

Negativismo mediático y campaña electoral en las Elecciones Generales de 2008

Negative Media Coverage and the Electoral Campaign in the 2008 General Election

Antón R. Castromil

Palabras clave

- Polarización mediática
- Campañas electorales
- Coberturas negativas
- Elecciones de 2008
- España

Key words

- Media Polarization
- Electoral Campaigns
- Negative Coverage
- 2008 Election
- Spain.

Resumen

Este trabajo pretende entender el modo de actuar de la prensa de referencia española en el contexto de unas elecciones muy concretas: Las Elecciones Generales de 2008. Para ello, hemos analizado la cobertura de parte de la prensa de referencia (*El País*, *El Mundo* y *Abc*) para comprobar si la selección de temas (*agenda setting*) y su encuadre (*framing*) tuvo una intención política y estratégica, además de meramente informativa. La prensa dispone, por lo menos, de dos opciones en el contexto de unas elecciones: presentar a sus lectores una cobertura más bien neutral o, por el contrario, teñirla de un claro partidismo. Nuestros datos indican que ha sido esta última la opción mayoritaria, tomando, además, la vía del ataque al adversario.

Abstract

This paper aims to understand the behavior of Spain's main media within a specific electoral context: the 2008 General Election. To this end, we analyzed the coverage of the major Spanish newspapers (*El País*, *El Mundo* and *Abc*) in order to determine whether their agenda setting and framing had political motives, in addition to the merely informative intention. Spanish media had at least two options within the context of the elections: to offer their readers a neutral coverage or, on the contrary, to taint it with obvious partisanship. Our findings demonstrate the predominance of the latter option.

INTRODUCCIÓN¹

Las Elecciones Generales de 2008 suponen la reválida de José Luis Rodríguez Zapatero al frente del Gobierno tras su llegada al poder tras los trágicos sucesos del 11 de marzo de 2004 en Madrid. En aquellas elecciones la victoria socialista —inesperada hasta cierto

punto²— dará lugar a una situación y a una dinámica de enfrentamiento entre el Gobierno y la oposición que se extenderá a lo largo y ancho de toda la legislatura 2004-2008. Es la denominada «política de la crispación» (Gil Calvo, 2008; González y Bouza, 2009; Maravall, 2008; Montero y Lago, 2010; Urquizu, 2008).

¹ El autor agradece a Fermín Bouza, Juan Jesús González, Ignacio Urquizu, José Luis Dader y Raquel Rodríguez sus valiosas aportaciones y sugerencias a versiones anteriores de este trabajo.

² Algunos autores sostienen que el PSOE hubiese ganado independientemente de los sucesos del 11 de marzo (Lago y Montero, 2005; Santamaría, 2004).

En este tipo de acción política el partido de la oposición, el Partido Popular de Mariano Rajoy, y el Gobierno del PSOE extienden sus enfrentamientos a temas otrora considerados de Estado. Esto es, libres de las luchas partidistas y caracterizados por el consenso (Balaguer y Sanz, 2010). El terrorismo y la organización territorial del Estado entrarán a formar parte, a partir de este momento, de la lucha partidista entre PSOE, PP y sus respectivos apoyos mediáticos.

Esta polarización y crispación está íntimamente relacionada con lo que algunos autores han denominado «desenfreno mediático» (González y Bouza, 2009), en referencia a una situación en la que los medios «en lugar de fomentar la formación de opinión de la audiencia, [...] se afanan por encuadrar su toma de partido a favor de alguno de los bandos en conflicto, de tal suerte que la política queda reducida a una fuente de ruido mediático desprovista de toda finalidad que no sea la crispación y el cinismo» (ibíd.: 192).

En este sentido, el objetivo principal de la investigación será comprobar si la selección de temas (*agenda setting*) y su encuadre (*framing*) —tal y como afirma la literatura precedente— tienen una intención política al estilo del «pluralismo polarizado» descrito por Hallin y Mancini (2004) y la crispación y desenfreno mediáticos (González y Bouza, 2009). ¿Existe esta tendencia en las elecciones de 2008 en España?

La evidencia empírica que hemos podido recabar nos permite localizar los principales temas de campaña, entre los que, efectivamente, el terrorismo tiene un protagonismo especial. Pudimos comprobar también la importancia que los distintos medios objeto de estudio otorgaron a las diferentes cuestiones sometidas a debate en la campaña y, en un momento posterior, conectar tal tratamiento con el tono dispensado a los dos principales partidos políticos con opciones de victoria en 2008: PP y PSOE.

