos, Aitor Esteban insiste que "con Vox nada de nada" y se muestra más cómodo en un pacto con el PSOE, pero asegura que no se puede pedir "un cheque en blanco".

Gabriel Rufián se dirige a Espinosa de los Monteros y le dice que: "ETA no existe, lo que existe es el fascismo que ustedes representan y venden. En ese circo de la moción de censura de Tamames yo dije los delitos de sus diputados, algunos por tirar cócteles molotov contra Suárez en la Transición. Ya hay que ser facha para hacer eso".

Patxi López interviene: "Tengo que manifestar una tristeza infinita cuando escucho al representante de Vox y del PP sacar a **pasear el fantasma de ETA, porque hace 12 años que los demócratas la derrotamos**. Sacar a pasear ese fantasma es negarnos la victoria a los demócratas. El problema es que algunos la democracia les pilla muy lejos".

Iván Espinosa de los Monteros afirma que "La mejor manera de derogar el sanchismo no es pactando con Pedro Sánchez. **Vox es la única opción segura para garantizar que decimos adiós a Sánchez y a sus políticas**". Aquí le hace una alusión directa al **PP que ha solicitado que el PSOE que se abstenga en caso de que el PP precise los votos o, incluso, que puedan gobernar dos años cada uno**.

Cuca Gamarra insiste en que "los españoles están hartos de la política de bloques" y asegura que no admite lecciones sobre pactos. Reivindica que el PP ha tenido sentido de Estado al haber dado sus votos al PSOE en Barcelona y Vitoria para que no gobernara el independentismo y Bildu. "Somos un partido de Estado y con altura". Vuelve a ofrecer su contrato para que gobierne la lista más votada.

⁹ Se refiere al calificativo que durante toda la legislatura le ha dedicado el PP al gobierno de coalición al que llamó "gobierno Frankenstein".

Patxi López declara que "No firmamos ese contrato porque hemos leído la letra pequeña" y le dice a Cuca Gamarra que: **"Si fuera Pinocho, le llegaría la nariz hasta Canarias que es el único sitio donde han pactado para que no gobierne la lista más votada"**.

Por su parte, Aitor Esteban afirma: "Solo hemos dado en la historia tres votos positivos en investidura. Y gracias al último Sumar está en los ministerios".

Gabriel Rufián reprocha a Vidal que Barcelona en Comú uniera sus votos al PP para que gobernara el PSC en Cataluña. A Gamarra, le pregunta si condena la lona de Desokupa, a lo que ésta no responde.

Aina Vidal expresa que "en estas elecciones nos estamos jugando la libertad, nuestras lenguas, nuestros derechos. Somos nosotras, todos los partidos democráticos, los que podemos ir a la una y ganar al fascismo que representa este tique electoral entre PP y Vox".

Patxi López defiende sus pactos con ERC o Bildu: "Si queremos subir las pensiones y Vox y PP están en contra, qué hacemos, ¿no las subimos? No, buscamos votos para subir las pensiones". "La diferencia es que el PP busca el voto en Vox para hacer las políticas de Vox.

Aina Vidal, para concluir, declara: "Ustedes arrastraron en Extremadura a su candidata por tal de meter a Vox en el Gobierno. Eso es lo preocupante, ustedes han metido en su ideario todo lo que representa Vox"

Llega el turno final de un minuto para cada participante, el llamado Minuto de oro. A continuación, una síntesis de lo expresado por cada portavoz en este último minuto de intervención:

Óscar Matute: "Dicen que nos tenemos que acostumbrar a vivir más apretados, nosotros decimos que no, que la historia se puede escribir de otra manera. La historia es nuestra y la escriben los pueblos. Votar a Bildu tiene pleno sentido".

Aitor Esteban: "Estas no son unas elecciones presidenciales. Lo que vas a elegir es la voz de Euskadi en Madrid en los próximos cuatro años. No somos la muleta de nadie".

Gabriel Rufián: "Hoy no les voy a pedir el voto para mi partido, lo voy a pedir el voto para mi país. Un país no se puede permitir perder la democracia, y eso es lo que está en juego. Les pido un voto para Cataluña".

Aina Vidal: "Votad por cada pensionista que le hayamos subido la pensión, por cada trabajadora del hogar que tenga derechos, votad por todo aquello que nos falta por avanzar. No queremos retroceder ni un milímetro, queremos ir a por más".

Iván Espinosa de los Monteros: "Nuestros días más memorables están por delante. No nos resignemos a una solución tibia o intermedia, seamos ambiciosos".

Cuca Gamarra: "A la gran mayoría de españoles les une el deseo de un Gobierno que se preocupe de los problemas de los españoles y no los cree. Les pido el voto para el PP

para evitar los extremismos y los bloqueos, una mayoría contundente de que nos permita avanzar".

Patxi López: "Por ti que sabes que en la vida siempre hay que avanzar, esa es la papeleta del PSOE".

Como resultados, los debatientes han utilizado recursos paralingüísticos en sus expresiones, tono y deícticos gestuales. Respecto a la kinésica, por ejemplo, es de interés remarcar las expresiones del rostro, así como, los movimientos y posición de las manos. En cuanto a los turnos esto se han conducido de forma mayoritaria con respeto, aunque, a momento, se han visto alterados bien por interrupciones cooperativas/colaborativas como puedan ser los casos del PSOE y Sumar; ERC, Sumar y EH Bildu; en ocasiones PSOE, Sumar, EH Bildu. Las interrupciones disruptivas fundamentalmente se dieron en el bloque PP y VOX de manera muy destacada contra el PSOE, aunque también al resto de partidos Sumar, ERC, EH Bildu e, incluso, con el PNV, sobre todo, Vox. Curioso que el PP en ningún momento interrumpió o solapó a Vox. En este bloque, la polifonía, en sus dos modos, ha estado presente.

En cuanto a las máximas y el principio de cooperación, destacan la de calidad y la de modo. La primera no se cumple cuando los debatientes utilizan pruebas que no se ajustan del todo a lo adecuado y, también, cuando afirman cuestiones que o son falsas o son medias verdades. En cuanto a la máxima de modo, hay ambigüedades en algunas de las afirmaciones de los participantes.

Respecto a la retórica hay repeticiones y énfasis. También, estas repeticiones y elementos enfáticos se complementan con la gestualidad concretada en los deícticos gestuales y las expresiones faciales. En cuanto a la persuasión, vemos que el *ethos* de los debatientes se focaliza en la capacidad que tienen para hacer creíbles sus argumentos y convencer, *pathos*, a los futuros votantes y que se tienen que sustentar en su *logo* para lo que utilizan datos y estadísticas, las cuales, en algunas ocasiones son coincidentes con datos conocidos y publicados por instituciones que los proveen, y en otros no responden a ellos o no son coincidentes.

5. El debate a tres: análisis y resultados¹⁰

Este debate de los candidatos a la presidencia del gobierno se celebra, tal y como hemos indicado, tuvo lugar el jueves 20 de julio de 2023 y fue emitido en directo a las 22h por RTVE. Su duración fue de una hora y media y moderado por Xabier Fortes, periodista de RTVE.

¹⁰ Se sigue para este apartado, la síntesis del debate presentada por RTVE en: <https://www.rtve.es/noticias/20230720/debate-electoral-definitivo-tres-rtve-directo/2452305.shtml>



Fuente: RTVE



Fuente: EFE, Juanjo Martínez

Los candidatos a la presidencia del Gobierno, (i-d) Santiago Abascal, Yolanda Díaz y Pedro Sánchez, antes del inicio del debate electoral que se celebra este miércoles en Madrid.

Se estructuró en tres bloques y el minuto final, llamado “minuto de oro”. Los temas de cada uno de los bloques fueron, para el primero, economía, empleo, fiscalidad y Europa; para el segundo, políticas sociales en educación, sanidad e igualdad; para el tercero, pactos postelectorales. Concluirá el debate con un turno final de un minuto, el llamado “minuto de oro”.

Las intervenciones contendrán un primer espacio para que los candidatos puedan exponer sus propuestas y a partir de ese momento pueden debatir entre ellos. El orden de intervención para este turno lo iniciará Vox y lo cerrará el PSOE.

Par este apartado, se reproducirá el momento inicial y, a continuación, se mostrarán extractos de las diferentes intervenciones en los distintos bloques. También, se reproducirá el minuto final.

Se inicia el primer bloque, centrado en economía, empleo, fiscalidad y Europa, con la intervención del líder de Vox, Santiago Abascal, que mira y sonríe al moderador mientras éste le formula la pregunta que abre el bloque. Cuando inicia su intervención su mirada se dirige a la cámara. Saluda y da las buenas noches y afirma:

Muy buenas noches. Vamos a asistir en directo a lo que ha definido esta legislatura y este gobierno durante cuatro años, las mentiras del señor Sánchez. En esta primera parte sobre economía veremos cómo tratan de confundirnos con un empacho de datos económicos convenientemente seleccionados manipulados o directamente falsos y, además, veremos cómo se producen interrupciones, calumnias y excusas en materia económica todo con el gran objetivo de sostener la gran estafa que lleva perpetrando contra sus propios electores durante estos cuatro años. Frente a eso yo voy a hablarles de los hechos, de los hechos que ustedes conocen y de los hechos que ustedes padecen. El primero, que los españoles se han empobrecido durante estos cuatro años y, el segundo, que el señor Pedro Sánchez ha destruido parte de la riqueza de España derribando centrales térmicas cuando las familias no podían pagar la luz, esto lo negará también; dinamitando presas en mitad de una sequía, esto también lo negará. Será más difícil que niegue el hecho de que han prohibido en el congreso de los diputados la exploración de recursos naturales en un momento que los españoles estamos ahogados por la deuda. Estos son los hechos económicos de este gobierno ustedes los conocen ustedes los padecen y ni todos los trucos del mundo podrían ocultarlos Por eso ahora veremos excusas, interrupciones y mentiras.

Su tono es contundente, da por supuesto que el contrincante político mentirá en su intervención, por lo que le atribuye su falta a la verdad. Avanza que habrá interrupciones de los otros debatientes y, sobre todo, mentiras. Aquí, el Locutor hace, por una parte, de Destinador cuando enumera (hacer-saber/mostrar, afirmar) en su enunciado el desastre que en economía ha hecho el presidente en funciones y su gobierno y, por otra, de Sujeto (querer-ser y querer-hacer), investido de la verdad que hace gestos deícticos hacia los otros dos debatientes, mira en momento a los papeles que tiene en el atril. Sus ilocuciones son judicativas (condenar, valorar, determinar, caracterizar), ejercitativas (afirmar, advertir, revocar), comportativas (proponerse, tener la intención, garantizar) y compromisorias (criticar, invitar, retar, desafiar) y también polifónico y referencial.

Por su parte, Yolanda Díaz, líder de Sumar, mira al moderador e intercala con miradas a la cámara. Da las buenas noches y agradece a la televisión pública la organización del debate. Su intervención es la siguiente:

Buenas noches. En primer lugar, gracias a la televisión pública por facilitar este debate y yo quiero hacer una declaración de intenciones. Quiero hablar de los problemas de la ciudadanía. Miren ustedes se van a encontrar aquí tres propuestas. Se van a encontrar la propuesta del señor Feijóo y del señor Abascal que nos quieren hacer retroceder en el mundo del trabajo y de la economía 50 años atrás. Y lo digo porque señor Feijóo y el señor Abascal que representan exactamente lo mismo, aquí está representado por el Señor Abascal pues, fíjense quieren que una limpiadora, por ejemplo, trabaje hasta los 70 años, quieren privatizar las pensiones públicas o quieren, el señor Feijóo y el señor Abascal, implantar la mochila austríaca en nuestro país; van a ver una segunda propuesta que dicen que las cosas están bien que hemos de conformarnos con lo que tenemos. Yo voy a defender la propuesta de Sumar que lo que queremos es ganar derechos. Queremos vivir mejor y para vivir mejor planteamos tres ejes en esta primera parte. Tenemos que vivir mejor industrializando nuestro país y generando miles de puestos de trabajo verdes; tenemos que vivir mejor subiendo los salarios, subiendo más el salario mínimo y reduciendo la jornada laboral y, también, tenemos que vivir mejor teniendo una fiscalidad que sea justa. Fíjense en España hay privilegios. La fiscalidad no es justa. Un pequeño autónomo, una peluquería, tributa el 17,5%, una gran empresa lo hace al 3,8%. Ustedes saben que me gustan los datos. Yo hoy me voy a centrar en las soluciones para la cesta de la compra los alquileres y las hipotecas en mi país.

Su tono es también contundente, domina el verbo y la enunciación, es clara y propositiva en su enunciado. En todo momento se dirige a los electores y los implica en su enunciado, salvo en aquellos momentos que utiliza deícticos gestuales cuando señala al líder de Vox. Proporciona datos y hace propuestas sobre lo que su formación quiere hacer en relación con ganar derechos. También, indica que hay tres propuestas a elegir, la que representan Núñez Feijóo (PP) y Abascal (Vox), que en todo momento ha identificado como la misma, basado en que quieren hacer retroceder la economía española en 50 años, la propuesta de Sánchez (PSOE) “que dice que las cosas están bien”, y la de Sumar, aboga por ganar derechos. Sus acciones ilocutivas son, fundamentalmente, judicativas (diagnosticar, condenar, valorar, determinar, caracterizar, establecer), ejercitativas (afirmar, fallar, reclamar, advertir), expositivas (afirmar, observar, informar, testificar, interpretar), compromisorias (comprometerse, proponerse, tener la intención, garantizar, defender, apoyar) y comportativas (agradecer, criticar, retar, desafiar).

Inicia su turno Pedro Sánchez dando las buenas noches y la enhorabuena a la televisión pública por organizar el debate. Mira al moderador y luego a la cámara.

Buenas noches y enhorabuena también a la televisión pública por celebrar este debate. Éste es el último debate que vamos a tener antes de las elecciones y me gustaría aprovechar para reconocer el esfuerzo de todos los españoles y españolas que han desarrollado durante estos difíciles años que nos ha tocado vivir, porque todo recordamos como empezó esta legislatura. Esta legislatura empezó con una pandemia con los profesionales sanitarios dejándose el alma, la gente confinada en sus casas, los aplausos en los balcones, el gobierno buscando mascarillas, respiradores por todas las partes del mundo, al tiempo que lo que hacíamos era proteger a los trabajadores, a los autónomos, a las pequeñas y medianas empresas. Y los otros, caceroladas y diciendo que un gobierno democrático es un gobierno ilegítimo. Pero lo superamos y llegó la vacuna y nos convertimos en líderes mundiales de la vacunación y los otros antivacunas y negacionistas, y lo superamos. Y llegó la guerra y con la guerra lo que llegó fue un alza de los precios del coste de la vida, de los precios de la energía, de los precios de la luz y, otra vez, de nuevo, intentando boicotear la solución ibérica, los fondos europeos, oponiéndose a todo, a la subida del salario mínimo interprofesional, a la revalorización de las pensiones. Ahora dicen con desfachatez que ellos han apoyado la revalorización de las pensiones, pero no es verdad es una auténtica mentira. Y así llegamos a estas elecciones y tenemos que elegir. Y hay que optar. O optamos por aquellos que hemos estado trabajando día y noche durante estos últimos cuatro años para proteger a la gente, o damos la razón a aquellos que lo único que han hecho ha sido destruir y ahora mentir.

Su tono también es contundente y con autoridad. Defiende la gestión de su gobierno y con ello responde a lo expuesto en el discurso de Vox. Aquí hay ilocuciones judicativas (diagnosticar, condenar, valorar, determinar, caracterizar, establecer), ejercitativas (afirmar, fallar, reclamar, advertir, anunciar), expositivas (afirmar, observar, informar, testificar, interpretar), compromisorias (comprometerse, proponerse, tener la intención, garantizar, defender, apoyar) y comportativas (agradecer, criticar, retar, desafiar). Sánchez utiliza la repetición y la reiteración en la defensa de las políticas realizadas por su gobierno, que le sirven para enfrentarlas a la serie de reiteraciones sobre la reacción de la oposición a la que critica.

Terminado este primer turno de inicio del bloque, se destacan algunos pasajes en los que los debatientes se replican entre ellos. Hay un tándem entre Sumar y PSOE frente a Vox, donde incluyen al ausente PP y su líder Núñez Feijóo al que dicen que, en su ausencia, está representado en ese debate por Vox.

Respecto a esta última afirmación, Abascal dice que el PP es más coincidente con las políticas económicas del gobierno que Vox e insiste en definir al gobierno como despilfarrador, el más caro de la historia y que apuesta por el gasto destructivo. A ello, Pedro Sánchez le dice que Vox no tiene ninguna solución para los trabajadores del campo, la ganadería o la pesca del país. Les acusa de negar la evidencia científica (se refiere al negacionismo, por ejemplo, sobre la vacunación) y el cambio climático y que su gobierno ha aprobado leyes sobre ello. Por su parte, Yolanda Díaz, en relación con la afirmación de Abascal sobre que el gobierno ha destruido la economía y que no ha hecho política para los agricultores, introduce un elemento incómodo para Abascal cuando le pregunta si conoce el número de agricultores que trabajan en España, a lo que Abascal le responde que se lo diga ella, que no ha vendido a pasar un examen. Díaz

reitera que Vox coincide con el PP, el cual Abascal representa en el debate. Abascal denuncia que mientras el PSOE y Sumar hablan del fin de mundo, los españoles no llegan a fin de mes e insiste que Sánchez "ha destruido parte de la riqueza de España derribando centrales térmicas, dinamitando presas y prohibiendo la explotación de recursos naturales". Sánchez le responde que no entienden por qué se han opuesto a las ayudas que el gobierno ha creado y defiende la política de gobierno (al igual que Yolanda Díaz) y que aún faltan por hacer más reformas pero que van en la dirección correcta. Yolanda Díaz le responde a Abascal que no han votado ninguna de las leyes propuestas por el gobierno y que el programa de Vox es ir hacia una contrarreforma laboral. Abascal dice que es verdad que no han votado ninguna de las leyes y que cuando se han equivocado es cuando se han abstenido y continúa diciendo que no ha hecho falta porque ha sido aprobada con los votos de Bildu a los que denomina irónicamente fuerza "tan respetable". Sus oponentes le interrumpen y le recuerdan que Bildu votó en contra de la reforma laboral y que Vox votó con Bildu. El líder de Vox le dice a Sánchez que "Bildu no quiere lo mejor para España, quiere que a España le vaya mal y por eso le apoyan a usted". Y ha asegurado que "la gente trabaja muchas menos horas, tiene salarios más bajos, no puede pagar un alquiler o una vivienda y condena a los jóvenes a no poder tener una familia". Reiteración por parte de Sánchez y Díaz sobre que ambos partidos, el PP y Vox, han votado siempre en contra de apoyar las pensiones. Díaz advierte a Sánchez que Sumar tiene una línea roja sobre no ampliación de la edad de jubilación. Sobre la eliminación de impuesto que Abascal considera injustos para lo que aboga por eliminar el gasto político y los "lobbies ideológicos".

En este pasaje, el debate ha sido fluido y se da una coincidencia entre los debatientes del PSOE y de Sumar que en varios momentos se han mostrado de acuerdo con las exposiciones defendidas por cada una de sus formaciones. También, en el ataque al oponente, Vox. Por su parte, este últimos, ha insistido en los ataques a las políticas desarrolladas por el gobierno sobre economía, empleo, fiscalidad y medioambiental dóciles e incondicionales con las políticas europeas.

Se inicia el segundo bloque Políticas sociales: educación, sanidad e igualdad. Lo abre Sumar y lo cierra Vox.

En este segundo bloque ha habido de nuevo dos bloques diferenciados: por un lado, PSOE y Sumar, y por el otro, Vox. Se vuelven a dar las mismas alusiones sobre la ausencia del PP el cual, para el PSOE y para Sumar, está representado por Vox.

El discurso es fluido y ágil y se dan interrupciones. Muchas las realiza la líder de Sumar hacia el líder de Vox. Asimismo, en este tramo del debate, los debatientes se miran e increpan entre ellos y se mira poco a la cámara. Los temas más debatidos los constituyen la sanidad y los tiempos de espera que conduce hacia la privatización de la sanidad pública y ampliación de servicios sanitarios (Argumento defendido por Sumar), los vinculados al medioambiente y los problemas de la sequía (aquí afirmaciones del líder de Vox sobre la destrucción por parte del gobierno de presas y pantanos) y la igualdad, fundamentalmente basada en la violencia de género, aunque también, alguna referencia a colectivos como puedan ser el LGTBI. Abascal, en varios tramos de su intervención, insiste en la idea de que el gobierno está destruyendo presas y pantanos en un periodo de plena sequía. Hace una dura crítica sobre la política fiscal del gobierno e insiste, de manera reiterada en diferentes partes de su intervención, en que esas medidas

han hecho que muchos españoles no lleguen a fin de mes, no se puedan pagar un alquiler, que se trabaja menos horas, que los trabajadores que precisan transporte tienen problema por la subida de los carburantes. Tanto Sánchez, como Yolanda Díaz, le recriminan que Vox y el PP han votado en contra de todas las leyes sociales propuestas por el gobierno y aprobadas en el parlamento y hacen una enumeración de estas.

