

mhcj

Año 2 (2011) | artículo nº 09-22 | ISSN: 1989-8681 | Creative Commons | Págs. 155-172

La representación eufemística de la relación gay en el periodismo serio

Adolfo Carratalá

Universitat de València



La representación eufemística de la relación gay en el periodismo serio

Euphemistic representation of the gay relationship in serious journalism

Ddo. Adolfo Carratalá

Personal Docente e Investigador en Formación FPU. Universitat de València (UV)

Adolfo.Carratala@uv.es

Resumen: La visibilidad de las relaciones homosexuales ha logrado un espacio considerable y una cobertura relativamente digna en los medios de comunicación social, tanto en contenidos informativos como de entretenimiento. Sin embargo, esta representación continúa sufriendo un tratamiento estigmatizador en determinados discursos periodísticos, que emplean el eufemismo como recurso para aludir a las parejas formadas por dos hombres o dos mujeres, sobre todo en noticias que abordan asuntos considerados especialmente sensibles o serios como las grandes tragedias o el fallecimiento de personas ilustres. Este trabajo, que pretende conocer qué consecuencias tiene esta práctica en las características propias de la información periodística, aplica el análisis del discurso y de la desigualdad para abordar este fenómeno a partir del estudio de un caso concreto: la cobertura de un trágico accidente aéreo en el que fallecieron dos hombres que mantenían una relación amorosa. La muestra está compuesta por medios de comunicación españoles, italianos y franceses. Los resultados obtenidos demuestran que predominan los ejemplos en los que la relación gay aparece oculta o enmascarada bajo términos eufemísticos. Este hecho supone incoherencias en el mensaje de los medios, impide a los lectores una exacta comprensión de los hechos y confirma que el contexto cultural continúa privilegiando la sexualidad hegemónica en el espacio público.

Palabras clave: Discurso periodístico; obituarios; eufemismo; homosexualidad; veracidad; identidad.

Abstract: The visibility of homosexual relations has gained considerable space and relatively decent coverage in the media, in both the realms of news and entertainment. However, this representation continues to suffer from stigmatizing treatment in certain journalistic discourses, employing the euphemism as a resource to refer to same-sex couples, especially in news items that address issues considered particularly sensitive or serious such as great tragedies or the death of famous people. This work, which aims to identify the consequences of this practice in the characteristics of news reporting, applies discourse and inequality analysis to approach this phenomenon by means of a concrete

case study: the coverage of a tragic plane crash that killed two men who were having an affair. The sample consisted of items from the Spanish, Italian and French media. The results show that the examples in which the gay relationship appears hidden or masked in euphemistic terms predominate. This fact leads to the message becoming incoherent, prevents readers from obtaining an accurate understanding of the facts and confirms that the cultural context continues to favor the hegemonic sexuality in the public domain.

Keywords: Journalistic discourse; obituaries; euphemism; homosexuality; veracity; identity.

Sumario: 1. Introducción. 2. Marco teórico. 3. Metodología. 4. Resultados. 4.1. Expresiones eufemísticas detectadas. 4.2. Ruidos en el mensaje. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía. 7. Notas.

Summary: 1. Introduction. 2. Theoretical framework. 3. Methodology. 4. Results. 4.1. Euphemistic expressions detected. 4.2. Noise in the message. 5. Conclusions. 6. Bibliography. 7. Notes.

1. Introducción

La normalización de las relaciones homosexuales ha alcanzado un grado notable a nivel social dentro del Estado español. Sin embargo, la representación de esta realidad en los medios de comunicación sigue siendo objeto de controversia dado que, a menudo, se critica que tanto el periodismo escrito como el audiovisual se limiten a ofrecer una imagen estereotipada o frívola de los hombres y mujeres homosexuales. En todo caso, parece que ya sea en discursos de entretenimiento o contenidos informativos, la presencia de gays en los medios de comunicación ha logrado, por lo general, una visibilidad digna.

No obstante, una menor imprecisión en el uso del lenguaje o el haber dejado atrás el empleo de determinados adjetivos que podían rozar el insulto no ha llevado al discurso periodístico a alcanzar un grado de calidad suficiente. Por eso, estamos de acuerdo con Gómez en que los medios de comunicación acostumbran a favorecer el funcionamiento de una cultura discriminatoria y que, por lo tanto, la homofobia primitiva que caracterizó sus mensajes hasta la década de los 90 sigue estando presente en pleno siglo XXI, aunque sea de modo mucho más sutil (2002: 3) en parte porque, como indica Sampedro, la esfera pública que depende de la acción de los medios debe hacer puente entre la privada, que permite la expresión de diversas identidades, y la social, que privilegia claramente la heterosexualidad (2008: 40).

En este sentido, creemos que una lectura más detenida de algunos productos mediáticos continúa poniendo de relieve la aparición de estereotipos, prejuicios y eufemismos que contribuyen a la construcción del “otro diferente” y consideramos que, sobre todo estos últimos, pueden tener mayor presencia en la cobertura de asuntos considerados especialmente sensibles o que exijan un tratamiento más delicado.

2. Marco teórico

Partiendo de los presupuestos esenciales que deben regir el lenguaje empleado en la construcción de los textos periodísticos, entendemos que el análisis del uso del eufemismo puede contribuir a determinar en qué medida los objetivos que persigue el mensaje informativo pueden verse alterados por la inclusión de este recurso lingüístico en los discursos puestos en circulación por un determinado medio.

Las características que una información periodística debe reunir para garantizar su eficacia comunicativa son un punto de acuerdo básico entre la mayoría de teóricos de la comunicación. Así, pocos ponen en duda que “ciertos rasgos del lenguaje periodístico, como son su concisión, su deseable claridad y su rapidez, son imprescindibles para que pueda cumplir su función informativa” (Fontcuberta, 1993: 100). El acento en la necesidad de claridad expositiva en la noticia exige eliminar de un mensaje “todo lo que obliga al lector a detenerse para reflexionar sobre el sentido de la oración” mientras que la concisión debe ayudar al “uso exclusivo de aquellas palabras que sean absolutamente precisas para expresar lo que queremos” (Armentia y Caminos, 2003: 13).

