

POLARIZACIÓN POLÍTICA Y NEGATIVISMO MEDIÁTICO. SIMILITUDES Y DIFERENCIAS EN LA PRENSA DE DERECHA Y LA DE IZQUIERDA EN LAS ELECCIONES AUTONÓMICAS Y MUNICIPALES DE 2011

Castromil, Antón R.¹

arcastromil@ccinf.ucm.es

Chavero, Palmira²

pchavero@gmail.com

Universidad Complutense de Madrid

Material original autorizado para su primera publicación en la revista académica REDMARKA Revista Digital de Marketing Aplicado

Recibido: 27 Febrero 2012

Aceptado: 5 Junio 2012

Resumen

Hallin y Mancini (2004) proponen una tipología de sistemas mediáticos según la cual España se encuentra en el denominado sistema de “pluralismo polarizado”. Una de las principales características de este modelo viene dada por la relación entre sistema político y medios de comunicación, donde prima una íntima relación entre ambos actores que da como resultado unos medios de comunicación altamente partidistas.

El presente estudio es una continuación de anteriores investigaciones (Castromil, 2008) en las que intentábamos demostrar el partidismo de la prensa de referencia española en las elecciones generales de 2008 y el modo de llevarlo a cabo: a través de una cobertura altamente negativa hacia el partido o candidato rival.

¹ profesor de Opinión Pública del Departamento de Sociología VI. Universidad Complutense de Madrid

² colaboradora del Departamento de Sociología VI. Universidad Complutense de Madrid

La actual contribución pretende hilar más fino y estudiar no tanto la comparación entre la prensa de derecha (*El Mundo* y *ABC*) y la de izquierda (*El País* y *Público*), sino las diferencias y similitudes internas en cada una de estas dos opciones mediático-ideológicas. Para ello, realizamos un seguimiento exhaustivo de estos diarios entre el 15 de abril y el 25 de mayo de 2011, analizando la información relativa a la campaña electoral. Algunas de las conclusiones que arroja este análisis son la diferente neutralidad mediática en función de la polarización ideológica de los diarios o los temas en los que se centra cada uno de ellos.

Palabras clave: Polarización, elecciones municipales y autonómicas 2011, prensa de referencia.

Abstract

According to Hallin and Mancini (2004), Spain is part of a typology of media system called Polarized Pluralism. One of the main feature of this model is a close relation between media and politic system, which produces very political media.

This paper continues previous works (Castromil, 2008) where we tried to prove the partidism of Spanish press in the 2008 General Elections and the way of execute it: by a negative coverage against the adversary leader or party.

This article wants to be more exhaustive and study not only a comparison between right-wing press (*El Mundo*, *ABC*) and left-wing press (*El País*, *Público*), but internal differences and similarities in each one of them. For this claim, we do an exhaustive study of these four newspapers between april 15th and may 25th 2011, analyzing the full information about electoral campaign. Some of the main conclusions are different neutrality in accordance with the ideological polarization of the newspaper and themes they focus on.

Keywords: Polarization, local and regional elections 2011, reference press.

1. Medios de comunicación y opiniones ciudadanas

A pesar de que el ideal clásico, todavía en boga en las Facultades de Ciencias de la Comunicación, hace referencia a un periodismo de corte objetivo, vigilante del poder, “perro guardián” de la sociedad civil frente a los poderes políticos, en España la realidad apunta en otro sentido. Tal y como discutimos en trabajos precedentes (González, Rodríguez y Castromil, 2010; Castromil, 2008) la prensa de referencia española no es neutral. El “no partidismo” no es un objetivo sino, más bien, todo lo contrario. En las páginas de los principales periódicos españoles lo que prevalece es el posicionamiento hacia un determinado candidato, partido político u opción ideológica.

Si tomamos como referencia el estudio clásico de Manin (1998) sobre la evolución de la democracia representativa desde un primigenio parlamentarismo a una democracia de audiencia, pasando por la democracia de partidos, nos damos cuenta de que el patrón de opinión pública presente en España se sitúa a caballo entre estos dos últimos modelos³. Es decir, la construcción de la opinión de los ciudadanos depende, al menos en parte, de un sistema de medios de comunicación muy vinculado a los partidos políticos. Bien es cierto que no del mismo modo que a principios del siglo XX, cuando lo que prevalecía era la prensa de partido. En el momento que nos ha tocado vivir lo que impera son los “partidos vinculados a la prensa” (González, 2008) en los que, siguiendo la lógica de “paralelismo” entre medios y política (Hallin y Mancini, 2004), se produce una relación nada clara entre los dos ámbitos: unas veces es la prensa afín la que consigue imponer sus prioridades (temas de debate y encuadre de los mismos) y, otras, es el partido el que logra el inestimable apoyo de parte de la prensa de referencia a sus iniciativas legislativas o de gobierno.

Así, el eslabón débil o, de algún modo, menos presente en el juego democrático y en el debate público es la sociedad civil. La ciudadanía, cuya relación con los poderes políticos requiere del concurso de los medios de

³ Para Manin (1998) la democracia de partidos se basa en el poder decisivo de las burocracias de los partidos, mientras que en la democracia de audiencias la habilidad comunicativa del candidato adquiere una preeminencia especial.

comunicación, se encuentra con que éstos cada vez se alejan más de su función primigenia. ¿Quiere esto decir que los ciudadanos quedan a merced del juego de intereses diversos y espurios que se establece entre medios de comunicación y partidos políticos? El interrogante es de difícil e inestable respuesta. Por un lado, necesitan de los medios de comunicación para acceder a determinada información que de otro modo resultaría imposible; por otro lado, sin embargo, el ciudadano mantiene cierta autonomía para tomar del menú que ofrece la prensa aquello que más le convenza, en sintonía con sus propios intereses, vivencias y contexto.