Sobre el tema de la violencia machista y la igualdad, se abre un duro debate ante las afirmaciones de Abascal que acusa al gobierno diciendo que la "libertad y la seguridad de las mujeres ha sido puesta en peligro por este Gobierno" y afirma que es una "ideología que es perniciosa y que borra a la mujer que es la ideología de género han aprobado tres leyes inspiradas en esa ideología que es la ley trans, la ley del sí es Sí y la ley llamada contra la violencia de género una ley que no reduce los asesinatos de mujeres una ley de coste millonario que no logra combatir de verdad la violencia contra las mujeres". Se refiere a la cantidad de violadores que llama monstruos y que por la aplicación de la *ley de solo sí* han sido puestos en libertad y que, en su opinión, volverán a reincidir. Sánchez le responde que Vox siempre defiende a los machistas y que el único partido que se autoexcluyó del Pacto de Estado Contra la Violencia de Género fue Vox. Hay un momento de cierta tensión cuando Yolanda Díaz le dice "Deje de reírse de nosotras" y le muestra una fotografía en la que aparecen dos diputados de Vox de las Cortes Valencianas y le reafirma que "Se están riendo en un minuto de silencio de una mujer asesinada" (le repite en tres ocasiones "era el minuto de silencio, señor Abascal, era el minuto de silencio, señor Abascal, era el minuto de silencio de una mujer asesinada" y continúa "¿Sabe por qué nos matan?, porque somos mujeres y ustedes negando la violencia sobre las mujeres provocan exactamente esto" y concluye "Basta ya, dejen de reírse con nosotras y de jugar electoralmente con las mujeres" y facilita el número de mujeres asesinadas desde 2003 y le dice que la propuesta de Vox consiste en derogar todas las leyes aprobadas en la legislatura anterior sobre la brecha salarial, las pensiones o la violencia y le advierte que "Las mujeres de nuestro país no lo vamos a permitir, ya lo hicimos con Gallardón". Abascal la acusa de "manipular". Sánchez le puntualiza que la igualdad de género "...no es una ideología, es una cuestión de derechos humanos" y le facilita datos sobre el número de denuncias por violencia de género que se presentaron en España en año anterior y el número de denuncias diarias y dice que "usted dice que no existen que son falsas y el señor Feijóo¹¹ dice que es un divorcio duro. Esta es la cuestión. El problema es que tenemos una derecha y una ultraderecha que niegan la violencia machista" y concluye que la única propuesta de Vox son los "odios, insultos y mentiras" y sentencia que "Y por eso van a perder las elecciones ustedes y el señor Feijóo". Se plantea temas sobre sanidad y por parte del PSOE y de Sumar se defiende la sanidad pública y Sumar pide que se amplíen las prestaciones en la sanidad pública. Por su parte, Abascal, insiste sobre la ley trans lo que lleva a otro punto álgido del debate sobre las percepciones de género (mujer-hombre) dado que según su opinión es una ley que confunde a los adolescentes a los que "... además condena a la mutilación a muchas personas, a la mutilación irreversible y les

¹¹ Se refiere al representante de Vox que fue incluido en el Gobierno de la Comunidad Autónoma de Valencia que había sido condenado en la vista seguida en su divorcio a un año de cárcel por quebranto psicológico, coacciones, injurias y vejaciones a su esposa y que Núñez Feijóo calificó de divorcio duro, que los hechos habían ocurrido hacía 20 años y que lo habían hecho dimitir de su cargo en el gobierno valenciano. Posteriormente, este señor formó parte de las listas de Vox para las elecciones generales y es uno de los representantes de Vox en el parlamento español.

condena al tratamiento farmacológico y médico irreversible y hay muchas personas y que han hecho esto impulsadas por la presión de las políticas públicas que después se han arrepentido”. Sánchez interviene y dice que “No que al final se han puesto de acuerdo el Partido Popular y Vox en estas cosas metiendo a España en un túnel del tiempo tenebroso. Hemos retrocedido sin quererlo en cuestión de semanas diez años” y hace una relación de todos los retrocesos en las leyes y derechos hasta 60 años que se han aplicado en las comunidades autónomas y ayuntamientos en los que el PP ha pactado con Vox como consecuencia de los pactos postelectorales de las elecciones de 28 de mayo de 2023 y concluye “... yo estoy convencido de que hay muchísimos ciudadanos incluso gente que vota el partido popular el pasado 28 de mayo que no está de acuerdo con estos pactos a los que está llegando el señor Abascal y el próximo domingo nos vamos a tener que convocar todos a ir a votar y tendremos que decidir lo siguiente si queremos con nuestro voto que España despierte el 24 de Julio en el año 2023 o en el año 1973”. En ese apartado vuelve a intervenir Yolanda Díaz insiste en que la propuesta de Vox es la de derogar todas las “normas que hoy, aún con todos los esfuerzos, nos siguen matando. Dígame una medida para la prevención señor Abascal, una de su programa. No me la puede decir porque no la tiene, pero le digo más, respétenos porque no somos una mercancía electoral”. A continuación, Yolanda Díaz abre el tema de la educación argumenta que:

La educación en nuestro país la educación es la mejor herramienta de igualación social. Es esa herramienta que permite que una hija de trabajadores, como lo soy yo pueda llegar a ser una profesional de la abogacía, o pueda ser ministra en este país. En este sentido desde Sumar lo que defendemos es la mejora de la educación pública en nuestro país. También lo que defendemos es que seamos más europeos y que la segregación muy elevada que hay en España en términos porcentuales se vaya eliminando. Queremos dignificar las condiciones las condiciones del profesorado en la educación pública en nuestro país y hacer una red de comedores con alimentación sana que sea pública y, también, todas las actividades extraescolares que sean públicas y que sean gratuitas. La educación es clave para mejorar la democracia en España para hacernos más iguales y de esto creo que va la vida de la gente el próximo 23 de Julio.

Por su parte, Sánchez habla de la vivienda. Da una serie de datos de la situación de la vivienda y explica que, durante la legislatura, han aprobado la primera ley de la democracia sobre vivienda y expone lo que deben hacer durante la próxima legislatura respecto a este asunto y concluye que “vamos a hacer de la vivienda a la gran causa nacional la próxima legislatura”. Yolanda Díaz le puntualiza que, aunque la ley es muy importante, “ha llegado tarde y muy recortada” y dice que lo que Sumar defiende es

un parque público de viviendas de alquiler social. Lo que defendemos es acabar con políticas fallidas como son las políticas que defendéis vosotros de bonificaciones fiscales que son fallidas a lo largo de la historia de nuestro país y lo que queremos no defender a los fondos buitres. Y sí, limitar el precio del alquiler de manera real en nuestro país y esto sí lo vamos a garantizar vamos a garantizar que lo que está haciendo hoy el Partido Popular y el señor Abascal recurriendo Madrid la ley ante el constitucional no se pueda producir por una sola razón y es que las personas que viven de alquiler tienen riesgo de pobreza en un 50% y pueden estar en emergencia social. Convirtamos la vivienda en un derecho constitucional como dice, justamente, el artículo 47.

Abascal les hace una reflexión sobre que los ha escuchado hablar con atención sobre políticas sociales, sobre viviendas, sobre educación, pero que sobre seguridad no lo han hecho. Se manifiesta sorprendido, pues les dice que hablan como si no hubieran gobernado durante cuatro años y que pareciera que acabaran de llegar y afirma:

El que no ha gobernado durante estos cuatro años he sido, yo señor Sánchez. Me sorprende ver a la izquierda hablar de los trabajadores, mientras durante este gobierno se han destrozado las condiciones de vida de los trabajadores, se han deteriorado los servicios públicos y se les ha condenado a vivir peor que las generaciones anteriores. La seguridad en los barrios más humildes, y más desfavorecidos es peor cada vez, peor por la gente que ustedes han puesto en la calle, por la gente que ustedes traen para las mujeres, para los niños, para los mayores. Se ha roto el ascensor social de la educación, porque ustedes la han desvalorizado y cuando se rompe el ascensor social de la educación perjudican a las personas más humildes. Parece que ustedes no han gobernado, pero ustedes son los culpables.

Durante es pasaje las intervenciones han tenido varias interrupciones. Ha habido en algún momento alguna ironía que emplean en algunos momentos todos los debatientes. Vuelve a existir dos bloques el formado por PSOE y Sumar, frente al de Vox. El líder de esta formación acusa y critica la gestión hecha por el gobierno anterior representado por sus dos oponentes, y por parte de estos últimos, la defensa de su acción de gobierno y la crítica al oponente y al ausente Partido Popular. Los aspectos kinésicos, paralingüísticos, por ejemplo, los tonos empleados como recursos no verbales que apoyan en todo momento al discurso oral, así como, los déicticos gestuales. Las interpelaciones, mayoritariamente, responden a ilocutivos tales como, judicativos (diagnosticar, condenar, valorar, caracterizar, establecer), ejercitativos (exigir, afirmar, advertir, anunciar), también, compromisorias (proponerse, garantizar) y comportativos (criticar, invitar, retar, desafiar). Hay apelaciones tanto dirigidas al interlocutor en el debate, como a los futuros votantes y al partido ausente, el PP y su líder Núñez Feijóo. Otro aspecto destacado de este pasaje es la presencia de la polifonía en su doble vertiente. Sobre la máximas de la conversación y el Principio de cooperación, se observa que la máxima de cualidad aquella que se refiera a que el emisor se debe ceñir a la verdad, se observa que el líder de Vox en su no reconocimiento de la acción de su partido en no apoyar ninguna de las leyes propuestas por el gobierno de la anterior legislatura y en su intento de insistir en aquellos principios ideológicos que le definen, utiliza elementos para los que, aunque tiene evidencias, presenta pruebas que no se ajustan a lo acaecido. Sus oponentes, utilizan datos contrastados y evidenciados. En cuanto a la máxima de modo, aquellas que se refieren a utilizar elección de las palabras o el modo en que se expresan las ideas si bien no se detectan expresiones complicadas por parte de los tres debatientes, en casos no se cumple con la brevedad que requiere esta máxima. La regla de la relevancia, vemos que en el caso del líder de Vox cuando aporta una información nueva, insiste en lo anterior. Igual ocurre en intervenciones de los otros dos debatientes. Sobre la máxima de cantidad, todos la observan en tanto aportan las informaciones necesarias desde la posición que defienden. En cuanto a la retórica, aparecen, entre otras, repeticiones, reiteraciones y énfasis. Desde el punto de vista de la persuasión presente en los argumentos, el *ethos* de los participantes y la manera en la que exponen sus argumentos están orientados hacia los destinatarios de sus discursos, y que son los posibles electores, ya sean los seguidores, los indecisos o

aqueellos otros de otros partidos. Ello se apoya en el *logos*, el cual debe responder a evidencias probadas. En el caso de Vox, hay evidencias de las consecuencias de la aplicación de la ley de solo sí es sí, pues son datos conocidos, en otras afirmaciones de este debatiente, no se ajustan a datos, estudios o estadísticas. En el caso de los líderes del PSOE y Sumar, sus argumentos se encuentran sustentados en evidencias y se aportan datos. En cuanto al *pathos*, se centran en los recursos empleados por los debatientes para lograr adeptos y persuadirlos.

Se inicia el tercer bloque, dedicado a pactos postelectorales. El uso de la palabra lo toma Sánchez que dice que “Hay una evidencia y es que a partir del 23 de Julio solamente hay dos formaciones o dos formas de gobierno Un gobierno de coalición progresista, del partido socialista con el partido de Yolanda Díaz o un gobierno del señor Feijóo con el Señor Abascal y a mí no me duelen prendas en decirlo yo, si puedo, gobernaré con la señora Díaz”. Remarca que, aunque son dos organizaciones diferentes, han trabajado de “manera leal y eficaz” y que cree que “han hecho un buen trabajo”. Pasa a enumerar lo que significa la opción de gobierno conservador formada por el PP y Vox, y enumera lugares en los que se da ese gobierno después de las elecciones autonómicas y municipales del 28 de mayo (la Junta de Extremadura, la Comunidad valenciana, la Junta de Castilla y León, las Islas Baleares y muchos ayuntamientos) y vuelve a hacer notar la ausencia en el debate del líder del partido Popular, Alberto Núñez Feijóo. Cree que su ausencia se debe a “que no puede hacerse cargo de la montaña de mentiras que invirtió en el primer debate”¹² y concluye diciendo que “...al señor Feijóo le da vergüenza comparecer juntamente con su socio, el señor Abascal. A ver no es que le dé vergüenza los votos del señor Abascal que los asume, tampoco se avergüenza de las políticas del señor Abascal que las asume, también, tampoco se avergüenza de gobernar con Vox porque gobiernan con Vox. Al Señor Feijóo le da vergüenza aparecer junto al Señor Abascal. Por eso no está en este debate”.

El moderador le pregunta a Abascal si por alusiones quiere intervenir. Éste inicia su turno y se refiere a Sánchez de la siguiente manera:

La verdad es que a mí también me parece enternecedor escucharle a usted hablar sobre pactos y sobre aquellos que tratan de ocultar sus pactos porque usted llegó al poder hace cuatro años mintiendo a todos los españoles, especialmente a los electores socialistas. Les dijo que no tendrían los comunistas en el gobierno y los metió, les dijo que no incorporaría a Bildu a la gobernabilidad y según su anterior vicepresidente, la ha incorporado a la dirección del Estado. Dijo que no pactaría con los golpistas y les ha indultado, ha indultado a los políticos más corruptos de España. Por lo tanto, escucharle a usted hablar sobre pactos es escuchar uno de los momentos más tristes de nuestra democracia reciente. Muy triste creo que para muchos electores socialistas que se sintieron completamente estafados para usted y además cuando uno accede al poder de esa forma, porque mentir es ilegítimo, no es ilegal no está en el código penal, pero es ilegítimo. Engaña a los españoles conforme a una mayoría las decisiones del parlamento en ese momento, ya no nacen de la expresión de la soberanía popular, nacen de la expresión de una soberana mentira. Lo cierto, más allá de los pactos poselectorales, es que, durante los últimos 40 años, los viejos partidos han tomado decisiones trascendentales, ustedes y el Partido Popular, de espaldas a los españoles. De espaldas a los españoles muchas veces de acuerdo con partidos separatistas y obedeciendo a

¹² Véase nota 3.

burócratas extranjeros que nadie había votado y, lo cierto sobre los pactos postelectorales, porque ustedes están queriendo hacer una coalición que no existe, es que el señor Feijóo, que hoy no está aquí para decirlo, pero no podrá negarlo, porque lo dijo ante todos los españoles en el anterior debate, le ha ofrecido un acuerdo a usted para repartirse el poder, para que el bipartidismo siga decidiendo solito los destinos de España. No solo un acuerdo, le ha ofrecido cinco pactos de estado y yo, esta noche, lo que voy a hacer es plantear un cambio de rumbo total que consiste en que los partidos acepten que tenemos que preguntar a los españoles en su conjunto conforme al artículo 92 de la Constitución sobre cosas que preocupan mucho a los españoles, sobre cosas que no han estado en el debate de esta campaña, sobre cosas que afectan a la seguridad en las calles, a la viabilidad de nuestra economía, a nuestra soberanía energética. Eso es lo que nosotros vamos a proponer para que los españoles sepan que es exactamente lo que estamos defendiendo.

Le interrumpe Yolanda Díaz y le hace una pregunta: “Señor Abascal, ¿ha pedido usted ya disculpas por la acusación que hizo por el asesinato de una mujer en Tirso de Molina, una comerciante?, ¿ha pedido disculpas acusando a una persona migrante?, ¿lo ha hecho ya, ¿ha pedido disculpas ya? “Usted ha mentado” (interrupción de Abascal diciendo que la interlocutora está mintiendo). Sigue Yolanda Díaz “... déjeme decirle. Usted habla de mentiras y le ha mentado a toda España. La persona que asesinó a esa mujer comerciante, ¿sabe de dónde era? de San Lorenzo del Escorial, señor Abascal no era un migrante. Tiene una buena ocasión para pedir disculpas ahora. Pida disculpas, señor Abascal”.

Les responde Abascal:

No se ponga tan agresiva, señora Díaz. Yo mantengo lo que dije en ese mensaje más allá de hacerme eco de una noticia que no era cierta (...) y es que los barrios, y ese barrio como consecuencia de la inmigración ilegal y del tráfico de drogas. Lo pienso yo y las personas que viven en ese barrio (interrupción de Yolanda Díaz “señor Abascal teletipos y Google”) y que nos están escuchando. La inmigración ilegal está degradando esos barrios y los culpables vuelven a ser ustedes que llaman a la inmigración ilegal que hacen a la gente jugarse la vida en el mar y perderla y que les hacen venir aquí (interrupción de Yolanda Díaz “Que pida disculpas que me parecen importantes”), (Abascal: “¿me está dando órdenes a mí, señora Díaz? Cálmese porque viene aquí a dar órdenes”). Están ustedes acostumbrados a eso, porque usted representa la hoz y el martillo, usted representa al peor régimen de la historia de la humanidad, junto con el nazismo, señora Díaz, y están acostumbrados a hablar en esos términos. Y quizá con otros les valía, pero con nosotros no.

Interviene Pedro Sánchez:

Dos comentarios, el primero sobre la inmigración ilegal descendió en nuestro país más de un 25% en el año 2022. Y, en segundo lugar, sobre la seguridad. Decir que hemos recuperado 13.000 policías y guardias civiles que suprimió, precisamente, el Partido Popular cuando gobernaba nuestro país. A lo mejor el señor Abascal prefiere el modelo de seguridad de Estados Unidos de su admirado Trump, con siete homicidios por cada 100.000 habitantes, que son 12 veces más que en España.

Interviene Yolanda Díaz y dice que:



Yo querría hablar en este bloque de pactos, de algunos acuerdos que como país debemos de hacer. El primero de ellos, creo que es un acuerdo muy importante en defensa de las gentes de la cultura de nuestro país. Sí, me dirijo a ellas. Creo que el primer acuerdo que debemos de hacer es un acuerdo por la cultura, señor Abascal y señor Feijóo, libres de censura y a favor de la libertad de la creación artística y defendiendo los derechos de las personas de la cultura en nuestro país. Creo, también, que hay que hacer un segundo acuerdo en el que nunca más, señor Feijóo, representado por Abascal, pueda darse un debate en la televisión pública en el que un candidato que quiere ser presidente al gobierno no está presente. Creo que no puede volver a pasar. Y sí, desde Sumar defendemos la reforma de la ley para que nunca más vuelva a pasar esto. Tiene un buen altavoz, el señor Abascal, pero creo que no es correcto. En tercer lugar, sí creo que tenemos que llegar a acuerdos, Pedro, creo que hay que hacer más cosas. Yo agradezco lo que destacas de la gestión del Ministerio de Trabajo. Yo creo que hay que avanzar más. Tenemos que reducir la jornada laboral, llevamos 40 años con la misma la misma jornada laboral. Tenemos que salir una hora antes del trabajo y tenemos que mejorar los salarios. Digo esto porque no basta con decir que ya tenemos el 60% del salario medio en España y digo, también, algo más, hay que gobernar con diálogo social, lo que ha servido el señor y el señor de la extrema derecha es para cargarse el diálogo social en nuestro país. Sí, en Castilla y León gobiernan ustedes, el señor Feijóo y usted contra las empresas y contra los trabajadores en nuestro país, han hecho desaparecer el servicio de mediación que arregla problemas diarios de las empresas y los trabajadores. Nosotros queremos seguir gobernando como lo hemos hecho, con 18 grandes acuerdos sociales y con diálogo social.