Resulta de interés, pues, observar cuándo estas propiedades se ven comprometidas o sacrificadas. El estudio del eufemismo en los últimos años ha dado lugar a diversas contribuciones académicas que profundizan en su análisis como estrategia lingüística así como en las funciones sociales que lleva aparejadas. Ambas facetas nos servirán para apoyar en ellas nuestro estudio, que pretende poner en relación la utilización de expresiones eufemísticas con los rasgos propios de la comunicación periodística ya señalados.

El eufemismo lo podemos entender partiendo de la definición aportada por Gómez Sánchez, quien lo considera como “el uso, en un contexto pragmático determinado, de una expresión que el emisor considera más apropiada, o que estima menos ofensiva o desagradable, que otra a la cual sustituye, pero con la que sostiene ciertas asociaciones [...] que permiten al receptor comprender y actualizar la expresión ausente” (2006: 625). Más crítico se muestra Gallud, que considera a los eufemismos “nociones adulteradas que tienden a edulcorar la realidad y a favorecer a los más diversos intereses” (2005: 122) a través de un proceso que Chamizo califica de “ingeniería semántica” (2004: 46) y Fernández de “envoltorio” que hace menos desagradable la realidad (2009: 5).

En cualquier caso, un elemento común a las distintas aportaciones es la presencia de las implicaciones negativas o poco deseables que el empleo del eufemismo logra evitar. Así, Crespo lo define como un modo efectivo para mitigar los matices peyorativos de palabras consideradas demasiado bruscas u ofensivas en un contexto dado (2005: 81) y Roldán afirma que la sustitución que permite se ve motivada por un “intento de hacer desaparecer las connotaciones no deseadas que evocan o se asocian al término directo” (2003: 93).

Como vemos, la importancia de este recurso no se limita a la esfera de la retórica dado que su repercusión trasciende el propio texto. Así, el empleo de una expresión con intención eufemística acostumbra a ir ligado a la realización de alguna función social, papel que le puede reportar una consideración negativa –en tanto que encubre realidades– o una

valoración positiva –en la medida en que facilita determinadas relaciones sociales (Gómez, 2006: 626). Chamizo subraya como función principal el “poder nombrar un objeto desagradable o los efectos desagradables de un objeto” (2004: 47); es decir, su incorporación al discurso confirma inmediatamente que el tema que se aborda es considerado delicado pero, a su vez, crea la ilusión de que se está hablando de otra cosa, permitiendo al lector “fingir que capta la interpretación menos comprometedora” (Valdúeza en Gómez, 2001: 85).

En el caso del discurso periodístico, el eufemismo, además de formar parte de la negociación entre los intereses del medio y los de sus lectores, también constituye un elemento de conflicto entre las conveniencias del primero y las de sus fuentes (Gómez, 2005: 314). Relacionado con esta perspectiva está el hecho de que algunas contribuciones destacan que el empleo del eufemismo ha sido considerado durante mucho tiempo como un modo de mostrarse políticamente correcto, por ejemplo, en la representación periodística de algunas minorías étnicas y sociales (Dolç, 1996: 171).

La sustitución eufemística, pues, también se realiza con el propósito de lograr cierta armonía social en un acto comunicativo, por lo que algunos autores defienden que el eufemismo no se entienda simplemente como un proceso léxico que permite evitar el uso de un término tabú sino como un comportamiento verbal que tiene lugar en el discurso social y que se interrelaciona con otras nociones como la de imagen y cortesía (Crespo, 2005: 78). Así, el eufemismo destacaría como una útil herramienta lingüística en las estrategias verbales de carácter indirecto, empleadas para preservar las convenciones de tacto y respeto social, minimizando cualquier amenaza a la imagen de los actores que participan o se ven involucrados en el fenómeno comunicativo (Ibíd.: 80). De este modo, tal y como señala Salvador, el eufemismo es clave en la gestión de la comunicación “ja que neutralitza l’insult i els efectes ofensius de certes referències a terceres persones, per mitjà d’una operació de desdramatització i distanciament” (2010: 138) [1]. Esta estrategia permitiría, por lo tanto, ser cortés hacia el receptor, cuidando su representación, pero, simultáneamente, salvaguardar la propia imagen del emisor (Gómez, 2006: 625).

En relación con el ámbito de la comunicación periodística, los análisis que estudian las consecuencias y los efectos del empleo del eufemismo no son demasiados, aunque todos ellos coinciden en señalar que el mensaje se ve afectado al incorporar términos o expresiones con este cometido. Un lenguaje más ambiguo es, así, uno de los rasgos que dificultan la efectividad del proceso comunicativo, una consecuencia ineludible cuando el texto incorpora esta estrategia discursiva ya que la ambigüedad es inexcusable cuando queremos expresarnos eufemísticamente (Chamizo, 2004: 45). Este aspecto es también recogido y criticado por Gómez al señalar que, al emplear una proposición ambigua, “no es solo el receptor quien queda mucho menos comprometido ante esa propuesta, sino que también disminuye el grado de compromiso adquirido por el emisor” (2005: 311 y 312). Por ello, como señala Roldán, el eufemismo funciona “como el prototipo de una tendencia destructora de la comunicación; ‘eufemismo’, pues, como fenómeno, ‘perífrasis’ como

procedimiento y, como resultado, la ‘ambigüedad’ en la identificación del referente” (2003: 87).

Esa contundente crítica, cuestionada por otros autores como Salvador, que la ubica en una visión muy negativa y que confunde la función de los eufemismos y de su *modus operandi* (2010: 146), es, sin embargo, apoyada por otras contribuciones. Así, el análisis que Gallud lleva a cabo sobre los aspectos negativos que produce el uso y abuso de eufemismos por parte de los medios de comunicación le permite asegurar que “lo que es realmente grave es la utilización de eufemismos como armas de cambio social y, lamentablemente, de manipulación manifiesta” (2005: 122). Añadiremos, no obstante, que igual o mayor gravedad entraña su uso como herramienta para el mantenimiento o la conservación de un determinado orden social configurado sobre estructuras de poder desiguales.