Baste comprobar que, en numerosas ocasiones, las prioridades de la ciudadanía, medidas en las preguntas de agenda pública y personal que recogen los barómetros mensuales que realiza el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), no coinciden con lo que los medios de comunicación consideran prioritario⁴. Es decir, en numerosas ocasiones las prioridades de las elites políticas y mediáticas parecen alejarse de las preocupaciones ciudadanas, lo cual no quiere decir que los ciudadanos no las conozcan o, incluso, se posicionen a favor o en contra de ellas (Rodríguez y Castromil, 2010). Por ello es muy difícil establecer un impacto claro entre los medios de comunicación⁵ y la construcción ciudadana de las opiniones, tanto más en un sistema mediático pluralista polarizado como el español (Hallin y Mancini, 2004). Las características principales de este modelo son la existencia de una estrecha relación entre los medios de comunicación y el poder político (paralelismo político), la importante intervención del Estado en la configuración del mapa mediático (a través de la concesión de licencias y como propietario de algunos medios), una reducida tirada de la prensa y la escasa

⁴ Las elecciones de 2011 nos ofrecen un ejemplo muy claro. Mientras la mayoría de la población, por aquello de la crisis, consideraba que el principal problema del país estaba en las cuestiones económicas; el tema de debate que protagonizó la cobertura de *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *Público* fue el terrorismo y la legalización de Bildu (25% de la cobertura total). Las cuestiones económicas fueron objeto de sólo el 6% de la cobertura.

⁵ Por "pluralismo polarizado" Hallin y Mancini (2004) entienden una relación entre medios de comunicación y política muy estrecha (red de intereses entremezclados), una gran intervención del Estado en la configuración de los medios (principalmente otorgando licencias a medios afines aunque también interviniendo en la línea editorial de los medios públicos) y una escasa institucionalización de la profesión periodística. Este modelo de medios contrasta con los presentes en otras latitudes planetarias donde la independencia periodística parece mayor (modelo liberal anglosajón y de corporativismo democrático del centro y norte de Europa).

profesionalización de los periodistas⁶. Una de las primeras consecuencias de todo ello es la merma de la libertad y autonomía con la que los periodistas han de afrontar su trabajo, a diferencia de lo que sucede en otros modelos como el Liberal o el de Corporativismo Democrático.

Es muy probable que estos ciudadanos conozcan bien las diferentes tendencias de los distintos medios de comunicación y manejen también con cierta soltura sus posiciones en los temas de debate (Rodríguez y Castromil, 2010). Por ello es difícil saber qué va primero: el efecto de la construcción de la agenda de temas y su encuadre por parte de los medios de comunicación o las predisposiciones de los ciudadanos. Si lo que priman son los medios, entonces su poder es considerable. Si lo que lleva la delantera son los apriorismos de los ciudadanos, los medios no tendrían otra función que la de refuerzo de tales disposiciones previas. La primacía de uno u otro variará en función del contexto que caracterice a cada sociedad, así como del momento y del tema de que se trate, entre otros factores.

2. La polarización de la prensa de referencia española: Las elecciones autonómicas y municipales de 2011

2.1.- Objetivos de la investigación

A partir de estas premisas, presentamos un estudio de la cobertura que los principales periódicos españoles realizaron durante las elecciones municipales y autonómicas celebradas el 22 de mayo de 2011. Para ello, analizamos los cuatro periódicos de referencia del país, que responden, al mismo tiempo, al alineamiento ideológico con cada uno de los polos: *El País* y *Público* (de tendencia progresista) y *El Mundo* y *ABC* (de tendencia conservadora).

⁶ Por profesionalización Hallin y Mancini (2004) entienden la configuración del periodismo como un lobby que actúa en defensa de sus intereses corporativos frente a los poderes económicos y políticos a través de órganos como los colegios profesionales.

¿Optaron estos rotativos por una cobertura polarizada negativa, tal y como los estudios precedentes describen (Ansolabehere e Iyengar, 1995; Brooks y Geer, 2007; Castromil, 2008; Freedman, Franz y Goldstein, 2004; García Luengo, 2008; Geer, 2006; Goldstein y Freeman, 2002; Jamieson, 1992; Lau *et al*, 1999)⁷? En tal caso, ¿qué características ha tenido la campaña de 2011? Y, sobre todo, ¿la prensa de derecha (en nuestro caso, *El Mundo* y *ABC*) ha llevado a cabo una cobertura más o menos homogénea o han existido diferencias destacables entre sus cabeceras? ¿Y entre *El País* y *Público*?

En suma, el objetivo principal de este trabajo es doble. En primer lugar, trataremos de confirmar la existencia de polarización en las elecciones municipales y autonómicas de 2011. En segundo término, y en caso de que se confirme esta premisa, proponemos no sólo conocer las diferencias entre rotativos ideológicamente enfrentados (*El País* y *Público* vs. *El Mundo* y *ABC*), sino analizar si entre los medios de un mismo espectro ideológico-partidista existen o no diferencias de calado.

2.2.- Metodología

Antes de entrar en el análisis de los datos, conviene situar a cada uno de los medios de comunicación. *El País*, *El Mundo* y *ABC* son los tres periódicos de información general de mayor difusión⁸; *Público*, aunque tiene menos lectores que otras cabeceras como *La Razón* o *La Vanguardia*, se ha convertido en sus cuatro años de vida en uno de los de mayor difusión⁹ y, más aun, en un referente para los lectores situados a la izquierda ideológica de *El País*, de ahí

⁷ La mayoría de estos estudios documentan la existencia de publicidad política negativa (tono negativo en las coberturas de los medios y en la comunicación política de partidos y candidatos) y sopesan la influencia de tal proceder en la salud del sistema democrático. Los datos que manejamos en este estudio son mucho más modestos. A lo máximo que aspiran es a documentar la existencia de polarización mediática en España y sus principales características internas.

⁸ Según los datos medidos periódicamente por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD).

⁹ A pesar de ello, los problemas financieros de su editora llevan a cerrar el diario el 24 de febrero de 2012.

su inclusión en este trabajo. Ahora bien, la historia de cada uno de ellos es distinta¹⁰.