Interviene Sánchez y muestra acuerdo con lo que ha expuesto Yolanda Díaz y afirma:

Yo estoy de acuerdo con Yolanda. Tenemos que avanzar, pero siempre con los pies en el suelo. El señor Abascal, en fin, ha dicho cosas (interrupción de Yolanda Díaz, “Yo los tengo, Pedro, los pies en el suelo”, responde Sánchez, “Sí lo sé, además, te conozco”), pero el señor Abascal, en fin, ha traído a colación el tema de Cataluña. No deja de sorprenderme que el Partido Popular y Vox no se les cae de la boca la palabra Constitución, pero luego se burlan de la Constitución todos los días del año. Bueno ya lo del PP es de nota, porque llevan cinco años incumpliendo el mandato constitucional de renovar el Consejo General del Poder Judicial, para que nos entiendan los telespectadores, el gobierno de los jueces. Y ya en el caso del señor Abascal y su programa electoral, pues en fin es que va contra los principios los valores y algunos artículos de la constitución española. Ustedes, señor Abascal, proponen, por ejemplo, ilegalizar partidos políticos, quieren derogar el estado de las autonomías, que es el título octavo de nuestra Constitución, quieren acabar con las lenguas cooficiales. Mire, nosotros sí creemos en la Constitución española. Somos un partido que formó parte de la redacción de la Constitución española, creemos en la unidad de España, pero no a bofetadas como ustedes dicen o incluso ayer amenazando a Cataluña de nuevo con un artículo 155 mucho más duro que va a traer muchísimos más problemas a la convivencia de nuestro país. No nosotros lo queremos hacer defendiendo la legalidad democrática, pero también, abogando por el reencuentro, por el diálogo, por la negociación y por el pacto. Así es como se conjuró con una administración socialista con José Luis Rodríguez Zapatero, el llamado plan Ibarreche en Euskadi y así estamos haciéndolo desde el gobierno de coalición progresista. Un problema que nosotros no provocamos, que heredamos de la anterior administración del Partido Popular. Su gran solución, pues ya hemos visto cuál es, señor Abascal, lo ha dicho claramente, solucionar el tema catalán a bofetadas. Y, mire, no nos engañemos, el Partido Popular y Vox lo que hacen es defender una España muy pequeña en la que solamente caben ustedes y aquellos que piensan como ustedes. El problema es que el Partido Popular y Vox son un tándem, son un dúo contrario a la

convivencia entre españoles. Y ayer usted lo dejó meridianamente claro al amenazar con un 155 duro que va a intervenir la autonomía de Cataluña.

El moderador interviene y dice que parece claro que hay un pacto postelectoral en el bloque de izquierda dado que se llama por el nombre de pila Yolanda y Pedro, y pregunta a Abascal si hay pactos. Éste responde: “Sí, yo al señor Feijóo, que llamo por el apellido, eso tengo que decir que les ha ofrecido un pacto a ustedes, no a mí. De hecho, está diciendo que no quiere pactar con Vox y, de hecho, yo quiero hablar sobre la Constitución ¿no le parece eso curioso?” (refiriéndose a Sánchez). Por su parte, Sánchez responde:

No la verdad. El Partido Popular en la Junta de Extremadura llega a un acuerdo con ustedes para que no gobierne el Partido socialista en la Comunidad valenciana. ocurre otro tanto de lo mismo no son segunda fuerza, pero sí la primera las islas baleares en Castilla y León, en cientos de ayuntamientos. Hombre, yo creo que el Partido Popular tiene una curiosa estrategia y es siempre defender no la lista más votada, sino que siempre gobierna el partido popular luego ya los caminos son inescrutables, pero siempre pasan por usted, señor Abascal y por Vox, y bien lo sabe el señor Feijóo que no viene aquí porque le da vergüenza comparecer conjuntamente con usted.

Responde Abascal:

Bueno, pues como no viene, no hablaré yo de él, que no puede defenderse, pero sí voy a hablar de usted porque me ha parecido maravilloso verle convertido en el adalid de la defensa de la Constitución y decir que Vox está en contra de la Constitución. Vox está a favor del cumplimiento de la Constitución, pero plantea su reforma en muchos aspectos, a través de los mecanismos de reforma, no como sus socios golpistas en Cataluña que quieren destruirla destruyendo nuestra unidad nacional. Pero digo que es maravilloso verle a usted defender la Constitución porque es usted y no yo, el que tiene una sentencia en su contra del Tribunal Constitucional diciendo que usted ha vulnerado hasta seis artículos de la Constitución durante la aplicación del estado de alarma y no artículos banales, artículos que tienen que ver con las libertades de los españoles, con la libertad de circulación, con el trabajo, con el estado de alarma. Es decir, con los derechos y libertades fundamentales, precisamente, porque yo no quiero que los viejos partidos (interrupción de Yolanda Díaz o de Sanchez), señor Sánchez, déjenme concluir que yo no le estoy interrumpiendo. Yo creo que, precisamente, para que los viejos partidos dejen de decidir de espaldas a los españoles y apelando al artículo 92 de la Constitución que permite consultarles, podríamos llegar al acuerdo de consultarles sobre algunas cosas que nunca se les han preguntado. Han dicho que estamos terminando con los sindicatos y con la patronal en Castilla León, lo que ustedes no pueden obviar es que hay muchos ciudadanos en Castilla-León que están muy contentos de que, por fin, se hayan reducido las subvenciones a las organizaciones patronales y a los sindicatos (interrupción de Yolanda Díaz “eso no es verdad”) y déjeme acabar si no le importa. Entonces nosotros lo que queremos es preguntar a los españoles, por ejemplo, si están a favor de la reducción paulatina de las subvenciones a partidos, a sindicatos, a organizaciones patronales y asociaciones ideológicas de todo tipo (interrupción de Yolanda Díaz “¿van a renunciar, señor Abascal a los 10 millones de euros de financiación de su partido?) y queremos preguntarles, también, si están a favor de la recuperación de las competencias de educación, de sanidad y de Justicia para que los españoles seamos iguales en todo el territorio nacional. A los españoles hay que preguntarles sobre muchas cosas. Y, por supuesto, que nosotros deseamos que ningún partido, ni siquiera nuestro tenga

subvenciones públicas, pero no vamos a venir a este debate y a esta contienda electoral con las manos atadas detrás de la espalda a competir con ustedes y con su uso fraudulento de las instituciones. Usted, señor Sánchez, viene de la OTAN, viene de Bruselas y le ha tenido que llamar la atención la Junta electoral central porque ha utilizado como mítines de partido, en su calidad de presidente de turno de la Unión Europea, de presidente del gobierno, la neutralidad (interrupciones de Sánchez) no lo he dicho yo, lo ha dicho la Junta electoral central, con los tribunales, con el Consejo General del Poder Judicial, con el Tribunal de Cuentas absolutamente con todos. Tápense ustedes las vergüenzas.

A continuación, Díaz responde a Abascal:

Señor Abascal, su propuesta está fuera de la Constitución. Los agentes sociales están en el artículo siete de la Constitución y lo que están haciendo ustedes y Facebook en Castilla y León es inconstitucional (...) Señor Abascal es muy grave que diga aquí lo de la financiación de los partidos políticos. Usted que recibe 10 millones de euros. Sea coherente renuncie a las mismas. Pero sí que quiero intervenir en este bloque acerca de la política de pactos. Aparte de los acuerdos sociales que he dicho, nosotros somos claros, queremos y pedimos el voto para Sumar porque es la fuerza decisiva para que tengamos sí, un gobierno de coalición progresista y yo voy a gobernar con Pedro Sánchez ¿Para qué? para seguir ganando derechos. Somos una fuerza que en el gobierno hemos demostrado que hemos hecho políticas que nunca se habían hecho en España y, sí, queremos tener la posibilidad de avanzar en derechos, pero que, además, solo sumamos así. Y pido, también, la reflexión a la gente que tenga dudas, porque nos estamos disputando la tercera posición y el señor Abascal va a ser vicepresidente si le dan la mayoría del señor Feijóo, y ya los vemos lo que hacen, ¿se imaginan ustedes?, se han pedido el Ministerio de Educación. ¿Pondrían ustedes la educación de sus hijos en manos de ellos?... (interrumpe Abascal negando la afirmación de que se han pedido el Ministerio de Educación) ... Yo soy clara. Quiero un gobierno que siga avanzando en derechos y lo vamos a hacer y vamos a gobernar mejor por la vida de nuestros hijos y de nuestras hijas. Señor Abascal ¿usted cómo se siente? (responde Abascal “me siento muy bien”) ¿cómo se siente con la posibilidad de tener una persona que va con usted, el señor Feijóo? no sé, qué tiene en su pasado el haber de unas imágenes y unas relaciones con un narcotraficante. ¿Cree que esto es normal en una democracia solvente sabe usted?

Responde Abascal:

Una persona que no está y usted le ha acusado directamente (lo interrumpe Yolanda Díaz y le dice “le pregunta a usted qué le parece a usted esto”) A mí me parece que usted tiene fotos gravísimas apoyando a Hugo Chávez, apoyando a dictaduras, apoyando la ruina de Venezuela y, además, me parece que el señor Sánchez le ha metido en el gobierno, es serio por culpable. Yolanda Pedro siguen llamándose así con mucho cariño. Es usted culpable (se refiere a Sánchez) de haber metido el comunismo en el gobierno. La excepción ibérica es que usted tiene ministros comunistas y se pasea por Europa diciendo que hay un problema con Vox, cuando a Vox le apoyan tres gobiernos y varios más donde gobiernan nuestros socios. Cuando usted dice que en Europa hay un problema con Vox ¿a qué se refiere? porque Suecia, Finlandia, Italia, Polonia, Hungría hay cada vez más naciones europeas donde hay mayorías sociales y patrióticas que quieren defender la soberanía de los estados dentro de una Unión Europea que coopere libre y voluntariamente.

Le responde Sánchez:

Se ha extendido mucho, pero no ha respondido a las preguntas de la señora Yolanda Díaz. ¿Para qué sirve Europa? Yo creo que los telespectadores lo saben bien después de esta legislatura con una pandemia donde peleamos desde el gobierno de España precisamente para que hubiera una compra conjunta de vacunas, esas vacunas a las cuales usted siempre se ha opuesto y sus dirigentes antivacunas. Europa sirve para eso, para responder a desafíos comunes con herramientas comunes. Lo hicimos frente a la pandemia con esa compra conjunta de vacunas, lo estamos haciendo con los fondos europeos, también para hacer frente a la transición ecológica, que no es fanatismo, es evidencia científica señor Abascal, como también la transformación digital. Lo estamos haciendo, también, para defender la igualdad real y efectiva entre hombres y mujeres y lo estamos haciendo, también, para defender una perspectiva humanista del fenómeno de la migración. Y mire, yo se lo digo con toda franqueza yo, en fin, hablo con dirigentes europeos hablo con dirigentes internacionales. Un gobierno del Partido Socialista con Sumar es un gobierno profundamente europeísta, encarnado absolutamente en los valores, los principios y los objetivos del proyecto europeo y un gobierno del Partido Popular con Vox, le puedo garantizar que es contrario a los principios y a los intereses de Europa. Sería, no solamente un retroceso para España sino, también, un serio golpe, un serio revés para el proyecto europeo, sí.

Yolanda Díaz interviene y expone lo siguiente:

Yo pido el voto para Sumar, como les decía, porque disputamos en muchas circunscripciones la tercera posición con los señores de Vox, los señores que nos quieren conducir a las mujeres, pues a 50 años atrás, los señores que quieren que retrocedamos en los derechos y, sí, pido directamente concentrar el voto en Sumar para revalidar el gobierno de España y, sobre todo, para que garanticemos democráticamente que las políticas del Abascal van a formar parte de la oposición. Están dañando la democracia en nuestro país, señor Abascal, están dañando a las mujeres, están dañando a las personas LGTBI, están dañando a los trabajadores y a los empresarios. Y, en este sentido, pues creo que no es correcto. Y respecto de las posiciones europeas, sí somos europeístas, lo hemos demostrado, hemos estado por primera vez en la vanguardia de Europa y queremos una Europa más social, más feminista y más ecologista que nunca.

Abascal responde:

Es evidente que estamos en profundo desacuerdo. La gran diferencia entre ustedes y nosotros es que nosotros queremos y nos atrevemos a preguntar a los españoles sobre asuntos de relevancia pública apelando al artículo 92 de la Constitución. Ustedes no quieren preguntar, ni por las subvenciones a los partidos, ni por la recuperación de competencias. Nosotros queremos preguntar por todo eso, pero, también, por el problema de inmigración y de seguridad. Queremos preguntar a los españoles si están a favor de la repatriación inmediata de los inmigrantes ilegales y, también, de la deportación de aquellos inmigrantes legales que cometen delitos graves o delitos leves de manera reiterada. Queremos preguntarles, también, si están a favor de un plan hidrológico nacional que interconecte todas las cuencas y que permita la extensión del regadío en España y una mayor prosperidad para nuestros compatriotas y para nuestro campo y nos gustaría preguntarles, también, si están a favor de derogar las leyes climáticas que ustedes aprobaron en el congreso que atacan la vida en el campo, que desindustrializa en España al servicio y a la orden de agendas globalistas como la 2030 y que impiden el acceso recursos. Estoy convencido de que muchos votantes socialistas que no nos podrán votar por otras cosas, nos apoyarían.



Interviene Pedro Sánchez:

A ver, yo creo que los españoles tienen que saber que la presidenta de la Comisión Europea, que pertenece al Partido Popular europeo, y que es alemana, se reúne con todos los grupos parlamentarios en el Parlamento Europeo con los socialistas, con el partido de Yolanda Díaz, con el partido de los liberales y también con el partido popular. Hay un partido con el que no se reúne nunca desde el inicio de su mandato, el partido de la ultraderecha de Vox. En fin, usted no cree en la Comisión Europea. No creen en la ciencia. El vicepresidente de Castilla y León ha llegado a decir, señor Abascal, esto es gravísimo, delante de estudiantes que se tienen que cuestionar si el CO2 es un gas contaminante, en un país donde mueren miles de personas al año, precisamente, por la calidad del aire y lo malo es que ustedes van arrastrando al Partido Popular en este negacionismo climático y lo he dicho en el primero de los bloques, señor Abascal, negar la evidencia científica sobre la emergencia climática, no solamente es ignorante, es que es una actitud suicida y es un atentado contra los jóvenes, y yo, desde luego, como presidente del gobierno no voy a aceptar el que se deje a nuestros jóvenes un planeta completamente arrasado.

El moderador dice que pueden tener unos segundos más de intervención para aclaraciones o respuestas ante de finalizar el tercer bloque.

Interviene Yolanda Díaz:

Sí, lo que le quiero decir al señor Abascal y al señor Feijóo ausente porque coinciden en el programa, que lo que estamos es en contra de las devoluciones en caliente, señor Abascal y lo que queremos es una política migratoria justa en nuestro país y queremos reformar, Pedro, la ley de extranjería y el reglamento de extranjería y sabe qué queremos también, que los 500.000, las 500.000 personas irregulares que tenemos en España, las regularicemos para que tengan derechos, para que puedan trabajar con dignidad, para que puedan vivir mejor en nuestro país. Queremos un país mejor y sí, estamos en contra de la barbarie que ustedes representan porque el cambio climático existe y por eso es verdad que la primera decisión que tomamos en el gobierno fue declarar la emergencia climática. La ola de calor no es una invención señor Abascal, no lo es, está matando vidas, más de 11.000 personas y esto es una cosa muy seria.

Interviene Sánchez:

A ver, sobre la migración, si uno mira el mapa de entradas de migración irregular por el Mediterráneo, la única ruta en la que está reduciéndose el flujo de migración irregular es el Mediterráneo occidental, que es España, no, es Italia señor Abascal, gobernada por la señora Meloni y no es, tampoco, el frente Oriental, es el Mediterráneo occidental y eso tiene mucho que ver con una política de migración, con la colaboración con los países terceros, los de entrada, los de tránsito y los de origen.

Interviene Yolanda Díaz:

Bueno, yo por terminar no creo que estas elecciones son muy importantes para nuestro país nos jugamos la próxima década y es verdad que estas elecciones el 23 de Julio elegimos Un gobierno iba por bloques yo defiendo el bloque de sí de los derechos de la Democracia de la dignidad de la ecologismo del feminismo creo que es adecuado seguir avanzando en nuestro país la alternativa es que el señor Abascal sea vicepresidente de Feijóo y sigan haciéndonos retroceder o llevarnos a un país que no existe España no es

esto por tanto les pido si el voto a favor de sumar para evitar que el señor Abascal sea vicepresidente en el gobierno.

Este último bloque ha sido muy dinámico. Se dan muchas interpelaciones. Hay mucha coincidencia y complicidad entre PSOE y Sumar y, al mismo tiempo, Vox es el oponente de estas dos formaciones. Responde a la oponente de Sumar en varias ocasiones en las que ésta lo interpela, aunque el oponente principal de Vox es Pedro Sánchez y el PSOE. También, el gobierno de coalición. Desde el inicio se ve que hay pacto postelectoral entre el PSOE y Sumar. Los líderes de estos dos últimos partidos mencionan al líder ausente del PP, Alberto Núñez Feijóo, las políticas de cual no diferencian de la Vox, sustentado sus argumentos en los pactos que han hecho estas dos formaciones políticas después de las elecciones autonómicas y municipales. En este sentido, cumplen con el *ethos* y el *logos*, no así el líder de Vox que no se ajusta a las condiciones de esta ley de la argumentación persuasiva. A su vez, las máximas conversacionales aquí presente responden a la de calidad y a la de modo, las cuales se cumplen en partes de los enunciados hechos por los debatientes. En cuanto a las críticas, estas aparecen tanto en el tándem formado por PSOE-Sumar hacia el oponente, Vox, como de este hacia los otros dos líderes. Las interpelaciones, mayoritariamente, responden a ilocutivos judicativos (diagnosticar, calcular, condenar, valorar, determinar, caracterizar), ejercitativos (exigir, afirmar, reclamar, advertir, anunciar), expositivos (afirmar, preguntar, corregir, interpretar), también, compromisorias (proponerse, tener la intención, garantizar, estar de acuerdo, adherirse, defender.) y comportativos (criticar, declararse ofendido, elogiar, retar, desafiar). Hay apelaciones tanto dirigidas al interlocutor en el debate, como a los futuros votantes y al partido ausente, el PP y su líder Núñez Feijóo. Aparecen reiteraciones, énfasis, apelaciones.

En el último bloque, Minuto final (“minuto de oro”), el orden de las intervenciones será de menor a mayor representación parlamentaria: lo iniciará Yolanda Díaz (Sumar), seguirá Santiago Abascal (Vox) y lo cerrará Pedro Sánchez (PSOE).

Yolanda Díaz interviene y afirma lo siguiente:

Sé que hay muchas personas que estáis preocupadas, pero España es mucho mejor que ellos y no vamos a volver al pasado para mirar al futuro. Te necesitamos a ti para seguir subiendo los salarios y reducir la jornada. Te necesitamos a ti para luchar contra el cambio climático. Te necesitamos a ti para tener alquileres justos. Te necesitamos a ti para poder amar sin miedo. Te necesitamos a ti para tener culturas sin censura. Te necesitamos a ti. Es por ti, es por los trabajadores, es por las personas autónomas, es por la juventud, es por la generación de mi padre, pero, también, por la generación de mi hija, es por las mujeres libres. El próximo domingo vota por ti.

Es el turno de Vox, interviene Santiago Abascal:

Hemos visto lo que les anunciaba al principio excusas insultos y mentiras de un gobierno que quiere ocultar la realidad que somos más pobres, menos libres y que estamos más divididos. Como muchos de ustedes, yo quiero poner fin a este gobierno. Pero no basta con echar a Pedro Sánchez hay que derogar todas las políticas que nos han traído hasta aquí. Ustedes saben que solo Vox se atreve al cambio de rumbo necesario para proteger nuestra economía, nuestras familias, nuestras fronteras, para defender nuestra industria,

nuestro campo y nuestra Libertad. Para defender los intereses de todos los españoles sin distinción, para que todos juntos decidamos y seamos consultados sobre aquello que a todos nos afecta y para que nunca más se vuelvan a tomar decisiones a espaldas de los españoles. Muy buenas noches y viva España.

Cierra este último turno Pedro Sánchez:

Hace cuatro años pedí su voto para dignificar las pensiones y lo hicimos y ahora pido su confianza para blindar las pensiones del futuro. Hace cuatro años pedí su voto para crear el ingreso mínimo vital, para crear más y mejores empleos y lo hemos hecho y ahora pido su voto para que podamos avanzar hacia el pleno empleo. Pedí su voto para crear el ingreso mínimo vital, para aprobar la primera Ley de lucha contra el cambio climático, también para probar una ley de muerte digna. Todo eso lo hemos hecho a pesar de una pandemia y en plena guerra. Esta noche les pido el voto para que ganen las mujeres y pierdan los machistas, les pido el voto para que gane la ciencia y pierdan negacionismo, para que gane la cultura y pierda la censura, para que gane la convivencia y pierda el odio, para que ganen los aplausos y pierdan las caceroladas, para que gane la verdad y pierda la mentira, para que gane el respeto y pierda el insulto les pido el voto para el partido socialista. Adelante.

Este último bloque es fundamentalmente apelativo. Los debatientes se dirigen a sus posibles votantes. Tienen contenidos propositivos, que observamos sobre todo en la líder de Sumar, aunque también en los otros dos líderes. En todo caso, hay argumentos sustentados en la diferenciación entre los oponentes políticos. Así, hacen sus propuestas y apelaciones y las defienden frente a la crítica a las políticas del otro contrincante político. Muy claro en líder de Vox frente a sus oponentes políticos y de estos frente a las propuestas y discursos del líder de Vox.

