

<http://idp.uoc.edu>

RESSENYA

Mitjans, eleccions, televisió i urnes 2004

SAMPEDRO BLANCO, Víctor (ed.) (2008). *Medios y elecciones 2004: La campaña electoral y las "otras campañas"*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces. 278 pàg.

SAMPEDRO BLANCO, Víctor; GARCÍA LUENGO, Óscar; VIZCAÍNO PÉREZ, Ricardo; TRENZADO ROMERO, Manuel (ed.) (2008). *Televisión y urnas 2004: Políticos, periodistas y publicitarios*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces / Servicio de Publicaciones Universidad de Granada. 158 pàg.

Albert Padró-Solanet

Data de presentació: febrer de 2009

Data d'acceptació: febrer de 2009

Data de publicació: març de 2009

Resum

Es ressenyen dues obres col·lectives realitzades per especialistes en la comunicació política. Els articles de què es componen se centren en les campanyes de comunicació que van confluïr en les eleccions generals de 2004 i les estudien a partir d'un ventall de marcs teòrics de la comunicació política.

Paraules clau

eleccions, campanya electoral, comunicació política

Tema

TIC i política

The Media, Elections, Television and 2004 Ballot Boxes

Abstract

Two publications produced by groups of specialists in political communication are summarised. The articles in these publications focus on the communication campaigns for the general elections of 2004, and are studied from a range of theoretical frameworks for political communication.

Keywords

elections, election campaign, political communication

Topic

ICT and politics

D'un temps ençà Víctor Sampedro i el seu equip de col·laboradors s'han dedicat a desxifrar les relacions dels mitjans de comunicació i els diferents actors polítics i socials respecte a la comunicació política (*vid.* Sampedro, 2005, 2000). Les obres ressenyades se centren en l'estudi de les estratègies comunicatives dels actors polítics durant i després de l'excel·lent campanya electoral de 2004 i dels dramàtics esdeveniments que la van acompanyar. *Medios y elecciones 2004* consisteix en una col·lecció d'articles acadèmics que expliquen detalladament la comunicació política del període electoral utilitzant diversos marcs teòrics i de metodologies d'anàlisi. *Televisión y urnas 2004*, en canvi, és un manual didàctic que va acompanyat d'uns DVD per a presentar l'anàlisi de la comunicació política televisiva i que pretén il·lustrar les aportacions teòriques que s'ofereixen en els capítols del primer volum.

Malgrat els continuats esforços i avenços que des de fa dècades es dediquen a l'estudi de les campanyes electorals, aquestes continuen essent un objecte complex i mal conegut. En els estudis electorals tradicionals de ciència política s'afirmava que el millor pronòstic electoral que es podia fer d'unes eleccions, el menys arriscat, eren els resultats de les eleccions anteriors (!). Ateses les evidències dels limitats efectes de les campanyes electorals que s'havien trobat en un inici, es va tendir a posar èmfasi en els factors estructurals i de continuïtat que explicaven els comportaments polítics i, específicament, els resultats electorals. Així es van proposar, per exemple, la composició social (en sentit ampli) o la situació econòmica de la comunitat política com a explicacions «fortes» dels resultats electorals, mentre que els factors relacionats amb la campanya electoral eren més aviat tractats com a elements menors o residuals. Es reconeixia, naturalment, que aquests «elements menors» podien tenir una gran importància pràctica (la formació d'un govern, per exemple, podia dependre d'un petit percentatge de vots), però el que informava millor dels resultats eren aquests elements que presentaven petits canvis entre les eleccions. Però, és clar que en el cas d'unes eleccions com les estudiades en els llibres ressenyats, amb resultats no anticipats pels actors que hi van participar, és necessari avançar cap a enfocaments que permetin estudiar les discontinuïtats i les relacions no lineals en la política. De fet, els articles continguts en aquestes obres se situen sobre tot en l'enfocament de la comunicació política, que tendeix

a utilitzar marcs teòrics més afins a metodologies qualitatives, la qual cosa els permet tractar amb més comoditat aquestes discontinuïtats polítiques, tot i que no resolen el tema de manera definitiva.