El País es la cabecera española de referencia, perteneciente a uno de los principales grupos de comunicación (aunque en los últimos años está siendo uno de los más perjudicados económicamente), Prisa. Nació tras la dictadura franquista (1976) situando a los ciudadanos progresistas como su *target* principal y pronto se consolida como líder en la prensa, toda vez que se convierte en el referente para las nuevas clases profesionales que emergen con la democracia y que se acercan al diario gracias a su línea conservadora en lo económico, de centro en política y más liberal en lo sociocultural. En términos partidarios, *El País* es históricamente cercano al PSOE, en el gobierno en el período de nuestro análisis (González, 2008).

El segundo periódico más importante de España, *El Mundo*, nace en 1989 de la mano de su director Pedro J. Ramírez (tras su marcha de *Diario 16*) y lo hace con la idea de aumentar el pluralismo existente; aunque se definió como “moderado” en sus argumentaciones, ya comenzó con fuertes críticas al PSOE por la política de concesión de licencias. En la actualidad pertenece al grupo italiano Rizzoli-Corriere della Sera (RCS) y sigue manteniendo una línea editorial conservadora en todas las materias.

ABC y *Público* son periódicos más vinculados a proyectos personales, si bien con distintos signo y suerte. El primero de ellos es desde su origen propiedad de la familia Luca de Tena, un modelo familiar con el que ha sobrevivido todo el siglo XX, dictadura incluida, hasta que a mediados de los 90 pasa al grupo Correo y posteriormente a Vocento (aunque la familia Luca de Tena sigue vinculada), manteniendo su carácter conservador y monárquico.

Por último, *Público* nace en 2007 como un proyecto del empresario Jaume Roures, (principal accionista de Mediapro) y muy vinculado al Gobierno de Rodríguez Zapatero. Su posicionamiento ideológico lo sitúa a la izquierda de *El*

¹⁰ Para conocer en profundidad la historia de cada uno de los medios analizados, acúdase a Serrano (2010).

País, dirigiéndose a un lector más joven. Es, de los analizados, el medio que se enfrenta a mayores problemas de financiación.

Con esta selección tenemos representantes mediáticos de los dos polos ideológicos, si bien con matices entre ellos. De un lado, nos encontramos con un periódico –*ABC*– con mayor tendencia a la opinión que *El Mundo* (éste más liberal), lo que combina con su condición de portador de los valores más conservadores, tradicionales y asociados a la monarquía y la Iglesia Católica. Del lado progresista, *Público* se viene mostrando mucho más crítico con el gobierno que *El País* en materia económica, llegando a ser el único periódico de referencia que apoyó la huelga general de 2010; es, a semejanza de *ABC*, un diario más proclive al género opinativo.

Tomando estas cuatro cabeceras, hemos realizado un seguimiento de la información publicada (titulares, editoriales y páginas interiores) entre el 15 de abril y el 25 de mayo de 2011, que queda distribuida como muestran las siguientes tablas¹¹:

¹¹ En los Anexos de este mismo trabajo puede consultarse la ficha técnica del trabajo de campo (Cuadro 1).

Tabla 1: Volumen de la muestra (2011)

	N	%
<i>El País</i>	445	21,2%
<i>El Mundo</i>	603	28,8%
<i>ABC</i>	411	19,6%
<i>Público</i>	636	30,4%

TOTAL	2095	100%
--------------	-------------	-------------

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Distribución de la muestra (2011)

	N	%
Primera página	239	11,4%
Editorial	133	6,3%
Páginas interiores	1723	82,2%

TOTAL	2095	100%
--------------	-------------	-------------

Fuente: Elaboración propia

Para obtener la muestra, hemos codificado un total de 2.095 noticias de las secciones de nacional, opinión y primera página. Han quedado excluidos de nuestro análisis los artículos de opinión de colaboradores de los periódicos. En el caso del diario *Público* hemos considerado editorial el breve artículo de su director, subdirector o jefe de opinión que comenta la noticia más importante del día. El análisis de cada una de estas unidades informativas incluye el estudio de tres factores principales: la temática, los actores políticos y el tono de la noticia/editorial.

La línea general de la cobertura aparece en la siguiente tabla y nos muestra una tendenciosidad general (tanto positiva hacia candidatos o partidos afines como negativa hacia los contrarios) que ronda el 40%.

Tabla 3: Tono de la cobertura (2011)

	N	%	% válido
Fav. PP	104	5,0%	13,2%
Desfav. PP	318	15,2%	40,4%
Fav. PSOE	26	1,2%	3,3%
Desfav. PSOE	260	12,4%	33,0%
Fav. otro	24	1,1%	3,0%
Desfav. otro	56	2,7%	7,1%
TOTAL	788	37,6%	100%
Neutral	1.307	62,4%	-
TOTAL	2.095	100%	-

Fuente: Elaboración propia

Si exceptuamos las noticias neutrales y tenemos en cuenta sólo el porcentaje válido (% válido), vemos que la mayor parte de la tendenciosidad se localiza en las categorías “desfavorable al PP” (40,4%) y “desfavorable al PSOE” (33%), frente a las opciones positivas (13,2% y 3,3%, respectivamente). Encontramos, por tanto, un primer indicador de la proclividad de la prensa española a ofrecer la información bajo un cariz negativo.

Estos datos coinciden con la atribución de responsabilidad que una parte de la prensa (la de tendencia conservadora) viene realizando durante toda la legislatura hacia el Gobierno socialista por la gestión de la crisis y que se acentúa en período electoral. En la medida en que los ciudadanos comparten

tal postura, cabía esperar que en las elecciones del 22M aflorara un voto económico de castigo hacia el PSOE. A ello hay que añadir, además, la gestión de asuntos más controvertidos como la legalización de Bildu, marca electoral de la izquierda *abertzale*. En todo caso, el dato que más nos interesa es el relacionado con la tendenciosidad de cada medio, ya que sólo así podremos entrar a valorar las diferencias internas de la prensa de derecha y la de izquierda.