6. Conclusiones generales

Dado que el análisis anterior ha sido detallado, en este apartado se recuperan únicamente algunas ideas conclusivas generales de los dos debates analizados.

Pedro Sánchez (PSOE) y Yolanda Díaz (Sumar) muestran sintonía y Santiago Abascal (Vox), defiende sus propuestas a partir de la crítica a las de sus adversarios.

El tono general del debate es duro, pero guardando las formas. A momentos ha sido crispado en las interpelaciones.

Los elementos que acompañan a los discursos de los debatientes se mueven entre la ironía, la crítica, el enfrentamiento y, también, la descalificación de las propuestas del otro oponente político. Aparte de la ya citadas, entre otras figuras retóricas, destacan reiteraciones, redundancias, antítesis, anáforas, énfasis, la antítesis.

En general las máximas seguidas y, en ocasiones, vulneradas, han sido la calidad y la de modo.

Las enunciaciones han estado apoyadas por recursos de la comunicación no verbal como puedan el tono, los gestos, las miradas y la gestualidad deícticas. Ha habido también interrupciones. Destaca el uso de la doble polifonía.

En general, las ilocuciones, de acuerdo con lo dicho, son fundamentalmente, judicativas, ejercitativas y compromisorias, también, en algunos pasajes, comportativas.

Referencias bibliográficas

- Austin, J. L. (1971). Palabras y acciones. Cómo hacer cosas con palabras. Paidós.
- Bajtín, M. (1989). Teoría y estética de la novela. Trabajos de investigación. Taurus.
- Charaudeau, P. (2020). La manipulation de la vérité. Du triomphe de la négation aux brouillages de la post-vérité. Limoges Lambert-Lucas.
- Dijk, T. A. van (2006). Discourse and manipulation. *Discourse & Society*, 17(2), 359-383
- Domínguez Cortina, R., (2011). Los debates político-electorales televisados en México en la voz de dos generaciones y votantes: un estudio de recepción en el ámbito de la comunicación política. *Global Media Journal México*, 8(15), 98-122.
- Ducrot (1982). Decir y no decir. Principios de semántica lingüística. Editorial Anagrama.
- Ducrot, O. (1986). El decir y lo dicho. Polifonía de la enunciación. Paidós.
- Goffman, E. (1970). *Ritual de la interacción*. Alianza.
- Greimas, A.J. (1973). Les actants, les acteurs et les figures. C. Chabrol y J.C. Coquet (ed.) *Sémiotique narrative et textuelle* (pp.161-176). Larousse.
- Greimas, J.A. y Courtés, J. (1982). Semiótica Diccionario razonado de la teoría del lenguaje. Gredos.
- Grice, H. P. (1975). Logic and Conversation. P. Cole, & J. L. Morgan. (Eds.) *Syntax and Semantics*, Vol. 3, Speech Acts (pp. 41-58). Academic Press.
- Jakobson, R. (1974). La lingüística poética. T. Sebeok (ed.) *Estilos del lenguaje* (pp. 123-174). Ediciones Cátedra.
- Juárez Gámiz, J. (2021). Los debates electorales en la democracia contemporánea. Apuntes para analizar su presencia, función y evolución en las campañas. Instituto Nacional Electoral.
- Knapp, M- L. (1982). *La comunicación no verbal*. Paidós.
- Perelman, Ch. (1970). *Le champ de l'argumentation*. Presses Universitaires de Bruxelles.
- Perelman, Ch. y Olbrechts-Tyteca, L. (1989). *Tratado de la Argumentación: La nueva retórica*. Gredos.
- Porath, W., Ortega Gunckel, C. & Rojas Soto, A. J. (2019). La evolución de los formatos de debates presidenciales en la televisión chilena: 1989-2017: Un caso de especiación. *Comunicación y Sociedad*, e7198. <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7198>
- Sacks, H.; Schegloff, E.A. y Jefferson, C. (1974). A simplest systematic for the organization of Turn-taking for conversation. *Laguage*, 50, 696-735.
- Searle, J. (1980). Actos de habla. Ensayo de filosofía del lenguaje. Cátedra.
- Velázquez, T. (1992). Los políticos y la televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al dialogo televisión. Ariel.
- Velázquez, T. (2000 [2015]). Televisión y elecciones presidenciales 2000 en España. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 44 (180), 65-88.
<https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2000.180.48563>



- Velázquez, T. (2019). El populismo radical de derecha en Europa: discurso, apropiación de significantes y desplazamiento de significados. Edgardo Manero y Lucrecia Escudero Chauvel (coord.) *deSignis 31 Populismo(s). Intersecciones en las Ciencias Sociales*. <http://dx.doi.org/10.35659/designis.i31p137-155>.
- Velázquez, T. (2021). Discurso político y crispación: simplificación y superficialidad argumental. Teresa Velázquez y Mariano Dagatti *deSignis 33 Intersecciones en el discurso político*, pp. 85-98.
- Velázquez, T. (2023a). El discurso político: enunciados, intención y fuerza ilocutiva. En Trujillo Vargas, J.J.; Cantalapiedra Nieto, B.; Becerra Fernández, D. (coord.) *Fórmulas para una comunicación organizacional efectiva* (pp. 451-462.). Editorial TECNOS, Grupo Anaya. ISBN 978-84-309-8755-9. ISBN 978-84-309-8755-9.
- Velázquez, T. (2023b). Deseo y realidad. Crónica de una investidura a la presidencia del gobierno de España. Ponencia presentada en el *XV Congreso Internacional Latina de Comunicación*, 22, 23 y 24 de noviembre de 2023. Congreso online. Espacio temático 4 Comunicación persuasiva, 4.2. Comunicación política, manipulación y propaganda.
- Velázquez, T. y Rizo, M. (2023). El discurso de la extrema derecha y los momentos álgidos de la vida política. Ponencia presentada en el IX Congreso de Semiótica-AAS. *Intervenciones Semióticas: Focalizar. Transformar. Expandir*. Buenos Aires, 14-19 de agosto de 2023 (en prensa 2024).



La invisibilidad social de los cuidados informales a personas dependientes desde la perspectiva de la mujer cuidadora

The social invisibility of informal care for dependent people from the perspective of the female caregiver

EVA MARÍA BELLIDO VENEGAS. *Universidad Nacional a Distancia (UNED)*

Recepción: 28.11.2023

Aceptación: 13.12.2023

Publicación: 30.12.23

RESUMEN

En España el envejecimiento está catalogado como un problema multifactorial y polifacético a nivel individual, familiar y social en general. Dentro de este escenario de envejecimiento demográfico, adquiere relevancia la figura de los/as profesionales cuidadores, y la de los/as cuidadores informales (familiares y allegados de la persona cuidada), que suelen ser en su mayoría mujeres. La labor de la persona que cuida suele ser extensa en el tiempo, se prolonga durante años en situaciones de atender personas dependientes o períodos de enfermedad. Por tanto, no sólo se resiente la salud y la calidad de vida de la persona cuidada, sino también la de la cuidadora que se hace cargo de la persona dependiente. En este estudio, se encauza la reflexión sobre el papel que juega la figura de las mujeres cuidadoras informales, con la finalidad de reproducir la realidad que presenta, generar nuevas ideas y análisis, que sirvan de ámbitos referenciales para la gestión, la asistencia, la legislación y las investigaciones claves, y surjan propuestas de actuación al reto de cuidar a una población cada vez más envejecida, así como atender y dar respuestas a los problemas de las cuidadoras de personas mayores.

Palabras clave. Mujer; cuidados; cuidadora; invisibilidad; trabajo.

ABSTRACT

In Spain, aging is classified as a multifactorial and multifaceted problem at the individual, family and social level in general. Within this scenario of demographic aging, the figure of professional caregivers and informal caregivers (relatives and close friends of the person being cared for), who tend to be mostly women, become relevant. The work of the person caring for is usually extensive in time, lasting for years in situations of caring for dependent people or periods of illness. Therefore, not only does the health and quality of life of the cared for suffer, but also that of the caregiver who takes care of the dependent person. In this study, reflection is channeled on the role played by the figure of informal female caregivers, with the aim of reproducing the reality it presents, generating new ideas and analysis, which serve as reference areas for management, assistance, legislation and key research, and proposals for action arise to the challenge of caring for an increasingly aging population, as well as addressing and providing answers to the problems of caregivers of elderly people.

Keywords. Women; care; caregiver; invisibility; job.

1. Presentación

En el marco teórico de los cuidados se observa que, en la terminología de los cuidados, cuidar “proporcionar ayuda a personas dependientes de manera que sientan que sus necesidades físicas, sociales y afectivas están cubiertas” (IMSERSO, 2009, p.44).

El concepto de cuidados se amplía enormemente desde un enfoque que contempla cuestiones afectivas y morales a la par que las propiamente materiales (Martín Palomo, 2008). No obstante, se debe insistir en que cuando se habla de cuidados en realidad se está hablando de una gran cantidad de trabajo, un trabajo que puede ser o no realizado, un trabajo contingente, que participa directamente en el mantenimiento o la preservación de la vida del otro, de asistir a sus necesidades básicas o en promover su autonomía (Molinier, 2005:299-301). Así, los cuidados son sobre todo trabajos, prestados con amor, por dinero o a cambio de cualquier otro tipo de bienes materiales o simbólicos... pero trabajo a fin de cuentas: trabajo de cuidados (Balbo, 1987; Waerness, 1984; Letablier, 2007; Durán, 1999).

La obra de María Ángeles Durán *La riqueza invisible del cuidado: el cuidatorio* (2018), es una de las que más centra el peso de los cuidados desde una visión académica y científica amplia, y profundiza en la inserción del trabajo no remunerado en la estructura social. En sus observaciones detecta que este trabajo es una fuente de recursos invisibles que no se ha incorporado en los análisis económicos macro y micro, y supone una carga y un coste para los hogares y para las personas que soportan estos cuidados, siendo en su gran mayoría las mujeres.

El cuidado se enmarca en un trabajo no remunerado que carece de pacto social, acuerdo explícito o pacto social o intergeneracional, y se ha desenvuelto como resultado de fuerzas coercitivas históricas asignadas a las mujeres. Acuña el término cuidatorio, en el que el cuidado se constituye por su riqueza invisible como una nueva clase social, que dispone de un mercado del cuidado, con su oferta y demanda de cuidado para los/as niños/as, atiende a la calidad de vida de los enfermos y de sus cuidadores, las formas de envejecer, el cuidado en el final de la vida y el futuro del cuidado.

La atención a las personas con dependencias, que requieren de cuidados, sigue recayendo principalmente en las familias y mayoritariamente en las mujeres. Cuidar es una actividad que muchas personas realizan a lo largo de su vida. La experiencia de cuidar es única, ya que existen distintos aspectos que hacen que esta experiencia sea diferente en cada cuidador.

La respuesta de quién debe ser el cuidador pone en evidencia las creencias y estereotipos del grupo social al que se pertenezca acerca de las responsabilidades familiares, jerarquía de deberes, valores, expectativas de roles y su desempeño, los cuales se traducen en múltiples modelos que desarrolla la familia para designar al cuidador (Marrugat, 2005).

Como señala Marrugat (2005) cuando se habla de familias cuidadoras realmente nos estamos refiriendo a sus mujeres, pues existe la creencia de que cuidar es trabajo femenino, actividad que señala no sólo a la esposa o hijas, sino también a nueras, nietas, sobrinas, ahijadas; pues ser mujer es suficiente requisito para asumir el compromiso de cuidar.

¿Cuántos tipos de cuidadores existen? Hay una gran amplitud de conceptos para catalogar a los cuidadores por perfiles o tipologías, no obstante la clasificación más sencilla, y práctica es la siguiente:

- Cuidador/a principal: Es la persona encargada de la mayor parte del cuidado del enfermo. Suele vivir en el mismo domicilio que el enfermo, o muy cerca de éste, y suele tener una relación familiar muy próxima. “Aquel individuo que dedica la mayor parte del tiempo, medido en número de horas al día, al cuidado de dicho enfermo y que ha realizado las tareas de cuidado durante un mínimo de 6 semanas” (Casado y López, 2001:82).
- Cuidador/a formal: Es aquella persona o personas con una formación adecuada para cuidar al enfermo y que cobran una remuneración por hacerlo. Son las tareas que oferta un profesional especializado y que van más allá de las propias capacidades de las personas para cuidar de sí mismas o de los demás (Rodríguez-Rodríguez, 2005). Existen dos tipos de cuidados formales: el que tiene lugar en las instituciones y el que se contrata a través de las familias. Los servicios públicos de cuidado pasan a través de una organización burocratizada y están, al menos en parte, financiados públicamente. Por otro lado, las familias recurren cada vez más a servicios privados de cuidado para hacer frente a la atención de sus miembros dependientes en España, debido sobre todo a la disponibilidad de mano de obra barata procedente de la inmigración.
- Cuidador/a informal: Son aquellas personas que forman parte del entorno familiar y colaboran en mayor o menor medida en la atención al enfermo. “Cuidado y atención fundamentalmente por familiares y allegados, pero también por otros agentes de atención que se dispensa de manera altruista a las personas que presentan algún grado de discapacidad o dependencia” (Rogeró, 2009, p. 37). Este cuidado informal suele distinguir entre tres categorías de apoyo: apoyo instrumental, que hace referencia a la ayuda para realizar tareas o actividades de la vida diaria, apoyo informativo, consejo que se ofrece para solucionar problemas concretos y apoyo emocional, referido a la expresión de emociones (Rodríguez-Rodríguez, 2005).

La profesionalización o no de la actividad de cuidados es esencial para entender las condiciones de estos cuidadores: el tiempo dedicado, el salario o no salario, los conocimientos previos sobre las tareas a realizar, las relaciones familiares y sociales que se producen, así como la existencia de un contrato de trabajo y las garantías laborales que este añade, son los factores determinantes en su diferenciación (Rodríguez y Ortega, 2020).

La literatura especializada reciente por el impacto de la COVID-19 relacionada con los cuidados (Batthyány 2020; Fantova 2020; Hernández y González 2020; Moré 2020; Hernández y Pereira 2021; Marbán et al. 2021) se centra en la crisis que provoca la pandemia en los cuidados y las políticas y movilizaciones sociales que conlleva; la vuelta a los cuidados en el hogar; el trabajo de cuidados de larga duración a personas mayores; la conciliación y las madres trabajadoras, la población mayor dependiente en las residencias y el trabajo invisible de los cuidados principalmente.

En este estudio, nos vamos a centrar en el perfil de las cuidadoras informales, aunque haremos alusión en ciertos momentos a las cuidadoras profesionales, para destacar

rasgos desiguales y comparativos entre ambos grupos de cuidadoras. Este trabajo forma parte de un proyecto de investigación doctoral más amplio sobre la visibilidad e invisibilidad de los cuidados y de la conciliación de la vida laboral y social en la sociedad española. Un estudio de caso desde la perspectiva de la mujer cuidadora.

2. Objetivos

1. Objetivo principal:

La investigación tiene como objetivo principal analizar los rasgos que propician la invisibilidad del trabajo que realizan las cuidadoras informales de personas dependientes:

2. Objetivos específicos:

- Establecer el perfil y las características particulares de los cuidados informales.
- Identificar las carencias laborales, personales y sociales del colectivo de las cuidadoras informales.
- Determinar las desigualdades del colectivo de cuidadoras informales, con el colectivo de cuidadoras profesionales.
- Delimitar que aspectos pueden favorecer que la actividad que ejercen las cuidadoras informales sea más visibles socialmente.

3. Metodología

En esta investigación se ha utilizado una metodología cualitativa, basado en un total de 12 entrevistas semiestructuradas realizadas a mujeres cuidadoras informales. Y la realización de un *focus group*, con otras 10 participantes, cuidadoras informales, pertenecientes a una asociación de familiares cuidadores de personas con Alzheimer y otras demencias, AFA.

Las características de la muestra objeto de estudio son:

- Mujeres cuidadoras informales, en total son 12 entrevistadas: entre los 29 y los 62 años. Todas ellas pertenecientes a una asociación de familiares de enfermos de Alzheimer. Con una experiencia media de 3,5 años, como cuidadoras informales.
- Mujeres cuidadoras informales, en total 10 participantes del *focus group*: entre los 36 y los 65 años. Todas ellas pertenecientes a una asociación de familiares de enfermos de Alzheimer. Con una experiencia media de 5 años, como cuidadoras informales.

En la entrevista semiestructurada, el entrevistador ofrece al entrevistado plena libertad de expresión, posibilitando que se resalte su punto de vista. Intenta mantener al entrevistado interesado, jugando un rol activo en la búsqueda de recuerdos y reflexiones (Sautu et al., 2006). Durante la realización de la entrevista, el proceso comunicativo entrevistador-entrevistado, en torno a una serie de temas o cuestiones, presenta un ciclo de actividad repetida, que resulta idónea para el objeto de estudio. Figuran cuatro los

ejes temáticos: formación y profesión, mercado de trabajo de los cuidados, conciliación y medidas de protección, e igualdad y visibilidad de los cuidados. Este ciclo se inicia con la primera intervención del entrevistador, haciendo saber al entrevistado la clase de información que necesita (comunicación verbal), pero transmitiendo también mensajes no verbales. Hay una emisión de "motivación" (dirá Gorden), del grado o signo que sea, hacia el entrevistado. Este interpreta lo que se le pide o pregunta, y responde con una información que le parece relevante (pero también filtrada por su capacidad y voluntad de transmitirla) (Valles, 2014).

Los denominados "*focus group*", también llamados "grupos de discusión" o "entrevistas de grupo", constituye una técnica de investigación cualitativa ampliamente difundida en diversos ámbitos de la investigación, siendo el denominador común de la técnica reunir a un grupo de personas para indagar acerca de actitudes y reacciones frente un tema (por ejemplo, un producto, un concepto, una situación problemática). Edmunds (1999) define a los *focus group* como discusiones, con niveles variables de estructuración, orientadas a un tema particular de interés o relevancia, tanto para el grupo participante como para el investigador. El modelo clásico de *focus group* implica un grupo de entre seis y doce participantes, sentados en círculo, en torno a una mesa, en una sala preferentemente amplia y cómoda. Los grupos de discusión, además, cuentan con la presencia de un moderador, encargado de guiar la interacción del grupo e ir cumplimentando los pasos previstos para la indagación. Se busca que las preguntas sean respondidas en el marco de la interacción entre los participantes del grupo, en una dinámica donde éstos se sientan cómodos y libres de hablar y comentar sus opiniones. La duración promedio de un focus group es de noventa a ciento veinte minutos.

Además, como explican Kotler y Armstrong (2001) la interacción propia de los grupos de discusión puede generar nuevas ideas o conexiones en base a comentarios que en un primer momento podrían parecer azarosos, y que pasarían desapercibidos en modelos cuantitativos de preguntas cerradas. También Edmunds (1999) indica que el gran aporte de la metodología del *focus group* reside en ser una poderosa herramienta de investigación sobre cómo las personas atribuyen significados respecto de un tema, idea o concepto.

Con el estado de alarma por Covid-19, se realiza las entrevistas de forma telefónica, evitando reuniones y desplazamientos. Previamente, se solicita a las muestras consentimiento y voluntariedad de participación. Indicando el objetivo de la entrevista y de la importancia de su opinión. Tras el consentimiento, se fija un calendario de citas con cada uno de los participantes para fijar día y hora en el que se va a llevar a cabo la entrevista telefónica. Se les indica a los participantes, que es importante que la entrevista se haga en un clima ameno, alejado de interferencias y ruidos que dificulten la comunicación telefónica. El objetivo es que la entrevista se de en un ambiente y clima tranquilo, que invite a la reflexión de los participantes, así como que se puedan extender en sus respuesta cuanto quieran o necesiten.

En cuanto al *focus group*, se realiza y lleva a cabo, tras la finalización del estado de alarma por Covid-19. Se lleva a cabo de forma presencial. Previamente, se solicita a las muestras consentimiento y voluntariedad de participación. Indicando el objetivo de la del grupo de discusión y de la importancia de su opinión en grupo. Tras el consentimiento, se fija en calendario una fecha, hora y lugar en el que se va a llevar a cabo. Se reserva un aula amplia y cómoda, lejos de ruidos e interferencias. Se les indica a los participantes, del grupo la temática a tratar, el fin de la misma, así como el

moderador comunica plena libertad para manifestar sus opiniones y criterios personales, sin perjuicio de la opinión de los demás participantes. El objetivo del *focus group* es que invite a la reflexión de los participantes, así como que se puedan extender en sus respuestas cuanto quieran o necesiten.