La investigadora Gómez Sánchez ha llevado a cabo diferentes análisis relacionados con las consecuencias que tiene el empleo de expresiones eufemísticas sobre la imprescindible claridad que debe gobernar cualquier texto firmado por un periodista con la intención de que “resulte lo más comprensible posible para sus lectores y estos puedan, así, obtener la máxima información sobre lo ocurrido” (2001: 88). Por ello, en un estudio posterior no duda en afirmar que, con el uso de eufemismos, los periodistas estarían incumpliendo la “obligación” de claridad y de “servicio” a sus lectores, a pesar de que en muchas ocasiones un mismo texto pueda incorporar esas difusas expresiones y otras más concretas que podrían funcionar como pistas o ayudas para decodificar adecuadamente las primeras, como veremos que ocurre en algunos de los ejemplos aquí analizados (2005: 314). Así, los principales afectados de su inclusión serían los propios ciudadanos, que son llevados a percibir la actualidad de forma distorsionada porque un eufemismo jamás ofrece una imagen sinónima de la realidad a la que sustituye, sino que crea otra dulcificada (2006: 635), aunque es preciso subrayar que sólo debemos hablar de manipulación de la verdad si se produce una drástica opacidad referencial y no cuando el juego social que supone la introducción del eufemismo es reconocido y asumido por los participantes (Salvador, 2010: 151).

El sacrificio de la claridad también es, como vimos, reconocido por Roldán, quien considera que “la propiedad en las palabras constituye su verdad comunicativa en cuanto permite identificar la realidad aludida” (2003: 89). Faltar a esa propiedad supone poner en peligro la exigencia de veracidad que, en opinión del mismo autor, está reclamada en justicia por el respeto a la condición y dignidad de persona del receptor (Ibíd.: 89). Esta discriminación de algunas expresiones a favor de otras también es valorada críticamente por Mavi Dolç, que asegura que la apuesta por la omisión de ciertos términos conduce a corromper la sinceridad de nuestras percepciones directas (1996: 175). Gallud recuerda, en la misma línea, las implicaciones que este fenómeno tiene sobre la responsabilidad de los comunicadores ante su público, pero se muestra optimista al señalar que son ellos “quienes tienen la oportunidad, el foro y los medios para revertir esta tendencia” (2005: 122)

Las investigaciones realizadas hasta el momento en este campo se han circunscrito casi en exclusiva a los ejemplos propios de las coberturas periodísticas de temas políticos,

económicos o bélicos. Así, cabe destacar los ejemplos que recogió Rodríguez sobre el empleo del eufemismo en la propaganda política (1988); una reflexión que ha continuado sumando ejemplos gracias a autores como Gallud, que incluye en su estudio muestras de eufemismos utilizados en las informaciones sobre la guerra civil de Bosnia-Herzegovina, sobre la campaña de la OTAN contra Yugoslavia en 1999, también los vinculados a noticias sobre el mundo laboral y de la economía o las que abordan avances científicos (2005). Además, Gómez se interesa por los términos eufemísticos que aparecen en las declaraciones de políticos europeos recogidas por la prensa española (2001), Roldán analiza eslóganes electorales y expresiones propias del ámbito del trabajo (2003) y Fernández retoma las coberturas de conflictos militares para analizar el tratamiento periodístico de la guerra de Irak (2009).

Pero la reflexión en torno a los efectos que supone el uso de expresiones eufemísticas para referirnos a colectivos minoritarios o subordinados en las estructuras de poder social también ha ocupado la atención de algunos autores como Salvador, que los considera igual de legítimos que cualquier otro término más oficialista o tradicional siempre que no supongan una evidente manipulación (2010: 154), y Dolç, quien argumenta que el eufemismo, en la medida en que puede perseguir el encubrimiento de un prejuicio, no puede ser aceptado como una alternativa a éste porque, si fuera así, esta decisión supondría continuar reproduciendo el modelo dominante, encubrir un conflicto por resolver e impedir a las minorías obtener un buen tratamiento informativo (1996: 169).

Los medios, como gestores de las identidades públicas, asumen así la responsabilidad de situar a los ciudadanos en un eje de marginación que va de la representación hegemónica a la minoritaria. Los hombres y mujeres homosexuales han aparecido tradicionalmente bajo esta última, asociados a una identidad mediática marginal y situándolos, por lo tanto, “fuera de los márgenes de representación que dictan las instituciones [...] y en contra de las costumbres sociales” (Sampedro, 2008: 43). Pero, en otras ocasiones, ni siquiera aparecen como marginales y, directamente, sus identidades son negadas con los consiguientes dramáticos efectos que esa no-representación puede tener sobre sus vidas dado que cuando un grupo de personas no existe en los medios de comunicación dominantes, no se discute sobre ellas, no se las critica ni tampoco son examinadas por el resto de la sociedad, incluyendo quienes tienen la capacidad para tomar decisiones y gestionar políticas (J. W. de Jong, 2006: 39).

La aportación más próxima a la cuestión en la que profundizamos en este trabajo la encontramos en el análisis efectuado por Gimeno del tratamiento informativo que tres cabeceras españolas realizaron del caso Dolores Vázquez-Wanninkhof [2]. La autora asegura en ese estudio que los diarios *El País* y *Abc* optaron por la invisibilización de la relación lésbica que unía a dos de las protagonistas de este suceso mediante el empleo de numerosos eufemismos:

“Los dos periódicos mencionados optarán por mantener una muy activa política de armario, propia de lo que ellos mismos consideran sobrio estilo informativo. En este caso, la invisibilización encontrará su excusa ideológica en el llamado «buen gusto», que funciona

como un mecanismo de control para impedir que se expliciten determinadas representaciones. Este «buen gusto» no es más que un acuerdo sobre la pertinencia de determinadas palabras, representaciones, actuaciones...., que es compartido por la mayoría de la gente que tiene capacidad para crear opinión y que en todo caso es siempre un acuerdo que apuntala la norma legitimadora” (2008: 91).

La invisibilización que reconoce Gimeno en esa cobertura no es más que la suerte mediática compartida por la práctica totalidad de las minorías (Gross, 2001: 12) y sintonizaría con una de las premisas morales y sociales que, según Gallud, se infieren de los eufemismos y que podría resumirse en “lo que no se menciona, no existe” (2005: 127). Creemos, y así lo establecemos como hipótesis de partida, que el empleo de eufemismos relacionados con la orientación sexual es, en la primera década del siglo XXI, mucho más escaso de lo que pudo ser hace años pero que sigue encontrando una manifestación dominante en discursos relacionados con asuntos que, a priori, exigen un tratamiento más delicado o respetuoso. Ese es el caso, por ejemplo, del periodismo que cubre grandes tragedias o que reseña la muerte de personajes públicos con amplio reconocimiento profesional que no han aireado nunca su vida íntima. En este sentido, encontraríamos un claro ejemplo en los textos de los obituarios que, como indica Starck, llevan añadido un problema de buen gusto:

“Then there is the matter of taste: just how candid should the writer be, and what measure of censure or even ridicule can be imposed? As well as being the first verdict of society, an obituary offers in another sense a final judgement; those who write them must, axiomatically, confront a duty of care in the words that they select” (2008: 98) [3].