La conexión entre el periódico que publicó la noticia y el tono favorable/desfavorable al candidato o partido afín/contrario nos muestra un escenario mediático altamente polarizado. La prensa de referencia se convirtió mucho más en un lugar de lucha política que de intercambio de información y creación de una opinión pública independiente.

Pero no se trata de una polarización cualquiera, sino de una relación medios-política en la que el ataque al adversario prima mucho más que la defensa del candidato o partido más próximo. Es decir, la fórmula del negativismo mediático es la preferida por *El País*, *El Mundo* y *Abc* para hacer campaña en 2008. Esta es la principal contribución de nuestra investigación a la comprensión general del modo de actuar de los medios españoles en una campaña electoral.

Nuestro estudio comenzará definiendo el «suelo teórico» que vamos a «pisar» durante toda la investigación (*agenda setting*, *framing* y polarización), la metodología que hemos utilizado para el análisis (técnicas estadísticas, características de la muestra y diseño experimental) y los principales hallazgos alcanzados.

SELECCIÓN, ENCUADRE Y PLURALISMO POLARIZADO

Nuestro trabajo se apoya en algunas de las aportaciones más importantes en la moderna investigación sobre los efectos políticos de los medios de comunicación: la teoría de *agenda setting* (selección del tema), el *framing* (encuadre), el enfoque sistémico de Hallin y Mancini (2004) (polarización mediática) y el uso estratégico del *priming*.

La teoría del establecimiento de la agenda por parte de los medios de comunicación o teoría de *agenda setting* es una perspectiva que estudia los temas de debate público a partir de los cuales se forma la opinión pública. Ya a principios de la década de los años setenta, Funkhouser y McCombs (1971: 107)

y McCombs y Shaw (1972) sostenían que el origen de la mayor parte de la información política de los ciudadanos proviene de los medios de comunicación, y que son estos la principal fuente que utilizan para conocer la política nacional.

En los últimos años, la teoría de *agenda setting* ha incorporado el concepto de marco, encuadre o *framing*. La denominación resulta enormemente gráfica, ya que se refiere al enmarcado en el que los medios de comunicación circunscriben cada uno de los temas que seleccionan y presentan ante sus audiencias (Entman, 1993).

Las aportaciones de Hallin y Mancini (2004) resultan de gran interés para comprender mejor el contexto político-social en el que tal selección y encuadre de temas tiene lugar. Para estos autores, el conjunto de medios de comunicación presente en una comunidad política depende de la sociedad en la que se inserta. En este sentido, podemos hablar de tres tipos ideales de sistemas mediáticos mundiales: el mediterráneo o de pluralismo polarizado, el centroeuropeo o de corporativismo democrático y el liberal, propio del mundo anglosajón.

El sistema que a nosotros nos interesa (el pluralismo polarizado)³ nos resulta muy familiar. En él se describe una situación en la que los medios de comunicación no actúan tanto como instancias independientes del poder político, sino que se conciben como una prolongación de aquellos. La lucha partidista se traslada a la arena mediática y, más que una misión informativa, los medios se entregan al proselitismo y el ataque al adversario mediante la utilización estratégica de su capaci-

dad de establecer asociaciones (*priming*)⁴ entre los temas de debate y la percepción negativa o positiva de líderes y partidos políticos (Kelleher y Wolak, 2006; Van der Drug, Semetko y Valkenburg, 2007). ¿Sucede esto en España? Veámoslo a través de los datos disponibles.

METODOLOGÍA

A la hora de diseñar la muestra de la cobertura sobre las Elecciones Generales de 2008 tuvimos que tomar dos decisiones muy delicadas y que, de alguna manera, nunca llegarán a alejar de manera definitiva ciertos riesgos e insuficiencias en nuestro estudio. En primer lugar, el tipo de medio de comunicación a partir del cual vamos a estudiar el negativismo (prensa, radio, televisión o «medios de nuevo cuño») y, en un segundo momento, los medios concretos más idóneos dentro de una de estas «familias» de medios de comunicación.

En la primera cuestión nos decantamos por la prensa nacional denominada de «referencia». Somos conscientes de que, por comparación con la televisión, la prensa escrita tiene una capacidad de penetración en la población española ciertamente limitada.

