

Guillermo López García

Universitat de València

La prensa y la formación de la opinión pública en campañas electorales: las Elecciones Generales de Marzo de 2000

Comunicación presentada en el *I Congreso Ibérico de Comunicación*, celebrado en la Universidad de Málaga en Mayo de 2001

1) Introducción

El objetivo del estudio que aquí presentamos es realizar una comparación de las informaciones aparecidas en la prensa a propósito de las elecciones españolas de marzo de 2000. Fueron estas unas elecciones de perfil bajo, en las que el ambiente crispado de las anteriores ocasiones quedó ciertamente minimizado por la ausencia, nuevamente, de debates electorales, una percepción generalizada de que las elecciones no eran decisivas, al menos en el mismo grado que los comicios de 1993 y 1996, y la intromisión del terrorismo en los inicios de la campaña electoral. Estos tres factores contribuyeron a menguar los deseos de enfrentamiento que pudieran tener los candidatos de los partidos democráticos, y al mismo tiempo ayudó a configurar una estrategia de campaña, por parte del gobierno, de enfrentamiento con el PNV, desdeñando las críticas de los firmantes del Pacto de Izquierdas, PSOE – IU, malignamente tachados como “socialcomunistas” por el PP.

Pese a ello, y por efecto del pacto entre los partidos de oposición, sí que se vivieron las elecciones con cierta incertidumbre, por parte de la mayoría de los medios de comunicación, que, apoyados en las encuestas, verdadero árbitro, una vez más, de la campaña, ignoraron en todo momento la posibilidad de que el PP pudiera alcanzar la mayoría absoluta y el consiguiente descalabro de la alianza PSOE – IU. En este contexto, nos encontramos con unas informaciones periodísticas, sobre todo en aquellos medios que tendieron a apoyar a los partidos de oposición, contrarias, o como mínimo divergentes, respecto al sentido de los resultados finales que arrojaron las urnas, que, una vez más, constituyeron una sorpresa y volvieron a dejar en entredicho a los sondeos de opinión.

De cualquier manera, es obvio que un análisis del comportamiento de los principales medios de comunicación escritos a lo largo de toda la campaña electoral excede notablemente el marco del presente estudio; por tanto, y a modo de ejemplo y reflejo del trabajo general de análisis, nos centraremos aquí en la descripción, comparación e interpretación de los materiales aparecidos en la prensa el 25 de Febrero de 2000, primer día oficial de la campaña. Por el mismo motivo, la necesidad de profundizar en el material analizado lo suficiente como para extraer conclusiones del trabajo, los periódicos que someteremos a comparación serán tres: *El País*, *ABC* y *La Vanguardia*, que creemos son un reflejo bastante ajustado de las principales opciones *mediáticas*, correlato de las opciones políticas, que podemos encontrarnos, entonces y ahora, en el panorama de la prensa de ámbito nacional.

2) Marco Teórico

Para efectuar nuestro estudio hemos seguido el método del análisis de contenido, con el objeto de realizar una comparación de los textos periodísticos atendiendo a tres parámetros: los titulares, las noticias y las crónicas de la campaña electoral. Creemos que esta comparación debe ir acompañada de una reflexión en torno a dos disciplinas estrechamente asociadas, el estudio de la opinión pública y la comunicación política, como vía para elucubrar sobre la influencia que la difusión de noticias y opiniones periodísticas, la interpretación de la realidad por parte de los medios, pueda tener en el cuerpo social.