En el primer capítol de l'obra, V. Sampedro i J. M. Sánchez utilitzen els marcs teòrics de l'*agenda setting* i del *framing* per a estudiar com els diferents actors polítics van intentar afectar les percepcions de la població en els casos de la trobada de Carod-Rovira amb ETA i de la proclamació de la treva catalana per part d'ETA. A partir de l'anàlisi del contingut d'una mostra de les principals fonts de premsa escrita, mostren com el govern del PP va ser capaç de crear un «pseudoesdeveniment mediàtic», a través de les seves aliances politicoeditorials. La conclusió dels autors no deixa de ser irònica. L'estratègia comunicativa duta a terme pel PP va obtenir un èxit evident: va poder mantenir un enorme nivell de mobilització del seu electorat; així mateix, els primers anys de govern socialista, insistint en els mateixos temes, van ser capaços de convocar manifestacions multitudinàries que van mantenir elevat el grau de pressió i d'amenaça de deslegitimació sobre el nou govern. Però tot això a costa de perdre les eleccions i el govern!

El segon capítol, un assaig firmat per V. Sampedro, O. G. Luengo i A. Jerez, estudia a través d'una combinació de metodologies quantitatives i qualitatives la difusió d'informació electoral que les televisions van fer durant la campanya. L'anàlisi mostra com el Partit Popular va ser capaç d'establir en totes les televisions els temes en què esperaven obtenir més rendibilitat electoral (i que ja havien aparegut a la precampanya electoral amb el cas Carod), mentre que bloquejava les referències a l'Estat del benestar que pretenia presentar el seu principal adversari polític, el PSOE. El PP va encadenar hàbilment en el temps els diferents temes. Va arrencar la precampanya amb la defensa a ultrança de la unitat territorial de l'Estat, va passar a l'acusació al PSOE de tibesia davant del terrorisme d'ETA (a causa de l'entrevista de Carod-Rovira), i finalment va destacar els problemes de coalicions electorals que previsiblement hauria de construir el PSOE en cas que guanyés les eleccions. Segons els autors, «la intenció final en campanya no era tant fixar el vot ja favorable al PP, sinó desincentivar el vot al PSOE explotant l'ambigüitat del candidat i les discrepàncies internes respecte al model d'Estat, verdader tema de fons». Aprofri-

tant la seva posició dominant en el Govern, el PP va exercir la iniciativa a l'agenda mediàtica i va evitar que la campanya electoral es pogués basar en l'avaluació de l'acció de govern en la passada legislatura, que es trobava llastrada per punts negatius com el desastre del *Prestige* o la guerra de l'Iraq.

O. G. Luengo, en el tercer capítol, se centra en l'anàlisi del to de la informació política durant la campanya electoral de 2004. La pregunta de fons és si la comunicació política és cada vegada menys substantiva i se centra en aspectes superficials, no informatius, emotius, que perjudiquen el funcionament de les institucions democràtiques. Per a enfrontar-se a la complexitat de l'anàlisi empírica d'aquesta qüestió, mesura el grau de «negativisme» operacionalitzant aquest concepte a través de cinc indicadors (nivell de conflictivitat, nivell de negativisme, representació de la informació a base de marcs interpretatius, el fons de la notícia i la visibilitat de la competitivitat dels candidats), i mostra que, en general, la informació televisiva de la campanya pot ser considerada negativa, sobretot amb referència als marcs interpretatius utilitzats i a la competitivitat. L'estudi constata que hi va haver diferències significatives en els usos de la negativitat per part de les diferents cadenes de televisió i, a més, comprova que els temes que es van tractar en clau majoritàriament negativa van ser (a excepció de l'Estat de benestar) els que controlava el PP. D'altra banda, troba que, previsiblement, les notícies considerades negatives en general van ser les que més visibilitat van tenir en els noticiaris de televisió. Finalment, l'autor, en comparar el nivell de negativisme a la televisió respecte al que és present a la premsa escrita, troba diferències significatives en les diferents categories. I això el porta a dues conclusions: 1. les característiques del negativisme en el tractament de la informació política depenen del mitjà en què es difonen les notícies; 2. comparativament, la comunicació televisiva no tendeix a mostrar més trets de comunicació negativa que els altres mitjans.

Partint de dos marcs teòrics diferents i, en certa manera, complementaris, els dos capítols següents, firmats respectivament per Andreu Casero i per Rafael Durán, intenten donar raó de les estratègies d'informació que van dur a terme els actors implicats en els atemptats de l'11-M de Madrid i proposen explicacions als trencaments de la «continuitat» en els discursos defensats per alguns d'aquests actors, que de manera versemblant van donar lloc als resultats polítics que es van produir.

