

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

P Chavero, JJ González, F Bouza, AR Castromil, R Rodríguez (2013): “La mediatización de la agenda política: la discusión del pacto social como conflicto de agendas, 2009-2011”, en *Revista Latina de Comunicación Social*.

La mediatización de la agenda política: la discusión del pacto social como conflicto de agendas, 2009-2011

The mediatization of the political agenda: discussion of the social pact as a conflict of agendas, 2009-2011

P Chavero [[CV](#)] [[ORCID](#)] [[GGS](#)] Universidad Complutense de Madrid, UCM -
palmira.chavero@gigapp.org

JJ González [[CV](#)] [[ORCID](#)] [[GGS](#)] Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED -
jgonzalez@poli.uned.es

F Bouza [[CV](#)] [[ORCID](#)] [[GGS](#)] UCM - bouza@ccinf.ucm.es

AR Castromil [[CV](#)] [[ORCID](#)] [[GGS](#)] UCM - arcastromil@ccinf.ucm.es

R Rodríguez [[CV](#)] [[ORCID](#)] [[GGS](#)] Universidad RJC - raquel.rodriguez@urjc.es

Abstracts

[ES] Introducción. En el marco de las investigaciones sobre mediatización, en este trabajo estudiamos la manera en que se interrelacionan las agendas mediática y política durante el proceso de diálogo social que tiene lugar en España durante la segunda legislatura de José Luis Rodríguez Zapatero (2009-2011). **Metodología.** Hemos realizado un análisis exhaustivo de las portadas y editoriales de ocho de los principales periódicos españoles (*El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia*, *El Periódico de Cataluña*, *El Correo*, *Levante*, *Abc* y *La Voz de Galicia*) durante toda la legislatura 2008-2011. Hemos codificado todas las unidades informativas para identificar la temática principal, los actores y la relación que se establece entre ellos como variables principales. Hemos estudiado el *framing* de esas mismas unidades informativas para identificar los encuadres temáticos de cada uno de los medios de comunicación y hemos realizado un análisis de discurso al mismo corpus informativo. **Resultados.** Este análisis nos ha permitido detectar cómo los medios de comunicación han logrado bloquear la agenda política durante el proceso de diálogo social, impidiendo en un primer momento a Zapatero aprobar medidas de ajuste. Asimismo, hemos comprobado cómo el gobierno ha utilizado a los medios de comunicación como laboratorio en el que testar la aceptación de las medidas de ajuste y cómo la prensa ha actuado como agente de polarización. **Conclusiones.** Los resultados obtenidos aportan evidencia empírica a la premisa de que los medios de comunicación trascienden su función de informadores y mediatizan el debate público, al influir en la elaboración de la agenda política en determinados asuntos de relevancia. De esta manera, los medios de comunicación se convierten en actores políticos.

[EN] Introduction. In the framework of mediatization research, this article analyses the way in which the media agendas and politics interacted during the process of social dialogue that took place

in Spain during the second legislature of José Luis Rodríguez Zapatero (2009-2011). **Method.** The analysis is based on an exhaustive analysis of the front pages and editorials published by eight of the main Spanish newspapers (*El País, El Mundo, La Vanguardia, El Periódico de Cataluña, El Correo, Levante, Abc* and *La Voz de Galicia*) during the whole 2008-2011 legislature. Framing and discourse analyses were performed on those informative units in order to identify the thematic frames of each of the newspapers. **Results.** This analysis allowed us to detect the ways in which the press managed to block the political during the process of social dialogue, which initially stopped Zapatero from getting the budgetary adjustment measures approved. The study also verified that the government used the media to test the acceptance of the adjustment measures and that the press acted as a polarising agent. **Conclusions.** The study provided empirical evidence that supports the premise that the media transcend their information function and mediate the public debate, as they influence the political agenda setting on certain relevant issues. In this way, the media become political actors.

Keywords

[ES] conflicto de agenda; encuadre; tematización; mediatización; pluralismo polarizado.

[EN] conflict of agenda; frame; thematisation; mediatisation; polarised pluralism.

Contents

[ES] 1. Introducción. Medios y política en un contexto de polarización. 2. Hipótesis y metodología. 3. Principales resultados. 3.1. Primera fase: la salida social de la crisis. 3.2. La coalición negativa bloque a la reforma. 3.3. Tercer momento: la hora del ajuste. 3.4. A modo de balance: la propensión al conflictivismo. 4. Discusión y conclusiones. 5. Referencias. 6. Notas

[EN] 1. Introduction. Media and politics in a context of polarisation. 2. Hypothesis and method. 3. Main results. 3.1. First stage: the social solution to the crisis. 3.2. Second stage: the negative coalition blockst he reform. 3.3. Third stage: time of budgetary adjustment. 3.4. In summary: the tendency to conflict. 4. Discussion and conclusions. 5. List of references. 6. Notes

Translation by CA Martínez Arcos, Ph.D. (Universidad Autónoma de Tamaulipas)

1. Introducción. Medios y política en un contexto de polarización¹ [1]

En un estudio anterior (González, 2008: 349 y ss.), hemos discutido la tesis de Bernard Manin (1998) sobre la evolución de las formas de representación política y el paso de una democracia de partidos a una democracia de audiencia, poniéndola en relación con el estudio comparado de los sistemas mediáticos propuesto por Hallin y Mancini (2004) y con las peculiaridades del sistema mediático de pluralismo polarizado característico de los países mediterráneos. De acuerdo con Manin, las democracias avanzadas estarían pasando de una democracia de partidos a una democracia de audiencia. Dicho tránsito afectaría, al menos, a dos tipos de cuestiones:

- Cambios en el procedimiento de selección de los representantes y en el grado de autonomía conseguido por éstos en su función de representación. Según Manin, en la democracia de partidos, el partido político cumple una función de mediación entre representantes y representados. En la democracia de audiencia, el representante se sirve de sus habilidades mediáticas para convertirse en un mediador entre el partido y los electores, lo que aumenta el

¹ Los datos de este trabajo proceden del proyecto “Agenda de los medios y agenda ciudadana: Análisis temporal desde un enfoque cualitativo”, financiado por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), organismo público de investigación. El proyecto está dirigido por Fermín Bouza y Juan Jesús González. Una versión anterior de este trabajo fue presentada como ponencia al Grupo de Trabajo 4.10.- La mediatización de la política, en el marco del X Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración, Murcia 7-9 de septiembre 2011.

margen de autonomía de las elites dirigentes. El partido pierde protagonismo y se convierte en un instrumento al servicio de la personalización política.

- Cambios en el patrón de opinión pública: la vida partidaria, incluida la prensa de partido, cede paso a la representación mediática de la contienda política, lo que conlleva cambios en la esfera pública en el sentido de una mayor autonomía de los medios respecto a los partidos (supuesto en el que abunda también la idea de “democracia centrada en los medios”: Swanson, 1995).

Esta tesis de Manin plantea una primera pregunta: si los partidos ya no son el factor de mediación principal en la relación entre representantes y representados o, en otras palabras, si la función de mediación se ha desplazado, ¿quién cumple ahora esa función? Del planteamiento de Manin cabría deducir que ahora es el líder político quien asume la función de mediación merced a sus habilidades mediáticas. Pero esta respuesta choca en la práctica con el funcionamiento de una *democracia centrada en los medios*, por cuanto éstos tienen, en principio, la posibilidad de facilitar la comunicación entre los partidos y los electores, pero tienen también la posibilidad de interferirla e imponer sus propios intereses.