Esta preocupación por los términos empleados en el discurso último que el periodismo puede dedicar a una persona da lugar a textos que contribuyen a la perpetuación de ciertos estigmas precisamente gracias a continuar manteniéndolos parcial o totalmente ocultos. Así quedó demostrado, por ejemplo, en el estudio llevado a cabo por Peter M. Nardi sobre los obituarios publicados por la cabecera *Variety*. Su análisis puso de manifiesto que muchas de las muertes de varones solteros de las que se informó entre 1980 y 1986 quedaron asociadas a enfermedades socialmente aceptadas como el cáncer o la neumonía en un claro intento de omitir el término SIDA, fuertemente estigmatizado en aquel momento, evitando, a su vez, etiquetar al sujeto de homosexual (1990: 166) en una evidente muestra de la utilización de eufemismos con el objetivo de atenuar cualquier circunstancia que se considere socialmente conflictiva y que se valore que puede afectar al prestigio del sujeto al que se alude (Crespo, 2005: 83). En este sentido, Nardi asegura que no sólo no se elimina el estigma de la causa de la muerte sino tampoco el de una vida alternativa de orientación gay, obligando a los lectores a reconocer en otras frases algunas pistas que les permitan reconstruir los hechos tal y como son (1990: 167).

Este efecto perverso del lenguaje cuidado justifica que algunos autores defiendan que, a pesar de las características específicas que distinguen a este género, los periodistas eviten a toda costa el empleo de eufemismos y clichés en su redacción (Starck, 2008: 99) ya que, como indica Gómez, a pesar de que podamos atribuir al eufemismo la función positiva de

evitar herir susceptibilidades y favorecer las relaciones sociales, no debemos olvidar que la misión principal del periodismo es otra distinta y que se antepone al resto: contribuir al conocimiento real de las situaciones por parte del público (2004: 480). Por ello se entiende que el periodista de *The New York Times*, Jeffrey Schmalz, recordara que un obituario es una noticia, no un artículo escrito para contentar a los allegados del fallecido y que, por lo tanto, no está redactado con ningún otro objetivo que no sea el decir la verdad (Gross, 2001: 111).

3. Metodología

La aproximación que llevaremos a cabo en este estudio será de tipo cualitativo porque nos interesa, más que obtener valores numéricos y frecuencias, hacer del mismo lenguaje nuestro objeto de estudio. Por ello, la técnica del análisis crítico del discurso nos permitirá, por ejemplo, ahondar en las ideologías que fundamentan la construcción de algunos de los relatos que conforman el corpus a partir del estudio de algunas de sus propiedades textuales, como es la introducción de expresiones eufemísticas. Así, podremos conocer a fondo las implicaciones que conlleva la elección de un determinado léxico a la hora de decidir el tratamiento dado a realidades que pueden resultar socialmente polémicas teniendo en cuenta que la selección de una forma sobre otra es siempre potencialmente significativa en la medida en que se opta por no usar un determinado número de alternativas posibles (Matheson, 2005: 20). Este mismo autor señala que el análisis de la elección de los términos empleados en la elaboración discursiva trasciende la cuestión léxica para indicar que el etiquetar una acción de un modo determinado supone emplazarla dentro de una institución particular, permitiendo que ésta continúe funcionando como tal y, por consiguiente, se mantenga la estructura social en la que se enmarca (Ibíd.: 23).

Por razones similares Chamizo Domínguez asegura que el estudio de los eufemismos debe entrar a formar parte íntegra de la lingüística cognitiva y del análisis del discurso en igualdad de condiciones que el estudio de la metáfora, la metonimia y el resto de las tradicionales figuras del discurso (2004: 49) dado que el análisis de cómo y por qué se crean y se usan nos permite revelar aspectos relacionados con el funcionamiento de la imaginación y los supuestos culturales de los hablantes en un determinado contexto social (Ibíd.: 48) al mantener presente que su relación con las convenciones sociales es clave:

“Però precisament per aquest caràcter sociodiscursiu, el seu interès s’acreix quan la finalitat de l’investigador és de copsar el funcionament intern d’una comunitat lingüística i cultural i la mutació que els seus valors tàcits van experimentant al llarg del temps. El teixit eufemístic habitual en una societat és una dada observable que ens dóna informacions valuoses sobre l’imaginari col·lectiu i sobre les actituds i disposicions a actuar de molts membres d’aquesta societat” (Salvador, 2010: 136 y 137) [4].

Esta relación entre texto y condicionantes contextuales, básica en la función que debe desempeñar el eufemismo y clave a la hora de optar por el análisis del discurso para su estudio, también es subrayada por Roldán, que cree que el que emplea un eufemismo en vez del nombre propio “está movido por razones de respeto a un contexto social con determinadas convenciones o reglas en vigor” de tal modo que esta estrategia lingüística se

encuentra directamente relacionada “con la estimación moral de la sociedad” (2003: 94). En este sentido, podríamos afirmar con Gómez que el eufemismo es un fenómeno esencialmente relativo dado que “tiene en cuenta la reacción que puede o desea provocar en el oyente: ganarse su aceptación, evitar generar su rechazo” (2001: 84) y que, por ello, no podemos olvidar que el periodista no se sienta a redactar una información frente a una pantalla en blanco sino que ésta se encuentra ya desde el primer momento llena de convenciones, muchas de carácter profesional pero muchas otras de carácter social más amplio, dando como resultado un discurso informativo en el que queda reflejado un conjunto de normas y principios y asunciones tácitas (Matheson, 2005: 16).