El mayor poder de los medios parece residir, en la actualidad, en la *tematización* o capacidad para fijar los temas de debate público. En lo que Lorenzo Gomis llama, en suma, “formación del presente social”. Este proceso supone, inevitablemente, una reducción de la realidad, que cumple un papel de cohesión social, pero también de excesiva simplificación de los temas. En un extremo, implica la conversión de la realidad en una serie de socorridos estereotipos, como ya destacó Walter Lippman en su obra fundamental de referencia, *Public Opinion* (1992). Por otro lado, la tematización implica la homogeneización en torno a los medios de grupos por lo demás divergentes en muchos aspectos. Como destaca Ángel Benito: “Hay un fenómeno de

homogeneización, al menos momentáneo, de gustos heterogéneos, que, sin los medios, quedarían aislados los unos de los otros. Nuestros útiles de difusión masiva se organizan para responder a las exigencias de esta vasta colectividad, heterogénea en su estructura social pero culturalmente homogeneizada; ellos organizan la expresión, las ideas y los sentimientos”. (1995: 273)

De cualquier manera, conviene recordar que esta homogeneización en los temas de debate público no tiene por qué suponer, y de hecho no lo supone en las sociedades democráticas, una homogeneización de corte ideológico; la fijación de temas de debate público también obedece a la necesidad de marcar unas pautas para confrontar las distintas propuestas que puedan surgir desde la sociedad o desde los propios medios. El periódico se dirige a una colectividad determinada, que por lo general comparte una visión del mundo determinado, por lo que podemos hablar de una importante fragmentación de “opiniones de los públicos”.

Por último, conviene recordar que, por el tema de análisis específico propuesto, el proceso electoral a través de los medios de comunicación, entroncamos con uno de los objetos de investigación más recurrentes en el estudio de la opinión pública; desde la aparición de la Teoría de la Comunicación como disciplina autónoma, a principios del siglo XX, hasta la actualidad, los estudios electorales se han insertado en el centro de la reflexión sobre los fenómenos asociados a la opinión pública. Quiere esto decir que nuestro análisis no sólo debe servir para constatar las diferentes visiones de la realidad social que podemos encontrar en los medios, sino para escudriñar la influencia que estas descripciones de la realidad puedan tener en los resultados electorales. La importancia de una campaña política para el resultado de unas elecciones ha sido relativizada o maximizada según las épocas. En la época de lo que Muñoz Alonso *et alii* han considerado “de disolución sociopsicológica de la opinión pública”, o la reducción del régimen de opinión a lo que reflejan los sondeos, se consideraba que la importancia de una campaña electoral, y la capacidad de influencia de los medios, era mínima. En épocas anteriores y posteriores, cuando se ha otorgado un mayor poder de influencia a los medios (en los años 20 - 30 por la fascinación con los nuevos medios de masas y la propaganda política, en la actualidad por la capacidad de fijación de temas de debate público –Agenda Setting- a la que ya hemos hecho referencia) la importancia de las

campañas electorales ha sido más considerada, por más que los estudios empíricos basados en las encuestas sigan estando muy presentes, particularmente en Estados Unidos. Una importancia siempre en relación con los medios, más que con las propuestas desglosadas por los políticos, porque lo que es indudable es que su condición de intérpretes privilegiados de la realidad social influye cada vez más en los modos de hacer política.

3) Análisis de materiales

Los tres periódicos que proponemos para el análisis de contenido ofrecen un Especial sobre las Elecciones generales, cuya extensión varía: 8 páginas el diario *ABC*, 10 páginas en *La Vanguardia*, y 22 en *El País*. Como veremos, esta aparente divergencia en la atención conferida por los periódicos a la campaña no es tal; si *ABC*, por ejemplo, deja fuera del Especial Elecciones todo lo referente a la situación en el País Vasco (que es tema de portada en los tres periódicos), *El País* engloba en el Especial Elecciones prácticamente toda la información Nacional, con temas tan livianamente relacionados, en principio, con la campaña como la investigación de irregularidades en la venta de Ertoil a la compañía francesa ELF Aquitaine. La relación con el proceso electoral se explica por la presunta implicación de Josep Piqué, ya entonces una de las estrellas principales del PP, en dicha venta. En realidad, la mayor o menor importancia relativa de la campaña en el cada periódico depende de la contaminación temática: la campaña electoral lo invade todo, y cualquier cosa puede leerse desde esta perspectiva, porque toda la información política, en cuanto interpretativa, favorece a uno u otro partido.