Sin embargo, investigaciones actuales (González y Bouza, 2009; Rodríguez y Castromil, 2010) parecen apuntar a un cierto «contagio» de temas y encuadres desde el periodismo escrito al resto de medios de comunicación audiovisuales. Es decir, el encuadre sobre los diferentes temas de campaña del diario *El País*, por ejemplo, es posteriormente transmitido al resto de la población a través de la radio del grupo al que pertenece (Cadena Ser) y de algunos otros

³ El sistema liberal se insertaría en la tradición más clásica de un tipo de periodismo independiente, de iniciativa privada y vigilante del poder (Hallin y Mancini, 2004: 198) frente al modelo centroeuropeo, donde se combinan altas dosis de cercanía de los medios a los partidos políticos con un importante grado de corporativismo de la profesión periodística (ibid.: 143).

⁴ Ha habido autores en España que han denominado a este fenómeno «metacobertura». La metacobertura busca la deslegitimación por parte del medio de comunicación del «mensaje del candidato menos afecto al medio» (Humanes, 2009).

TABLA 1. Consumo de información política en 2008

	Prensa escrita		Televisión		Radio	
	N	%	N	%	N	%
Alguna vez	3.277	53,9	5.294	87,0	2.381	39,1
Nunca o casi nunca	2.780	45,7	776	12,8	3.638	59,8
NC	26	0,4	13	0,2	64	1,1
TOTAL	6.083	100	6.083	100	6.083	100

Fuente: Recodificación a partir de la Encuesta Postelectoral CIS 2008 (Estudio 2757).

medios audiovisuales que, si bien no pertenecen al grupo, sí que pueden compartir con él una cierta alineación ideológica (TVE, TV3...). Y algo parecido sucede con *El Mundo* y *Abc* a través de canales de televisión como Antena 3 o Telemadrid, entre otros, y cadenas de radio como la COPE, Onda Cero o Punto Radio. El periódico de referencia del grupo afín ideológicamente ejerce un rol que podríamos denominar de «timonel», marcando el camino a seguir al resto de medios de comunicación audiovisuales. De este modo, los contenidos de la prensa terminan llegando al grueso de la población, aunque esta no los lea directamente (Rodríguez y Castromil, 2010).

Este es el principal motivo por el que creemos que, a pesar de todo, resulta adecuado acudir a la prensa de referencia para estudiar el negativismo en unas Elecciones Generales como las que nos ocupan.

Por otro lado, debemos abordar también la cuestión de qué cabeceras concretas vamos a incluir en la muestra de «prensa de referencia». ¿Qué periódicos son realmente prensa de referencia? Nuevamente aparecen dificultades y, según el investigador encargado de la selección, las manchetras serán unas u otras.

Entendemos que trabajar con *El País*, por el lado del centro-izquierda, y *El Mundo* por el del centro-derecha, parece lo más razonable y la decisión que, quizá, obtenga más consenso en la comunidad investigadora.

En el año 2008 la prensa nacional más numerosa se situaba en el espectro ideológico de la derecha con cabeceras como *El Mundo*, *Abc* y *La Razón* frente a una izquierda en la que, además de *El País*, acababa de aparecer *Público* (septiembre de 2007)⁵.

Por este motivo decidimos incluir otro rotativo más del centro-derecha. Dentro del conservadurismo mediático, por tradición, implantación y diferenciación con *El Mundo* nos hemos decantado por *Abc*.

El seguimiento de *El País*, *El Mundo* y *Abc* se extendió desde el 1 de febrero hasta los tres días posteriores a las Elecciones Generales, celebradas el 9 de marzo de 2008. Es decir, hemos codificado tanto la precampaña (1-21 febrero) como la campaña electoral propiamente dicha (22 febrero-12 marzo).

Han entrado a formar parte de la muestra la totalidad de la información publicada sobre las Elecciones Generales de 2008⁶. El

⁵ Con el transcurso de la legislatura 2008-2011 el diario *Público* se ha ido consolidando y haciéndose un hueco en el espacio ideológico situado a la izquierda del PSOE.