Estos valores pueden ser detectados gracias al modelo propuesto por Estrella Israel para llevar a cabo el análisis de la desigualdad a partir de textos periodísticos. Dos de las dimensiones subrayadas por la autora son el estudio del texto y de la intertextualidad; es decir, el análisis de las propiedades de un mensaje concreto y su comparación con otros discursos que son producidos y consumidos en el mismo ecosistema comunicativo (2006: 97). Por su parte, en su propuesta de construcción de un modelo de Control de la Calidad Periodística (CCP), Héctor Borrat sugiere que es preciso tener en cuenta dos conceptos de la verdad a la hora de evaluar y comparar la calidad de las versiones publicadas de un caso. Estos dos conceptos serían el de coherencia –“una afirmación es verdadera si es coherente con otras afirmaciones que ya se sabe que son verdaderas”- y correspondencia –“una afirmación es verdadera si se corresponde con los hechos, con la realidad”- (Fontcuberta y Borrat, 2006: 318). Es por ello que el cotejo de diversas informaciones de un mismo medio y, a su vez, entre diferentes cabeceras, puede facilitarnos la tarea de determinar hasta qué punto comprometió la calidad de estos contenidos periodísticos el empleo de eufemismos.

Además, el estudio nos permitirá interpretar a través del análisis comparativo el nivel de ruido que podemos detectar en el mensaje periodístico en función del empleo de expresiones eufemísticas. Para ello, partimos de las consideraciones que hace Israel sobre los ruidos de influencia en la cobertura informativa de grupos minoritarios. Diferenciando tres focos distintos, esta investigadora considera que las fuentes pueden provocar distorsiones en el mensaje, que “la ecuación personal del redactor” determina ruidos por ignorancia, desconocimiento, comprensión parcial del tema, prejuicios y partidismos al mismo tiempo que “las presiones psicológicas, económicas, culturales y políticas” que pesan en el periodista también pueden traducirse en ruidos (2006: 39).

Estudiar el discurso nos permite, además, conocer qué percepción del contexto explica que el mensaje esté construido de un determinado modo y qué aspectos están ausentes o han sido silenciados por el mismo texto (Gill y Whedbee, 2000: 247-249). Así, con este tipo de enfoque pretendemos no sólo conocer en qué medida los eufemismos pueden bloquear o entorpecer el acceso de los lectores al contenido de la información sino también reflexionar sobre hasta qué punto su inclusión en el discurso periodístico nos permite realizar alguna inferencia sobre qué valores dominan en la percepción del emisor de esos mensajes y qué consecuencias tienen éstos en la representación de los actores que son sujetos del hecho informativo pero objeto del interés periodístico.

El caso seleccionado para llevar a cabo este estudio se corresponde con la cobertura periodística que siguió al accidente del vuelo JK 5022 de la compañía Spanair el 20 de agosto de 2008 en el madrileño aeropuerto de Barajas, en el que murieron 154 personas. Nuestro interés se centra en conocer el tratamiento dado a la relación que unía a dos de las víctimas: Domenico Riso y Pierrick Charilas. La muestra sobre la que trabajamos está compuesta por un total de doce piezas periodísticas publicadas por diversos medios los días posteriores al accidente aéreo. Las noticias han sido extraídas de prensa de ámbito estatal (*El País, El Mundo, Abc*), de las páginas webs de medios audiovisuales españoles (*Rtve.es, Cope.es*) y de prensa de carácter internacional (*Le Parisien, Corriere della Sera, La Repubblica*) con el objetivo de poder tener muestras de discursos elaborados desde distintas perspectivas y a partir de rutinas de trabajo diferentes.

Para la exposición ordenada de los elementos analizados, establecemos cinco categorías para clasificarlos de modo que resulten más significativos y así poder evaluar qué estrategias predominan y con qué consecuencias para la coherencia y la veracidad del discurso. Las tipologías diseñadas nos ayudarán, por lo tanto, a ubicar las distintas piezas periodísticas en una escala de menos a más posibilidades de visibilización de la relación homosexual.

4. Resultados

En primer lugar, expondremos cuáles han sido las informaciones analizadas en las que no se hace ninguna referencia a la relación que mantenían los sujetos cuyo tratamiento estudiamos. De hecho, en estas noticias ni siquiera se hace mención a que ambos viajaban juntos en el avión accidentado. Se trata de dos informaciones, ambas publicadas en cabeceras internacionales.

- I parenti della vittima italiana: “Non sapevamo fosse su quel volo”. *Corriere della Sera*. 21/08/2008

En esta información, el diario italiano recoge declaraciones de familiares de Domenico Riso, pero no menciona nada sobre su relación con Charilas.

- Madrid: un ancien champion parmi les trois victimes françaises. *Le Parisien*. 21/08/2008

El rotativo francés se hace eco en esta noticia de que una de las víctimas galas era un ex campeón de gimnasia, Pierrick Charilas. La información se limita a decir que el pasajero “a trouvé la mort hier avec son fils” (encontró la muerte ayer junto a su hijo), sin aludir a que también iba acompañado por Riso.

El siguiente grupo de piezas recogidas se enmarcan en la categoría de mensajes en los que la relación entre los dos hombres aparece totalmente eclipsada mediante términos que no revelan aparentemente un uso eufemístico:

- Madrid, uno steward italiano tra le vittime del disastro aereo. *La Repubblica*. 21/08/2008

A diferencia del anterior periódico italiano comentado, éste sí informa en la noticia de que Riso marchaba de vacaciones junto a Charilas, a quien califica como “suo amico” (su amigo).

- Las víctimas extranjeras del accidente de Barajas. *RTVE.es*. 21/08/2008

A través de esta pieza periodística, Radio Televisión Española publica en su web un breve perfil de algunas de las víctimas de la tragedia. Entre los datos referidos a Charilas,

encontramos que “era amigo de Doménico Riso” y que “los dos viajaban a Gran Canaria de vacaciones”. En la información sobre éste, sin embargo, no se menciona que volaba junto al ciudadano francés.

- El gimnasta francés Pierrick Charilas, fallecido en el accidente de Barajas. *Cope.es*. 22/08/2008

La redacción de Deportes de la cadena radiofónica episcopal incluyó esta noticia en su sección de la página web de la emisora. En ella, se hace un repaso de la biografía profesional de Charilas y se indica que en el momento del accidente viajaba con su hijo “y con un amigo italiano”. La misma información con idénticos términos, firmada por Efe, aparece recogida el mismo día en la sección de Deportes de *elmundo.es*.

- Una campeona de judo en su combate más duro. *Abc*. 24/08/200

El titular de esta noticia hace referencia a la ex esposa del francés Pierrick Charilas, Magali Baton. En el último párrafo, podemos leer que la mujer despidió el mismo día del accidente “a su hijo, su ex marido y un amigo de éste, el italiano Domenico Risco”.