Los tres periódicos tienen como tema principal de portada las repercusiones del asesinato del socialista Fernando Buesa por parte de la banda terrorista ETA, si bien las diferencias son notables tanto en la forma como en el fondo. El diario *El País* es el único que, directamente en portada, lee este asunto en clave de campaña: “El asesinato de Buesa crispa el arranque de la campaña electoral”. *El País* se hace eco de las declaraciones cruzadas entre el PNV y los principales partidos políticos, ya entonces designados como “españolistas”, particularmente el PP. La interpretación que se hace en este titular es neutral, puesto que se limita a dejar constancia del enfrentamiento entre partidos, sin primar la postura de ninguno de ellos. Sin embargo, el titular de *La*

Vanguardia, “Arzalluz acusa a ETA de hundir el Pacto de Estella”, muestra la cara más amable, por decirlo así, del político nacionalista. De las declaraciones de Arzalluz (que acusó al PP de orquestar las protestas contra Ibarretxe en las manifestaciones anti ETA y de hacer electoralismo, entre otras cosas) destaca la parte que le dejan en mejor lugar, sin duda, puesto que ataca a los terroristas. Totalmente opuesto es el titular del diario *ABC*, que se centra en los ataques de PP y PSOE a un Xabier Arzalluz que es retratado de forma muy negativa. Sobreimpresionado sobre la fotografía de portada (Arzalluz y Egibar), el titular de *ABC* dice así: “PP y PSOE denuncian la indignidad de Arzalluz”, con lo que el periódico hace suyos, e incluso los aumenta de grado, los argumentos de los dos partidos mayoritarios contra el líder del PNV, catalogado de *indigno*. Podría parecer maniqueo por nuestra parte que asociáramos los tres titulares a la tendencia dominante en cada periódico (nacionalista español y conservador el *ABC*, nacionalista moderado catalán *La Vanguardia*, liberal – progresista *El País*), pero lo cierto es que la información interior confirma estas sospechas.

La noticia a la que los periódicos analizados dedican mayor atención en este primer día de campaña electoral es, como ya indicamos, todo lo relacionado con la situación política en el País Vasco y el fuego cruzado entre los partidos. Pero la manera de enfocar esta información varía notablemente. No sólo porque, ya desde la portada, cada diario focalice la atención en un aspecto determinado de la polémica, sino porque cada uno de ellos relaciona esta noticia con los inicios de la campaña electoral de forma más o menos explícita. El diario *ABC* mantiene en este sentido un recorrido radicalmente distinto a los otros dos periódicos, puesto que mantiene la información sobre el País Vasco fuera de su Especial Elecciones. Aunque *ABC* dedica más de 10 páginas a este tema (que de hecho es el asunto principal de portada), no lo hace dentro de la información correspondiente a la campaña electoral, que es leída en un tono quizá más clásico, de perfil institucional.

Totalmente distinta es la postura adoptada por *La Vanguardia* y *El País*. En *La Vanguardia*, la situación vasca no sólo es el tema central de la crónica diaria que abre la