3. Principales resultados. Prensa de derecha y prensa de izquierda

En términos generales, el sesgo de la campaña adquiere el tono esperado: el PP encuentra más apoyos en *El Mundo* y *ABC* que en *El País* y *Público* y muchas más críticas en esos dos últimos diarios que en los primeros. La tendencia inversa experimenta el PSOE: Más apoyos y menos críticas en *El País* y *Público* y más críticas y menos apoyos en *El Mundo* y *ABC*, con algunas excepciones que veremos a continuación.

Estos datos parecen indicar que, en efecto, la prensa española a) responde a un patrón de alineamiento ideológico y b) tiene cierta proclividad a la tendenciosidad en sacrificio de la neutralidad informativa. Ahora bien, los datos analizados hasta ahora no reflejan cuál es la tendencia de cada medio de comunicación y, por tanto, cuáles son las estrategias mediáticas de cada una de las cabeceras objeto de nuestro análisis ni cuáles las diferencias entre periódicos de la misma tendencia ideológica. La siguiente tabla arroja algo de luz al respecto:

Tabla 4.- Tono de la prensa española de referencia¹²

¹² En la tabla hemos calculado dos estadísticos. En primer lugar el *chi cuadrado* (X^2) que nos indica si existe una relación entre dos variables categóricas. En el caso de que así sea -95% de significatividad, se indica con un doble asterisco; si es del 99%, triple asterisco- resulta interesante calcular, en segundo lugar, los residuos tipificados corregidos. Con ello se indica en qué categorías de cada una de las dos

	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>Público</i>	Total
Favorable a PP	***5 ⁻ 1,1%	37 6,1%	***47 ⁺ 11,4%	***15 ⁻ 2,4%	104 5%
Desfavorable a PP	**81 ⁺ 18,2%	***36 ⁻ 6%	***3 ⁻ 0,7%	***198 ⁺ 31,1%	318 15,2%
Favorable a PSOE	5 1,1%	7 1,2%	**1 ⁻ 0,2%	**13 ⁺ 2%	26 1,2%
Desfavorable a PSOE	***12 ⁻ 2,7%	**91 ⁺ 15,1%	***136 ⁺ 33,1%	***21 ⁻ 3,3%	260 12,4%
Favorable a IU	0	**4 ⁺ 0,7%	0	1 0,2%	5 0,2%
Desfavorable a IU	3 0,7%	0	1 0,2%	2 0,3%	6 0,3%
Favorable a otro partido	6 1,3%	5 0,8%	2 0,5%	6 0,9%	19 0,9%
Desfav. a otro partido	***1 ⁻ 0,2%	**21 ⁺ 3,5%	***26 ⁺ 6,3%	***2 ⁻ 0,3%	50 2,4%
Neutralidad	***332 ⁺ 74,6%	***402 ⁺ 66,7%	***195 ⁻ 47,4%	378 ⁻ 59,4%	1307 62,4%
Total	445 100%	603 100%	411 100%	636 100%	2095 100%

Fuente: Elaboración propia. $X^2 = 576,569$; Sig. .000; GL=24

En términos de tendenciosidad general, destaca el diferente grado de neutralidad entre los diarios. Sin embargo, esta diferencia no se da entre los periódicos de distinta posición ideológica, sino entre *El País* y *El Mundo* por un lado (en torno al 70% de neutralidad), y *ABC* y *Público*, por el otro (47,4% y 59,4% respectivamente), con especial significatividad en el caso de *El País* (de manera positiva) y en el de *ABC* (con una notable infrarrepresentación). Esto

variables existe o no una sobrerrepresentación (superíndice positivo) o una infrarrepresentación (superíndice negativo) para un nivel de confianza del 95% (**) o del 99% (***).

nos permite extraer dos conclusiones. En primer lugar, parece que los diarios son más tendenciosos informativamente cuanto más polarizados estén en el plano ideológico (*ABC* y *Público*). En segundo lugar, los diarios progresistas parecen ser más imparciales que los conservadores (en el caso de *Público* no resulta significativo, ya que es bastante más neutral que *ABC* pero algo menos que *El Mundo*).

Si analizamos de manera exhaustiva las características de cada bloque mediático ideológico, obtenemos algunos datos interesantes. En el polo progresista, encontramos en *Público* una mayor proclividad a atacar al PP que en *El País* (31,1% frente al 18,2%), una tendencia que se repite cuando se trata del PSOE: *Público* lo ataca un 3,3% mientras que *El País* lo hace en un 2,7%.

De la misma manera que *Público* es el que más ataca al PP entre la prensa de izquierda, también lo apoya algo más que *El País* (2,4% el primero vs 1,1% el periódico de Prisa). Esto vendría a apoyar la premisa de que el diario más ideologizado es el menos imparcial, si bien el número de casos en los que ambos apoyan al PP es reducido.

En suma, *El País* es más neutral que *Público*, aunque cuando se posiciona, opta por atacar al PP. Por su parte, *Público* es más agresivo en sus ataques, tanto al PP como al PSOE, siempre con predominio de la crítica a los conservadores.

Por otro lado, el polo mediático conservador también ofrece algunas diferencias: *El Mundo* es más crítico con el PP que *ABC* (el diario de Pedro J. lo ataca en un 6% de sus informaciones, mientras que *ABC* apenas en un 0,7%). De igual modo, *ABC* apoya al PP en mayor medida que lo hace *El Mundo*. Es decir, el diario *El Mundo* ofrece un trato equilibrado a su opción política afín (ataca y defiende al PP casi por igual), en tanto que *ABC* realiza una defensa mucho más clara (le favorece en un 11,4% de su agenda y sólo le perjudica en un 0,7% de las ocasiones). Cuando se trata de dar cobertura al adversario, ambos medios apuestan por el ataque, si bien *ABC* es más agresivo.

Si salimos de los dos partidos principales y atendemos al resto, encontramos que el número de unidades informativas es notablemente inferior en todos los casos. Empero, nuevamente vemos un punto en común en todos los diarios: Todos ellos apuestan por el ataque antes que el apoyo a alguna opción política, una tendencia que se acentúa en el caso de la prensa conservadora.