⁶ Con dos únicas excepciones. Los artículos de opinión de colaboradores no han entrado a formar parte de la muestra ya que para estudiar de manera más realista el negativismo de cada uno de los medios objeto de estudio en cuanto instituciones parece desaconsejable incluir la opinión de personas ajenas al propio medio de comunicación aunque —a veces pero no siempre— sus opiniones estén cerca de la línea editorial del periódico. Por otro lado, tampoco se han codificado algunos especiales de las elecciones por dos motivos: 1) han sido muy minoritarios, residuales y anecdóticos; 2) la prensa de re-

TABLA 2. Distribución temporal y volumen de la muestra

	<i>El País</i>		<i>El Mundo</i>		<i>Abc</i>		TOTAL	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Precampaña (01/02/2008-21/02/2008)	**230-	41,5	353-	45,4	**417+	53,5	1.000	47,3
Campaña (22/02/2008-09/03/2008)	**270+	48,7	351+	45,1	**310-	39,7	931	44,1
Postcampaña (10/03/2008-12/03/2008)	54+	9,7	74+	9,5	**53-	6,8	181	8,6
TOTAL	554	100	778	100	780	100	2.112	100

Nota: RTC⁷ en superíndices. Sig. (95%) marcada en (**). $X^2 = 21,58780367044$ gl = 4 Sig. = ,000.

Fuente: Elaboración propia.

estudio contiene un total de 2.112 noticias repartidas de manera muy similar en el caso de *El Mundo* y *Abc* (778 y 780 noticias, respectivamente) y algo inferior en el caso de *El País* (554).

Para un mejor manejo de los datos obtenidos utilizamos dos estadísticos complementarios: la prueba del chi-cuadrado de Pearson y el análisis de residuos tipificados corregidos de Haberman.

La primera de estas técnicas —el chi-cuadrado, ji-cuadrado o X^2 — expresa la relación existente entre dos variables categóricas tomadas en su conjunto. Y todo ello asociado a un índice de significación estadística. Al pie de cada tabla en la que realizamos la prueba del X^2 ofrecemos al lector su valor con todos los decimales y los grados de libertad en los que se basa su significación estadística, que si es superior a 0,050 podemos descartar la hipótesis nula de la independencia y concluir que entre tales variables existe algún tipo de relación.

Una vez detectada una asociación entre variables mediante un X^2 significativo, resulta de interés conocer en qué categorías de cada variable se encuentran tales diferencias, información que el estadístico de Pearson no está en condiciones de ofrecer, pero sí el de Haberman. Mediante el cálculo de los residuos tipificados corregidos podemos identificar tales casillas con una clara sobre o infra representación, asociado a un nivel de confianza del 95%.

Tal significación estadística la expresamos en las tablas mediante un doble asterisco (**) previo a la frecuencia de la casilla de la que se trate. Además, para que el lector conozca la dirección de tal significación, añadimos después de cada frecuencia un superíndice positivo (+) o negativo (-) que la expresa. Y este superíndice aparece tanto en las frecuencias de las casillas que gozan de significación estadística (**) como en las que carecen de ella. Así, el lector dispondrá de información sobre la dirección (sobre o infra representación) de todas las casillas de la tabla⁸, aunque no hayan superado el valor 1,96 (ya sea positivo o negativo), que es el que expresa la significación estadística.

ferencia, al menos la estudiada aquí, ha preferido concentrar su información electoral dentro de la sección de nacional. Por ello esta sección del periódico ha sido la que ha entrado a formar parte de la muestra de manera exhaustiva.

⁷ Residuos tipificados corregidos.

⁸ Salvo las casillas que ofrecen un residuo igual a cero, que carecen de superíndice.

La técnica utilizada para el tratamiento de la información consiste en la lectura completa de la noticia y su codificación informática mediante un plan estructurado y precodificado en el que destacan variables de información técnica-general, de información de la campaña, temática, tono, apelación, protagonista y partido político al que pertenece tal protagonista⁹.

RESULTADOS

Los temas de debate en las Elecciones Generales de 2008

El área «temática» de nuestro plan de códigos engloba dos variables denominadas «tema general» y «tema específico». El tema general codifica las grandes áreas temáticas en las cuales se puede incluir la noticia (propuestas, ataques, análisis...). En concreto, establecemos cinco categorías generales, tal y como muestra la tabla 3: 1) las «propuestas o promesas» (elocuciones propositivas, 6% de la muestra), 2) los «ataques o críticas al rival» (elocuciones de ataque, 8,7%), 3) «anécdotas», ya que los medios de comunicación cubrieron también la campaña electoral de 2008 en clave anecdótica y superficial (4,8% de la cobertura)¹⁰, 4) «impresión personal» hace referencia al denominado periodismo de declaraciones (impresión personal de un líder o candidato, 15,2%), 5) por último, «análisis del periódico» es la categoría con una mayor importancia. Es decir, la mayor parte de la cobertura de las Elecciones Generales de 2008 (más del 65%) puede ser considerada como un periodismo de corte analítico.