Los próximos ejemplos se reúnen bajo la tercera categoría de análisis, donde situamos aquellos discursos en los que aparecen expresiones más próximas a una intencionalidad eufemística dirigida a enmascarar la relación de los dos hombres:

- Los rostros de la tragedia. *Abc*. 22/08/2008

En esta extensa información, el diario traza breves perfiles de algunos fallecidos. Al hablar de Riso, se señala que “al parecer, este italiano era íntimo amigo de uno de los tres ciudadanos franceses fallecidos [...] que viajaba con su hijo Ethan, de cuatro años, al que Domenico adoraba”.

- Ex subcampeón de Europa de gimnasia aeróbica. *El Mundo*. 25/08/2008

Se trata de un obituario que recuerda la figura del francés Pierrick Charilas. Tras indicar que el deportista viajaba de vacaciones con Riso, la periodista indica que “ambos mantenían una estrecha amistad y compartían domicilio en Lognes” y añade que “a partir de ahora pensaban pasar mucho más tiempo juntos porque el italiano también trabajaba para la compañía Air France”.

Las noticias englobadas en el siguiente grupo recogen, como las anteriores, expresiones con un marcado acento eufemístico que revelan su carácter al aparecer junto a otras expresiones que visibilizan claramente la relación que unía a ambos individuos:

- “No sabíamos que estaba en ese avión”. *El País*. 23/08/2008

El subtítulo de esta pieza es rotundo: “Un italiano muere con su amigo y su hijo”. Sin embargo, en el interior de la noticia leemos que “a su lado murió su mundo, su otra familia, la que se había construido en Francia: su compañero Pierrick Charilas y el hijo de éste, Ethan”. Más adelante, la redactora continúa asegurando que Pierrick “había tenido una historia de amor que acabó mal con la madre de Ethan y ahora compartía su vida con el italiano, con quien educaba al niño”.

- “El ‘niño’ italiano del JKK 5022”. *El Mundo*. 23/08/2008

En este obituario dedicado a Domenico Riso leemos que “se había atrevido a soñar con una vida junto a su amigo más querido, Pierrick Charilas”, que su sueño era “vivir 100 años junto a las personas amadas. Esas personas eran, para él, Pierrick y Ethan, su niño de tres años”. La información continúa acogiendo términos como “la pareja” y señalando que el francés “había decidido vivir con el niño y con Domenico en su apartamento parisino”. Casi en la parte final, entra directamente en el asunto asegurando que “dos hombres que viven juntos son fuente de murmuraciones” y que “si, además, hay de por medio un niño pequeño, queridísimo por ambos y que, para Domenico, era como su propio hijo, los comentarios pueden terminar incluso en maledicencias venenosas”.

Por último, localizamos un ejemplo en el que se identifica sin enmascaramiento alguno el vínculo que une a ambas víctimas:

- Una víctima a su madre: “Me voy, que pierdo el avión”. *RTVE.es*. 21/08/2008

En otra información colgada en el portal de la corporación pública estatal vemos que, a pesar de ser publicada el mismo día en que se difundió la pieza expuesta entre los ejemplos de la segunda categoría, expresa sin ambigüedades que “Charilas, de 30 años, era el novio de Domenico Riso y ambos viajaban juntos en el momento del accidente”.

4.1. Expresiones eufemísticas detectadas

Las muestras encuadradas en la tercera y la cuarta categorías son las que presentan un mayor uso de términos y expresiones eufemísticas. Entre las primeras, resultan muy elocuentes los conceptos de “íntimo amigo” o “estrecha amistad”, que señalan que la relación interpersonal referenciada excede los límites usuales de una amistad común y que, por lo tanto, se está aludiendo a un vínculo más propio de otra categoría emocional. De hecho, la expresión “amistad especial o particular” es recogida por Lechado en su Diccionario de eufemismos como fórmula que encubre una relación homosexual (2000: 35).

Otras voces como “amigo” o “compañero”, aunque podrían aludir a un lazo circunscrito a un ámbito específico del terreno de la amistad, el compañerismo o las relaciones profesionales, adquieren un sentido eufemístico al ser precedidas por el determinante posesivo “su”, que consigue singularizar el vínculo de manera significativa. Expresiones más vagas pero que dejan entrever un significado encubierto son aquellas que aluden a que uno compartía su vida con el otro, que habían decidido convivir juntos, que ambos educaban al niño y que su relación despertaba determinados comentarios. Por último, aunque veamos incluido a uno de ellos entre las “personas amadas” por el otro, este concepto pierde su fuerza como denotativo de una relación amorosa o sentimental al asumir entre sus referentes al hijo que educaban.

Es necesario destacar que la prensa de carácter internacional evidenció un mayor grado de invisibilización de la relación gay entre ambos sujetos frente a los medios españoles que, con más o menos opacidad, fueron aportando datos que permitían comprender qué lazos unían a las dos víctimas. Este hecho puede explicarse por los distintos contextos culturales

en los que se da la producción de las diferentes informaciones, indicando así que el estigma asociado a esta realidad es menor, aunque no inexistente, en el entorno español.

El vínculo que pueda establecerse entre la presencia de estos rasgos lingüísticos y el carácter temático de la información abordada (tragedia de grandes dimensiones) puede verse apoyada en los resultados expuestos, en los que predomina claramente el eufemismo. Sin embargo, aunque en este caso la coincidencia de dos esferas tradicionalmente afectadas por el tabú como son la muerte y la orientación sexual no normativa ha favorecido el carácter discursivo descrito, debemos limitar esta afirmación al estudio del caso analizado. No obstante, a pesar de la especificidad de este trabajo, creemos que si los dos sujetos cuyo tratamiento periodístico ha sido analizado hubieran sido protagonistas de una información de otro tipo, la relación que les unía no habría sido abordada de manera eufemística en un grado tan elevado.

Futuras investigaciones pueden ahondar en esta cuestión confrontando tratamientos periodísticos de realidades similares en función del carácter de la información o del área en la que se encuadra, dado que la ubicación de una noticia bajo una sección u otra puede resultar determinante en el estilo y el tipo de redacción que adoptará el autor de la misma.