4. Los temas de debate en mayo de 2011

El siguiente paso será comprobar en qué temas¹³ se centra la tendenciosidad de la prensa de referencia. Para simplificar el análisis hemos partido de la Tabla 4 que acabamos de analizar, nos hemos quedado únicamente con las categorías negativas (desfavorable al PP y desfavorable al PSOE) y las neutrales y hemos analizado su relación con los principales temas de debate de 2011¹⁴.

De este análisis se desprende que *El País* y *Público* centran sus ataques al PP principalmente en la categoría “corrupción” (34% y 38,6%, respectivamente). El blanco de los críticos de la prensa de izquierda se centra en el caso Gürtel¹⁵ y en uno de sus principales implicados, el expresidente de la Generalitat Valenciana, Francisco Camps¹⁶, tendencia que la prensa progresista ha seguido desde que saltó el caso en febrero de 2009, haciendo de la corrupción su tema principal.

Las grandes diferencias en este tema no están en la izquierda, sino en la derecha mediática. *ABC* no publica ninguna noticia sobre corrupción desfavorable al PP, mientras que su homólogo ideológico, el diario *El Mundo*, en esta cuestión se sitúa en la media de la prensa de izquierda. El diario de Pedro J. Ramírez trata la corrupción del Partido Popular incluso en mayor medida que *El País* y de modo muy similar a *Público*¹⁷. En este sentido, cabe recordar que *El Mundo*, aunque en un principio abrazó la teoría de la conspiración en el caso Gürtel (según la cual la trama corrupta era una estrategia del juez Baltasar Garzón, en connivencia con el Gobierno socialista para dañar al PP¹⁸), a finales de 2009 fue modificando su encuadre y dando por

¹³ La categoría “análisis electoral” de la Tabla 5 es una categoría genérica que engloba noticias en las que los políticos valoran el devenir de la campaña o la suerte de sus rivales. Es decir, no trata un tema específico. Por este motivo hemos decidido no mencionarla en la mayoría de los análisis.

¹⁴ En los Anexos aparece el listado completo de los temas de debate de la campaña (Tabla A1).

¹⁵ La trama Gürtel, destapada en 2009, es uno de los principales casos de corrupción de la historia democrática española en la que se incluye la posible financiación irregular del Partido Popular.

¹⁶ Del total de noticias en las que Camps es el protagonista (31), el 64,5% hace referencia a la corrupción. Lo mismo sucede cuando el ex presidente valenciano es el referente (9 casos, 75%).

¹⁷ *El Mundo* publicó una sección titulada “políticos bajo sospecha” en la que además del “caso de los ERE” en Andalucía o el denominado “caso Faisán” (ambos vinculados al PSOE) también ha tenido lugar preferente el “caso Gürtel” y el “caso Brugal” con políticos del PP como principales investigados.

¹⁸ El 14 de febrero de 2009 el editorial principal titulaba: “Garzón sigue de cacería contra el PP”.

válida la posibilidad de la trama¹⁹ hasta que se desvincula por completo de la teoría conspirativa²⁰ y *ABC* permanece como el único medio que la sustenta²¹. Desde ese momento, *El Mundo* venía pidiendo a Rajoy la toma de decisiones con respecto a los imputados (en especial hacia Camps²²), pero la cobertura que ha dado al *issue* “corrupción” se refería sobre todo –desde 2010– a los casos de los ERE’s en Andalucía y al caso “Campeón”²³, al que *El Mundo* ha recurrido para atacar al Gobierno socialista y contrarrestar su fortaleza en otros campos.

Los otros dos grandes temas en los que *El País* ataca al PP son, por este orden, el proceso de legalización de Bildu (20%) y la inmigración (18%). En el primero de ellos reprocha a los *populares* la supuesta instrumentalización que realizan de un tema como el terrorismo (donde debería primar la unidad de los demócratas) y el segundo se centra en la crítica a las propuestas xenófobas del Partido Popular de Cataluña y su candidato a la alcaldía de Badalona, Xavier García Albiol.

Público, aunque comparte con *El País* sus críticas al PP en materia de terrorismo (28,5%), tiene una agenda más diversificada al ceder más espacio a las propuestas o, mejor dicho, ausencia de propuestas del Partido Popular en materia económica (10,1%), con lo que incrementa el uso del negativismo.

En el apartado de las críticas al Gobierno y al partido que lo sustenta, *El Mundo* se centra principalmente en la ilegalización primero (Tribunal Supremo) y legalización después (Tribunal Constitucional) de Bildu (30%). Estos datos son coherentes con la tendencia que ha mostrado el diario a lo largo de toda la legislatura en lo que a terrorismo se refiere. Este tema ha venido ocupando una

¹⁹ El 29 de septiembre de 2009, el editorial principal titulaba: “Lo que tenga que hacer Camps, que lo haga pronto”.

²⁰ El 9 de octubre de 2009, el editorial principal llevaba un titular muy clarificador: “Camps debe ‘dar explicaciones y tomar decisiones’”.

²¹ El editorial del 10 de octubre de 2009 era “La decisión correcta de Rajoy” y el 21 de julio de 2011, tras su dimisión, es el único diario que apoya a Camps en su editorial: “Un acto de responsabilidad”.

²² La portada de *El Mundo* el 8 de octubre es muy elocuente: “Rajoy ‘exigirá responsabilidades’ por Gürtel pero no aclara cuáles”.

²³ El caso de los ERES de la Junta de Andalucía (gobernada entonces por el PSOE) se refiere a un presunto uso fraudulento de fondos públicos. Y el “Caso Campeón” implicaba al exministro socialista José Blanco en un presunto caso de tráfico de influencias.

parte importante de su agenda y se convierte en el principal ante la proximidad de las elecciones, tanto en las municipales y autonómicas como en las generales de noviembre. No en vano, *El Mundo* es uno de los medios que muestran de manera explícita su rechazo a la legalización de Bildu, que llega a definir como una “criatura de ETA-Batasuna” (27/04/12).