información electoral, sino que las primeras páginas del Especial Elecciones se dedican a glosar las intervenciones en campaña de PNV, PP y PSOE al respecto. Más lejos aún irá *El País*, que dedica nada más y nada menos que nueve páginas de la información electoral a explicar todo lo relacionado con el conflicto vasco. Además de referirse con notable extensión a las declaraciones de Arzalluz y el comunicado del PNV, *El País* relata toda la información referente a los mitines del PP en clave vasca. Absolutamente toda la información dedicada estrictamente a la jornada electoral se pone en relación con las reacciones al atentado de ETA. Todas las declaraciones destacadas aluden al enfrentamiento entre el PNV y los dos partidos mayoritarios, e incluso declaraciones en principio ajenas a la lucha electoral (particularmente las del Rey Juan Carlos I condenando a ETA, pág. 27) se incluyen en la información de campaña. Las elecciones contaminan todos los ámbitos de la vida pública, y así lo reconoce *El País* implícitamente en su Especial. De hecho, habida cuenta de la relevancia otorgada de forma unánime a todo lo relacionado con el País Vasco en los medios de comunicación españoles, podría decirse que la contaminación es recíproca: la campaña electoral lo contamina todo, pero “la cuestión vasca” se sitúa en el centro de la vida política española y llega a incidir, a su vez, en el desarrollo de la campaña. Especialmente relevante resulta este fenómeno en lo que se refiere a la información sobre el PP, partido del que no se destaca una sola propuesta o declaración ajena a este conflicto, ofreciendo una imagen realmente monolítica en la que lo único que parece interesar al Gobierno, y particularmente a José María Aznar, es lo relacionado con el País Vasco.

Porque lo que debería resultar central en el Especial Elecciones, las actividades de campaña de los partidos, es prácticamente obviada por *El País*, que sólo hace referencia tangencial al lugar donde los partidos políticos hicieron las declaraciones... referentes a la cuestión vasca. En *La Vanguardia* ocurre algo parecido, si bien al menos se relatan con toda atención los acontecimientos de la campaña electoral en Catalunya, en una lectura en clave interna propia del periódico de Barcelona, que permite ofrecer otra visión del desarrollo de las elecciones. *ABC*, por el contrario, sí que dedica atención a la campaña electoral propiamente dicha de los partidos, aunque comparte con los otros periódicos analizados un problema común: el mitin de Almunia en Fuenlabrada terminó más tarde que el cierre de la edición de los tres diarios, con lo que tuvieron que cubrir la información referente al PSOE de forma harto peculiar; si *La Vanguardia* opta por

eludir en lo posible las referencias al mitin en sí y sustituirlas por información de las declaraciones del PSOE sobre el manido tema vasco, *ABC* decide glosar las declaraciones de Almunia en *El Socialista*, en donde desgranaba algunas de sus propuestas de gobierno, y *El País*, tras la inevitable referencia en los titulares al País Vasco, ofrece un curioso ejercicio de periodismo – ficción: se tiene la sensación de que la periodista está aventurando argumentaciones futuras de Almunia, más que informando sobre unas declaraciones concretas: Se trata de una información no sobre el mitin de Almunia, sino sobre las horas previas al mismo. De tal manera, la periodista divaga sobre las intenciones del candidato, realizando ciertos juicios de valor: “La intención de Joaquín Almunia, a pesar de que su discurso iba a estar marcado por estos sucesos, era la de insistir en la línea de que ‘los amigos de Aznar se están quedando con todo’, según los estrategas socialistas que con este argumento un tanto exagerado quieren simbolizar el reparto escasamente equitativo que ha hecho este Gobierno de los beneficios de la bonanza económica”. De alguna manera, aunque se rechaza la forma, la presentación del discurso del PSOE (“los amigos de Aznar”), la periodista aprueba el fondo, es más, lo ve como un hecho objetivo: el reparto de la riqueza con el Gobierno del PP ha sido manifiestamente mejorable.

La información sobre el PP sigue, a grandes líneas, los mismos derroteros: como ya indicamos, *El País*, aunque hace referencia al mitin de Oviedo, sólo lo hace para resaltar comentarios de Aznar en relación con el País Vasco, al igual que en la glosa de una entrevista de Aznar en RNE. Las declaraciones sobre otros temas brillan por su ausencia. *ABC* se refiere a esta entrevista, en la que las declaraciones sobre el País Vasco tuvieron mucho peso específico, pero también destaca otros asuntos comentados por el candidato del PP. Curiosamente, *ABC* no hace referencia alguna al mitin de Oviedo. *La Vanguardia*, por último, también informa sobre el acto del PP en Oviedo como lo hizo *El País*, privilegiando lo relacionado con el País Vasco.