En el primer caso, los medios se limitan a cumplir su misión informativa, al tiempo que regulan el conflicto político (los medios *median*, dentro de los límites de la función de mediación antedicha). En el segundo, los medios suplantán a los partidos con intención de imponerles la agenda que mejor se adapta a sus propios intereses. Dicho en otras palabras, los medios ya no median, sino que *mediatizan* el debate político con sus interferencias. Tal como han señalado Mazzoleni y Schulz (1999), “la creciente intrusión de los medios en el proceso político no quiere decir necesariamente que los medios tomen el control de las instituciones políticas” (248), pero implica pérdida de autonomía por parte de dichas instituciones respecto de lo que prescribe el paradigma liberal (Ibíd., 250).

Hallin y Mancini (2004) ofrecen una clasificación de los sistemas mediáticos (*media systems*) en torno a tres tipos ideales: el modelo liberal (anglosajón), el modelo “corporativo democrático” de centro y norte de Europa y el modelo mediterráneo de “pluralismo polarizado”. Hallin y Mancini parten del supuesto, típico de la sociología funcionalista, del carácter crecientemente diferenciado del sistema mediático que se configura como una parte autónoma del sistema social en su conjunto (Ibíd., 76 y ss.). En buena lógica funcionalista, el modelo liberal representaría el grado más alto de diferenciación y autonomía, pero Hallin y Mancini se cuidan mucho de advertir que esto no implica convergencia hacia el modelo liberal, pues, como bien dicen, existen “contra tendencias” (Ibíd., 282 y ss.). De hecho, el propio modelo liberal ha quedado cuestionado, desde el momento en que una de las “contra tendencias” observadas ha sido la creciente polarización mediática y el consiguiente alineamiento político de los medios justamente allí donde el citado modelo encontraba su representación paradigmática: los EEUU de América.

En su caracterización del sistema mediático mediterráneo, Hallin y Mancini subrayan el efecto combinado de la politización de los medios, la instrumentalización de los periodistas y el intervencionismo estatal en materia informativa, lo que les lleva en ocasiones a poner un excesivo énfasis en la “instrumentalización” de los medios como una característica genuina del modelo ²[2].

² Hallin y Mancini argumentan como si la instrumentalización de los periodistas y la instrumentalización de los medios fuesen una misma cosa, cuando justamente lo que aquí sugerimos es que podría darse el caso de que los medios eludiesen la instrumentalización de los partidos, al tiempo que instrumentalizan a los periodistas.

Pues bien, este artículo parte del supuesto de que el estudio de las relaciones entre medios y política en un sistema mediático polarizado recomienda abandonar estas dos ideas que de manera sumaria acabamos de esbozar: a) la idea de que los medios son un instrumento de los partidos y b) la idea contraria de que tienen una función puramente informativa que se mantiene en el terreno de la *mediación*. Pues las dinámicas de polarización política y mediática de los últimos tiempos han puesto de manifiesto: a) que la instrumentación entre medios y partidos es recíproca y b) que los medios ya no se conforman con *mediar*, sino que intentan *mediatizar* la política y definirla de acuerdo con sus propios intereses.

A fin de ilustrar este supuesto, comenzaremos por estudiar los dos momentos principales del proceso de comunicación: el establecimiento de la agenda temática (*agenda setting*) y el encuadramiento de los temas de la agenda (*framing*). La agenda temática está formada por el conjunto de *issues* que los medios de comunicación presentan a la audiencia, con el objetivo final de que el ciudadano tome tal propuesta temática como propia (McCombs, 2004). Una vez seleccionados los temas que van a configurar esta última, los medios elaboran los temas elegidos y los presentan a la audiencia a través de su encuadramiento o *framing* (Entman, 1993).

Hay que tener en cuenta, no obstante, que dicho proceso no se agota en esos dos momentos, sino que da lugar a una interacción compleja entre la agenda mediática y la agenda política en la que las distintas propuestas y contrapropuestas pasan la prueba del debate público, lo que nos permite distinguir una tercera fase de *elaboración de la agenda política*.

De acuerdo con este planteamiento, el proceso en su conjunto, que llamaremos *tematización*, es algo más que el establecimiento de la agenda temática, por cuanto no todos los temas que entran a formar parte de la agenda consiguen pasar a las fases de problematización y discusión de propuestas. Para que un tema sea objeto de tematización no es suficiente, por tanto, con que los medios lo incluyan en la agenda, sino que hace falta, además, que llegue a ser definido y evaluado como un problema digno de entrar en la agenda política, lo cual da paso a la discusión de propuestas y a la selección de las que se consideran más adecuadas. En consecuencia, los medios cumplen un papel central en el proceso de tematización, pero para que tal proceso culmine con éxito los medios requieren del concurso de los actores sociales y políticos involucrados, los cuales vehiculan sus demandas en función de los alineamientos mediáticos y políticos más convenientes en cada caso (Marletti, 1985: 79 y ss.).

Una de las razones para votar a un partido es su capacidad para establecer unas determinadas prioridades temáticas, de manera que la probabilidad de voto aumenta en la medida en que la propuesta temática de los medios afines a dicho partido coincide con las preocupaciones de los votantes. En consecuencia, los temas de la agenda se convierten en recursos estratégicos que los partidos utilizan con el fin de conseguir el máximo apoyo entre la opinión pública, de tal suerte que el papel de la ideología y de los programas partidarios es reemplazado por el proceso de tematización, entendido como una batalla eminentemente mediática destinada a fijar el foco de atención de la audiencia en torno a unos pocos temas que, debidamente encuadrados y problematizados, alcanzan capacidad suficiente para configurar los alineamientos políticos del momento (Badía, 1992: 171 y ss.).

En este contexto, entendemos por *mediatización* una situación, frecuentemente asociada a dinámicas de polarización político-mediática, en la que los medios no se conforman con *mediar* entre los partidos y el público, poniendo la agenda política a disposición de la ciudadanía, sino que intentan imponer su propia agenda y suplantar la agenda política. En suma, la *mediatización* sería la tendencia

general de los medios a interferir y alterar el proceso político, en tanto que la tematización hace referencia a la interacción, a menudo conflictiva, entre la agenda mediática y la agenda política.

2. Hipótesis y metodología

A partir del marco teórico expuesto, este trabajo se propone analizar la interacción entre la agenda mediática y la política, que aquí designamos como proceso de tematización. Para estudiar este proceso trabajamos con las siguientes hipótesis. La primera de ellas es consecuencia directa de todo lo dicho con anterioridad y se puede formular así:

H1. La existencia de un sistema mediático de pluralismo polarizado agudiza el conflicto entre agenda política y agenda mediática y hace particularmente visible el intento de los medios de suplantar la agenda política. Llevada a sus últimas consecuencias, esta primera hipótesis conduce al neopopulismo mediático (Ortega 2011³ [3]).

La segunda hipótesis es coincidente con la idea de que “la política democrática ha sido “raptada” por una lógica comunicativa que influye de manera determinante sobre el proceso de toma de decisiones” (Vallés, 2010: 17). En línea con argumentos expuestos en el apartado anterior sobre la pérdida de influencia de los partidos, este autor sostiene que: “En el momento actual, el circuito de elaboración de las políticas se ha modificado en detrimento de los partidos y de otras organizaciones sociales. Con mucha frecuencia, una iniciativa de intervención pública es el producto de la interacción entre un dirigente y su equipo inmediato de colaboradores, por un lado, y los medios de comunicación, por otro. Las grandes líneas de una iniciativa pueden ser adelantadas o filtradas como globo-sonda, esperando las primeras reacciones de los denominados creadores de opinión... Tales reacciones sirven al dirigente para ponderar si el asunto ha de obtener prioridad entre otras actuaciones posibles o si debe pasar a un segundo término, por más que se trate de una cuestión relevante aunque poco gratificante en términos de popularidad” (Ibíd.: 20). Formularemos esta segunda hipótesis de la siguiente manera:

H2.- La agenda mediática se convierte en el laboratorio donde el gobierno ensaya la toma de decisiones. El riesgo de esta situación es que el debate político sea reemplazado por una gesticulación teatral meramente retórica y vacía de contenido cuya función es puramente auto referencial. Es lo que Meyer llama “pseudopolítica” (Meyer, 2002: 32 y ss.).