Tabla 5: Tono y temas de debate en la prensa de referencia (2011)

			<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>Público</i>	TOTAL
Desfav. PP	Economía	N	3	0	0	16	19
		%	6%	-	-	10,1%	7,8%
	Terrorismo / ilegalizaciones	N	10	7	1	45	63
		%	20%	20,6%	33,3%	28,5%	25,7%
	Inmigración	N	9	-	0	8	17
		%	18%	-	-	5,1%	6,9%
	Análisis electoral	N	8	7	2	26	43
		%	16%	20,6%	66,7%	16,5%	17,6%
	Corrupción	N	17	13	0	61	91
		%	34%	38,2%	-	38,6%	37,1%
	Indignados	N	0	0	0	2	2
		%	-	-	-	1,3%	,8%
	Encuestas	N	3	7	0	0	10
		%	6%	20,6%	-	-	4,1%
	TOTAL	N	50	34	3	158	245
		%	100%	100%	100%	100%	100%
			<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>Público</i>	TOTAL
Desfav. PSOE	Economía	N	0	6	18	2	26
		%	-	7,8%	16,1%	15,4%	12,6%

	Terrorismo / ilegalizaciones	N	0	23	11	4	38
		%	-	29,9%	9,8%	30,8%	18,4%
	Análisis electoral	N	1	22	48	3	74
		%	20%	28,6%	42,9%	23,1%	35,7%
	Corrupción	N	1	5	21	2	29
		%	20%	6,5%	18,8%	15,4%	14,0%
	Indignados	N	0	9	8	1	18
		%	-	11,7%	7,1%	7,7%	8,7%
	Encuestas	N	3	12	6	1	22
		%	60%	15,6%	5,4%	7,7%	10,6%
	TOTAL	N	5	77	112	13	207
		%	100%	100%	100%	100%	100%
			<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>Público</i>	TOTAL
Neutrales	Economía	N	12	32	10	25	79
		%	4,7%	9,5%	5,6%	8,6%	7,4%
	Terrorismo / ilegalizaciones	N	124	118	84	67	393
		%	48,1%	34,9%	46,9%	23,1%	36,9%
	Inmigración	N	5	4	1	2	12
		%	1,9%	1,2%	0,6%	0,7%	1,1%
	Análisis electoral	N	63	112	60	133	368
		%	24,4%	33,1%	33,5%	45,9%	34,6%
	Corrupción	N	6	8	1	23	38
		%	2,3%	2,4%	0,6%	7,9%	3,6%
	Indignados	N	35	41	6	32	114
		%	13,6%	12,1%	3,4%	11%	10,7%
	Encuestas	N	13	23	17	8	61

	%	5%	6,8%	9,5%	2,8%	5,7%
TOTAL	N	258	338	179	290	1065
	%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia

Los sondeos demoscópicos venían reflejando una gran diferencia que se confirma el día de las elecciones. El PP obtuvo el 37,53% de los votos, frente al 27,79% que logró el PSOE, es decir, una diferencia de 9,74 puntos a favor de los conservadores. Unos resultados tan favorables para el PP facilitan el encuadre de la prensa conservadora, que no duda en emplear términos como “debacle” o “hundimiento” (*El Mundo*, 15,6% de la cobertura y *ABC* algo menos, el 5,4%).

Los resultados de encuesta han servido, como viene siendo habitual, para hacer campaña, en la medida en que, además de los encuadres ofrecidos por la prensa, se ha concedido mayor protagonismo a los actores que los sondeos mostraban como favoritos, en este caso, el PP y/o su líder, Mariano Rajoy.

Otro de los grandes temas de debate –además de la legalización de Bildu– que ha caracterizado la campaña electoral de mayo de 2011 y que ha pervivido más allá ha sido la irrupción del denominado movimiento de los “Indignados”. El Movimiento 15M irrumpió con fuerza en la campaña y, aunque los periódicos practicaron un periodismo más bien neutral y analítico, ha sido la prensa conservadora la que encuadró de manera más clara el movimiento de los “Indignados”. *ABC*, por ejemplo, hace una velada analogía entre las acampadas que tuvieron lugar en la campaña y los sucesos del 11-M en 2004²⁴ y, en todo momento, tanto este diario como *El Mundo* desconfían del PSOE, al que se le atribuye una serie de maniobras tendentes a la instrumentalización del movimiento²⁵.

Por otro lado, la prensa progresista ha legitimado las protestas del 15M, aunque sea por la vía de la neutralidad, si bien ha presentado algunas

²⁴ “Temor a una nueva ‘manipulación’” (*ABC*, 19/05/2011)

²⁵ “La izquierda busca capitalizar la protesta de Sol” (*ABC*, 18/05/2011), “Candidatos del PSOE intentan rentabilizar el 15-M” (*El Mundo*, 20/05/2011).

diferencias internas. *Público* ha apoyado al movimiento de manera mucho más explícita, en tanto que *El País* se ha mostrado más cauteloso, con una postura que se acercaría más bien a un cambio que, en todo caso, no alterase las reglas del juego. Por el contrario, la prensa afín al PP no sólo ha insinuado un interés oculto por parte del PSOE, sino que ha llegado –caso de *ABC*– a instar a la Policía a actuar para mantener el orden²⁶. Esto explica que las críticas al PP sobre el tema sean prácticamente inexistentes pero ocupen un lugar destacado cuando el blanco de los ataques es el PSOE.

5. El negativismo mediático en mayo de 2011

En sus ataques al PSOE, *ABC* opta por dar voz a los protagonistas políticos del PP o personas críticas con el PSOE y sus principales candidatos locales y autonómicos, de ahí que sea esta categoría más bien difusa (Análisis electoral) la que arroje el porcentaje más abultado (42,9%). En los temas de debate propiamente dichos destacan la Corrupción (18,8%), en lo que el diario convino en denominar “EREGate”²⁷ y las críticas al Gobierno por la gestión de la crisis económica, sobre todo en materia de empleo (16,1%), tema que ha sido durante toda la legislatura el principal motivo de ataque del diario conservador al Gobierno y en el que se amparaba de manera recurrente para solicitar un adelanto electoral.