TABLA 3. *Temática general de la cobertura 2008*

	N	%
Propuesta o promesa	126	6,0
Ataque/crítica al rival	183	8,7
Anécdota	101	4,8
Impresión personal	321	15,2
Análisis del periódico	1.381	65,4
TOTAL	2.112	100

Fuente: Elaboración propia.

Es, por lo tanto, en la categoría «análisis del periódico» donde *El País*, *El Mundo* y *Abc* ofrecen el encuadre (*framing*) de cada uno de los temas de campaña más importantes en 2008. Si la tabla 3 nos ofrecía una visión general sobre las grandes áreas temáticas que han sido más o menos recurrentes a lo largo de los días previos a las Elecciones Generales de 2008, la tabla 4 se fija en la totalidad de temas concretos (*agenda setting*) que protagonizan la mayor parte de la cobertura.

TABLA 4. *Agenda temática de la cobertura 2008*

	N	%
Terrorismo	335	15,9
Debates electorales	208	9,8
Economía	154	7,3
Cuestiones territoriales	128	6,1
Sondeos	108	5,1
Inmigración	102	4,8
Política social	99	4,7
Iglesia católica	95	4,5
Otro	796	37,7
TOTAL	2.025	95,9
No procede	87	4,1
TOTAL	2.112	100

Fuente: Elaboración propia.

Destaca, en primer lugar, el terrorismo como el tema con una mayor atención por parte de los tres periódicos objeto de estudio (15,9% del total de la cobertura). Hay que recordar que en marzo de 2006 la banda terrorista ETA declaraba un «alto el fuego permanente», lo que abría un nuevo horizonte

⁹ El plan de códigos completo se encuentra a disposición de la comunidad investigadora en www.ucm.es/info/socvi/castromil/datos/publicaciones/anexos.pdf.

¹⁰ Se trata esta de una tendencia muy periodística. En vez de fijarse en las grandes propuestas programáticas e ideológicas de los partidos y candidatos, los medios de comunicación prefieren en muchas ocasiones lo extraño, lo raro, lo anecdótico.

para una salida dialogada al problema de la violencia en el País Vasco.

A principios de la legislatura (marzo de 2004), los problemas económicos no constituían una especial preocupación para los españoles, según revelan los sucesivos barómetros que el CIS ha ido haciendo públicos. Pero a partir de septiembre de 2007 la cuestión empieza a tomar importancia y en el momento de celebración de las elecciones la marcha de la economía constituye ya uno de los temas más importantes de la agenda pública, adelantando a la inmigración y el terrorismo.

La vertebración territorial del país ocupa el cuarto rango en importancia (6,1% de la cobertura total) y, en muchas ocasiones, apareció asociado a otro tema fronterizo —el terrorismo— que, recordemos, es el tema de agenda más importante de la cobertura (15,9%).

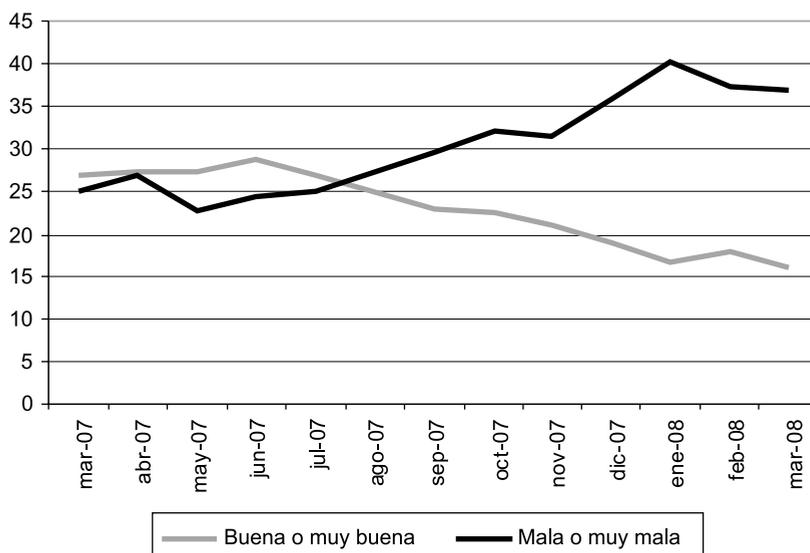
La inmigración se sitúa en un nada despreciable sexto lugar en importancia (4,8%), sobre todo por la polémica propuesta del líder del Partido Popular, Mariano Rajoy, del

conocido como «contrato de integración» para inmigrantes.