En otro momento de su argumentación, el citado Vallés llega a la conclusión de que la lógica mediática contribuye a “la desfiguración de la política democrática”, mediante el recurso a una serie de procedimientos narrativos que operan de manera sistemática sobre la opinión pública, subrayando el conflicto y la discrepancia frente a la transacción y el compromiso, sustituyendo el diálogo y la colaboración por la disputa y la confrontación, etc. (Ibíd.: 30). Esta proclividad idiosincrásica de los medios al conflictivismo nos lleva a formular nuestra tercera hipótesis:

H3.- En un sistema mediático polarizado, la función de la prensa no es tanto la búsqueda del consenso a través de la deliberación racional como la polarización y el conflictivismo, lo que convierte a los medios en agentes polarizantes.

³ “El “neopopulismo” es la retórica política en la que la opinión pública se esgrime tanto para invocar un poder social genuino como para enfrentarlo a formas espurias de representación cual son las electorales” (Ibíd.: 142).

Con el fin de testar estas hipótesis, hemos procedido a un análisis exhaustivo de la agenda temática establecida por la prensa de referencia a lo largo de toda la legislatura. Para ello, hemos comenzado por codificar las portadas y los editoriales de ocho de los principales periódicos de ámbito nacional: *El País* (Madrid), *El Mundo* (Madrid), *La Vanguardia* (Cataluña), *El Periódico de Cataluña* (Cataluña), *El Correo* (Euskadi), *Levante* (Valencia), *Abc* (edición de Sevilla) y *La Voz de Galicia* (Galicia). Además de ser los diarios de mayor difusión (siete de ellos están en la lista de los diez más difundidos en todo el territorio nacional), esta selección cubre también la mayor parte del espectro ideológico.

El primer paso del análisis es, como decimos, la identificación de los temas o *issues* por los que apuestan los medios durante este período. En un segundo momento, pasamos a identificar la manera de encuadrar los temas para su presentación a la audiencia (*framing*). En este segundo paso se trata no sólo de esbozar un diagnóstico de la situación planteada, sino también de señalar la atribución de responsabilidad que realizan los medios y, en su caso, la propuesta de solución al problema, siguiendo los parámetros establecidos por Entman (2004). Llegamos así al tercer momento del análisis, el proceso de tematización, con el fin de estudiar la interacción entre la agenda política y la agenda mediática a lo largo del proceso de diálogo social (abril 2009-febrero 2011).

Dado que la academia no cuenta con un único procedimiento canónico de análisis del discurso, sino que más bien este tipo de análisis se adapta a los objetivos de cada trabajo empírico, utilizaremos un procedimiento propio a partir de los parámetros planteados por Van Dijk (2009). Para ello partimos del esquema que este mismo autor designa como “cuadrado ideológico” (Van Dijk, 1996: 21) y que nosotros vamos a aplicar al corpus informativo recopilado en todo el proceso. Este esquema resulta particularmente adecuado para un contexto mediático de pluralismo polarizado, caracterizado, como es bien sabido, por un estrecho paralelismo entre medios y partidos políticos, de acuerdo con criterios de afinidad ideológica que son los encargados de establecer los alineamientos políticos en cada momento.

Según este esquema, un análisis crítico del discurso de la prensa permite identificar la posición del medio a partir de la combinación de cuatro mecanismos: a) resaltar las propiedades/acciones del partido afín cuando sean buenas; b) resaltar las propiedades/acciones del adversario cuando sean malas; c) mitigar o ignorar las malas propiedades/acciones del partido afín y d) mitigar o ignorar las buenas propiedades/acciones del adversario.

Conviene tener en cuenta en este punto que la conexión entre agenda temática y preferencias políticas opera a partir de un repertorio más o menos conocido de fortalezas y debilidades que van asociadas a los partidos en relación con cada uno de los temas: así, por ejemplo, la derecha ha sido considerada durante mucho tiempo más capaz para gestionar asuntos relacionados con la economía y el orden público, en tanto que la izquierda se considera más competente en materia de políticas sociales, etc. Empero, la asignación de fortalezas y debilidades es un juego dinámico que depende de la capacidad de los partidos para gestionar cada uno de los temas en cada momento, de manera que la citada asignación no está hecha de una vez por todas, sino que está sujeta a continua discusión.

El problema de este esquema es que da por supuesto que las propiedades/acciones en cuestión tienen un mismo valor noticioso con independencia de su carácter positivo o negativo, cuando la evidencia muestra una abrumadora proclividad mediática al negativismo, como consecuencia de su mayor impacto emocional y de su mayor capacidad de penetración en la opinión pública. En consecuencia, adoptamos la hipótesis de que los medios seguirán una pauta de negativismo informativo y que en el juego de fortalezas y debilidades mencionado con anterioridad preferirán optar por explotar las debilidades del adversario antes que subrayar las potencialidades del partido afín (Casero, 2008:

288). Toda vez que el tema elegido como objeto de estudio es precisamente el del pacto social, prestaremos particular atención a la tendencia de los medios al conflictivismo, es decir a presentar las relaciones entre los actores sociales y políticos involucrados en la noticia en términos de tensión, confrontación y ataque, en vez de subrayar la colaboración, el acuerdo y el apoyo mutuo.

3. Principales resultados

Comenzaremos presentando la evolución de la agenda mediática durante el periodo de referencia, desde el principio de la legislatura hasta el primer trimestre de 2011, cuando el largo y tortuoso proceso de diálogo social culmina con la firma del Acuerdo Social y Económico (ASE). Para ello hemos codificado once mil portadas y editoriales de la prensa de referencia mencionada con anterioridad.

Dado el carácter casi monotemático de dicha agenda, dominada por los asuntos económicos derivados de la crisis, hemos desagregado los temas económicos en tres apartados: crisis y paro, economía y reformas. Esta distinción nos permite establecer una secuencia según la cual al momento de explosión de la crisis (último trimestre de 2008, dominado por el ítem “crisis y paro”) le sucede un segundo momento dominado por el ítem “economía” (segundo y tercer trimestre de 2009), que podemos identificar como el momento del diagnóstico.