Si hablamos de neutralidad, se observa una tónica dominante en la mayoría de la prensa de referencia: Las noticias no tendenciosas se suelen localizar mayoritariamente en el asunto de la legalización de Bildu (*El País*, 48%; *El Mundo*, 35% y *ABC*; 47%). En este punto, el que más se distancia de la media es *Público*, que prefiere emplear un periodismo analítico y de declaraciones en su neutralidad (categoría “análisis electoral”, 46%).

²⁶ “Los ‘indignados’ amagan con reventar la jornada de reflexión” (*ABC*, 19/05/2011); “La Policía no está para filosofar, sino para hacer cumplir la ley electoral y proteger la jornada de reflexión” (subtitular del editorial “Protesta y democracia”, *ABC* 20/05/2011).

²⁷ Caso de supuesta corrupción de miembros de la Junta de Andalucía, gobernada por el PSOE. Se hace una analogía aquí con el caso “Watergate”.

La mayor neutralidad de *El País* probablemente se deba a que, en líneas generales, se muestra más cauto que la prensa conservadora, que suele ser más agresiva. *El País* no ha mostrado una postura clara en torno a Bildu, como la mayoría de los medios, probablemente porque no tenía muy definido su encuadre, encontrando motivos a favor y en contra. Esto ha provocado que la mayoría de la prensa de referencia no se posicionase ante la dificultad de consenso de la propia clase política.

Por ello, nos inclinamos a pensar que no se trata tanto de que *El País* sea un medio más neutral, sino que no tiene un encuadre definido. Por el contrario, la prensa de derecha sí ha tenido clara su postura: “ETA-Bildu” (*ABC*), “ETA sigue activa, Sortu y Bildu son su señuelo” (*El Mundo* 11/04/2011), “Un triunfo de ETA fruto de la doblez del PSOE” (*El Mundo* 07/05/2011).

6. Conclusiones

En general, la cobertura de las elecciones municipales y autonómicas de 2011 cumple con lo esperado: *El Mundo* y *ABC* apoyan al PP y atacan al PSOE, mientras que *El País* y *Público* hacen lo propio ensalzando a los socialistas y atacando a los *populares*. Por lo tanto, la tendencia de la prensa de referencia española descubierta en trabajos anteriores referidos a elecciones generales (Castromil, 2008) se confirma también en el presente estudio: La tendenciosidad dominante en la prensa de referencia española es la negatividad, también en elecciones de ámbito autonómico y local. Antes que resaltar las bondades de la opción político-ideológica afín se prefiere el ataque al rival.

Pero nuestra investigación no sólo pretende confirmar esta tendencia en el nivel local y autonómico sino profundizar en el análisis para observar posibles diferencias internas en los bloques ideológico-mediáticos. El análisis empírico llevado a cabo nos ha permitido construir una “foto robot” de cada uno de los dos grandes conglomerados en liza en 2011. Una de las primeras conclusiones que obtenemos es que la polarización ideológica parece influir en la

imparcialidad en sentido inverso, esto es, cuanto más ideologizado esté el medio, más tendencioso parecer ser.

La derecha mediática

Dentro del bloque mediático conservador, *El Mundo* es un diario más moderado que *ABC*, que adopta una línea más agresiva. No en vano, *El Mundo* apoya y ataca al PP casi en la misma medida, en tanto que *ABC* inclina la balanza popular hacia el apoyo sin fisuras al principal partido de la derecha. En este sentido, *ABC* otorga al PP una especie de cheque en blanco: Sus páginas recogen la mayor cantidad de noticias favorables a los *populares* de toda la cobertura, muy por encima de sus colegas del diario *El Mundo*. Asimismo, *ABC* ataca al PSOE en mayor medida que *El Mundo* y es bastante menos neutral.

En materia temática, *ABC* se diferencia claramente de *El Mundo* en su ocultamiento del caso Gürtel y demás corruptelas relacionadas con el PP. En las páginas de este diario simplemente no existen. Y, bien al contrario, se sobredimensionan con tintes algo sensacionalistas (“EREGate”) todo lo que tiene que ver con el PSOE. Las críticas sobre economía (empleo) son un asunto mucho más habitual en *ABC*, mientras que *El Mundo* ataca al PSOE en materia de terrorismo (legalización de Bildu) y encuestas.

La izquierda mediática

Público presenta similitudes con *ABC* en cuanto a tendenciosidad, motivado probablemente por la alta dosis de ideologización de ambos. No en vano, *Público* ataca al PP en bastante mayor medida que *El País*, aunque es algo más neutral en noticias de menor importancia. Este periódico se sitúa claramente a la izquierda de *El País*. En lo que respecta al PSOE, ambos periódicos lo atacan en mayor medida que lo apoyan, si bien *Público* supera en críticas al diario de Prisa, apoyo histórico del partido en el gobierno. Una de las

sorpresas es que *El País* apoya al PSOE en la misma medida en que lo hace *El Mundo* (1,1% y 1,2% respectivamente), si bien los datos no son significativos.

Teniendo en cuenta los temas de debate, encontramos una pauta común del ataque de la izquierda al PP en materia de corrupción. El blanco en este caso es, sobre todo, la figura del ex presidente de la Comunidad Valenciana, Francisco Camps. Aquí, curiosamente, el diario *El Mundo* parece un periódico más del bloque ideológico progresista, toda vez que a finales de 2009 se desvincula de la teoría de la conspiración y deja a *ABC* como el único defensor del PP en materia corrupción.

El País –al igual que *Público*– ataca también al PP en materia de terrorismo (deslealtad del PP) aunque también ofrece un espacio importante en la inmigración (xenofobia del PP).