En el quart capítol, Casero analitza la gestió de les estratègies de la informació realitzades pels actors implicats en els atemptats de l'11-M a Madrid, prenent com a marc teòric la sociofenomenologia de la construcció social de la realitat. Segons aquesta, els mitjans de comunicació es veuen condicionats per la resta d'actors socials (especialment, els procedents de la política i de l'economia, però no solament per aquests) en l'operació de subministrar definicions i interpretacions dels diferents esdeveniments a base de concedir-los visibilitat pública i manipular la seva representació simbòlica. Aquest funcionament conformador de la realitat es «posa a prova», es fa visible de manera especialment aguda, en la resposta a les situacions de ruptura, a l'aparició de «casos excepcionals» que, per la seva gravetat i el seu impacte, qüestionen els esquemes interpretatius socialment establerts i compartits; d'aquí l'interès heurístic de centrar-se en els tràgics esdeveniments de l'11-M. D'acord amb l'anàlisi de Casero, davant la matança, d'una banda, l'actor més afectat, el Govern, es va dedicar a elaborar els fets de manera que s'alineessin amb la seva estratègia electoral: unitat nacional i lluita contra el terrorisme d'ETA. Per la seva banda, els canals de televisió es van doblegar en els primers moments de la crisi als postulats del govern i van adoptar una «bel·ligerància informativa amb el terrorisme». Finalment, la informació dels mitjans va ser l'escenari on es van enfrontar les diferents interpretacions de la realitat. L'excepcional del cas és que la rígida estratègia de control de la informació per part del Govern davant els fets va incitar importants segments de la ciutadania a buscar informació en esferes públiques perifèriques que li permetessin contrastar la «interpretació oficial» de les dades. «Els ciutadans més actius i mobilitzats, trencant la seva dependència respecte dels mitjans convencionals, es van convertir en promotors cognitius, i van elaborar críticament els seus propis significats sobre el procés obert pels atemptats.» (136)

En el cinquè capítol, R. Durán aplica el marc teòric de l'«espiral de la mentida prudent» de Timur Kuran als discursos polítics sobre l'autoria dels atemptats de l'11-M. L'anàlisi mostra que majoritàriament van falsificar el seu discurs i el van acomodar inicialment a la versió oficial hegemònica que assumia que els atemptats eren obra d'ETA, mentre que alguns la van qüestionar, a partir de diferents moments, en una seqüència de «llindars revolucionaris», i d'aquesta manera van trencar l'espiral de la mentida prudent. El primer llindar es va produir l'endemà dels atemptats i abans de les manifestacions de la tarda-

nit. Sumant-se als indicis que des d'un principi apuntaven a l'autoria del terrorisme islamista, un comunicat d'ETA en què negava la seva participació i un altre posterior d'Al Qaeda en què n'assumia l'autoria van posar difícil continuar acceptant les tesis del Govern. El segon lliendar es va produir amb les manifestacions del 12-M, en què el PP va continuar mantenint la seva versió dels fets mentre es va produir una mobilització multitudinària de la ciutadania en què demanava que s'expliqués la veritat dels fets. Finalment, en el tercer lliendar, el discurs del Govern del PP ja no és dominant, però li és més útil mantenir la seva versió, ja que reconèixer la manipulació probablement els penalitzaria. Malgrat tot, amb les concentracions davant les seus del PP a Madrid i Barcelona, la constatació per part del Govern dels riscos que implicava mantenir la seva versió dels fets va provocar que comencés una modulació del discurs.

El sisè capítol, firmat per Sampedro, B. C. Reis i A. Reis, és un estudi que se centra en les formes alternatives d'intervenció en l'espai públic en el que denomina «les altres campanyes». Una part del que és característic de la nova forma que adquireixen les campanyes de comunicació més recents afectades per les NTIC. D'una banda, els actors que, com a grups i organitzacions informals, van desplegar estratègies de comunicació (i d'acció) de manera paral·lela a les institucions. De l'altra, els agents sociopolítics clàssics (partits, sindicats, administracions públiques), que ara adopten estratègies de comunicació fins ara reservades a la societat civil. Els partits polítics tendeixen a imitar en les seves campanyes pel vot els activistes a través de l'ús de les noves tecnologies.