Tabla 1.- Evolución de la agenda mediática por trimestres

	Sept.- dic. 2008	Ene- mar 2009	Abril- Junio 2009	Jul- Sept. 2009	Oct- Dic. 2009	Enero- mar 2010	Abril- jun 2010	Jul- Sept. 2010	Oct- Dic. 2010	Ene- Mar 2011	Total
Paro, crisis	32,6%	23%	15,2%	13,5%	8,5%	9,3%	7,7%	6,9%	9,2%	10,9%	1520 13,8%
Economía	12%	1,2%	14,2%	20,2%	13,1%	6,4%	3,9%	13%	12,6%	11,9%	1196 10,9%
Reformas	0%	1,9%	6,7%	8,7%	8,9%	21,4%	37,4%	14,2%	14,7%	20,3%	1464 13,3%
Partidos políticos	3%	0,3%	3,3%	1,6%	3,5%	13,6%	7,6%	7,6%	10,6%	7,1%	637 5,8%
Corrupción	1,3%	16,6%	10,7%	18,1%	20,2%	5,8%	10,5%	5,2%	2,3%	6,2%	1055 9,6%
Terrorismo	15,8%	4,2%	10%	13,5%	6,3%	18,2%	6,9%	9,6%	10,9%	16,6%	1234 11,2%
Elecciones	2,3%	18,8%	16,4%	1,1%	1,6%	2,6%	2%	11%	18%	11,8%	940 8,5%
Autonomías	8,1%	2,1%	4,8%	7,5%	5,5%	1,7%	7,9%	12,1%	1,3%	4,2%	609 5,5%
Justicia	5,7%	8,2%	1,2%	0,6%	0,9%	3,5%	7,5%	1,3%	0,9%	2%	350 3,2%
Temas sociales	6,5%	6,2%	7,9%	3,9%	6,1%	5,9%	4,6%	11%	5,5%	2,8%	667 6,1%
Otros	12,6%	17,5%	9,6%	11,5%	25,4%	11,6%	4,1%	8,1%	14,1%	6,3%	1333 12,1%
Total	1194 100%	1058 100%	1135 100%	1032 100%	1128 100%	1071 100%	1097 100%	1087 100%	1098 100%	1105 100%	11005 100%

Fuente: “Agenda mediática y agenda ciudadana”.

Por último, irrumpen las reformas y lo hacen de forma abrupta en el segundo trimestre de 2010, lo que se corresponde con el momento de la terapia. El problema es que entre la explosión de la crisis y la llegada de las primeras reformas transcurren nada menos que seis trimestres, lo que constituye un plazo muy dilatado para la aplicación de la terapia, tanto más si tenemos en cuenta que ese momento

álgido de la primavera de 2010 sirve apenas para poner en marcha algunas de las medidas de ajuste, en tanto que la aplicación de otras medidas queda supeditada a la firma del pacto social (obsérvese que el tema ‘reformas’ repunta en el primer trimestre de 2011, en la parte derecha de la tabla).

En una segunda etapa de nuestro análisis, nos proponemos identificar el encuadre con el que estos temas se han presentado a la audiencia (*framing*). Desde este punto de vista, podemos distinguir también tres momentos en la evolución del encuadramiento temático asociado a la crisis:

A) En un primer momento, la acción de gobierno está dominada por la idea de la “salida social de la crisis”, en virtud de la cual el coste de la salida no podía recaer sobre aquellos que no tenían responsabilidad alguna en la misma; la prensa de referencia aprovecha ese momento inicial para exhortar a gobierno y oposición a un gran pacto que facilitara dicha salida. El problema de esta primera fase fue, como es bien sabido, que el gobierno no supo dar concreción a dicha declaración de principios, en tanto que los partidos y los agentes socioeconómicos no fueron capaces de responder a las expectativas de ese gran acuerdo invocado por los medios.

B) En un segundo momento, las medidas de ajuste adoptadas por el gobierno en mayo de 2010 hicieron saltar por los aires el encuadre de la “salida social de la crisis” sin que el gobierno dispusiera de un encuadre alternativo, momento a partir del cual el gobierno se debate entre la implantación de una agenda reformista y la recuperación de temas de la etapa anterior (la “agenda social”). En este contexto, la convocatoria de huelga general por parte de los sindicatos pone radicalmente en cuestión la coalición sobre la que se había asentado el encuadre anterior (la “salida social de la crisis”).

C) Por último, el relativo fracaso de la huelga general facilita al gobierno la opción reformista y la consecución de un primer acuerdo con los agentes sociales, lo que redundará en un tercer momento de reconciliación y pacto.

3.a. Primera fase: la *salida social* de la crisis (donde se testa la H3)

La discusión sobre las salidas de la crisis a lo largo de 2009 estuvo presidida por el compromiso gubernamental de buscar una “salida social de la crisis” y evitar, por ende, cualquier medida que pudiera afectar a los niveles de protección social conseguidos con anterioridad. Este compromiso inicial sirve para encuadrar unas primeras medidas económicas que tienen un alcance limitado ante la magnitud de la crisis (Plan E). Así las cosas, la pérdida de un millón de empleos en el primer año de crisis dispara las alarmas y suscita la demanda mediática de un gran pacto que toma como referencia la experiencia de la transición, cuando los Pactos de la Moncloa sirvieron para defender a la incipiente democracia del impacto devastador de la crisis económica de los setenta.

En este contexto, surgen demandas concretas de reforma que afectan al sistema financiero, el mercado de trabajo, la política fiscal, etc. En un primer momento, estas demandas tropiezan con la incapacidad crónica de los principales partidos a la hora de conseguir acuerdos operativos y concretos (si exceptuamos el nuevo estatuto de la televisión pública, que fue pactado en 2005), de ahí que la atención se desplazara por un momento a los agentes sociales y económicos (patronal y sindicatos), que parecían llamados a conseguir el acuerdo que los partidos políticos no eran capaces de alcanzar.

Sin embargo, una de esas demandas (la reforma laboral) enfrenta irremediabilmente a los agentes sociales y económicos. La aparición de un manifiesto suscrito por cien economistas de prestigio emplazando al gobierno a llevar la iniciativa en la reforma del mercado de trabajo da argumentos a la patronal para hacer de la reforma laboral una condición *sine qua non* en el proceso de negociación.

El problema es que el gobierno deja la iniciativa a las partes, al tiempo que les concede capacidad de veto a cualquier propuesta, lo que facilita la posición defensiva de los sindicatos, que se oponen a cualquier negociación en ese terreno y que promueven su propio manifiesto en defensa de la política del gobierno.

Con estas premisas, la prensa de referencia comienza a reclamar a los partidos políticos un pacto de Estado para acometer las reformas económicas y sociales necesarias en la primavera de 2009. En su editorial del 25 de abril, *El Mundo* se expresaba en los siguientes términos: “La lucha contra el paro exige un pacto de Estado”. *La Vanguardia* advertía también de la necesidad de un cambio económico profundo y emplazaba al gobierno a llevar la iniciativa y a “abanderar ese gran pacto que necesita España...” (15-05-2009). Este impulso inicial toma cuerpo en el mes de julio, coincidiendo con la celebración de reuniones al máximo nivel. El primer periódico en llevar a portada el diálogo social es *La Vanguardia*, que venía reclamando el pacto desde mayo. Además de solicitar con insistencia el pacto, *La Vanguardia* insta al Gobierno y a los sindicatos a “tomar en consideración las propuestas de la patronal” (LV 20-07-09).

Abc lo lleva a portada el 17 de julio: “El Gobierno fuerza la máquina para cerrar con acuerdo el diálogo social”, pero el acuerdo queda encuadrado como una estrategia de marketing al servicio del Gobierno: “Una foto ‘como sea’” (20-07-2009). Son las dos maneras de construir el relato por parte de la prensa conservadora: en el primer caso, el gobierno hace oídos sordos a quien más debería escuchar (la patronal). En el segundo, aparece como incompetente y oportunista.

Mientras tanto, *El País* lamenta la “cerrada posición de la CEOE” (EP 24-07-09), en tanto que *El Periódico* se encargaba de señalar las implicaciones políticas de un eventual fracaso (“El PP no hará ningún favor a Zapatero...”, EPC 11-07-09). De esta manera, también la prensa afín al gobierno ofrece dos relatos del fracaso: en el primero, la patronal sigue una estrategia maximalista e inoperante. En el segundo, la estrategia de la patronal obedece a cálculos políticos.