Una vez celebradas las elecciones objeto de análisis, que dieron al mismo partido (PP) el gobierno en la gran mayoría de las comunidades autónomas, y ante los cambios que se están dando en el panorama mediático, sería interesante realizar nuevos estudios a fin de comprobar si los cambios tanto en el gobierno (autonómico y central) como en el sistema de medios están modificando de algún modo el patrón de comportamiento observado en este análisis.

REFERENCIAS

- ANSOLABEHERE, S. D. e IYENGAR, S. (1995). *Going Negative. How Political Advertisements Shrink & Polarize the Electorate*. New York: The Free Press.
- BROOKS, D. J. y GEER, J. G. (2007). "Beyond Negativity: The Effects of Incivility on the Electorate". *American Journal of Political Science*. Vol. 51 N° 1.

- CASTROMIL, A. R. (2008). "El negativismo mediático en las Elecciones Generales de 2008 en España". *Revista On Line del Grupo de Trabajo "Walter Lippmann"*. Estudio / Working Paper 2008/1 (<http://bit.ly/qykdAv>).
- FREEDMAN, P.; FRANZ, M. y GOLDSTEIN, K. (2004). "Campaign Advertising and Democratic Citizenship". *American Journal of Political Science*. Vol. 48. Nº 2.
- GARCÍA LUENGO, Ó. (2008). "Negativismo y confrontación en televisión" en Sampedro, Víctor (ed): *Medios y elecciones 2004*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- GEER, J. G. (2006). *In Defense of Negativity. Attack Ads in Presidential Campaigns*. Chicago: The University of Chicago Press.
- GOLDSTEIN, K. y FREEDMAN, P. (2002). "Campaign Advertising and Voter Turnout: New Evidence for a Stimulation Effect". *The Journal of Politics*. Vol. 64. Nº 3.
- GONZÁLEZ, J. J. (2008). "Los medios en la democracia avanzada. ¿Hacia una democracia de audiencia?" en González, Juan Jesús y Requena, Miguel (Eds.): *Tres décadas de cambio social en España*. 2ª ed. Madrid: Alianza.
- GONZÁLEZ, J. J., RODRÍGUEZ, R. y CASTROMIL, A. R. (2010). "A Case of Polarized Pluralism in a Mediterranean Country. The Media and Politics in Spain". *Global Media Journal*. Mediterranean Edition, 5(1/2), Spring/Fall 2010.
- HALLIN, D. C. y MANCINI, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press.
- JAMIESON, K.H. (1992). *Dirty Politics: Deception, Distraction, and Democracy*. New York: Oxford University Press.
- LAU, R. *et al* (1999). "The Effects of Negative Political Advertisements: A Meta-Analytic Assessment". *American Journal of Political Review*. Vol. 93 Nº 4.
- MANIN, B. (1998). *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza.
- RODRÍGUEZ, R. y CASTROMIL, A. R. (2010). "La circulación social de los encuadres periodísticos en tiempo de campaña electoral: Transmisión, influencia y atribución de responsabilidad". *ZER*, 15(23).

SERRANO, P. (2010). *Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles*. Madrid: Ediciones Akal.

Para citar este artículo:

6. Anexos

Cuadro 1: Ficha técnica del trabajo de campo

Ámbito: Elecciones Autonómicas y Municipales 2011.

Universo: Información publicada sobre las Autonómicas y Municipales 2011: Primera página (239 ítems; 11,4% de la cobertura), editoriales (133 ítems; 6,3%) y páginas interiores (1.723 ítems; 82,2%). Artículos de opinión de colaboradores excluidos.

Tamaño y distribución de la muestra: 2095 noticias pertenecientes a *El País* (445 ítems; 21,2%), *El Mundo* (603 ítems; 28,8%), *ABC* (411 ítems; 19,6%) y *Público* (636 ítems; 30,4%). La muestra incluye la práctica totalidad de la información electoral publicada durante el período de seguimiento establecido.

Método de recogida de información: Lectura completa de la noticia y codificación informática correspondiente mediante plan estructurado y precodificado.

Seguimiento: 15/04/2011 – 25/05/ 2011.

Trabajo de campo: Junio/julio 2011.

Investigador responsable: Antón R. Castromil.

Tabla A1: Temas de agenda en la prensa de referencia (2011)²⁸

		<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>Público</i>	TOTAL
Economía	N	16	38	28	44	126
	%	4,9%	7,3%	7,6%	9,1%	7,4%
Terrorismo / ilegalizaciones	N	137	158	110	119	524
	%	41,8%	30,4%	29,8%	24,7%	30,9%
Inmigración	N	14	4	1	10	29
	%	4,3%	0,8%	0,3%	2,1%	1,7%
Análisis electoral	N	73	166	134	165	538
	%	22,3%	31,9%	36,3%	34,3%	31,7%
Corrupción	N	31	29	24	89	173
	%	9,5%	5,6%	6,5%	18,5%	10,2%
Indignados	N	35	57	26	38	156
	%	10,7%	11,0%	7,0%	7,9%	9,2%
Encuestas	N	22	68	46	16	152

²⁸ Omitimos la categoría "otro tema" que engloba temas de debate menores.

	%	6,7%	13,1%	12,5%	3,3%	9,0%
TOTAL	N	328	520	369	481	1698
	%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia

Para citar este artículo

Castromil, Antón R - Chavero, Palmira (20-06-2012). POLARIZACIÓN POLÍTICA Y NEGATIVISMO MEDIÁTICO. SIMILITUDES Y DIFERENCIAS EN LA PRENSA DE DERECHA Y LA DE IZQUIERDA EN LAS ELECCIONES AUTONÓMICAS Y MUNICIPALES DE 2011.

REDMARKA - CIECID - Unidad de Investigación en Marketing Aplicado-Universidad de A Coruña

Año V, Número 8, V1, pp.55-81

ISSN 1852-2300

URL del Documento : cienciared.com.ar/ra/doc.php?n=1655

URL de la Revista : cienciared.com.ar/ra/revista.php?wid=39