La actualidad sobre IU, por último, varía notablemente según el periódico; *ABC* prioriza la información dedicada a Francisco Frutos, candidato de IU, sobre la correspondiente al PSOE, en un titular, “Frutos recuerda a Almunia que el pacto incluye las 35 horas por ley”, cuyas intenciones parecen claras: por un lado, destacar el tono izquierdista de los integrantes del pacto, tanto por el mero hecho de resaltar la importancia de IU sobre la

información dedicada al PSOE como por la incidencia en la jornada de 35 horas; por otro, buscar discrepancias entre los dos partidos firmantes del pacto de izquierdas. En *La Vanguardia*, por el contrario, la información se asocia a la noticia referida al PSOE, relatando tangencialmente unas declaraciones de Frutos sobre la viabilidad del pacto. El candidato minoritario, por tanto, queda minimizado. Finalmente, *El País* ofrece bastante información sobre la coalición electoral (una amplia noticia y una entrevista con Gaspar Llamazares, entonces candidato de la coalición en Asturias), resaltando además su alejamiento de la cuestión vasca. La noticia sobre IU se centra también en las declaraciones de Frutos sobre la viabilidad del pacto, leído como positivo para ambos partidos, y la necesidad de hacer políticas diferentes.

Los tres periódicos ofrecen, en el comienzo de sus respectivos especiales sobre la campaña electoral, una crónica que trata de interpretar lo más importante del día. *La Vanguardia*, en una información firmada por José Antich, se centra nuevamente en el conflicto vasco (“La campaña empieza mirando a Euskadi”), que se marca como uno de los principales temas de campaña, destacando el enfrentamiento PP – PNV, lo que deja en un segundo plano el debate de ideas con la oposición, particularmente el Pacto de Izquierdas. A continuación, Antich comenta las elecciones en clave interna, explicando las posibilidades de CiU en calidad de partido – bisagra que en los últimos años ha facilitado la gobernabilidad en el Estado. *El País*, sin embargo, en una larga crónica firmada por Xavier Vidal – Folch, destaca ante todo que nos encontramos ante unas elecciones donde no hay nada decidido, y por tanto se aventuran como muy interesantes. Vidal – Folch enaltece la figura política de Joaquín Almunia, considerado el vencedor de la precampaña gracias al “acierto” del pacto con IU, y al mismo tiempo destaca que los problemas de última hora se le acumulan al Gobierno. El periodista se pregunta si el crecimiento económico será suficiente argumento para los electores. Llama la atención un análisis semejante por parte del periodista, que se limita a incidir, en un principio, en errores del Gobierno (El Ejido, Pimentel, etc.) y en aciertos de la oposición, para concluir que, contrariamente a lo que en un principio se pudiera sospechar, pese a la incertidumbre generada por el pacto de izquierdas, esta es una campaña totalmente abierta. Finalmente, ABC destaca en la portada del Especial Elecciones un comentario, firmado por “Idus”, en el que se hace referencia al inicio de la campaña electoral, la tradicional pegada de carteles, que se compara con una liturgia

algo anacrónica y carente de significado, así como de utilidad, más allá que la aparición rutinaria de los candidatos en la televisión satisfaciendo el rito. Una imagen de dos vallas publicitarias enfrentadas, con los rostros de Aznar y Almunia, completa la información.