4.2. Ruidos en el mensaje

La aparición de las expresiones reproducidas en el anterior apartado indican la presencia de ruidos que entorpecen la eficacia comunicativa que debe perseguir todo mensaje periodístico. Si bien es cierto que, a priori, podríamos pensar que los datos sobre la relación que unía a ambas víctimas podían no haber estado disponibles para los medios cuando estos tuvieron que elaborar las primeras informaciones, en realidad detectamos algunos ejemplos de que esa posibilidad no excusa la construcción discursiva de algunas de las informaciones que componen la muestra. Así, podemos señalar que, por ejemplo, el diario *El Mundo* emplea, en la pieza que publica el 25 de agosto, términos con intencionalidad eufemística que dificultan la visibilidad de una realidad que, sin embargo, había sido aludida de manera mucho más clara en la noticia que aparecía en el mismo periódico dos días antes.

En un sentido similar, podemos ilustrar este hecho con dos informaciones del diario *Abc*, que si bien los días inmediatos a la tragedia se limitó a referirse de manera eufemística al vínculo que unía a ambos individuos, optó por recuperar de nuevo la voz “amigo” cuando un año más tarde recordó a las víctimas de la tragedia en una información titulada “154 historias truncadas” aparecida en su página web, en la que se hacía un breve repaso de los perfiles de los fallecidos en el accidente aéreo. Estaríamos, pues, ante lo que Israel denomina “ruidos sociosimbólicos”, concepto con el que hace referencia a las imágenes sobre mujeres y grupos minoritarios producidas y proyectadas con distorsiones (2006: 83).

La claridad, concreción y fidelidad que deberían orientar la redacción de un texto periodístico se vieron alteradas debido al empleo de estas alternativas discursivas. Pero no solo la interpretación adecuada del mensaje pudo quedar comprometida. La construcción del mundo posible que el periodista lleva a cabo a partir del mundo real, correspondiente a los hechos y circunstancias, y el de referencia, en el que encuadra los datos conocidos para

mejorar su comprensión (Rodrigo, 1989: 189), opta por situar en la mayoría de los casos analizados la relación entre los dos hombres como un asunto del que no parece apropiado hablar sin subterfugios reconociéndole, así, un estatus inferior respecto a otras realidades.

La visibilidad y la legitimidad negadas a la relación homosexual mediante la elección de estas palabras contribuyeron a velar una realidad de tal modo que, estas fórmulas se sumaron a las narraciones frecuentes en los medios de comunicación que se construyen sobre la imposibilidad de otorgar transparencia y publicidad a las relaciones entabladas entre dos hombres o dos mujeres. Aunque menos habitual en los discursos periodísticos, esta representación sí tiene mayor aceptación en los productos de ficción y entretenimiento como las series de comedia española. Por mencionar algún ejemplo, producciones como *Aquí no hay quien viva*, *Aída* o *Física o Química* comparten entre sus tramas una historia de amor homosexual en la que, durante un primer período más o menos largo y por miedo a las consecuencias, se opta por enmascararla de amistad ante el resto de personajes.

5. Conclusiones

Los resultados anteriores refuerzan opiniones como la de Gimeno, que vincula el fenómeno analizado con una convención propia de la homofobia liberal que convierte todo lo que tenga que ver con la homosexualidad en información que debe permanecer siempre en el ámbito de lo privado para ser respetable del tal modo que los medios que asumen esta ideología temen que cualquier comentario sobre la (homo)sexualidad de la persona en cuestión les haga parecer menos serios de lo que pretenden mientras que la heterosexualidad, siempre pública, no se ve afectada por esta precaución (2008: 92). Los medios ejercerían, actuando de este modo, el imperialismo cultural del que habla Coll-Planas al identificar la práctica de aceptar a las personas homosexuales sólo mientras mantengan este hecho recluido en el ámbito privado y que logra activarse a partir del uso de estereotipos, la invisibilización, la inferiorización, la imposición de un imaginario social heterosexista y la homofobia liberal (2010: 103).

Si a partir de los textos analizados no podemos conocer cuál fue la intención que llevó a los periodistas responsables de esos discursos a elegir unas fórmulas u otras, sí podemos apuntar que las diferencias detectadas remiten a las distintas percepciones subjetivas que, sobre el mismo hecho, han causado tal variedad de mensajes, del mismo modo que hemos comprobado que algunas de las muestras presentaban mayores dificultades de comprensión que otras debido a las ambigüedades y contradicciones presentes en varios textos.

Algunos de los ejemplos periodísticos analizados corroboran que el identificar una relación afectiva homosexual con la legitimidad y la claridad con la que se aludiría a otra heterosexual resulta problemático en algunos fenómenos de comunicación social, lo que confirma que esta realidad sigue arrastrando una sensación de tabú y que, por lo tanto, su valoración colectiva puede haber evolucionado menos de lo que otros indicadores puedan señalar.