Las dos últimas *issues* de debate codificados (Política social, 4,7% e Iglesia católica, 4,5%) son dos cuestiones muy polémicas a lo largo de la campaña electoral de 2008. El primero se erigió en el arma principal que el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero utiliza para intentar captar el voto de las clases trabajadoras (principalmente a través de la deducción de 400 euros en el IRPF). El codificado como «Iglesia católica» recoge la irrupción de la jerarquía eclesiástica en campaña pidiendo el voto en contra de los socialistas por cuestiones como la posible ampliación del aborto o la legalización de la eutanasia.

Los datos de la tabla 5 son muy claros: estadísticamente existe una clara diferencia en la importancia que los tres periódicos conceden a la *issue* terrorismo. *El Mundo* y *Abc* la tratan de manera extensiva (49,4 y 48,6%, respectivamente), mientras que *El País* tiende a pasar mucho más «de puntillas» sobre la

GRÁFICO 1. Percepción ciudadana sobre la marcha de economía (2007-2008)



Fuente: Barómetros CIS (2007-2008).

TABLA 5. Distribución mediática de los cinco principales temas en 2008

	<i>El País</i>		<i>El Mundo</i>		<i>Abc</i>		TOTAL	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Economía	**57+	24,2	56+	21,0	**41-	14,5	154	19,6
Terrorismo	**66-	28,0	**132+	49,4	**137+	48,6	335	42,7
Inmigración	**39+	16,5	28-	10,5	35-	12,4	102	13,0
Iglesia católica	34+	14,4	25-	9,4	36+	12,8	95	12,1
Política social	**40+	16,9	26-	9,7	33-	11,7	99	12,6
TOTAL	236	100	267	100	282	100	785	100

Nota: RTC en superíndices. Sig. (95%) marcada en (**). $X^2=35,44156628511$ gl=8 Sig.=,000.

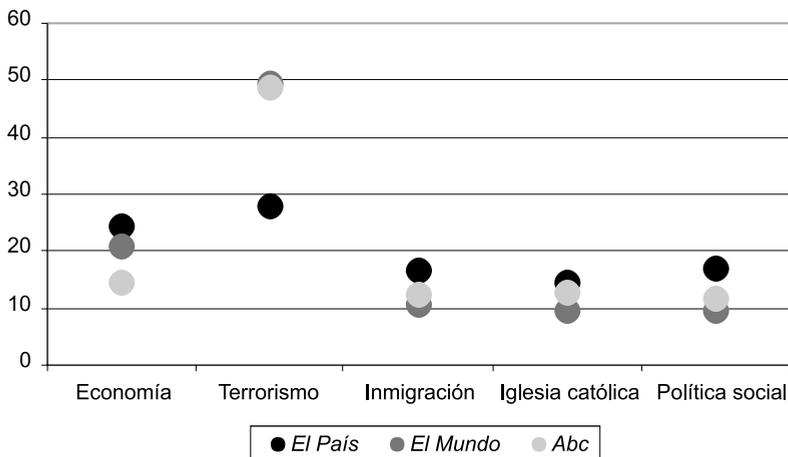
Fuente: Elaboración propia.

cuestión. La prensa más hostil al gobierno socialista podría estar optando por este tema de debate como el preferido para mostrar la conveniencia de un cambio de gobierno. Volvemos sobre esta cuestión más adelante.

El País, aun considerando el terrorismo como el tema más importante de su cobertura (28%), reparte mucho más que los otros dos diarios el porcentaje de seguimiento de los temas de campaña. Se observa en el dia-

rio del Grupo Prisa una tendencia a nivelar su cobertura entre valores que oscilan entre el 30 (terrorismo) y el 14% (Iglesia católica), mientras que *El Mundo* y *Abc* hacen una clara apuesta temática para 2008: el extenso tratamiento del terrorismo como eje temático de su cobertura, tal y como muestra de manera muy clara el gráfico de dispersión.

Los cuatro temas restantes presentan una frecuencia bastante similar entre los tres pe-

GRÁFICO 2. Dispersión de los cinco principales temas en 2008

Fuente: Elaboración propia.

riódicos objeto de estudio, con algunas diferencias menores entre *El País* y *Abc*.