4. Resultados

Los resultados que se obtienen del marco teórico en general y de las entrevistas semiestructuradas y *focus group* realizado, en particular, las cuidadoras emergen como una nueva clase social, en la que existen desigualdades y convergencias dentro del propio sector de los cuidados. Se aprecian dos tipos de cuidadoras: cuidadoras profesionales e informales. Siendo el grupo estudiado en este artículo, las cuidadoras informales, como colectivo con dificultad de visibilidad social. A partir de aquí podemos dividir los resultados obtenidos en nuestro estudio en tres bloques:

4.1.- El perfil y las características particulares de los cuidados informales.

El IMSERSO en 2004, refleja en una encuesta de Apoyo Informal realizada a los mayores en España, las principales características del perfil de la persona cuidadora. Subyacen datos relevantes, que ponen de manifiesto que cuidar es una cuestión femenina (83,6%), siendo la mujer, la cuidadora primaria o principal, unida por lazos familiares o de parentesco con la persona que cuida, y cuyo rol es asumido como una obligación moral (90%), seguido de una satisfacción personal (79%).

Cuadro 1: Características de las mujeres cuidadoras en España.

- El 83,6% de las personas cuidadoras primarias o principales son mujeres.
- El 57% de los casos las personas mayores son cuidadas por sus hijas/os; el 16% por sus esposas/os o compañeras/os sentimentales y el 10% por sus nueras o yernos.
- La edad media de la persona cuidadora es de 52 años (aproximadamente el 31% de los y las cuidadoras tienen más de 60 años).
- Casi el 50% de las personas cuidadoras convive de forma permanente con la persona cuidada.
- En el 76% de los casos son personas casadas.
- El 83% no recibe ningún tipo de ayuda formal, sólo el 17% recibe apoyo institucional.
- El 73% no tiene una ocupación laboral remunerada.
- El 62,3% de las personas cuidadoras prestan ayuda por iniciativa propia y en un 23,1% de los casos por decisión familiar.
- El 44% del total de personas cuidadoras se dedica a las tareas del hogar.
- El 90% de los y las cuidadoras señalan que el cuidado es una obligación moral, aunque para el 79% es también algo que genera una gran satisfacción además de un 78% que consideran también que dignifica como persona.

- En el 83% de los casos las personas cuidadoras son cuidadoras principales.
- El 50% considera que no tiene más remedio que cuidar de esa persona y un 46% indica también que debido a su situación económica no puede plantearse otra alternativa.

Fuente: IMSERSO (2004). Encuesta de Apoyo Informal a los mayores en España.

En los datos recogidos durante las entrevistas semiestructuradas y *focus group*, realizados a mujeres cuidadoras informales, podemos poner de manifiesto una serie de rasgos específicos que resaltan la realidad del sector de los cuidados informales. Y cómo dichos cuidados, son percibidos por el propio colectivo que lo ejerce.

Las cuidadoras informales no suelen tener una formación reglada en cuidados a personas dependientes. Su formación se adquiere de forma práctica, con el contacto a diario de la persona dependiente que cuida. A la cuidadora informal le une una relación familiar y afectiva con la persona que cuida. Prestando una atención a los cuidados sin límite de horarios. En muchas ocasiones, las cuidadoras informales cubren todas las necesidades y carencias de cuidados de familiares, donde no llega la prestación o recursos sociales de la ley de dependencia.

Los cuidados informales se ejercen como una actividad, sin una prestación económica remunerada, y en otras ocasiones, los cuidadores perciben una contraprestación económica no regulada laboralmente. Se trata de una actividad sumergida, no reglada laboralmente, basada en lazos afectivos y/o de parentesco, y relegado a la esfera privada de la persona. En ocasiones, complementa la labor de los cuidadores profesionales, en el ámbito doméstico. Los cuidados informales, al ser un recurso residual, no normalizado y caracterizado por una economía sumergida, no cuentan con derechos laborales legales establecidos. Por tanto, la capacidad de conciliar para las cuidadoras informales radica en negociaciones altruistas y compromisos, personales y afectivos con la persona que cuida o sus familiares. Encontrándose en una situación más vulnerable que las cuidadoras profesionales.

La Administración General del Estado se hace cargo del nivel mínimo garantizado según grado y nivel de dependencia y las Comunidades Autónomas del denominado nivel acordado, es decir, la aportación de cada una de éstas debe ser, al menos, igual a la fijada por la Administración General. Esta desigualdad de financiación entre comunidades repercute directamente en las familias con personas dependientes. Un cuidador informal de un familiar de una comunidad autónoma, no gozará de la misma fuente de financiación que otro cuidador de otra comunidad autónoma. Emergiendo así una brecha territorial entre cuidadores informales.

4.2.- Las carencias laborales, personales y sociales del colectivo de las cuidadoras informales.

Durante el desarrollo de todas las entrevistas semiestructurada a las cuidadoras informales, participantes de este estudio, existe un sentimiento latente, y luego durante el desarrollo del *focus group*, se pone énfasis y de manifiesto, la opinión unánime de las cuidadoras, sobre las grandes carencias laborales, personales y sociales, que sufren durante los años que ejercen como cuidadoras informales. Y las secuelas físicas, psíquicas y sociales a largo plazo, de ejercer como cuidadoras informales.

Cuadro 2: Carencias laborales, personales y sociales de las cuidadoras informales.

CARENCIAS LABORALES, PERSONALES Y SOCIALES DE LAS CUIDADORAS INFORMALES		
Carencias Laborales	Carencias Personales	Carencias Sociales
Sin contrato laboral	Dolencias físicas: musculares, huesos, lumbares, cervicales, etc.	Falta de tiempo para el ocio
Sin remuneración salarial	Sobrecarga mental: dolor de cabeza, apatía, irritabilidad, etc.	Falta de tiempo para relacionarse con amigos
No cotización seguridad social	Falta de tiempo para cuidados personales	Aislamiento
Enfermedades del cuidador, no reconocidas como enfermedades laborales	Dependencia emocional hacia la persona que cuida	Falta de apoyo social
Actividad laboral bajo el heterónimo de “ayuda”	Desgaste en la calidad de vida	Desvinculación social

Cuadro síntesis, elaborado a partir de los verbatims recogidos en la investigación a las cuidadoras informales.

Los siguientes *verbatim*s de las participantes ponen de relieve dichas carencias:

[...]En mi familia, de todos mis hermanos, yo soy la única mujer, por lo que yo asumí el cuidado de mi padre que tiene Alzheimer. (Mujer cuidadora entrevistada 1).

[...] Mis hermanos me ayudan en ocasiones a cuidar de mi padre, pero soy yo realmente quien me ocupo de él. Es normal, ellos son hombres, nos toca a las mujeres cuidar. Es mi deber como hija. (Mujer cuidadora entrevistada 2).

[...] Estuve trabajando como cuidadora profesional durante unos años, pero cuando mi madre cayó enferma, tuve que dejar el trabajo y ocuparme de ella. Me era imposible compatibilizarlo. (Mujer cuidadora entrevistada 3).

[...] Cuido a mi madre, y lo que sé, lo que he aprendido de cuidarla, lo he aprendido sobre la marcha cuidándola a ella. No he recibido formación. Sí he contado con algunos consejos de profesionales sanitarios, pero formación no tengo. Tampoco tengo un horario, ella necesita atención diaria sobre todo en el

horario de la comida y para acostarse [...] No percibo nada por cuidarla, soy su hija, y es mi deber. Ella cuidó de mí, ahora me toca a mí cuidar de ella (Mujer cuidadora entrevistada 4).

[...] Estoy en desempleo, actualmente cuido de mi padre, es dependiente. Estamos esperando la resolución del grado de dependencia, para que pueda ir a una residencia. Aquí en Tenerife, va muy lento el trámite. Mientras pueda, yo lo cuido. El ahorro que supone, no contratar alguien en casa, ya que no nos lo podemos permitir, mis hermanos entre todos, mensualmente me dan un dinero, poca cosa, para mis gastos, ya que dedico muchas horas al cuidado de mi padre, y mientras ellos trabajan, yo me saco un dinerillo extra cuidando de él. (Mujer cuidadora entrevistada 5).

[...] Cuido a mi suegra en casa, en los dos últimos años, ha empeorado y necesita que la ayuden en todo. Antes del Covid vivía sola, yo iba a visitarla, limpiarle la casa, la llevaba al médico.... Pero después empeoró su movilidad, y decidimos traerla a casa. En casa la cuidamos mejor que en una residencia. (Mujer cuidadora entrevistada 6).

[...] Muchas veces no me da la vida, pero tampoco me puedo permitir costear una residencia. Además yo lo cuido mejor en casa. Una chica viene cuando yo trabajo y así intento organizarme. (Mujer cuidadora entrevistada 7).

[...] No, no tengo tiempo para mis cosas, es complicado cuando tienes un padre al que cuidar 24 horas al día, todos los días del año. Como mucho, en algunas ocasiones, mi hermana para que yo descanse algún día de los que ella no trabaja, me reemplaza y cuida de mi padre. Pero no suelo hacerlo mucho, porque sólo yo entiendo bien los cuidados de mi padre [...] Estamos intentando en mi familia solicitar la ayuda que le dan a los cuidadores hijos, a ver si así mejora la cosa y podemos tener a alguien en casa que nos ayude cuidándolo. (Mujer cuidadora entrevistada 8).

[...] La situación que estamos viviendo actualmente está siendo muy complicada. Suelo tener dolores musculares, de la carga a la hora de movilizar. Y dolores intensos de cabeza, en muchas ocasiones por la cantidad de horas que dedico a cuidar. Especialmente en la pandemia, he tenido más estas dolencias, supongo que por el miedo al contagio, o el no conocer y saber que iba a pasar. He llegado a sentir terror en mayúsculas. (Mujer cuidadora entrevistada 9).

[...] Vives permanentemente 24h con la misma enfermedad, viendo sufrir o pasándolo mal a tu ser querido. No sales o procuras salir lo menos posible, y te dices, mejor no salir a comprar, prefiero tomar el café aquí.....y al final eres un ermitaño. Es imposible que la labor sea visible en la sociedad, te recluyes en casa cuidando, y eres invisible para todo el mundo (Mujer cuidadora entrevistada 10).

4.3.Las desigualdades del colectivo de cuidadoras informales, con el colectivo de cuidadoras profesionales.

El sector de las mujeres cuidadoras profesionales y las mujeres cuidadoras informales, no sólo comparten puntos de unión en su labor de cuidar, sino que también se distinguen grandes diferencias y desigualdades entre ambos grupos. En este artículo, nos vamos a centrar en el colectivo de cuidadoras informales, pero se hace necesario, apuntar ciertos

aspectos divergentes entre ambos sectores, con el fin de acentuar con mayor relevancia, los indicadores que propician la invisibilidad del sector de las cuidadoras informales.

Es por ello, por lo que vamos a incluir este apartado específico, un extracto que forma parte de un proyecto de investigación doctoral más amplio sobre la visibilidad e invisibilidad de los cuidados y de la conciliación de la vida laboral y social en la sociedad española. Un estudio de caso desde la perspectiva de la mujer cuidadora.

Podemos agrupar las desigualdades en este sector en cuatro bloques: desigualdad en la formación y cualificación; Desigualdad territorial; Desigualdad laboral y económica y Desigualdad para conciliar la vida laboral y personal.

Con la creación y aplicación de la Ley 39/2006 de Promoción de la Autonomía personal y Atención a las personas en situación de dependencia, las cuidadoras formales, cobran un mayor reconocimiento como actividad laboral, como profesionales formados, que se dedican a una actividad social, reconocida y remunerada. Mientras que las cuidadoras informales, su grado de visibilidad es prácticamente nulo, ejercen una actividad sumergida, no reglada laboralmente, basada en lazos afectivos y/o de parentesco, y relegado a la esfera privada de la persona. En ocasiones, complementa la labor de las cuidadoras profesionales, en el ámbito doméstico.

Desigualdad en la formación y cualificación.

Las cuidadoras profesionales se caracterizan por ser un sector con una formación reglada, mantener una relación contractual con una empresa, ejercer una actividad profesionalizada y recibir un salario acordado en convenio laboral. En cambio, las cuidadoras informales no suelen tener una formación reglada en cuidados, mantienen vinculación familiar y afectiva con las personas que cuidan sin límite de horarios, y forman parte de la economía sumergida.

Desigualdad territorial.

La Administración General del Estado se hace cargo del nivel mínimo garantizado según grado y nivel de dependencia, en tanto que las Comunidades Autónomas del denominado nivel acordado, de manera que la aportación de cada una de éstas debe ser, al menos, igual a la fijada por la Administración General. Esta desigualdad de financiación entre comunidades repercute directamente en las familias con personas dependientes. Una cuidadora informal de un familiar de una comunidad autónoma no gozará de la misma fuente de financiación que otra cuidadora de otra comunidad autónoma, emergiendo así una brecha territorial entre cuidadoras informales y profesionales.

Desigualdad laboral y económica.

El propio desarrollo de la Ley de Dependencia ha generado empleos a cuidadores profesionales, tanto en los centros residenciales como en la ayuda a domicilio, para dar respuesta a las actividades básicas de la vida diaria de las personas en situación de dependencia. Según el sector al que se dedique la cuidadora profesional, la carga de trabajo es desigual, ya que las cuidadoras de la ayuda a domicilio atienden una media de 4 personas o 5 máximo en el día, mientras que una cuidadora de institución trabaja por ratio en plantas, con una media de 10 o 12 personas al día.

Las cuidadoras profesionales, son un sector muy castigado por los diferentes convenios laborales de aplicación, no siendo unánimes todos los convenios laborales a nivel nacional. Una misma cuidadora profesional, no recibe el mismo salario trabajando en Sevilla, en Málaga, en Madrid, etc., y hay mucha desigualdad salarial en el sector. Por tanto, se aprecian dos realidades, un sector productivo originado del empleo a los cuidadores profesionales, y un sector sumergido y residual, representado por los cuidadores informales, que cubrirían

todas las necesidades y carencias de familiares, donde no llega la prestación o recursos sociales de la ley de dependencia. Todo ello mediante una contraprestación económica no regulada laboralmente (economía sumergida).

Desigualdad para conciliar la vida laboral y personal.

El grado de dificultad en la conciliación de la vida laboral, personal y social difiere en ambos grupos. Las cuidadoras profesionales cuentan con las prestaciones y medidas de conciliación laboral y familiar, que recoge la Ley 39/1999 de conciliación, de 5 de noviembre de conciliación de la vida familiar y laboral, mientras que las cuidadoras informales, al ser un recurso residual, no normalizado y caracterizado por una economía sumergida, no disponen de derechos laborales legales establecidos. La capacidad de conciliar radica en negociaciones altruistas y compromisos personales y afectivos con la persona que cuida o con sus familiares, encontrándose en una situación más vulnerable que las cuidadoras profesionales.

La conciliación es un micro aspecto relevante en las desigualdades, que persisten y se han agudizado con la pandemia. Los problemas para conciliar se han visto acentuados más aún con el estado de alarma sanitaria por la COVID-19. Tanto es así, que se comienza a denominar, a las cuidadoras como personas ubicuas, es decir, que tienen que estar presentes al mismo tiempo en todas las esferas de los cuidados de su vida personal y laboral. Los aspectos más acuciantes que han repercutido durante la pandemia son: miedo al contagio propio o de familiares, desconcierto, continuos cambios bruscos en la organización de los servicios de atención socio sanitaria (centros residenciales y servicio de ayuda a domicilio), trabajar con escasez de equipos de protección individual, dificultad de conciliación, jornadas laborales más extensas por la falta de personal, desgaste físico y psíquico, y síndrome del burnout (quemado).

En definitiva, el sector de las personas cuidadoras profesionales, se visualiza social y laboralmente como un grupo privilegiado, en contraposición con las personas cuidadoras informales, ya que éstas últimas se presentan en la sociedad, como un recurso social invisible y una inserción del trabajo no remunerado en la estructura social. No obstante, la brecha se agranda cuando hablamos de la desigual territorial nacional de las cuidadoras.

5. Discusión

Históricamente, como ya hemos señalado, los cuidados que requieren las personas que necesitan apoyos se dirimen en el ámbito familiar, a través de las mujeres, esposas e hijas, sobre todo. Incluso se ha cotejado en las décadas de los ochenta y noventa del siglo pasado en España las fluctuaciones que han acaecido en las madres trabajadoras en su ciclo laboral al tener que compaginar las tareas de cuidados de sus hijos/as, familiares y esposos con las tareas laborales (Martínez, 1992), en una etapa en la que el envejecimiento todavía no había aflorado en la sociedad. Pero las sociedades van cambiando, las familias se reducen en tamaño y crecen en número de generaciones supervivientes (Abellán, Puga y Sancho, 2006), habitan en espacios pequeños, aunque en diferentes hogares, generando lo que desde hace tiempo conocemos como relaciones de “intimidad a distancia” (Walker, 1998), dedican la mayor parte del día a alimentar el sistema productivo. Las mujeres ya están incorporadas a este modelo, por lo que su presencia en el hogar es mucho menor y su dedicación al cuidado impone acciones de corresponsabilidad en el ámbito familiar y muy especialmente en nuestro sistema de protección social. A pesar de ello, en la actualidad el 80% de los cuidados se genera en el ámbito familiar protagonizado mayoritariamente por esposa e hijas (Informe envejecimiento en red 2022).

Desde la implantación de la denominada popularmente Ley 39/2006 de Promoción de la Autonomía personal y Atención a las personas en situación de dependencia, los cuidadores formales, tienen mayor grado de visibilidad y notoriedad, aunque aún no suficiente, por tratarse de una profesión relativamente joven. En cambio, los cuidadores informales, en su mayoría mujeres, adquieren un rol secundario dentro de la Ley de Dependencia. Adquieren la figura de recurso residual, complementario, altruista y sin normalizar, allí donde no cubre las necesidades la Ley de Dependencia, las cubre la cuidadora informal. El modelo de cuidado suplementario postula que los cuidadores familiares proveen la mayoría del cuidado, y que la utilización del cuidado formal sirve para sustituir temporal o circunstancialmente el cuidado informal (Davey y Patsios, 1999). El origen, desarrollo y evolución de la Ley de Dependencia, tiene unos efectos directos en los cuidadores, creando una brecha desigual entre las cuidadoras profesionales y las cuidadoras informales.

Por otra parte, la conciliación de la vida laboral, familiar y personal que ha implicado uno de los avances en las sociedades modernas al hacer factible la igualdad de oportunidades en ambos sexos, y el desplazamiento de la discriminación hacia la participación y el empoderamiento de las mujeres (Martínez, 2010), se deteriora e invisibiliza más en las cuidadoras informales .

Con la implantación de la Ley 39/2006, de 14 de diciembre, de Promoción de la Autonomía Personal y Atención a las Personas en Situación de Dependencia establecía un sistema de prestaciones para personas dependientes a través de servicios o de prestaciones económicas para lo que se conoce como cuidadores no profesionales, esto es, para retribuir a quienes cuiden de estas personas en el ámbito familiar. Su objetivo era la concesión prioritaria de servicios y que solo en casos excepcionales se asignara esta prestación a las cuidadoras no profesionales. No obstante, debido a la escasez de servicios públicos existentes, unido a las dificultades de acreditación de centros privados y a las restricciones presupuestarias, en algunas comunidades autónomas la prestación económica destinada a una persona cuidadora no profesional ha sido mayoritaria desde el inicio, lo cual ha implicado que los cuidados sigan asegurándose desde el hogar, especialmente por las mujeres.

La ley de dependencia se anunció como una medida positiva en cuanto a su impacto de género. La ley tendría un impacto positivo al favorecer que las mujeres tengan más oportunidades familiares y al ofrecer prestaciones que suponen un apoyo para las mujeres (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2006). La ley no apuntaba a un cambio en la organización de los cuidados ni en la división sexual del trabajo, sino lo que pretendía era introducir pequeñas mejoras en la atención pública a la dependencia en un contexto de crisis de los cuidados. Las medidas incluidas en la ley, en especial el pago a las cuidadoras no profesionales, pueden reforzar la división sexual del trabajo y la visión de las mujeres como cuidadoras (Iglesias y Maseda, 2014).

En las sucesivas medidas de carácter presupuestario tomadas por el gobierno español con la intención de reducir el déficit público, la dependencia ha sido una de las partidas que repetidamente se ha visto afectada. Así los reales decretos y Presupuestos Generales del Estado español, desde el periodo de 2010 al año 2021, han ido incorporando recortes, y han supuesto que no se cumplieran las previsiones establecidas en el texto original de la ley.

Cabe tener en cuenta que si bien estas prestaciones para cuidadoras no profesionales son cada vez una menor parte de las prestaciones totales por dependencia, siguen

suponiendo prácticamente la mitad del presupuesto, por lo que se sigue perpetuando la importancia del papel de las familias y, dentro de ellas, de las mujeres.