6. Bibliografía

- Armentia Vizuete, J. I. y Caminos Marcet, J. M. (2003): *Fundamentos de periodismo impreso*. Barcelona: Ariel.
- Chamizo Domínguez, P.J. (2004): “La función social y cognitiva del eufemismo y del disfemismo”. *Panace@*, vol. V, nº 5, pp. 45-51.
- Coll-Planas, G. (2010): *La voluntad y el deseo. La construcción social del género y la sexualidad: el caso de lesbianas, gays y trans*. Barcelona: Egales.
- Crespo Fernández, E. (2005): “Euphemistic strategies in politeness and face concerns”. *Pragmalingüística*, nº 13, pp. 77-86.
- Dolç i Gastaldó, M. (1996): “De la piràmide invertida al Políticament Correcte. Del significat a la connotació”. *Comunicación y Estudios Universitarios*, nº 6, pp. 169-175.
- Fernández Martínez, P. (2009): “La repercusión mediática de dos aspectos discursivos: la metáfora y el eufemismo”. *Esfera*, nº 2, p. 4.
- Fontcuberta, M. (1993): *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós.
- Fontcuberta, M. y Borrat, H. (2006): *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Gallud Jardiel, E. (2005): “El eufemismo como instrumento de manipulación social”. *Revista Comunicación y Hombre*, nº 1, pp. 121-129.
- Gill, A. M. y Whedbee, K. (2000): “Retórica” en *VVAA, El discurso como estructura y proceso* (Ed. T. A. Van Dijk). Barcelona: Gedisa.
- Gómez, R. (2002): “Homosexualidad y medios: viejos y nuevos elementos discriminatorios”. II Encuentro de Facultades de Comunicación del Cono Sur [en línea]. Disponible en: http://www.periodismo.uchile.cl/encuentroconosur/ponencias/2/2c_ramongomez.html [Consulta: 10 de febrero de 2011]
- Gómez Sánchez, M. E. (2001): “Eufemismos en citas textuales: un caso de cortesía política y redacción periodística desde un enfoque pragmático”. *Español actual*, nº 75, pp. 81-90.
- (2004): “Expresiones eufemísticas en los textos informativos: normas y prácticas”. *Interlingüística*, nº 14, pp. 473-480.
- (2005): “Los sustitutos eufemísticos y la claridad del texto informativo”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 11, pp. 309-327.
- (2006): “Cortesía y eufemismo: los sustitutos eufemísticos en la prensa y la defensa de la propia imagen” en *VV AA, Discurso y sociedad: contribuciones al estudio de la lengua en contexto social* (Eds. J. L. Blas Arroyo, M. Velando Casanova y M. Casanova Avalos). Castellón de la Plana: Universitat Jaume I, Servicio de Publicaciones.
- Gross, L. (2001): *Up from invisibility. Lesbians, gay men and the media in America*. New York: Columbia University Press.
- Israel, E. (2006): *Comunicación y periodismo en una sociedad global. Comunicar la diferencia*. México D.F.: Trillas.
- J. W. de Jong, M. (2006): “From invisibility to subversion” en *VV AA, News and sexuality. Media portraits of diversity* (Eds. L. Castañeda y S. Campbell). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Lechado García, J. M. (2000): *Diccionario de eufemismos y de expresiones eufemísticas del español actual*. Madrid: Verbum.

- Matheson, D. M. (2005): “News and the social life of words” en *Media Discourses*. Berkshire: McGraw-Hill Education.
- Rodrigo Alsina, M. (1989): *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Rodríguez González, F. (1988): “Eufemismo y propaganda política”. *Revista alicantina de estudios ingleses*, nº 1, pp. 153-170.
- Roldán Pérez, A. (2003): “Comunicación y eufemismo: patología de la propiedad lingüística”. *Revista de Investigación Lingüística*, vol. VI, nº 2, pp. 85-106.
- Salvador, V. (2010): “L’eufemisme, entre la retòrica i la política” en *VV AA, Discurs polític i identitats (trans)nacionals* (Eds. M. J. Marín, Ll. Bracho, J. À. Mas y A. I. Montesinos). Valencia: Universitat de València.
- Sampedro Blanco, V. (2008): “La jerarquía de las identidades mediáticas” en *VV AA, Comunicación, identidad y género* (Eds. R. Pérez-Amat, S. Núñez y A. García Jiménez). Madrid: Fragua.
- Starck, N. (2008): “Obituaries”, en *VV AA, Pulling newspapers apart. Analysing print journalism* (Ed. B. Franklin). London: Routledge.

7. Notas

[1] Ya que neutraliza el insulto y los efectos ofensivos de ciertas referencias a terceras personas, por medio de una operación de desdramatización y distanciamiento.

[2] El caso Dolores Vázquez-Wanninkof hace referencia al error judicial que llevó a prisión a una mujer lesbiana acusada del asesinato de la hija de su ex novia. El suceso se vio envuelto de una controvertida cobertura periodística a la que se le ha atribuido cierta responsabilidad en la construcción del perfil de culpable de Vázquez a partir de su orientación sexual, factor que, según algunos críticos, fue suficiente para que se multiplicaran discursos mediáticos plagados de prejuicios y estereotipos y apareciera un clima social de opinión que condenó de antemano a esta mujer pese a la inexistencia de pruebas.

[3] Después está la cuestión del gusto: ¿cómo de sincero debería ser el escritor, y qué grado de censura o incluso de burlas se puede imponer? Además de ser el primer veredicto de la sociedad, un obituario ofrece en otro sentido una sentencia definitiva; quienes los escriben deben, de manera incontrovertible, hacer frente al deber de poner atención en las palabras que seleccionen.

[4] Pero precisamente por este carácter sociodiscursivo, su interés se acrecienta cuando la finalidad del investigador es entender el funcionamiento interno de una comunidad lingüística y cultural y la mutación que sus valores tácitos van experimentando a lo largo del tiempo. El tejido eufemístico habitual en una sociedad es un dato observable que nos da informaciones valiosas sobre el imaginario colectivo y sobre las actitudes y disposiciones a actuar de muchos miembros de esta sociedad.

Breve currículum del autor

Adolfo Carratalá es Licenciado y DEA en Periodismo por la Universitat de València (2009) con una investigación dirigida por Josep Lluís Gómez Mompart. Desde 2008, trabajo en el Área de Periodismo del mismo centro como Personal Docente e Investigador en Formación con ayuda del programa FPU del Ministerio de Educación. En estos momentos, desarrollo mi tesis sobre la cobertura de la prensa conservadora del conflicto social que envolvió la implantación de la asignatura de Educación para la Ciudadanía, comparándola con la acción de la prensa católica de la II República. Otras líneas de investigación de interés son: identidad y discurso periodístico, movimientos sociales y acción mediática, periodismo humorístico.

Publicaciones:

- “El editorial como generador de campañas de agitación: intervención social de ABC y La Razón ante Educación para la Ciudadanía” en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 16, 2010, pp. 107-119.
- “Miradas que dibujan: Viñetas e Iglesia a propósito del debate educativo” en *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica*. (Dir. Enrique Bordería, Francesc Andreu Martínez Gallego y Josep Lluís Gómez Mompart). 2010. Valencia: Tirant Lo Blanch. ISBN: 9788498768602.

Adolfo Carratalá

Departament de Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

Facultad de Filología, Traducción i Comunicació

Universitat de València (UV)

Avda. de Blasco Ibáñez, 32

46010 Valencia

Telf. 96.386.41.00

Fax: 96.386.47.78

adolfo.carratala@uv.es

Forma de citar este artículo en las bibliografías

Adolfo Carratalá (2011): “La relación eufemística de la relación gay en el periodismo serio”, en Miguel Hernández Communication Journal, 2, páginas 155 a 172. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). Recuperado el __ de _____ de 2____ de: <http://mhcj.es/2011/09/24/carratala/>