El tono de los temas de debate

El tono permite clasificar la cobertura según la noticia haya sido favorable o desfavorable al PP o al PSOE. Entramos, por lo tanto, en cuestiones relacionadas ya mucho más con la labor de encuadre y toma de partido más directa por parte de los medios de comunicación. Los datos ofrecidos por la tabla 6 nos indican que existe algún tipo de relación (X^2 significativo) entre las noticias desfavorables al PSOE y las neutrales, por un lado, y el periódico que publica la noticia¹¹. La prueba de residuos tipificados corregidos nos aporta algo más de luz.

¹¹ En las categorías «Favorable al PP», «Desfavorable al PP» y «Favorable al PSOE» no se puede descartar la hipótesis nula de la independencia en la prueba del X^2 , por lo que han sido excluidas de la tabla.

El Mundo y *Abc* ofrecen una cobertura claramente sobrerrepresentada en esta categoría (42 casos, 52,5%, y 39 casos, 34,8%, respectivamente) frente a *El País* (2 casos, 8%), lo que confirma que la lucha partidista en las Elecciones Generales de 2008 se desarrolla en torno al tema terrorismo. Es decir, la prensa más opuesta al gobierno de Rodríguez Zapatero ha elegido este tema para hacer oposición. Aquí es donde, de manera más clara, se observa el uso estratégico que los medios realizan de la selección de un tema de campaña (terrorismo, en este caso) con la clara intención de debilitar a la opción política rival.

Del total de 217 noticias desfavorables al PSOE, el 38% se localiza en el tema terrorismo y del total de noticias desfavorables a los socialistas publicadas por *El Mundo*, más de la mitad (52,5%) se centra en este asunto. En *Abc* el dato es también muy revelador: el 34,8% de los ataques al PSOE es sobre terrorismo.

TABLA 6. Tono de los cinco principales temas en 2008

		<i>El País</i>		<i>El Mundo</i>		<i>Abc</i>		TOTAL	
		N	%	N	%	N	%	N	%
Desfavorable al PSOE	Economía	**15+	60,0	25-	31,3	30-	26,8	70	32,3
	Terrorismo	**2-	8,0	**42+	52,5	39-	34,8	83	38,2
	Inmigración	1	4,0	2-	2,5	6+	5,4	9	4,1
	l. católica	7+	28,0	10-	12,5	24+	21,4	41	18,9
	Política social	0-	0,0	**1-	1,3	**13+	11,6	14	6,5
	TOTAL	25	100,0	80	100,0	112	100,0	217	100,0
Neutral	Economía	**19+	15,2	17+	14,3	**2-	1,6	38	10,2
	Terrorismo	**54-	43,2	71+	59,7	**88+	68,2	213	57,1
	Inmigración	12+	9,6	9-	7,6	11+	8,5	32	8,6
	l. católica	13+	10,4	9-	7,6	12+	9,3	34	9,1
	Política social	**27+	21,6	13-	10,9	16-	12,4	56	15,0
	TOTAL	125	100	119	100	129	100	373	100

Nota: RTC en superíndices. Sig. (95%) marcada en (**).

—Favorable al PP: $X^2= 10,30311986864$ gl=8 Sig.=,244 (excluida)

—Desfavorable al PP: $X^2= 4,782138496424$ gl=8 Sig.=,781 (excluida)

—Favorable al PSOE: $X^2= 15,30455751145$ gl=8 Sig.=,053 (excluida)

—Desfavorable al PSOE: $X^2= 31,31301105117$ gl=8 Sig.=,000 (incluida)

—Neutral: $X^2= 28,01298459377$ gl=8 Sig.=,000 (incluida)

Fuente: Elaboración propia.

TABLA 7. Tono total de la cobertura 2008

	<i>El País</i>		<i>El Mundo</i>		<i>Abc</i>		TOTAL	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Favorable al PP	**14-	2,6	81+	11,1	**115+	15,2	210	10,4
Desfavorable al PP	**111+	20,8	**49-	6,7	**7-	0,9	167	8,3
Favorable al PSOE	**76+	14,2	**27-	3,7	**19-	2,5	122	6,0
Desfavorable al PSOE	**41-	7,7	**234+	32,0	**299+	39,5	574	28,4
Neutral	**292+	54,7	340-	46,5	**317-	41,9	949	46,9
TOTAL	534	100	731	100	757	100	2.022	100

NOTA: RTC en superíndices. Sig. (95%) marcada en (**). $X^2= 410,7462471635$ $gl=8$ Sig.=,000

Fuente: Elaboración propia.