Por tanto la crisis financiera y las medidas aplicadas para hacerle frente han tenido consecuencias en la organización social de los cuidados en España y han contado con la asunción privada y feminizada de los cuidados.

Durán (2019) menciona lo que ocurrió con la Ley de Dependencia de 2006. “No se fue consciente del esfuerzo económico que suponía atender a una demanda que se desbordó y eso ha provocado listas de espera y que haya personas que no hayan llegado a recibir las ayudas. Y ocurrió porque se pensó que se iba a poder atender la demanda con un cuidado profesionalizado y remunerado a cargo de las administraciones”.

Aquellas personas mayores, que no han podido acceder o incluso accediendo al sistema de la ley de dependencia, requieren de cuidados informales, desde el 1 de abril de 2019, los cuidadores no profesionales han vuelto a quedar incluidos en el campo de aplicación del Régimen General de la Seguridad Social y en situación asimilada al alta, mediante la suscripción del convenio especial regulado en el Real Decreto 615/2007, de 11 de mayo, con cargo exclusivamente a cargo del Estado. Se recupera en su integridad el convenio especial ya previsto en el Real Decreto 615/2007, de 11 de mayo, por el que se regula la Seguridad Social de los cuidadores de las personas en situación de dependencia aplicable, en su momento, hasta el 1 de enero de 2013. Siendo beneficiarias las personas que están designadas como cuidadoras no profesionales (en su mayoría mujeres) en el Programa Individual de Atención, elaborado por los Servicios Sociales correspondientes al municipio de residencia de la persona solicitante. Para suscribirlo es necesario que la cuidadora no esté dada de alta en la Seguridad Social en ningún régimen a tiempo completo ni en el desempleo. Siendo esta medida de protección la única normativa que reconoce derechos en el cuidador informal.

En las entrevistas realizadas, queda de manifiesto, que el perfil y características de las cuidadoras informales es diferente y desigual con respecto a las cuidadoras formales. Pues éstas últimas se encuentran en una posición de inferioridad social. Cuyas carencias laborales, personales y sociales, ponen de relieve su situación. Esta desigualdad, conecta directamente con el grado de visibilidad social de ambos colectivos de cuidadoras.

Por otra parte, según Úbeda (2009), existen diversos estudios que analizan las repercusiones que ocasiona la actividad de cuidar en la vida de la persona cuidadora. Según este autor es habitual que estas consecuencias sean principalmente de cuatro tipos: sobre la salud física, la salud psicológica, la vida laboral y la vida cotidiana. Estos problemas han sido denominados malestares de género o malestares de las mujeres (Muruaga y Pascual, 2013; Velasco, 2009). Los malestares afectan a mujeres y consisten en diferentes quejas y síntomas somáticos y psicológicos que producen una percepción de mala salud. Es un malestar psicosocial complicado de expresar en palabras por las propias mujeres, y que aparece como un sufrimiento anímico o somatizado como síntomas físicos mal definidos y sin causa orgánica evidente (Velasco, 2005). Los síntomas se asemejan a los de diversos trastornos reconocidos por manuales diagnósticos, como la depresión o la ansiedad: cefalea, estrés crónico, dolores, molestias múltiples, cansancio físico y mental, cambios de humor, trastornos del sueño, fallos de memoria y concentración, tristeza y apatía, y angustia, entre otros (Muruaga y Pascual, 2013; Velasco, 2005).

Todo ello refleja la necesidad de reforzar la economía de los cuidados, la atención a las personas dependientes o vulnerables y el cuidado de nuestros mayores. En este contexto, es imprescindible articular un plan específico que vuelva a situar a las personas en el centro de la economía, poniendo en valor lo que puede aportar cada generación al conjunto de la sociedad y asegurando que nadie queda atrás ni al margen de la sociedad, y que valore adecuadamente las tareas de cuidados y de asistencia social, así como el potencial de generación de empleo que ello supone.

Durante el desarrollo del *focus group* realizado a las cuidadoras informales, subyacen aspectos interesantes sobre el tema de discusión y debate, como se refleja a continuación en los *verbatim*s:

[...] En el año 2013, cuando el gobierno comunicó que le iban a dar Seguridad Social a las cuidadoras (informales), pero nos teníamos que hacer cargo nosotras de las cotizaciones me pareció por un lado muy bien, porque al menos se nos reconocía el derecho de cotizar, pero por otro lado, teníamos que pagar la cotización de un trabajo que no nos pagan. Nos costaba dinero cuidar y cotizar. (Mujer cuidadora 1).

[...] Yo cuando comencé a cuidar de mi padre, que tenía reconocida la ley de dependencia, y me informe de que podía darme de alta en la seguridad social, pero costando yo el darme de alta, decidí no hacerlo, no me podía permitir cuidar a mi padre y pagar mi alta en la seguridad social. Se convertía en muchos gastos. (Mujer cuidadora 2).

[...] En mi caso, mi madre cayó enferma, soy hija única, me tuve que ocupar de ella. No podía trabajar, y cuando me comencé a informar, no tenía derecho a nada por ser la cuidadora porque mi madre aún no tenía reconocida la ley de dependencia, y entonces yo no podía justificar que soy su cuidadora para poder al menos darme de alta en la Seguridad Social, y por lo menos cotizar. La resolución de la ley de dependencia es muy lento su trámite, lleva solicitado más de un año y mientras tanto yo estoy cuidando a mi madre, pero no puedo acceder al convenio especial de los cuidadores. (Mujer cuidadora 3).

[...] Es indignante que la única forma de demostrar que eres cuidadora es que la persona que cuida, mi suegra, tenga reconocida la ley de dependencia, sabiendo la administración lo lento que es, nos deja en muy mala posición a las cuidadoras, que nos podemos tirar uno, dos o tres años esperando a la ley de dependencia, y mientras tanto ¿qué hacemos? ¿no somos cuidadoras sin ley de dependencia? (Mujer cuidadora 4).

[...] Si la Ley de Dependencia es tan lenta, debería de haber otra forma para que se nos reconociera como cuidadoras desde el minuto uno que cuidamos, y poder acceder al convenio especial de los cuidadores. (Mujer cuidadora 5).

[...] La Ley de Dependencia está muy bien montada no se puede negar, pero tampoco se puede negar que es todo muy lento, demasiado. Yo creo que la forma de justificar que somos cuidadoras sin necesidad de pasar el filtro de la ley de dependencia es fácil. Como cuidadora tengo todos los informes médicos de cómo está mi madre, tengo su empadronamiento de que vive conmigo, tengo como demostrar que no recibo ayuda de ningún tipo, incluso el médico de cabecera puede corroborar que quien va a consulta y se ocupa de ella y de sus

pastillas soy yo. Debería ser fácil poder demostrarlo sin pasar por la lentitud de la ley. (Mujer cuidadora 6).

[...] Para todo es la Ley de Dependencia. Que yo no digo que no esté bien, lo que digo que si todo hay que solicitarlo por la ley, y la ley es muy lenta para que te la den, ¿por qué no se crea otro mecanismo para que las cuidadoras podamos justificar que lo somos y tenemos derechos? No lo entiendo (Mujer cuidadora 7).

[...] Y después está mi caso, que no le han dado la ley de dependencia a mi padre, he vuelto a solicitar de nuevo valoración, otra vez trámite de papeleo, y llevo casi tres años. Y mi padre necesita cuidados, cuidados que sigo demostrando que necesita. Y mi padre sin ley de dependencia y yo sin poder acceder a nada porque no consto como cuidadora hasta que no tenga la ley concedida él, no puedo acogerme a la ayuda. (Mujer cuidadora 8).

[...] Todo el trámite burocrático que hay que hacer para solicitar la ley de dependencia es cansado. No es fácil y te desespera. Recuerdo que el expediente mi padre lo perdieron, tras reclamar varias veces que yo había presentado todo, me decían que no aparecía el expediente, se ponía en duda que yo no lo había tramitado, tuve que enseñar el papel de registro, y hasta entonces no me dijeron que es que se había extraviado el expediente, que lo sentían pero, que debía de presentarlo de nuevo. Conozco a más gente que le ha pasado y es indignante (Mujer cuidadora 9).

[...] Si, si, a mí me paso lo mismo, justo lo mismo, sé que ha habido muchos casos así como el nuestro, de que el expediente de solicitud de la ley se había extraviado y tenía que empezar de cero después de esperar casi un año, ¿y qué haces? te callas y vuelves a empezar, pero ese tiempo no te lo devuelve nadie. (Mujer cuidadora 10).

[...] Llevo cuidando cinco años, y cinco años que tengo que ir todos los meses al fisioterapeuta por los dolores musculares que me produce levantar y acostar a mi madre de la cama. Fisioterapeuta que me costeo yo, debería de ser un servicio que se les reconociera a las cuidadoras, son problemas físicos que acarreamos debido a cuidar. (Mujer cuidadora 11).

[...] Yo llevo 2 años yendo al psicólogo, porque comencé a sentirme mal de ánimos, con muchos dolores de cabeza, y sin ganas de nada. Cuando fui a la psicóloga me dijo que tengo el síndrome del cuidador quemado, yo no había escuchado hablar de eso. Y cuando me lo explicó entendí lo que tenía. Después de 5 años cuidando es ahora cuando tengo conciencia de lo que me pasa. Antes iba al médico por los dolores de cabeza y me recetaba unas pastillas, luego fui en otra ocasión por dolores musculares, y me recetó unas pastillas, también me recetó para la ansiedad. Llegue a tomar muchas pastillas, y hasta no ir a la psicóloga no tome conciencia de que tenemos como cuidadoras enfermedades y malestares comunes de tanto tiempo cuidando. Me dijeron que la fibromialgia, también suele ser habitual en las cuidadoras. Eso no te lo explica nadie. (Mujer cuidadora 12).

[...] Pues imagínate cómo puedo estar yo, que tengo 64 años, llevo cuidando 12 años a mi marido, y estoy ya para que me cuiden a mí. En estos años cuidando me he desgastado mucho. Estoy fatal con la espalda y las piernas, cuidar es muy duro, y cada año se te hace más cuesta arriba. (Mujer cuidadora 13).

[...] Es que realmente la sobrecarga que llevábamos las que cuidamos eso no lo sabe nadie. Normal que nos duelan los músculos de levantar, acostar, llevar al baño... es mucho el esfuerzo físico, y también se deja de ir a los sitios, porque no puedes dejarlo solo sin nadie, te quitas de ir a ciertos sitios y cada vez más tu vida es la casa, cuidar y la casa. Y pasan los años y te olvidas de ti y vas aguantando como puedes. (Mujer cuidadora 14).

6. Conclusiones

A lo largo de nuestra investigación subyacen aspectos claves que ponen de relieve, las causas que propician la invisibilidad de los cuidados informales, y por ende la falta de reconocimiento social. La labor que realizan las cuidadoras informales se lleva a cabo bajo el concepto social y heterónimo de “ayuda” a un familiar o allegado dependiente, cuya cualificación profesional es indiferente, y los conocimientos de los cuidados se adquieren de la práctica, es decir, durante el desarrollo de la actividad de cuidar a la persona dependiente en cuestión. Hubo un momento clave al inicio de la Ley de Dependencia (2006), en el que la figura del cuidador informal, comenzaba a tener importancia dentro del sistema social, a través del Programa Individual de Atención elaborado por Servicios Sociales del municipio del solicitante, en el cual se reconocía su labor mediante una normativa, así como se le dotaba del derecho a estar dado de alta en la Seguridad Social, con la condición de cuidador no profesional. Siendo esta medida de protección la única normativa que reconoce derechos en el cuidador informal.

Es aquí cuando se empezaba a situar al cuidador informal, en una posición de reconocimiento dentro de la estructura social, pero rápidamente, esa pequeña notoriedad descendió en muy poco tiempo, a medida que se recortaron los presupuestos estatales y autonómicos para este fin. Lo que volvió a suponer una sacudida al colectivo, el cual continúa en la actualidad sumergido, sin una normativa consolidada y que avance en el reconocimiento de derechos, que de soporte legal y social a la figura del cuidador no profesional. Las bases sociales sobre las que se sustenta el colectivo de cuidadoras informales, son en deberes morales y éticos, y con ausencia de derechos sociales y laborales. Convirtiéndose en un sector residual y altruista, que padece malestares, patologías y enfermedades como consecuencia de cuidar a largo tiempo. Cuya posición social es más desigualitaria y notoria, si la comparamos con las cuidadoras formales. Las desigualdades existentes entre ambos tipos de cuidadoras, formales e informales, denotan con claridad la invisibilidad que sufre el colectivo de cuidadoras informales, y la escasez de apoyo social, y por ende, la ausencia de reconocimiento en la estructura social, quedando en la sombra.

Los mandatos de género, los roles y estereotipos, la imposición social que es el cuidado informal, y las consecuencias que conlleva, pueden acabar repercutiendo en la salud mental, concretamente produciendo malestares de género.

Por tanto, queda de manifiesto a través de las entrevistas y *focus group* realizados las cuidadoras informales, que los aspectos que favorecerían y propiciarían que la actividad que ejercen las cuidadoras informales sea visible socialmente y, aumente su reconocimiento, serían los siguientes dar continuidad y sin interrupciones por recortes presupuestarios, al convenio especial previsto en el Real Decreto 615/2007, de 11 de mayo, por el que se regula la Seguridad Social de los cuidadores no profesionales de las personas en situación de dependencia; crear nuevas normativas legales que doten de

derechos la actividad no profesional que ejercen las cuidadoras informales, con criterios básicos de justicia, igualdad y bienestar; crear cauces y gestiones burocráticas ágiles, sencillas y eficaces, que permitan solicitar y reconocer la condición de cuidadora informal y acceder a recursos sociales sin necesidad de esperar a las demoras de los recursos de la Ley de Dependencia; reconocer a nivel sanitario y social, ciertas patologías o cuadro sintomático, como enfermedades asociadas a la labor que ejercen las cuidadoras no profesionales. De manera que, se genere una atención integral socio-sanitaria para las cuidadoras informales, posicionando así este colectivo, como parte fundamental de la atención a la dependencia, en consonancia con las cuidadoras profesionales. Con el objetivo de promocionar su inserción dentro de la estructura social y por ende, favorecer su visibilidad social como sector y potencial fuente de contribución al Sistema de la Seguridad Social.

Bibliografía

- Batthyány, K. (2020). Covid-19 y la crisis de cuidados. En Bringel, B. y Pleyers, (eds.) Alerta global. Políticas, movimientos sociales y futuros en disputa en tiempos de pandemia. Clasco; Alas.
- Bellido, E. y Martínez, M. (2022). Feminismo digital. Violencia contra las mujeres y brecha sexista en internet. Capítulo 10: Mujeres cuidadoras profesionales e informales. Un estudio de caso desde la perspectiva de expertos técnicos del ámbito sociosanitario; 204-229. Editorial Dykinson.
- Bellido, E. y Martínez, M. (2022). Divergencias y convergencias entre las mujeres cuidadoras profesionales y mujeres cuidadoras informales: una perspectiva comparada. XIV Congreso español de Sociología.
- Casado, D. y López, G. (2001). Vejez, dependencia y cuidados de larga duración. Situación actual y perspectiva de futuro. Barcelona: Colección Estudios Sociales.
- CSIC (2022). Un perfil de las personas mayores en España. Indicadores estadísticos básicos. Envejecimiento en red. Informe N°29, septiembre 2022.
- Davey A. y Patsios D. (1999). Formal and Informal Community Care to Older Adults: Comparative Analysis of the United States and Great Britain. *J Fam Econ Issues*. 1999, 20 (3).
- Durán Hera, M. A. (1986). La jornada interminable. Icaria Editorial.
- Durán Hera, M. A. (1984). Desigualdad familiar y doméstica. Estudio 1433.
- Durán Hera, M. A. (1999). La hipoteca: ¿Cuánto cuesta cuidar a un enfermo? Cuenta y razón, ISSN 1889-1489, ISSN-e 1989-2705, N° 113, 1999, págs. 118-122
- Durán Hera, M. A. (2003). El trabajo no remunerado en la familia. *Arbor*, 176(694), 239–267. <https://doi.org/10.3989/arbor.2003.i694.727>
- Durán Hera, M. A. (2006). Dependientes y cuidadores: el desafío de los próximos años. *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*, 60:57-73.
- Durán Hera, M. A. (2012). El trabajo no remunerado en la economía global. Fundación BBVA.
- Durán Hera, M. A. (2018). La riqueza invisible del cuidado. Universitat de Valencia, Colección Honoris Causa.
- Edmunds, H. (1999). The focus group research handbook. *The Bottom Line*, 12(3), 46-46.

- Fantova, F. (2020). Report: Responding to COVID-19 in Spain: Re-turning from Care homes to live with families as an alternative? Article in LTCovid.org, International Long-Term Care Policy Network, CPEC.
- Fernández, J.L.; Parapar, C. Y Ruíz, M. (2021). “El envejecimiento de la población”.
- Iglesias, C. y Maseda, M. (2014). Análisis de la atención a la dependencia en una crisis civilizatoria. Revista de trabajo social y ciencias sociales.
- Instituto de Mayores y Servicios Sociales (IMSERSO) (2004). Encuesta de Apoyo Informal a los mayores en España.
- Instituto de Mayores y Servicios Sociales 2009 (IMSERSO).
- Instituto Nacional de Estadísticas. Proyecciones de Población 2022-2072. INE 2022.
- Hernández, A. y González, P. (2020). La conciliación no existe y las madres lo sabemos. Los malabarismos de las madres trabajadoras durante la covid-19. Cuadernos de Campo, 29: 114-123. Doi: 10.11606/issn.2316-9133.v29isuplp 114-123.
- Hernández, J. y Pereira, M. (2021). En primera línea contra el corona-virus: el trabajo de cuidados de larga duración a personas mayo-res en España. Documento de trabajo. Fundación Alternativas.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). Marketing: edición para Latinoamérica. Pearson Educación.
- Letablier, M.T. (2007): “El trabajo de ‘cuidados’ y su conceptualización en Europa”. En Prieto (ed.) (ed.), Trabajo, género y tiempo social, Madrid, Hacer/Complutense, 64-84.
- Marbán, V.; Monserrat, J. y Rodríguez, G. (2020). El impacto de la Covid-19 en la población mayor dependiente en España con especial referencia al sector residencia. Ciencia & Saúde Coletiva, 26(1):159-168. Doi: 10.1590/1413-81232020261.33872020
- Martín Palomo, M. T. (2008). "Domesticar" el trabajo: una reflexión a partir de los cuidados.
- Martínez Pizarro. (2003). Tendances recentes de la migration internationale en Amerique latine et dans les Caraïbes. Migrations Société, ISSN 0995-7367, Vol. 15, N°. 90, 2003, págs. 131-154.
- Martínez Quintana. M.V. (1992). Mujer, trabajo y maternidad. Problemas y alternativas de las madres que trabajan. Ministerio de Asuntos Sociales. Instituto de la Mujeres. Serie Estudios nº 30, Madrid.
- Martínez Quintana. V. (2010). Conciliación de la vida familiar y laboral. En Derechos Humanos y relaciones laborales (Coord. Fernández de tejada Muñoz, V., capítulo 3. Págs. 147-211.
- Marrugat , M.L. (2005). “La familia cuidadora y su incidencia en la calidad de vida de las personas dependientes”. Rev Mult Gerontol 2005; 15(3):171.
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (2006): El libro blanco de la dependencia, Madrid.
- Molinier, P. (2005): “Le care à l’épreuve du travail. Vulnerabilities croisées et savoir-faire discrets”, en Paperman y Laugier (eds.) Le souci des autres, éthique et politique du care, Paris, EHESS, Raisons Practiques, 299-316.
- Muruaga, S., y Pascual, P. (2013). La salud mental de las mujeres: La Psicoterapia de Equidad Feminista. Madrid: Asociación de Mujeres para la Salud (AMS).
- Puga González, M. D., Abellán García, A., & Sancho Castiello, M. T. (2006). Mayores y familia en la sociedad actual.
- Rodríguez, Campos, L. M, y Ortega, Expósito, T. (2020). Cuidado formal vs cuidado informal. Análisis comparativo a través del profesiograma. Trabajo social global-Global Social

Work: Revista de investigaciones en intervención social, 10(19), 322-342.
<https://doi.org/10.30827/tsg-gsw.v10i19.15343>.