Hay, por tanto, diferentes encuadres, así como diferentes relatos, pues no se trata sólo de una cuestión de alineamientos (a favor o en contra del gobierno), sino también de narrativa, según cuál sea la capacidad de iniciativa de los actores, el alcance de su responsabilidad y el tipo de motivaciones que se les atribuye. Y hay también diferente grado de interés por la cobertura de este tema, pues mientras *La Vanguardia* (que lleva la iniciativa en este tema) y, en menor medida, *El País*, se hacen eco del mismo, el resto de medios no prestará atención hasta que se produce la ruptura del diálogo. Dicho en otras palabras, el diálogo social solo es digno de portada cuando fracasa, lo que es coherente con la tendencia al conflictivismo y al negativismo que postula nuestra Hipótesis 3.

3.b. Segunda fase: la coalición negativa bloquea la reforma (H1 y H2)

Durante el segundo invierno de la crisis (enero-marzo 2010), la evolución de la economía no alcanzó el dramatismo del primero (enero-marzo 2009), pero las noticias relativas al paro y al déficit público siguieron siendo muy negativas. A finales de enero de 2010, el FMI alertaba de que España sería la última gran economía en salir de la recesión y urgía al presidente Zapatero a una reforma laboral. Zapatero se defendió de estas críticas destacando la fortaleza de la economía española y anunciando un “plan de austeridad y reformas de la Seguridad Social”.

A continuación, el gobierno hace dos propuestas que concitan reacciones adversas, al tiempo que ponen en cuestión el encuadre que había presidido la actuación del gobierno hasta ese momento: la *salida social* de la crisis. Esto es lo que ocurre con la doble propuesta de retrasar la edad de

jubilación y aumentar el período de cálculo para estimar las pensiones, propuestas que son rápidamente presentadas como un intento de hacer recaer el coste de la crisis sobre los trabajadores. No hace falta decir que esta nueva situación ponía en peligro la coalición previa entre gobierno y sindicatos, con el consiguiente riesgo de que estos abrieran un nuevo frente de oposición al gobierno.

El problema de romper el encuadre anterior y la coalición sobre la que se asentaba es que enfrentaba al gobierno a una especie de ‘coalición negativa’, en virtud de la cual sectores con intereses diferentes, cuando no contrapuestos, se ponen coyunturalmente de acuerdo en torno a una estrategia común que no tiene otra finalidad que bloquear la capacidad decisoria del gobierno. Lo verdaderamente genuino de esta situación es que los medios que habían estado pidiendo una toma de decisiones firme y valiente por parte del gobierno se concentran ahora en tareas de obstrucción. Ante la dificultad creciente de encontrar salidas a la crisis, el gobierno recurrió a la socorrida fórmula del pacto como recurso último para superar el bloqueo.

Cuando el Gobierno hizo pública su intención de retrasar la edad de jubilación hasta los 67 años, PP e IU rechazaron la propuesta, mientras que los sindicatos anunciaron movilizaciones contra ella. En consecuencia, los medios conservadores ponen de relieve el rechazo a la medida y la soledad del gobierno: “La reforma de las pensiones rompe el idilio del Gobierno con los sindicatos” (*Abc* 30-01-2010); “El Gobierno se queda solo” (*LV* 30-01-2010), lo que lleva al Gobierno a matizar su postura, iniciando así una larga serie de rectificaciones y desmentidos: “El Gobierno se corrige” (*EC* 30-01-2010), “El Gobierno ve negociables los 67 años” (*LV* 01-02-2010), lo que lleva, a su vez, a los medios conservadores a criticar su falta de firmeza: “Política de veleta” (*Abc* 03-02-2010), etc. Dicho en otras palabras: el gobierno ha de elegir entre gobernar en soledad o enfrentarse a una imagen de debilidad e improvisación, dando paso a una catarata de rectificaciones (“El Gobierno recula...”, “Zapatero cede...”, “El Gobierno se enreda...”) que ilustran bien el bloqueo de la agenda política a que hace referencia nuestra Hipótesis 1.

Las vacilaciones del gobierno van seguidas del castigo de los mercados financieros y del consiguiente batacazo bursátil, tras el cual Zapatero convoca a los agentes sociales en Moncloa para retomar el diálogo social, en un intento de devolver la calma social y aparentar normalidad. De esta manera, el Gobierno trata de recuperar la iniciativa en un momento extremadamente crítico, en el que todas las encuestas comienzan a detectar una brecha creciente entre PSOE y PP: *El País* publica una encuesta que sitúa al PP casi 6 puntos por delante (07-02-2010), dato que el periódico encuadra de manera inequívoca: “El PSOE acelera su caída”. Este mismo barómetro refleja también un aumento de la desconfianza de los ciudadanos hacia Zapatero y de la imagen de improvisación que los ciudadanos tienen del presidente del Gobierno.

El Gobierno queda enfrentado así, como vemos, a una ‘coalición negativa’ formada por actores con intereses divergentes que, sin embargo, coinciden en un momento dado para bloquear la aprobación de medidas que se perciben como una amenaza a sus intereses. De un lado, la prensa conservadora, que había estado pidiendo firmeza a la acción del gobierno, aprovecha para hostigarlo en cuanto el gobierno anuncia reformas; de otro lado, los sindicatos, que habían sido criticados por esa misma prensa conservadora por ponerse de parte del gobierno, anuncian movilizaciones contra el gobierno. Ya que no tienen intereses comunes, los miembros de la coalición comparten, al menos, un lenguaje común: así, por ejemplo, cuando Gaspar Llamazares, representante de IU en la Comisión del Pacto de Toledo, define la propuesta del Gobierno de reforma de las pensiones como “pensionazo”, es inmediatamente secundado por la prensa conservadora, que se hace eco del nuevo hallazgo semántico (“Zapatero se queda sin apoyos para sacar adelante el ‘pensionazo’”; *EM* 30-01-2010; “La presión sindical y popular fuerza al Gobierno a matizar el «pensionazo»”; *Abc* 02-02-2010;

“Zapatero intenta disipar el temor al ‘pensionazo’”; *LV* 22-02-10). La ‘coalición negativa’ se había puesto en marcha.

Así las cosas, Zapatero ofrece una serie de orientaciones con el fin de que los agentes sociales puedan llegar a un pacto y facilitar así una reforma laboral que, de otra manera, tropezaría con una fuerte resistencia. Es claro, por tanto, que Zapatero no quiere tomar medidas unilaterales, en parte porque no están suficientemente elaboradas y en parte porque no quiere arrostrar con los costes consiguientes, de tal suerte que su oferta de pacto representa, por encima de todo, un intento de romper el bloqueo mediático-sindical que impide la acción de gobierno.

A partir de ahí, nos encontramos dos relatos mediáticos alternativos. Por un lado, la prensa afín atribuye la iniciativa al presidente y urge a mantener el diálogo: “No más retrasos” (*EP*, 06-02-2010); “Paso adelante en el diálogo social” (*EPC*, 06-02-2010), en tanto que la prensa conservadora critica al Gobierno por su falta de firmeza: “El Gobierno no se atreve...” (*EM*, 06-02-2010); “España necesita un gobierno” (*Abc*, 07-02-2010); “Sensación de naufragio” (*EC*, 07-02-2010), etc.