L'estratègia metodològica per a tractar aquest objecte d'estudi consisteix a estudiar l'agenda de la societat civil tal com va ser recollida en els mitjans de comunicació. Mobilitzacions des de baix i convocatòries oficials de dol. Es realitza una anàlisi de contingut de totes les peces informatives (unitat d'anàlisi) que, en mitjans escrits seleccionats (*El País*, *El Mundo* i *ABC*), van tractar de les accions col·lectives i d'actors socials entre l'1 i el 21 de març. Es distingeix entre els promotors de les diferents notícies aparegudes en els diaris: el Govern, els principals partits d'àmbit estatal (PP, PSOE i IU) i els actors socials. En una introducció més quantitativa de l'estudi, s'observa que els actors socials seguits del Govern destaquen com els principals promotors (és a dir, en certa manera congruent amb el model de l'espiral de la mentida prudent?). Aquest estudi conclou amb una anàlisi longitudinal i de

caràcter més qualitatiu i hermenèutic que descriu de manera detallada les estratègies -les propostes i contra-respostes- en diferents àmbits temàtics que els mitjans de comunicació escrita van utilitzar en la seva tasca informativa d'acord amb els seus alineaments polítics al llarg de tres subperíodes, denominats, segons el que s'estableix en l'epígraf, «onze dies de campanya, tres de perplexitat i set de mobilitzacions postelectorals».

En aquest capítol, es constata que, juntament amb un important esforç de recopilació i de codificació, potser es troba a faltar un ús més adequat de les tècniques estadístiques que permetin sintetitzar, representar i descriure millor la informació quantificada i, d'aquesta manera, arribar a conclusions més fonamentades. Per posar un exemple, en el comentari de la taula 6.3 (pàg. 170), s'afirma que les diferències en l'atribució de notícies a actors socials en el període considerat és superior a *El País* que a *El Mundo* i, en aquest, és superior a *ABC*, en consonància amb l'eix esquerra-dreta en què s'inscriuen les seves línies editorials. Però, si considerem els valors relatius, és a dir, la proporció de peces informatives atribuïdes als diferents actors respecte del total, veiem que l'ordre s'inverteix. *ABC*, amb un 71% de les notícies atribuïdes a actors socials, supera en quatre punts percentuals el percentatge d'*El Mundo* i en més de vuit *El País* (!). El que sí que és cert, i segurament significatiu, és el fet que la quantitat de notícies referides a les relacionades amb les altres campanyes és superior a *El País* que en els altres dos mitjans. Però, per a estar segurs d'aquesta afirmació, hauríem de conèixer la base de totes les peces informatives que va publicar cada diari durant el període considerat. També es fa evident que la relació entre la línia editorial i l'èmfasi informatiu en els actors socials segurament és més complexa del que suposava la hipòtesi de partida. Es pot suggerir que aquest resultat inesperat es pot haver degut, per exemple, als diferents estils editorials dels diaris (és a dir, la ideologia no és l'explicació de les diferències observades); o bé, al fet que els diaris de la dreta tenen una propensió menor a atribuir les mobilitzacions socials a partits polítics que els diaris de l'esquerra. Potser sembla una observació més rellevant si es considera una mostra de la concepció que la dreta espanyola té de la funció dels partits polítics.

En les conclusions del capítol es destaca que, malgrat el protagonisme sense precedents de les mobilitzacions socials que es van produir en el cas estudiat, i que, des d'una òptica democràtica radical, es podia llegir de manera

esperançada i optimista com el despertar del poble d'un ensopiment secular, mostrant, segons els autors, una capacitat deliberativa autònoma respecte als mitjans, no es va poder escapar del paper intermediari de polítics i periodistes que van filtrar, van traduir (*traduttore traditore*) les seves demandes i les van interpretar «en un marc electoralista, presentant-les sempre com a fruit d'estratègies partidistes» (232).

Finalment, el capítol 7, firmat per V. Sampedro, F. Trucho i R. Vizcaíno-Laorga, se centra en l'estudi dels llocs web (*websites*) dels tres partits polítics d'àmbit estatal amb representació parlamentària. Es van utilitzar mètodes d'observació participant, enviant correus electrònics als canals de contacte establerts pels partits i als fòrums electrònics per a comprovar l'ús d'Internet en el grau de deliberació (és a dir, la capacitat per a plantejar temes de campanya i marcs discursius aliens al partit) i per a poder establir el grau de control (mesurat per la modificació, supressió parcial o total de continguts i participants). Els resultats de l'estudi són previsiblement decebedors. D'una banda, IU no va plantejar la interacció amb l'electorat per falta de mitjans. El PSOE es va centrar en l'intercanvi de correus electrònics, presumiblement contestats per un equip de col·laboradors i no pels candidats. Finalment, el PP va ser l'únic partit que va mantenir oberts fòrums de discussió a la seva pàgina web, que van mostrar un important nivell d'activitat i en l'estudi dels quals se centra la major part del treball. Els autors valoren positivament el fet que una part de les intervencions discrepaven de la línia del partit, malgrat que les participacions van ser majoritàriament favorables a les línies argumentals del partit, que hi va haver indicis de censura per part dels administradors, i que l'anonimat va afavorir l'expressió impune d'opinions radicals o no contrastades.