- Rodríguez-Rodríguez, P. (2005). El apoyo informal a las personas mayores en España y la protección social a la dependencia. Del familismo a los derechos de la ciudadanía. *Revista Española de Geriátría y Gerontología*, 40(3), 5-15. doi: 10.1016/S0211-139X(05)75068-X
- Rogero-García, J. (2009). La distribución en España del cuidado formal e informal a las personas de 65 y más años en situación de dependencia. *Revista Española de Salud Pública*, 83, pp. 393-405.
- Sautu, R; Boniolo, P; Dalle, P. Y Elbert. R. (2006). Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. Asdi, Clacso.
- Secretaría de Estado de la Seguridad Social y pensiones (2021). Revista: “El gobierno mejora la cobertura de los cuidadores no profesionales de personas dependientes”.
- Úbeda, I. (2009). Calidad de vida de los cuidadores familiares: Evaluación mediante un Cuestionario. (Tesis para optar el título de doctor). Universidad de Barcelona. Barcelona
- Valles, M. (2014). Cuadernos metodológicos. Entrevistas cualitativas.
- Velasco, S. (2005). Síndromes del malestar de las mujeres en atención primaria. *Mujeres y Salud*, 16, 11-15.
- Waerness, K. (1984): “Sobre la racionalidad del cuidado”, en Sassoon (ed.), 241-272 [1984].
- Walker AJ, Pratt CC & Eddy L. (1995) Informal Caregiving to Ageing Family Members: A critical review. *Fam Relat*; 44(4): 402-411.
- Walker LJ, deVries B, Trevethan SD, (1984) “Sex differences in the development of moral reasoning”. *Child Development*, 55; 1984. 677-691.

Normativa

- Real Decreto 615/2007, de 11 de mayo, por el que se regula la Seguridad Social de los cuidadores de las personas en situación de dependencia.
- Ley 39/1999 de conciliación, de 5 de noviembre de conciliación de la vida familiar y laboral
- Ley 39/2006, de 14 de diciembre, de Promoción de la Autonomía Personal y Atención a las Personas en Situación de Dependencia.

Native advertising in Vale's reparation process after the dam collapse in Brumadinho

Publicidade nativa no processo de reparação da Vale após o rompimento da barragem em Brumadinho

WAGNER RODRIGO ARRATIA CONCHA¹
Universidade Federal de Santa Catarina

NATÁLIA HUF²
Universidade Federal de Santa Catarina

Recepción: 28.11.2023

Aceptación: 13.12.2023

Publicación: 30.12.23

RESUMEN

El 25 de enero de 2019, la presa B1 de la minera Vale colapsó en la ciudad de Brumadinho (Minas Gerais), convirtiéndose en el mayor accidente laboral en Brasil en términos de número de víctimas mortales, además de un desastre socioambiental que afectó a 26 municipios a lo largo de la cuenca del río Paraopeba. Sus consecuencias todavía se sienten en las comunidades, tres víctimas aún están desaparecidas y existen litigios transnacionales contra las empresas corporativas involucradas. Esta investigación tiene como objetivo comprender cómo ocurre la comunicación institucional de Vale en el proceso de reparación de los daños causados por el colapso de la presa, con foco en el discurso de renovación adoptado por la empresa en cinco piezas de publicidad nativa publicadas en el portal del diario *Estado de Minas* entre los años 2020 y 2022. A través de un análisis de contenido cualitativo, se pudo observar que su estrategia al utilizar el periodismo de marca para comunicarse con sus audiencias mencionó temas relacionados con acciones de recuperación que la empresa está obligada a cumplir, y hubo ausencia de voces disonantes, una vez que la mayoría de las fuentes eran empleados de Vale. La única vez que Vale presentó una visión prospectiva fue cuando mencionó la descaracterización de otras presas. No se pudo ver una comunicación ética ni una retórica organizacional efectiva. Investigaciones futuras podrían cuestionar a los responsables de la comunicación de Vale sobre la opción de publicidad nativa en lugar de publicidad tradicional o trabajo de gabinete de prensa, así como preguntar a los editores de *Estado de Minas* sobre los riesgos y oportunidades de producir y/o publicar este tipo de contenido patrocinado.

Palabras clave: discurso de renovación; publicidad nativa; periodismo de marca; Brumadinho; análisis de contenido cualitativa.

¹ Doctorate student in Journalism, CAPES-DS scholarship, member of Transverso research group.

² Doctorate student in Journalism, CAPES-DS scholarship, member of objETHOS - Observatório da Ética Jornalística research group.

ABSTRACT

On 25th January 2019, the mining company Vale's B1 tailings dam collapsed in the city of Brumadinho (Minas Gerais), becoming Brazil's largest labour accident in terms of number of fatalities, as well as a socio-environmental disaster that affected 26 municipalities along the Paraopeba river basin. Its consequences are still felt by the communities, three victims are missing and there are transnational litigations against the involved corporate companies. This research aims to understand how Vale's institutional communication occurs in the reparation process of the damages caused by the dam collapse, with a focus on the discourse of renewal adopted by the company in five native advertising pieces published on *Estado de Minas* newspaper's portal between 2020 and 2022. Through a qualitative content analysis, it was possible to observe its strategy when using brand journalism to communicate with its audiences: it mentioned themes related to recovery actions the company is obliged to comply with, and there was an absence of dissonant voices, as most of the sources were Vale's employees. The only time Vale presented a prospective vision was when it mentioned the decommissioning of other dams. It was not possible to see an ethical communication nor an effective organisational rhetoric. Future research could question Vale's communication officers the option for native ads instead of traditional advertising or press office work, as well as ask *Estado de Minas'* editors about the risks and opportunities of producing and/or publishing this type of sponsored content.

Keywords: discourse of renewal; native advertising; brand journalism; Brumadinho; qualitative content analysis.

1. Introduction

On 25th January 2019, the mining company Vale's B1 tailings dam collapsed in Brumadinho, around 60 kilometres far from Belo Horizonte, the capital of Minas Gerais state, in Brazil. With 272 deaths, the case is the country's biggest labour accident in terms of fatal victims (Souza & Souza, 2020), as well as a social-environmental disaster that affected 26 municipalities along the Paraopeba basin, as the mud travelled down through the river. After almost five years and three victims yet to be located, the full impact of the dam failure "is still uncertain" (Vale, 2023, p. 1, our translation) and there are transnational litigations in Germany, against TÜV Süd, the German auditor that had certified the safety of the dam months before it collapsed, and in the US, against Vale (Zaneti & Leite, 2023), as well as public civil action in Brazil. Vale is also involved in another dam collapse. In 2015, Samarco's tailings dam breached in Mariana, also in Minas Gerais, killed 19 people and the mud sludge down through Doce river up to the Atlantic Ocean. Samarco miner is a joint venture between Vale and BHP Group.

Research about Vale's communication after the collapse in Brumadinho has focused on the company's first announcement via press statement and the speech of the former CEO (e.g. Mendes & Oliveira, 2019), sustainability reports (Carnielli, 2022), LinkedIn posts (Martino & Rivelli, 2019) or a reparation report published in 2020 (Scroferneker, Silva, Amorim & Oliveira, 2021). There are also studies about news media coverage of the ruptured dam in Brumadinho and about both cases. Regarding advertising content, Vilela (2020a; 2020b) analysed videos of Samarco's institutional campaign produced after the dam breach in 2015, featuring accounts of employees and affected people. "Relying on the 'social responsibility' discourse, the company sought to present its compensation actions as voluntary initiatives, capable of arousing affection in those viewers less informed about the legal impositions required to the company", concluded

Vilela (2020a, p. 328, our translation). Barroca and Oliveira (2022) examined another type of audiovisual content, a documentary produced in 2020 by Vale about its protective actions at the National Forest of Carajás, in the north of Brazil. The authors concluded that, through the documentary, the company tried “to transmit a message of proactivity in relation to ESG principles, in an attempt to change the perception regarding the society’s and investors’ image of Vale, as long as these receivers accept this contract” (Barroca & Oliveira, 2022, p. 179, our translation). Thus, to the best of our knowledge, there are no studies about post-disaster native advertising content produced by Brazilian corporations.

Therefore, the objective of this paper is to understand how Vale’s institutional communication occurs in the reparation process following the damages caused by the dam collapse in Brumadinho. More specifically, we intend to investigate the themes and sources present in Vale’s native advertising. This form of communication, with an appearance similar to that of journalistic material from news media outlets, is also known by other names, such as branded content, “ad-reportage”, brand journalism or “informercial” (Huf, 2022). With characteristics of news content, these advertising pieces are published in news media and aim to “merge” with the editorial content of newspapers, incorporating themselves into the news content (Assmussen et al., 2016; Fidalgo, 2019; Hardy, 2021; Harms, Bijmolt & Hoekstra, 2017; Lynch, 2018; Wojdyski & Golan, 2016).

This paper is structured as follows: in the theoretical framework section, we present concepts regarding crisis communication, the discourse of renewal theory, brand journalism, and native advertising. We then explain the steps we took to conduct a qualitative content analysis of Vale’s native ad pieces published on a news media outlet in Brazil. We discuss the results and conclude with limitations faced during this investigation and offer suggestions for future research.

2. Theoretical framework

2.1. Crisis communication and discourse of renewal

Private organisations involved in issues of public interest should be held accountable before the society. In these situations, commonly known as ‘crises’, organisations need to communicate. “Crisis communication is about framing the interpretation of events and efforts to control meaning” (Coombs, 2018, p. 430). One of the crisis communication theories is the discourse of renewal, which focuses on an optimistic, future-oriented vision of moving beyond the crisis rather than focusing on legal liability or responsibility for the crisis (Ulmer, Sellnow & Seeger, 2019).

The discourse of renewal has four foundation elements that are essential regardless of crisis type: organisational learning (learning from failure), ethical communication, prospective versus retrospective vision, and effective organisational rhetoric (Ulmer et

al., 2019; Sellnow, Seeger & Sheppard, 2023). Organisational renewal is “a fresh sense of purpose and direction an organization or system discovers after it emerges from a crisis” (Ulmer et al., 2019, p. 385). In learning from the failure, the organisation recognises it had failed in some way by the actions it had taken or failed to take prior to the crisis, so it communicates to its stakeholders “a genuine willingness and capacity to change course to avoid making the same mistakes in the future that precipitated the current crisis” (Sellnow et al., 2023, p. 129). Ethical communication is essential to renewal discourse and begins before a crisis occurs, building symmetrical relationships with stakeholders. “Through fair-minded negotiation, conflict management, and effective listening, these relationships create a reservoir of goodwill” (Sellnow et al., 2023, p. 129), benefiting the organisation during a crisis. In addition, a crisis response that provides an optimistic, compelling, and future-oriented vision is at the heart of renewal discourse, based on experiences during the crisis and putting the future well-being of stakeholders first, instead of divisive debates about blame and responsibilities (Sellnow et al., 2023, p. 130). The effective rhetoric should be done by visionary leaders who serve as prime movers of the renewal enterprise by constructing the meaning of a prospective and compelling future that helps stakeholders make sense of the crisis (Sellnow et al., 2023, p. 130).

2.2. Brand journalism and native advertising

The use of journalism to build (or, in some cases, rebuild) a brand is not new: the brand journalism concept was created by Larry Light in 2004 and, from the 2010s onwards, several journalistic organisations began creating their own internal departments dedicated to branded content. The pioneer was the site BuzzFeed, followed by newspapers such as *The New York Times*, *El País* and others (Lynch, 2018). According to Brito and Carvalho (2021), structural changes in journalism production process and in the relationship between newspapers and their audiences, namely, the development and adoption of digital technologies, imposed a reconfiguration in the “way of doing” journalism, as well as to the profession itself, and Schmitz (2017) identified a migration of professionals trained in journalism to areas such as digital marketing and advertising.

With the “decentralisation of news” in newsrooms (Brito & Carvalho, 2021), journalism is also being used as a strategic communication tool, not just in the source media (press releases, portals and profiles on social networks, for example), but also as branded journalistic content, produced to be broadcast in advertising space within the newspapers, whether printed, digital, or even on television, radio and podcasts. The relationship between the brand and the news organisation is now different: it is no longer a press officer who tries to “sell” his agenda or his sources to a journalist, but rather the company that buys that determined space inside the pages of the newspaper or website, so that the branded content, which has the immediate appearance of a news report, is produced by the newspaper team (which can be an internal team, or composed of freelancers), with the same language and editorial format adopted by the newspaper.

In this context, Carvalho (2022, p. 17, our translation) highlights the relevance of content marketing, “based on the audience’s expectations, a criterion for the production and dissemination of information woven, often, through journalism protocols and techniques”. In a research paper about formats and types of native ads in Spain, Zomeño and Blay-Arráez (2021) found the most used is the interactive format known as multimedia article or longform, as well as videos, and presented a list of types, such as ask me anything (AMA), reviews, ‘listicles’ and facts. Li (2019) investigated native ads published in US legacy and digital-only media and found native ads on legacy media explained trends and issues concerning a sponsor using sponsor-related sources, while the ones on digital-only media outlets provided how-to advice to consumers using anonymous sources (Li, 2019, p. 593).

In the case of crisis communication, this strategy is also used, and Lynch (2018) calls it “issue-based native advertising”, that is, campaigns produced by corporations with the intention to influence public opinion and enhance its image from a positive framing. One study was found about native advertising in a post-crisis situation. In an online experiment conducted among US residents, Wu and Overton (2022) investigated how crisis type (victim, accident, intentional) and ad identification influence the effectiveness of native corporate social responsibility (CSR) advertising as a post-crisis response strategy. They used three versions of a crisis news article of a fictitious bank and fake accounts: in the victim crisis condition, the fake account situation was described as a rumour started by a competitor, in the accidental condition, the piece described how a technical error in the system led to the creation of fake accounts; and in the intentional condition, the creation of fake account was described as an intentional effort where bank employees were secretly creating unauthorised accounts. After reading one of the versions, participants read the native CSR ad - with a disclosure label at the top of the article - about the fictitious bank assisting disadvantaged communities.

The authors found that crisis type, and ad identification are two influential factors. That is, “when a crisis is accidentally or even intentionally caused by a company, consumers seem to be more tolerant of the company buying native advertisements to present its CSR efforts, (...) participants’ responses were not influenced by ad identification in these two conditions” (Wu & Overton, 2022, p. 368). Therefore, we believe more research is needed to understand native advertising of corporate organisations in crisis context, especially in post-disasters. To fill this gap, we examined Vale’s native ad published in Belo Horizonte-based *Estado de Minas*’ website after the dam breach in Brumadinho.

3. Methodology

This paper has the main objective to comprehend how Vale’s communication occurs in native ads published on newspaper *Estado de Minas*’ website, focusing on themes and sources present in the company’s sponsored content. To do so, we conducted a qualitative content analysis (Elo et al., 2014) involving three phases: preparation, organisation, and reporting of results. In the preparation phase we collected suitable data

for content analysis, made sense of the data, and selected the unit of analysis.

We did a purposive sampling, by manually collecting news about the dam breach on *Estado de Minas*' website (www.em.com.br), from 25th January 2019, using the keyword “Brumadinho”, as part of a broader and ongoing research being conducted by the first author. Founded on 7th March 1928, *Estado de Minas* was chosen because it is one of the oldest news media in Minas Gerais, it had an average print circulation of 11,128 issues in 2022 (Yahya, 2023) and has been covering both dam collapses, in 2015 and in 2019, and their consequences. The news articles were evaluated to see if they are related to the Brumadinho case and were saved on an Excel spreadsheet. Among these news were found five native advertising pieces¹ (Vale, 2020a; 2020b; 2021; 2022a; 2022b), which are the focus of this paper. In the organisation phase we developed a categorisation matrix² with the categories “themes” and “sources”, and all data were reviewed for content and coded for correspondence to or exemplification of these categories. That is, both authors read all Vale's native ad pieces published on *Estado de Minas*' website to identify the themes and cited sources and we discussed the adequacy of results throughout the analysis. In the reporting phase, results were reported by the content of the categories describing the phenomenon and are presented in the following section.

According to Elo et al. (2014, p. 2), one of the main issues with this method lies in the preparation phase, and it's the “trustworthiness of the data collection method, sampling strategy, and the selection of a suitable unit of analysis”. The authors offer a list with questions so researchers who conduct studies using this methodology can check if they are attempting to achieve trustworthiness. In this study, we have five units of analysis: the only five native ads we identified from a larger database, and we believe that these pieces offer what we need in order to identify how Vale used native advertising as a strategy to renew its image and to communicate with its audience.

4. Results and discussion

The type of native advertising used by Vale on *Estado de Minas*' website, when communicating after the dam breach in Brumadinho, can be classified as “facts”, that is, “informative content aimed at highlighting a specific fact using a brief, precise text” (Zomeño & Blay-Arráez, 2021, p. 540). A summary of the results is presented in Table 1.

¹ Vale also publishes on *Estado de Minas*' website other native advertising articles, such as the ones available at <https://www.em.com.br/patrocinado/ofuturoemconstrucao>. Besides, due to the high volume of news published in 2019, the year of the dam collapse, the evaluation of the articles was still undergoing at the time of writing this paper.

² The categorisation matrix is available at <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1y917jAZvjhj7tN4-UKNI6QeITHGuF2GKg4tj4BC0yY/edit?usp=sharing>.

In the first native advertising (Figure 1), Vale informed the donation of 55 thousand kits of Covid-19 rapid tests and personal protective equipment (PPE) items, such as goggles, gloves and masks, to ten hospitals in Minas Gerais that serve through Brazil's public health system SUS. The piece also mentioned Vale was doing expansion works and made a financial donation to two hospitals in Belo Horizonte, and supported the project "Masks for all" - in partnership with Yara Tupynambá Institute and Association of Regional Talents - in Brumadinho (Greater Belo Horizonte), in which local seamstresses produced masks for Vale's employees and outsourced staff. The project also offered technical and legal consultancy for the formalisation of individual micro entrepreneurs. The only source interviewed was Vale's occupational health manager and labour doctor, Daniel Penna, who stressed the importance of collective responsibility during the pandemic. The native ad also had a YouTube video³ embedded, which repeated the article's information.

Table 1. Summary of the content analysis of Vale's native advertising on *Estado de Minas*' website

Themes	Sources
Donation of Covid-19 rapid tests and personal protective equipment (PPE) items and financial donations to hospitals; support of "Masks for all" project and individual micro entrepreneurs	Vale's occupational health manager and labour doctor, Daniel Penna
Project "Strengthening the competitiveness of the tourism private sector"	Vale's reparation executive manager, Gleuza Jesué; Hora do Doce's partner, Tiago Henrique; Bistrô Casa do Rei's partner, Reinaldo Mendes; president of Brumadinho and Region's Tourism Association (ATBR), Leonardo Esteves
Tracking system of water supply to directly affected cities	Analyst from the agricultural coordination of the reparation directory, Josué Ferreira; agricultural coordinator of the reparation directory, Marco Furini; owner of a property in Betim, Edmar Amorim; rural producer Alexandre Souza Cruz (picture)
Payment of indemnities; development and social well-being actions; integral reparation agreement; environmental recovery actions; compensation actions in evacuated municipalities; program of dams' de-characterisation	None
Change in dams management; de-characterisation of a dam	None

Source: authors

³ Video available at <https://www.youtube.com/watch?v=F11qBaIolB4>.

Figure 1. Screenshot of Vale’s native advertising addressing the donation of Covid-19 rapid tests



Source: Vale (2020a)

In the second native advertising (Figure 2), also published in 2020, Vale communicated the project “Strengthening the competitiveness of the tourism private sector”, which sought to foster tourism in the region directly affected by the dam failure. Carried out by Veredas do Paraopeba Tourist Circuit, the initial stage of the project focused on five municipalities. Sources cited were Vale’s reparation executive manager, Gleuza Jesué; Hora do Doce’s partner, Tiago Henrique, a micro-business located in Juatuba (Greater Belo Horizonte); Bistrô Casa do Rei’s partner, Reinaldo Mendes, a restaurant in São Joaquim de Bicas (Greater Belo Horizonte); and the president of Brumadinho and Region’s Tourism Association (ATBR), Leonardo Esteves. According to Gleuza Jesué, “it is necessary to rebuild, repair and transform territories in search of a long-lasting and positive legacy in the social and economic areas. These are short, medium and long-term actions. The work should last for the next five years and, in case of more profound changes, the duration could be even longer”. The ad piece also mentioned that, according to the World Tourism Organisation, one in ten jobs in the world is directly or indirectly linked to the tourism sector.

Figure 2. Screenshot of Vale’s native advertising addressing consultancy for small businesses



Ação é realizada pelo Circuito Turístico Veredas do Paraopeba e conta com apoio da Vale

As latas de leite condensado que seriam descartadas após a produção de brigadeiros servem como embalagem para os brownies. Este é um dos diferenciais do Hora do Doce, micronegócio sediado em Juatuba que faz parte dos 50 empreendimentos associados ao turismo que estão recebendo consultoria do projeto Fortalecimento da Competitividade do Setor Privado de Turismo.