La oferta de pacto es respondida con una sonora negativa por parte de Rajoy, negativa que se enfrenta a la presión de la opinión pública, que viene insistiendo por su parte en la conveniencia de algún acuerdo de este tipo. Según un sondeo, “el 72% de los españoles cree necesario un pacto”, una presión que se traslada sobre todo al PP, ya que el 48,5% de estos mismos encuestados considera que es Rajoy quien no quiere pactar, en tanto que un 43,9% de los encuestados cree que Zapatero sí está dispuesto a pactar (*Público*, 19-02-2010).

Con estas premisas, se inicia la escenificación de un pacto (Zurbano) que cuenta con el beneplácito de la opinión pública pero que todos saben de imposible cumplimiento. En consecuencia, la batalla del diálogo social se libra en términos de “iniciativa”, que la prensa se encarga de asignar y distribuir en función de sus propias preferencias. Ante la sucesión de propuestas y declaraciones, se diluye poco a poco el clima de obstrucción y hostilidad de principios de año, lo que permite calificar de relativo éxito la iniciativa pactista del gobierno. Por fin, el 9 de abril el Gobierno aprueba una serie de “Medidas para el impulso de la recuperación económica y del empleo” que son criticadas de manera unánime por la prensa: “Pactos insuficientes”; “El Gobierno se queda corto”; “Un pacto político cojo”, etc.

A modo de test de nuestra Hipótesis 2, las ofertas de pacto y las aparentes negociaciones de principios de 2010 sirvieron, en un primer momento, para desactivar la ‘coalición negativa’, pero el acuerdo nunca llegó y el contenido de la negociación fue poco a poco diluyéndose en un ejercicio retórico puramente auto referencial, útil apenas para mantener una ilusión de iniciativa y eludir la atribución de responsabilidad. En suma, todo un monumento a la “pseudopolítica”.

Así las cosas, los mercados financieros volvieron a la carga a raíz de la crisis de la deuda griega y el consiguiente contagio sobre el resto de las economías mediterráneas, atezadas por el desequilibrio vertiginoso de las cuentas públicas. La primera semana de mayo, fecha elegida por el presidente del gobierno y el líder de la oposición para escenificar su desencuentro final, los mercados castigaron severamente la indecisión del gobierno con caídas bursátiles superiores al 10%, lo que condujo a la Unión Europea a una operación sin precedentes de rescate de la moneda única.

3.c. Tercer momento: la hora del ajuste

Tras la llamada de Obama demandando “medidas resolutivas” (*EP*, 12-05-2010), Zapatero anuncia un duro Plan de Ajuste que incluye la reducción del salario de los empleados públicos y la congelación de las pensiones, lo que suscita división de opiniones. Mientras la prensa afín se reconcilia con Zapatero (“Zapatero contra ZP”, *EP*, 13-05-2010), la prensa conservadora, que venía pidiendo profundas reformas, encuadra la nueva situación en términos de recorte social: “Si un Gobierno del PP se hubiera atrevido a sacar adelante unas iniciativas similares, no es exagerado afirmar que España habría ardidado por los cuatro costados” (*EM*, 13-05-2010); “Un ajuste social sin precedentes”, según *LV* (13-05-2010). Por último, *Abc* aprovecha la tesitura para pedir elecciones anticipadas (13-05-2010), en un intento palmario de alterar la agenda política (Hipótesis 1).

Ante el nuevo escenario, los actores se realinean y los sindicatos rompen definitivamente con el gobierno mediante la convocatoria de una huelga general. Rota la paz social y sin encuadre oficial, comienza el período de mayor polarización política de la legislatura: mientras la prensa afín al gobierno denuncia la falta de responsabilidad de la oposición, la prensa conservadora denuncia la falta de firmeza del gobierno. Tras un nuevo fracaso del diálogo entre CEOE y sindicatos, Zapatero anuncia su reforma laboral el 16 de junio con un punto principal y controvertido: el abaratamiento y simplificación del despido. De esta manera, las demandas mediáticas triunfan frente a los deseos del gobierno de lograr un pacto. Por último, la escalada de polarización política llega a su punto máximo con la convocatoria de una huelga general para el 29 de septiembre.

La reforma laboral tiene dos tipos de consecuencias. Por un lado, alivia la presión financiera. Por otro, el gobierno ha de hacer frente a la crítica mediática y a la ruptura definitiva de la paz social con la convocatoria de la huelga general. En su construcción mediática, la huelga del 29-S ilustra la polarización que la prensa puede fomentar en determinados momentos, tal y como sugiere nuestra tercera hipótesis. Desde que comenzó el proceso del diálogo social en 2009, la prensa conservadora había acusado a los sindicatos de estar más cerca del gobierno que de los trabajadores, traicionando con ello su objetivo natural, crítica que se acentuó a medida que se constataba el fracaso del diálogo social. De esta manera, la prensa conservadora empujó a los sindicatos a una huelga general de la que salieron debilitados (“Fracaso general”, tal como encuadraron *EM* y *Abc* al día siguiente de la huelga).

Tras la huelga, el gobierno retoma el diálogo social poniendo el mes de enero (2011) como plazo para el acuerdo. Para facilitar el acuerdo, se sustituye al Ministro de Trabajo en la remodelación de gobierno de octubre, coincidiendo con la renovación de la cúpula patronal y la entrada del nuevo presidente de la CEOE, Joan Rosell. Finalmente, el pacto social se alcanza el 27 de enero de 2011, con el apoyo de la mayoría de actores económicos y políticos. El pacto supone, como medidas principales, el retraso progresivo de la edad de jubilación hasta los 67 años y la modificación del período de cálculo de las pensiones (25 años en lugar de 15).

Lo genuino de este proceso que estamos estudiando es que éstas son las reformas que Zapatero intentó aplicar en el primer trimestre de 2010 pero que quedaron bloqueadas por la ‘coalición negativa’ formada por prensa, oposición y sindicatos (tal como vimos en el apartado anterior) y que, sin embargo, ahora no sólo reciben el beneplácito de los agentes políticos, económicos y sociales, sino también mediáticos: “una buena noticia”, “un buen pacto”, “pacto inevitable y necesario”, etc.

3.d. A modo de balance: la propensión al conflictivismo

El Acuerdo Social y Económico (ASE) cierra un capítulo del diálogo social que pretende visualizar la salida de la crisis y garantiza, al menos, la paz social para el resto de legislatura. De cara al exterior, permitía a Zapatero presentarse ante la Unión Europea como un país solvente capaz de solucionar la crisis y de satisfacer las demandas internacionales. En consecuencia, el gobierno de Zapatero queda fortalecido en materia económica. Dentro de la adaptación del esquema del cuadrado ideológico planteado por Van Dijk y, en concreto, de las pautas de negativismo mediático operantes en un sistema polarizado como el español, la reacción de la prensa conservadora ante este fortalecimiento del gobierno responde a los parámetros esperados: retira el foco de los temas económicos para centrarse en otros que representan factores de debilidad. El terrorismo (caso Faisán, legalización de Bildu...) y la corrupción (caso de los ERE) serán a partir de ese momento los nuevos temas estelares de la agenda mediática, en vísperas de las elecciones municipales de 2011 (véase la tabla 1).

Tal como se recordará, nuestra tercera hipótesis plantea que, en un sistema polarizado, los medios actúan como agentes polarizantes, valiéndose para ello de los mecanismos habituales en la contienda mediática: negativismo, conflictivismo, etc. Conviene recordar asimismo que la tematización del diálogo social comienza en la primavera de 2009 con invocaciones de los medios a un gran pacto que permitiese abordar la crisis en toda su magnitud. Esta demanda mediática estaba en línea con el deseo de los electores de que los partidos políticos actuaran en un clima de entendimiento y apoyo mutuo.