Por último, y además de una serie de secciones fijas que se repiten más o menos en los tres periódicos (entrevistas a representantes del mundo cultural en relación a las elecciones, análisis de algún tema de importancia en concreto – *El País*, la Administración de Justicia-, o de una circunscripción electoral – *La Vanguardia*, Castilla – La Mancha), destaca la información aparecida a propósito de la decisión de la Junta Electoral Central, rechazando un recurso del PSOE sobre la manipulación en los informativos de TVE. *La Vanguardia* (José María Brunet) destaca que, si bien la J.E.C. denegó la petición del PSOE, sí que apoyó las de los nacionalistas, que se quejaban de su “nula” presencia en el Ente Público. *ABC*, a diferencia de *La Vanguardia*, no destaca en ningún momento que la J.E.C. diera la razón a los partidos nacionalistas, y de hecho de su información se podría incluso colegir lo contrario. Por último, destaca la tangencial información (una columna lateral) que ofrece el diario *El País* al respecto. Contrasta poderosamente cómo una noticia de la que en otros periódicos analizados (*ABC*) se ha llegado a ofrecer una página entera de información, aquí sea despachada en una columna marginal (pese a lo cual, *El País*, como *ABC*, le dedica un editorial al asunto). Observamos cómo cada periódico enfoca el análisis de la realidad según sus afinidades, sea por estar los temas que convienen sobrerrepresentados (*ABC*) o infrarrepresentados (*El País*).

4) Conclusión

El análisis del material expuesto ha mostrado cómo la agenda de temas de interés informativo en los tres periódicos es notablemente similar; sin embargo, existen discrepancias importantes en la forma de presentar esta información, otorgando más o menos relevancia a determinados temas, y sobre todo en la tendencia ideológica subyacente a la información. Con una claridad meridiana, cada uno de los tres medios analizados prefiere ahondar en aquellos temas que le resulten más afines (la

información sobre partidos nacionalistas en *La Vanguardia*, la resolución de la JEC, negativa para el PSOE, en *ABC*, el monolítico discurso del PP sobre la cuestión vasca, en *El País*), y excluir los menos agradables. Al mismo tiempo, la interpretación de los hechos difiere notablemente en los tres periódicos. Frente a una oposición que parece “una jaula de grillos”, como destaca *ABC* refiriéndose tanto al pacto de izquierdas como a la resolución de la JEC, *El País* destaca la fortaleza de dicho pacto y los problemas que aquejan al Gobierno, y *La Vanguardia* otorga una gran relevancia a los partidos nacionalistas, particularmente CiU, y se especula sobre sus opciones de apoyar al futuro Gobierno. Por último, cabe destacar la contaminación temática que implica la información sobre las Elecciones, que en algunos casos (*El País*) es absoluta, en *La Vanguardia* sólo relativa (el conflicto vasco) y en *ABC* más liviana.

5) Bibliografía:

- Benito, Ángel, *La invención de la actualidad*, Madrid, Fondo de Cultura Económica, 1995.
- Fontcuberta, Mar, *La noticia*, Barcelona, Paidós, 1993.
- Gaitán, J., y Piñuel, J., *Técnicas de investigación en comunicación social*, Madrid, Síntesis, 1998.
- Gavaldà, Josep Vicent, “Medioptrías y sondeoscopios”, *Eutopías vol. 127*, Valencia, Episteme, 1996.
- Gómez Mompart, Josep Lluís, *Los titulares en prensa*, Barcelona, Mitre, 1982.
- Gomis, Lorenzo, *El medio media: la función política de la prensa*, Madrid, Seminarios y Ediciones, 1974.
- Gomis, Lorenzo, *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*, Barcelona, Paidós, 1991.
- Lippmann, Walter, *Public Opinion*, Nueva York, Free Press, 1997.

- López Eire, Antonio, y de Santiago Guervós, Javier, *Retórica y comunicación política*, Madrid, Cátedra, 2000.
- Reig, Ramón, *Medios de comunicación y poder en España*, Barcelona, Paidós, 1998.
- VV.AA., *Opinión pública y comunicación política*, Madrid, Eudema, 1992.
- Van Dijk, Teun A., *La noticia como discurso*, Barcelona, Paidós, 1990.
- Van Dijk, Teun A., “Opiniones e ideologías en la prensa”, en *Voces y culturas*, N° 10, II Semestre de 1996