A iniciativa busca fomentar o turismo na região diretamente atingida pelo rompimento da barragem, em Brumadinho. "Estamos recebendo muitas informações sobre as melhores técnicas para gerenciar nosso negócio. Mas, principalmente, sugestões simples que passam despercebidas no dia a dia, como separar conta física e jurídica, margem de lucro. Tudo tem sido um aprendizado muito importante", conta Tiago Henrique, sócio da empresa.

O projeto é uma realização do Circuito Turístico Veredas do Paraopeba, organização sem fins lucrativos que tem por objetivo viabilizar a consolidação do turismo de maneira competitiva e sustentável. Inicialmente, a iniciativa contempla projetos em cinco municípios na área atingida: Brumadinho, Igarapé, Juatuba, São Joaquim de Minas e Mário Campos.

Source: Vale (2020b)

In the third native advertising (Figure 3), published in 2021, Vale highlighted the real-time tracking system for water delivery to residents of 16 affected municipalities, which could not collect water directly from Paraopeba river. According to Vale, tracking the fleet and deliveries of drinking water led to more predictability and transparency for those who received the water, as well as more precision for those who worked to make it reach the properties located between Brumadinho and Pompéu, in the central region of Minas Gerais. The native ad piece explained everyone who collected water directly from the Paraopeba river was eligible for the benefit, regardless of the distance of the property in relation to the river, in addition to those who collected underground and were up to 100 metres from the river bank, on both sides. Vale said the definitions of water supply were in accordance with the technical note issued by the Water Management Institute of Minas Gerais (IGAM) and the process was followed by an independent auditor of the Public Ministry of Minas Gerais. Vale also informed they delivered animal feed products (corn silage, hay, corn grain and animal feed) to rural producers, and cited the execution of definitive works, such as water supply and treatment systems. Sources interviewed were the analyst from the agricultural coordination of the reparation directory, Josué Ferreira; the agricultural coordinator of the reparation directory, Marco Furini; and the owner of a property in Betim (Greater Belo Horizonte), Edmar Amorim. There was also a photo showing Ferreira and rural producer Alexandre Souza Cruz, from Esmeraldas (Greater Belo Horizonte). According to Josué Ferreira, “the robustness of the system gives us great peace of mind in saying that all eligible residents are receiving water with adequate quality and quantity”, while Marco Furin said “we have the responsibility to bring quality water to the people. For this reason, we created a process to do so in the most transparent possible way”.

Figure 3. Screenshot of Vale’s native advertising addressing water supply



Source: Vale (2021)

In the fourth native ad (Figure 4), published in 2022, Vale highlighted part of the reparation duties in Brumadinho, such as payment of R\$ 3 billion in individual indemnities, the offer of psychosocial assistance through the program “Reference of the family”, the improvement of the primary healthcare network through the program “Health cycle”, investment in infrastructure - refurbishment of a sport complex, day care centres, family health unit and the police battalion - and in the project “Strengthening the competitiveness of the tourism private sector”, in partnership with Rede Terra institute. The piece also mentioned the integral reparation agreement, signed by Vale in February 2021 with a total amount of R\$ 37.7 billion, as well as environmental recovery and compensation actions in evacuated municipalities, that is, in areas where there are other tailings dams and for this reason families had to leave due to the increase of the emergency level of these structures. In the end of the native ad there was information about the program of dams’ de-characterisation, which intends to eliminate all 30 upstream dams, the same construction method used in the structures that bursted in Mariana and in Brumadinho, and is part of a commitment agreement signed with the government of Minas Gerais, regulatory agencies and state and federal public prosecutors. There were no cited sources in this piece.

Figure 4. Screenshot of Vale’s native advertising addressing development and well-being actions



Iniciativas para fomentar o turismo e qualificar a mão de obra estão ajudando a desenvolver a economia de Brumadinho. Projetos de melhoria de infraestrutura estão sendo entregues para contribuir com a qualidade de vida dos moradores. E as poucas, utilizando técnicas inéditas, a área degradada está sendo reforestada.

Essas ações fazem parte das obrigações da Vale com a reparação do município, após o rompimento da barragem B1. Mais do que reparar os danos causados, a mineradora está empenhada em compensá-los, contribuindo para mudanças duradouras e tomando medidas para garantir que um outro rompimento não se repita. Confira a seguir as obrigações cumpridas neste semestre.



Source: Vale (2022a)

In the fifth native ad (Figure 5), also published in 2022, Vale informed the improvement of the safety conditions in its dams, through actions such as the new management system, based on learning with the dam breach in Brumadinho, and in accordance with guidelines of the Global Industry Standard on Tailings Management (GISTM). The piece also informed the de-characterisation of a dam in Nova Lima (Greater Belo Horizonte), which resulted in the reduction of its emergency level, and the implementation of the Emergency Action Plans for Mining Dams (PAEBMs) in Minas Gerais and in Pará. Since 2019, Vale has invested more than R\$ 5 billion in the program of dams' de-characterisation and five dams were eliminated in 2022. There were also no cited sources.

Figure 5. Screenshot of Vale's native advertising addressing changes in dams management

Source: Vale (2022b)

Using qualitative content analysis (Elo et al., 2014), we were able to identify the themes and sources in the advertising pieces. The themes of the pieces focused on the organisation's recovery actions after the collapse of the dam in Brumadinho, as well as the decommissioning of other dams owned by Vale. In the published native ads, we also identified, without surprise, the absence of dissonant voices: the sources cited were mostly official Vale sources, such as managers, coordinators and analysts, a result that goes in line with Li's (2019) findings.

5. Conclusion and limitations

Vale's organisational learning has been mandatory after two dam collapses, in Mariana and in Brumadinho. The qualitative content analysis allowed us to collect and examine the units of analysis in a systematic way, and to report the results accordingly. The company used native advertising pieces to communicate actions after the dam collapse in 2019. According to Ulmer et al. (2019), the organisational renewal is a fresh sense of purpose and direction the organisation discovers after it emerges from a crisis. However, from the analysed native ads, we understand Vale mostly presented recovery actions it is obliged to comply with, instead of a proper prospective, future-oriented vision (Ulmer et al., 2019). The only time Vale presented a prospective vision was when it mentioned the decommissioning/de-characterisation of other upstream dams. It was not possible to see an ethical communication, as the native ads did not mention how Vale communicated before the dam breach. We also did not find an effective organisational rhetoric, as the quotes presented on the native ads pieces were attributed to operational

leaders, and not to visionary leaders (Sellnow et al., 2023), that is, to Vale's directors.

In this sense, we noticed Vale's goal was more of a reparation of its own image before society, mentioning some actions to repair damages the dam collapse caused to its own workers, to Brumadinho's population and the whole affected region. It was a choice made by the company, and, even though brand image is definitely important, one could argue that it would be more effective if Vale focused more on actual reparation than on its own image. To present an adequate discourse of renewal, Vale should communicate structural changes in the management of its tailings dams and in the safety of its own employees. By choosing *Estado de Minas* as the channel for its native ads, Vale also made a careful decision: with 95 years of existence, it is one of the most traditional newspapers in Minas Gerais; it is also well known and respected in the whole country – according to the latest data from IVC (Instituto Verificador de Comunicação, a non-lucrative entity focused on media audit), the newspaper was one of the two that showed sales growth in 2022, alongside *Folha de S.Paulo*, one of the main Brazilian newspapers (Yahya, 2023).

Regarding the native ads pieces, all of them were identified as sponsored content, and *Estado de Minas* newspaper has a special layout for the paid content, which helps the reader differentiate it from actual news. It is important the news outlet points out the content is, indeed, paid for, not only because of ethical reasons, but also because of media and “brand literacy”. This concept is defined as the ability the consumer has to decode marketing strategies used by brands to introduce, maintain and formulate brand images, and how they enable the consumer to engage with them in their own cultural setting (Bengtsson & Firat, 2006). When it comes to journalism, studies show the importance of media literacy not only for journalism students and professionals, but also the audiences (Van Der Linde, 2010; Maksl, Ashley & Craft, 2015; Negreyeva & Prasad, 2012). As a skill, media literacy enables people to look at media in a more critical way, “so that they can protect themselves from unsuitable messages, have a better understanding of the media and experience enhanced enjoyment” (Potter, 2008, p. 11).

Still, native ads in newspapers and digital news outlets can be interpreted as actual news, even though they're correctly identified as sponsored content, which leads to another question: how is this type of ad impacting journalistic credibility? In this article, we decided to focus on the qualitative analysis of published ads, but future research could go further and question Vale's communication officers why it chose this dissemination strategy, instead of using traditional advertising or press office work, as well as ask *Estado de Minas'* editors about the risks and opportunities of producing and/or publishing this type of sponsored content. Among the limitations of this research, we mention the focus on only one newspaper outlet and the qualitative analysis of the published ads. Yet, we believe this research can be a starting point to examine native ads of corporate companies in Brazil involved in issues of public interest.

References

- Asmussen, B.; Wider, S.; Williams, R.; Stevenson, N.; Whitehead, E.; Canter, A. (2016). *Defining branded content for the digital age: the industry experts' views on branded content as a new marketing communications concept*. BCMA/Oxford Brookes University/Ipsos MORI.
- Barroca, S.; Oliveira, I. de L. (2022). "O documentário como estratégia de legitimação do discurso ESG de organizações com desgaste reputacional" [The documentary as a legitimation strategy of the ESG discourse of organisations with reputational wear]. *Libero*, (52), p. 166-182. <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/1784>.
- Bengtsson, A.; Firat, F. (2006). "Brand literacy: consumers' sense-making of brand management". In: Pechmann, C.; Price, L. (ed.). *NA - Advances in Consumer Research - volume 33* (p. 375-380). Association for Consumer Research. <https://www.acrwebsite.org/volumes/12359/volumes/v33/NA-33>
- Brito, M. A.; Carvalho, C. (2021). "Jornalismo de marca como estratégia de branding para as organizações" [Brand journalism as branding strategy for organisations]. In: UFBA, 17º Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (Enecult), Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador. <http://www.enecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-568/132097.pdf>.
- Carnielli, F. Z. (2022). "Diálogo e cinismo sobre as tragédias de Mariana e Brumadinho: a comunicação estratégica das organizações responsáveis" [Dialogue and cynicism about Mariana and Brumadinho tragedies: the strategic communication of responsible organisations]. In: Compós, 31º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Imperatriz. <https://proceedings.science/compos/compos-2022/trabalhos/diálogo-e-cinismo-sobre-as-tragedias-de-mariana-e-brumadinho-a-comunicacao-estra>.
- Carvalho, C. (2022). "A notícia entre jornalismo e comunicação estratégica: reflexões teórico-metodológicas" [The news between journalism and strategic communication: theoretical-methodological reflections]. In: Compós, 31º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Imperatriz. <https://proceedings.science/compos/compos-2022/trabalhos/a-noticia-entre-jornalismo-e-comunicacao-estrategica-reflexoes-teorico-metodolog>.
- Coombs, W. T. (2018). "Rhetoric as the progenitor: the creation and expansion of crisis communication". In: Ihlen, O.; Heath, R. L. (ed.). *The handbook of organizational rhetoric and communication* (p. 429-437). Wiley Blackwell.
- Elo, S.; Kääriäinen, M.; Kanste, O.; Pölkki, T.; Utriainen, K.; Kyngäs, H. (2014). "Qualitative content analysis: a focus on trustworthiness". *SAGE Open*, 4(1), p. 1-10. <http://doi.org/10.1177/2158244014522633>.
- Fidalgo, J. (2019). "Em trânsito pelas fronteiras do Jornalismo" [In transition through the boundaries of Journalism]. *Comunicação Pública*, 14(27). <http://doi.org/10.4000/cp.5522>.
- Hardy, J. (2021). "Sponsored editorial content in digital journalism: mapping the merging of media and marketing". *Digital Journalism*, 9(7), p. 865-886. <http://doi.org/10.1080/21670811.2021.1957970>.
- Harms, B.; Bijmolt, T. H. A.; Hoekstra, J. C. (2017). "Digital native advertising: practitioner perspectives and a research agenda". *Journal of Interactive Advertising*, 17(2), p. 80-91. <http://doi.org/10.1080/15252019.2017.1357513>.

- Huf, N. (2022). “Publicidade nativa: fronteiras entre jornalismo e publicidade” [Native advertising: boundaries between journalism and advertising]. In: SBPJor, 20º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Universidade Federal do Ceará (UFC), Fortaleza. <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2022/trabalhos/publicidade-nativa-fronteiras-entre-jornalismo-e-publicidade>.
- Li, Y. (2019). “The role performance of native advertising in legacy and digital-only news media”. *Digital Journalism*, 7(5), p. 592-613. <http://doi.org/10.1080/21670811.2019.1571931>.
- Lynch, L. (2018). “Native on the issues: native advertising and issue-based messaging from corporations and nonprofits”. In: Lynch, L. (ed.). *Native advertising: advertorial disruption in the 21st-century news feed* [e-book] (pos. 1-18). Routledge.
- Maksl, A., Ashley, S., & Craft, S. (2015). “Measuring news media literacy”. *Journal of Media Literacy Education*, 6(3), p. 29-45. <https://doi.org/10.23860/jmle-6-3-3>
- Martino, L. M. S.; Rivelli, F. (2019). “A comunicação de valores éticos na interação entre público e organizações: um estudo das postagens da Vale sobre o caso de Brumadinho” [Communicating ethical values in the interaction between the public and organisations: a study of Vale’s posts about the Brumadinho case]. *Vozes & Diálogo*, 18(2), p. 130-144. <http://doi.org/10.14210/vd.v18n02.p130-144>.
- Mendes, C. M.; Oliveira, V. V. de. (2019). “Rompimento das barragens em Mariana (2015) e Brumadinho (2019): regimes de interação no contexto das organizações” [Dam collapses in Mariana (2015) and Brumadinho (2019): regimes of interaction in the organisational context]. In: Compós, 28º Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), Porto Alegre. <https://proceedings.science/compos/compos-2019/trabalhos/rompimento-das-barragens-em-mariana-2015-e-brumadinho-2019-regimes-de-interacao>.
- Negreyeva, I.; Prasat, R. (2012). “Developing media literacy by teaching citizens the standards of professional journalism”. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 1(1), p. 33-53. https://doi.org/10.1386/ajms.1.1.33_1
- Potter, W. J. (2008). *Media literacy*. 4th ed. Sage.
- Schmitz, A. (2017). “A migração dos jornalistas para o marketing de conteúdo” [The migration of journalists to content marketing]. In: SBPJor, 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo. <https://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2017/paper/viewFile/740/354>.
- Scroferneker, C. M. A.; Silva, D.; Amorim, L. R. de; Oliveira, R. F. de. (2021). “Ambiências digitais como lugares de visibilidade/invisibilidade das organizações na gestão das crises” [Digital environments as places of visibility/invisibility for organisations in crisis management]. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 11(21), p. 207-226. <http://doi.org/10.5783/RIRP-21-2021-11-207-226>.
- Sellnow, T. L.; Seeger, M. W.; Sheppard, R. (2023). “Revisiting the discourse of renewal theory: clarifications, extensions, interdisciplinary opportunities”. In: Coombs, W. T.; Holladay, S. J. (ed.). *The handbook of crisis communication* (p. 127-136). 2. ed. Wiley Blackwell.
- Souza, A. A. de M.; Souza, G. E. de. (2020). “Brumadinho: maior acidente do trabalho da história do Brasil. Repercussão nas relações de trabalho” [Brumadinho: the biggest labour accident in Brazil’s history. Repercussion on work relations]. *Revista do Tribunal do Trabalho da 2. Região*, (23), p. 60-66. <https://basis.trt2.jus.br/handle/123456789/14675>.

- Ulmer, R. R.; Sellnow, T. L.; Seeger, M. W. (2019). *Effective crisis communication: moving from crisis to opportunity*. 4. ed. Sage.
- Vale. (5 August 2021). “Água de qualidade para comunidades da bacia do rio Paraopeba” [Quality water for the communities in the Paraopeba river basin]. *Estado de Minas*. <https://www.em.com.br/app/noticia/publieditorial/2021/08/05/reportagem,19/agua-de-qualidade-para-comunidades-da-bacia-do-rio-paraopeba.shtml>.
- Vale. (26 July 2022a). “Brumadinho: reparação avança com foco no desenvolvimento e bem-estar social” [Brumadinho: reparation advances with focus on development and social well-being]. *Estado de Minas*. <https://www.em.com.br/app/noticia/publieditorial/2022/07/26/reportagem,24/brumadinho-reparacao-avanca-com-foco-no-desenvolvimento-e-bem-estar-social.shtml>.
- Vale. (28 November 2020b). “Consultoria ajuda pequenos negócios da região de Brumadinho a gerar mais emprego e renda” [Consultancy helps small businesses at Brumadinho region to generate employees and income]. *Estado de Minas*. <https://www.em.com.br/app/noticia/publieditorial/2020/11/18/reportagem,16/consultoria-ajuda-pequenos-negocios-da-regiao-de-brumadinho-a-gerar-ma.shtml>.
- Vale. (9 December 2022b). “Mudança na gestão de barragens da Vale viabiliza melhorias na segurança” [Change in Vale’s dams management improves security]. *Estado de Minas*. <https://www.em.com.br/app/noticia/publieditorial/2022/12/09/reportagem,25/mudanca-na-gestao-de-barragens-da-vale-viabiliza-melhorias-na-seguranca.shtml>.
- Vale. (25 May 2020a). “Vale doa kits de testes rápidos para Covid-19 para hospitais mineiros que atendem pelo SUS” [Vale donates kits of covid-19 rapid tests to Minas Gerais’ hospitals that serve through Brazil’s public health system SUS]. *Estado de Minas*. <https://www.em.com.br/app/noticia/publieditorial/2020/05/21/reportagem,10/vale-doa-kits-de-testes-rapidos-para-covid-19-para-hospitais-mineiros.shtml>.
- Vale. (7 December 2023). “Formulário de Referência” [Reference form] – 2023 – V12. 4. “Fatores de risco” [Risk factors]; 4.1. “Descrição dos fatores de risco” [Description of risk factors]. (Protocol nº 004170FRE202320231400132962-67, issue date: 07/12/2023 17:32:10). *CVM*. <https://www.rad.cvm.gov.br/ENET/frmGerenciaPaginaFRE.aspx?NumeroSequencialDocumento=132962&CodigoTipoInstituicao=1>.
- Van Der Linde, F. (2010). “The necessity of a media literacy module within journalism or media studies curricula”. *Global Media Journal - African Edition*, 4(2), p. 212-227. <https://hdl.handle.net/10520/EJC34941>
- Vilela, J. S. (2020a). “Desastre em Mariana e campanha institucional da Samarco: uma análise discursiva” [Disaster in Mariana and Samarco’s institutional campaign: a discursive analysis]. *Revista UFMG*, 27(2), p. 310-331. <https://periodicos.ufmg.br/index.php/revistadaufmg/article/view/20930/28602>.
- Vilela, J. S. (2020b). “Estratégias discursivas, poder e imagem organizacional: o caso da Samarco e o desastre de Mariana” [Discursive strategies, power and organisational image: the Samarco case and the Mariana disaster]. In: *Abrapcorp, 14º Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas*, Universidade Estadual Paulista (Unesp), Bauru. https://abrapcorp2.org.br/site/manager/arq/G8CFEWEHV6_Artigocomautoria.pdf.
- Wojdyski, B. W.; Golan, G. J. (2016). “Native advertising and the future of mass communication”. *American Behavioral Scientist*, 60(12), p. 1403-1407. <http://doi.org/10.1177/0002764216660134>.

- Wu, L.; Overton, H. (2022). “Examining native CSR advertising as a post-crisis response strategy”. *International Journal of Advertising*, 41(2), p. 354-381. <http://doi.org/10.1080/02650487.2021.1914445>.
- Yahya, H. (31 January 2023). “Jornais impressos: circulação despenca 16,1% em 2022” [Print newspapers: circulation drops 16.1% in 2022]. *Poder360*. <https://www.poder360.com.br/economia/jornais-impressos-circulacao-despenca-161-em-2022/>.
- Zaneti, G. A.; Leite, C. H. B. (2023). “Litigância transnacional e acesso à justiça: implicações para o sistema de justiça brasileiro nos desastres do rio Doce e de Brumadinho (caso BHP - Inglaterra/Austrália e caso TÜV SÜD/Vale - Alemanha/Estados Unidos)” [Transnational litigation and access to justice: implications for the Brazilian justice system in the disasters of Rio Doce and Brumadinho (BHP case England/Australia and TÜV Süd/Vale case - Germany/US)]. *Revista Eletrônica de Direito Processual*, 24(1), p. 154-180. <http://doi.org/10.12957/redp.2023.72243>.
- Zomeño, D.; Blay-Arráez, R. (2021). “Native advertising - the formats and types of content most demanded by brands in the Spanish media”. *Journalism and Media*, 2(4), p. 529-544. <http://doi.org/10.3390/journalmedia2040032>.