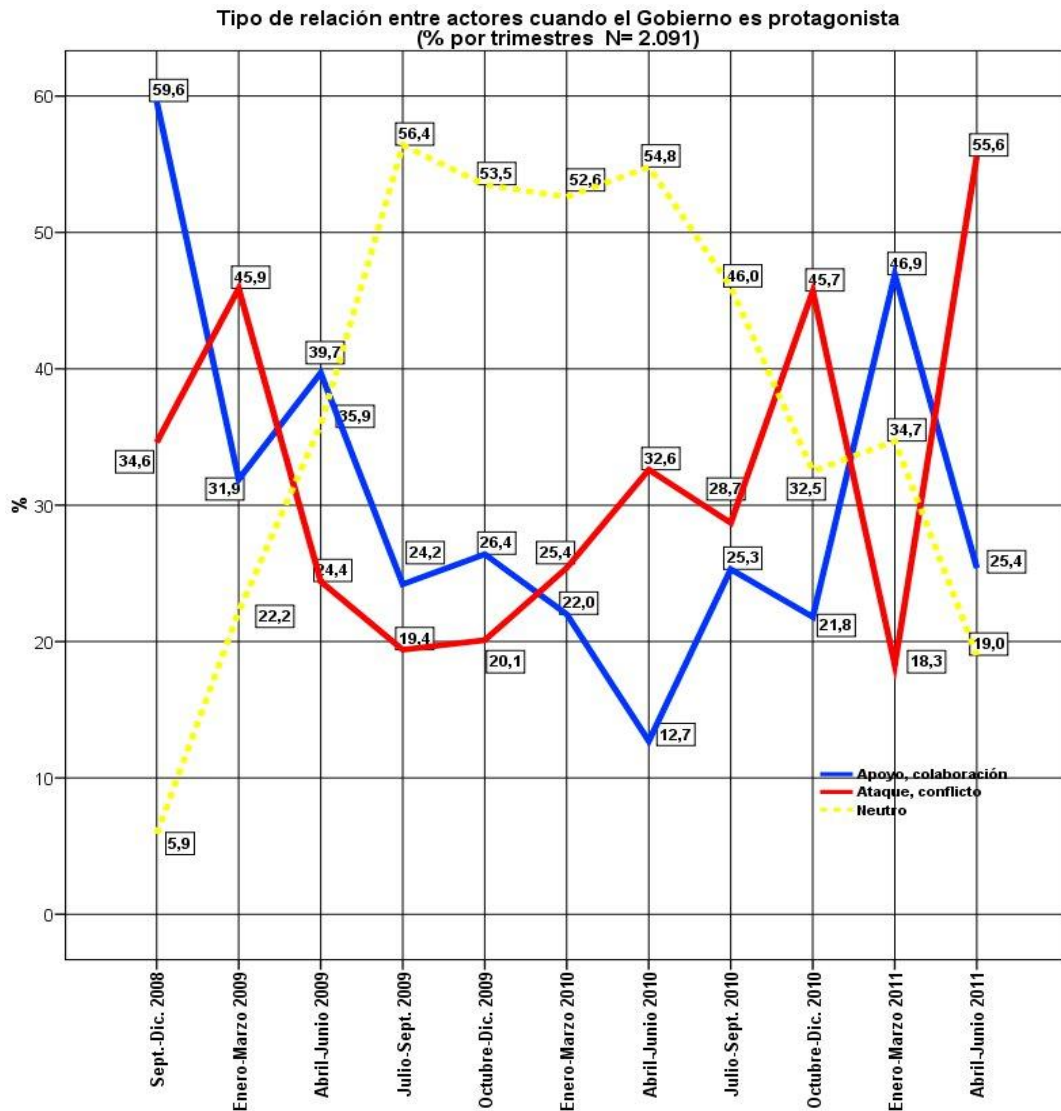
Con estos antecedentes, cabe preguntarse en qué medida la discusión y posterior consecución del pacto social afectó a la manera como los medios presentan la relación entre los actores sociales y económicos involucrados en la noticia, según se trate de una relación de concordia, entendimiento, apoyo mutuo, colaboración... o por el contrario de confrontación, ataque, etc. Para ello vamos a tomar como referencia aquellas portadas y editoriales aparecidos en la prensa de referencia a lo largo de todo el periodo estudiado (2009-2011).

El gráfico adjunto nos informa de la evolución de la pauta de relación entre actores sociales y políticos cuando hay más de un actor involucrado en la noticia, el cual constituye uno de los indicadores más elocuentes del clima político y uno de los que más influye sobre la manera como los votantes perciben y evalúan la situación política del momento. Con el fin de dar homogeneidad a la serie, el gráfico toma como referencia las 2.091 unidades informativas (portadas y editoriales) aparecidas durante el periodo de estudio que tienen como protagonista al gobierno y que implican algún tipo de relación con otros actores sociales y políticos.

Tomadas en su conjunto, hay un 38,6% de noticias que tienden a presentar la relación entre actores en un tono neutral, repartiéndose las restantes entre un 31,4% de noticias que presentan dicha relación en términos de ataque, enfrentamiento, conflicto... y un 30% que lo hacen en términos de apoyo, colaboración, acuerdo, etc. Todo ello en un periodo que, cabe recordar, estuvo marcado por una pauta continuada de diálogo social e incluso llegó a haber un momento, aunque fuera efímero, de acuerdo político ('el pacto de Zurbano').

Atendiendo a su evolución, la pauta de relación entre actores políticos que podemos observar a lo largo de nuestro periodo de referencia se inicia en un momento de inmejorable disposición al entendimiento y al acuerdo, como no podía ser de otra manera en el momento que estalla la crisis, pero que da paso rápidamente a una primera ola de conflictivismo informativo (primer trimestre de 2009). A partir de ahí, entramos en un periodo dominado por la neutralidad informativa que viene a coincidir con intentos infructuosos de diálogo social. En la primavera de 2010, se registra un repunte

del conflictivismo informativo, coincidiendo con las medidas de ajuste, momento en el que la pauta de colaboración registra valores mínimos. La escalada del conflictivismo culmina en el último trimestre de 2010, con la huelga general convocada por los sindicatos. Con la consecución del acuerdo social se produce el segundo mejor registro en la pauta de colaboración (primer trimestre de 2011), pero el clima de colaboración es efímero y el conflictivismo retorna en el trimestre siguiente.



Fuente: elaboración propia (datos del proyecto “Agenda de los medios y agenda ciudadana”).

¿A qué obedece esta propensión al conflictivismo? Obviamente son varios los factores intervinientes, pero hay uno que sobresale: la presencia de elecciones, tal como podemos observar en los tres momentos álgidos de la secuencia: el primer trimestre de 2009 (elecciones vascas y gallegas), el último trimestre de 2010 (elecciones catalanas) y el segundo trimestre de 2011 (municipales y autonómicas). Es claro que la proximidad de elecciones refuerza el alineamiento político de los medios y exacerba su propensión al negativismo informativo.

4. Discusión y conclusiones

Con la premisa de que los medios de comunicación desempeñan una función de *mediatización*, entendida como un intento de interferir en el proceso político, este trabajo analiza la manera en que

la prensa española de referencia ha influido sobre la elaboración de la agenda política durante el proceso de diálogo social (2009-2011). Con tal objetivo, establecimos tres hipótesis de trabajo a fin de estudiar si en tal período: a) los medios han intentado suplantar la agenda política; b) el gobierno ha testado las posibles medidas de ajuste en la esfera mediática y c) la prensa ha funcionado como agente polarizante.