Els autors especulen sobre les raons que expliquen aquest ús limitat i inadequat de les NTIC per part dels par-

tits a la campanya. En primer lloc, ofereixen una explicació que apunta als costos i els beneficis. La difusió limitada d'aquestes tecnologies en l'electorat i, per tant, el seu limitat impacte electoral explica que no fossin previsiblem grans beneficis (cosa que explica la limitació del seu ús), ni tampoc grans costos (cosa que explica la poca qualitat o els «errors» que es van cometre en el seu ús). Com que no eren prioritàries en el seu model de campanya, no s'hi van dedicar gaires recursos. D'altra banda, la no-explotació del potencial de les NTIC per a la discussió política democràtica s'explica per l'existència d'una cultura política poc donada a la participació, i per una estructura institucional dels partits polítics espanyols que els fa refractaris a la participació per part dels seus afiliats i que, finalment, els converteix en «les vies de participació menys valorades (i, per tant, menys utilitzades) entre els sectors de la població més activa políticament i, sobretot, entre els més joves» (277). Naturalment, aquest fet contrasta vigorosament amb el protagonisme de l'ús d'Internet i dels telèfons mòbils per part de la població en les eleccions generals de 2004 (segons dades d'Alexa, el flux d'accessos als principals diaris en versió digital durant les eleccions de 2004 es va situar per damunt dels registrats en les eleccions de 2008), però coincideix amb els enfocaments teòrics que matisen la pretensió que les NTIC revitalitzaran el paper dels partits polítics com a intermediaris del sistema polític (cf. p. ex. Padró-Solanet i Cardenal, 2008).

En conjunt, els dos volums són un extens estudi de cas sobre uns desenvolupaments polítics i informatius excepcionals. Víctor Sampedro i el seu equip de col·laboradors sotmeten a anàlisi l'entorn polític i comunicatiu que va donar lloc a les diverses campanyes comunicatives que van portar a les eleccions generals de 2004, i n'ofereixen una informació valuosa i detallada. És indubtable l'ampli interès, tant per al públic acadèmic com per al no especialitzat, d'aquestes eleccions complexes i transcendents.

Referències

PADRÓ-SOLANET, Albert; CARDENAL, Ana Sofía (2008). «Partidos y política en Internet: Un análisis de los websites de los partidos políticos catalanes». *IDP. Revista de Internet, Derecho y Política*. Núm. 6, pàg. 46-64.

SAMPEDRO BLANCO, Víctor (ed.) (2005). *13-M, Multitudes online*. Madrid: Libros de la Catarata.

SAMPEDRO BLANCO, Víctor (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Istmo.

Citació recomadada

PADRÓ-SOLANET, A. (2009). «Mitjans, eleccions, televisió i urnes 2004» [ressenya en línia]. *IDP. Revista d'Internet, Dret i Política*. Núm. 8. UOC. [Data de consulta: dd/mm/aa].

<Adreça electrònica del PDF>

ISSN 1699-8154



Aquesta obra està subjecta a la llicència Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 3.0 Espanya de Creative Commons. Així doncs, se'n permet la còpia, distribució i comunicació pública sempre que se'n citi l'autor i la font (*IDP. Revista d'Internet, Dret i Política*), i l'ús concret no tingui finalitat comercial. No se'n poden fer usos comercials ni obres derivades. La llicència completa es pot consultar a: <<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/deed.ca>>

Sobre l'autor

Albert Padró-Solanet
 padro_solanet@uoc.edu

Professor dels Estudis de Dret i Ciència Política de la UOC. Llicenciat en Filosofia, màster en Ciència política i màster en Gestió pública de la UAB.

Universitat Oberta de Catalunya
 Estudis de Dret i Ciència Política
 Av. Tibidabo 39-43
 08035 Barcelona, Espanya