El análisis de contenido realizado nos ha permitido, primeramente, identificar los temas propuestos por los medios como los más importantes, así como su evolución a lo largo de este período. En este primer momento, los temas económicos han liderado la agenda mediática de acuerdo con la siguiente secuencia: a un primer momento de “crisis y paro” le sucedió un segundo momento de diagnóstico (“economía”) y, por último, la aplicación de la terapia de la crisis, codificada como “reformas”.

De la misma manera que se ha producido una evolución temática, también los encuadres con los que los medios han presentado estos temas han tenido su recorrido propio. En este sentido, podemos identificar tres fases en el proceso de encuadramiento mediático de la crisis: a) la “salida social de la crisis”; b) la crisis de este encuadre (*misframing*), a raíz del ajuste impuesto por el gobierno en mayo de 2010, y c) la escenificación del pacto y el restablecimiento de la paz social tras la huelga general (Acuerdo Social y Económico de enero 2011).

Tras la propuesta temática y el encuadramiento de los medios, la firma de este pacto significaba la culminación del proceso de tematización, en el que un *issue* (“reformas”) salta a la esfera pública para ser objeto de debate entre los diferentes actores con capacidad de definir los asuntos públicos y participar en la elaboración de la agenda política, lo que conlleva el realineamiento de los actores implicados y la recomposición del escenario (Badia, 1992).

Durante 2009, el compromiso inicial del gobierno de encontrar una “salida social a la crisis” tropieza con la incapacidad de los agentes sociales y políticos para materializar algún tipo de acuerdo, proceso alimentado por el conflictivismo y el negativismo de la prensa, que actúa como agente polarizante (H3). 2010 se inicia con uno de los episodios más significativos de este proceso, tras la formación de lo que hemos denominado una ‘coalición negativa’ con capacidad de bloquear la agenda política (H1). Así ocurre cuando Zapatero anuncia las mismas medidas que serán posteriormente objeto del ASE firmado un año más tarde, pero que en ese momento son reemplazadas por una serie de acuerdos completamente inoperantes y vacíos de contenido que no tienen otra finalidad que desbloquear la situación y recuperar la iniciativa (‘los Pactos de Zurbano’: H2). Es el momento de la *pseudopolítica* (Meyer, 2002).

Así las cosas, los mercados financieros castigan severamente a la economía española y obligan al gobierno a tomar duras medidas de ajuste que hacen saltar por los aires la “salida social de la crisis” (mayo de 2010). Los relatos de los medios a partir de este momento provocan el realineamiento de los actores y alimentan la escalada de la polarización hasta la huelga general de septiembre de 2010 (H3). Tras la expresión del conflicto, el gobierno alcanza un momento final de reconciliación con los agentes sociales y el consiguiente restablecimiento de la paz social. Nada de esto consiguió detener la tendencia al conflictivismo informativo, que reanudó su marcha implacable con la vista puesta en las elecciones municipales y autonómicas de 2011.

*Este artículo es parte del proyecto “[Agenda de los medios y agenda ciudadana: Análisis temporal desde un enfoque cualitativo](#)”, financiado por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) y dirigido por Fermín Bouza (UCM) y Juan Jesús González (UNED).

5. Referencias

- Badía, Lluís (1992): *De la persuasión a la tematización. Introducción a la comunicación política moderna*, Barcelona: Editorial Pòrtic.
- Bouza, F. (2004): “The impact area of political communication: Citizenship faced with public discourse”. *International Review of Sociology*, 14, 245–259.
- Casero, Andreu (2008): *La construcción mediática de las crisis políticas*, Madrid: Editorial Fragua.
- Casero, Andreu (2008). “Modelos de relación entre periodistas y políticos: La perspectiva de la negociación constante”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Madrid: Universidad Complutense.
- Casero, Andreu (2009). “El control político de la información periodística”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 354-366. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna.
http://www.revistalatinacs.org/09/art/29_828_47_ULEPICC_08/Andreu_Casero.html
- Entman, Robert (1993): “Framing: toward clarification of a fractured paradigm”, *Journal of Communication*, 43, 4: 51-58.
- Entman, Robert (2004): *Projections of power. Framing news, public opinion and US foreign policy*, Chicago & London: The University Chicago Press.
- González, Juan Jesús (2008): “Los medios en la democracia avanzada. ¿Hacia una democracia de audiencia?”. En González y Requena: *Tres décadas de cambio social en España*, Madrid: Alianza Editorial, pp. 345-381.
- Hallin, Daniel y Paolo Mancini (2004): *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Manin, Bernard (1998): *Los principios del gobierno representativo*, Madrid: Alianza Editorial, Ciencias Sociales.
- Marletti, Carlo (1985): *Prima e dopo. Tematizzazione e comunicazione politica*, Torino: RAI/ERI
- Mazzoleni, Gianpietro y Schulz, Winfried (1999): ““Mediatization” of Politics: A Challenge for Democracy?”, *Political Communication*, 16: 247-261.
- McCombs, Maxwell (2004): *Estableciendo la agenda*, Barcelona: Paidós Comunicación.
- McCombs, Maxwell and Jae Kook Lee (2013) “Theories of/about Effects”, *The International Encyclopedia of Media Studies*, First Edition., General Editor Angharad N. Valdivia. Volume V: Media Effects/Media Psychology. Edited by Erica Scharrer. Blackwell Publishing Ltd.
- Meyer, Thomas (2002): *Media Democracy. How the Media Colonize Politics*, Cambridge: Polity Press.
- Ortega, Félix (2011): *La política mediatizada*, Madrid: Alianza editorial.
- Soroka, Stuart (2007): “Agenda-setting and Issue Definition”. En Orsini, M. y Smith, M. (Eds.): *Reconfiguring Policy Analysis: Contemporary Canadian Approaches*, University of British Columbia Press.
- Swanson, David (1995): “El campo de comunicación política. La democracia centrada en los medios”, en Muñoz Alonso y Rospir (directores de la edición): *Comunicación Política*, Madrid: Universitas, pp. 3-24.
- Vallés, Josep M. (2010): “Política democrática y comunicación: un rapto consentido”, *Revista de Estudios Políticos*, 150: 11-50.

Van Dijk, Teun A. (1996): “Opiniones e ideologías en la prensa”, *Voces y culturas*, pp. 9-50.

Van Dijk, Teun A. (2009): *Discurso y poder*, Barcelona: Editorial Gedisa.

Walgrave, S., Soroka, S. y Nuytemans, M. (2008): “The Mass Media’s Political Agenda-Setting Power. A Longitudinal Analysis of Media, Parliament, and Government in Belgium (1993 to 2000)”. *Comparative Political Studies*, vol. 41, n. 6: 814-836.

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO EN BIBLIOGRAFÍAS – HOW TO CITE THIS ARTICLE IN BIBLIOGRAPHIES / REFERENCES:

P Chavero, JJ González, F Bouza, AR Castromil, R Rodríguez (2013): “La mediatización de la agenda política: la discusión del pacto social como conflicto de agendas, 2009-2011”, en *Revista Latina de Comunicación Social*.

Artículo recibido el 24 de julio de 2013. Sometido a pre-revisión el 26 de julio. Enviado a revisores el 31 de julio. Aceptado el 5 de octubre de 2013. Galeradas telemáticas a disposición de los autores el 6 de octubre de 2013. Visto bueno de los autores: 9 de octubre de 2013. Publicado el 11 de octubre de 2013.