Por ello, parece demostrado que el ataque al PSOE en torno a cuestiones relacionadas con el terrorismo es el lugar donde *El Mundo* y *Abc* se sienten más a gusto a la hora de desgastar a los socialistas a lo largo y ancho de la campaña electoral de 2008.

Dentro de esta misma categoría (Desfavorable al PSOE), el tema que sí utiliza *El País* para demostrar una cierta ambivalencia ante el gobierno del PSOE es la economía (15 noticias, 60% de la cobertura negativa hacia el PSOE). Aunque tanto *El Mundo* como *Abc* presentan un volumen de noticias negativas que duplica a las de *El País*.

El País no hace desaparecer el terrorismo de su cobertura, sino que lo trata mayoritariamente de forma neutral (43,2%) frente a *El Mundo* y *Abc*, mucho menos asépticos (59,7 y 68,2%). Tal neutralidad se aplica a noticias ciertamente menores¹² y se combina con altas dosis de negatividad hacia las posturas del PSOE en las informaciones más importantes del día.

Los medios de comunicación prefieren, puestos a no ser neutrales, un tipo de cober-

tura negativa hacia sus «enemigos» en mucha mayor medida que otra de corte positiva hacia su opción próxima. Para comprobar esta tendencia, hemos construido una nueva tabla (véase la tabla 7).

Como se puede observar contamos con un X^2 significativo y un análisis de residuos que confirma la polarización de la prensa de referencia española en las Elecciones Generales de 2008. De las noticias positivas hacia el PP, la mayoría se ubican en *El Mundo* (11,1%) y, sobre todo, en *Abc* (15,2%) y sufren una clara infrarrepresentación en *El País* (2,6%). Las positivas hacia el PSOE invierten tendencias y ahora es *El País* (14,2%) el diario que presenta una clara sobrerrepresentación frente a la infrarrepresentación de *El Mundo* (3,7%) y *Abc* (2,5%).

Pero los datos más interesantes los descubrimos al comparar estas tendencias con la otra forma de hacer campaña en el contexto de un sistema altamente polarizado como parece ser el español: el ataque al adversario. Así, las noticias desfavorables al PP presentan en *El País* (20,8%) una clara sobrerrepresentación si las comparamos con *El Mundo* y *Abc* (6,7 y 0,9%, respectivamente). Y lo mismo sucede cuando se trata de publicar noticias negativas hacia el PSOE: infrarrepresentación en *El País* (7,7%) y sobrerre-

¹² Hemos medido la marginalidad de una noticia teniendo en cuenta varios aspectos: titular de portada o no titular de portada, editorial o no editorial y, dentro de las páginas interiores, página impar (mayor importancia) o página par (menor importancia), noticia principal o no principal.

presentación en *El Mundo* y *Abc* (32 y 39,5%, respectivamente).

Compárese ahora el volumen de las noticias positivas frente a las negativas y descubriremos que la prensa de referencia española prefiere el recurso al ataque al adversario en, más o menos, la mitad de su cobertura de las elecciones.

Estos datos, combinados con la constatación de la importancia del terrorismo como gran tema de campaña, nos ofrecen una visión global de los caminos que ha ido tomando la polarización de la prensa de referencia española en las Elecciones Generales de 2008.

CONCLUSIONES

La selección de temas (*agenda setting*) que *El País*, *El Mundo* y *Abc* ponen a disposición de sus lectores —y del resto de la ciudadanía a través de la circulación social de sus encuadres— tiene un protagonista indiscutible: el terrorismo. *El Mundo* y *Abc* tratan el terrorismo en mayor medida que *El País*. Es decir, detectamos un gran desequilibrio en el tratamiento del terrorismo en la campaña electoral de 2008. Pero ¿qué implicaciones tiene este tratamiento tan dispar del tema central de la campaña?

Introduciendo en el análisis el tono descubrimos que las dos únicas categorías que nos ofrecen fiabilidad estadística son las noticias desfavorables al PSOE y las neutrales. Comprobamos que los periódicos que publican más noticias sobre terrorismo desfavorables a los socialistas son, una vez más, *El Mundo* y *Abc*, mientras que *El País* prefiere tratar el asunto derivando hacia la neutralidad concentrando sus críticas, bastante tibias por otra parte, en la economía.

A partir de la evidencia empírica obtenida sobre tendenciosidad y temas de debate en la prensa de referencia española, quisimos ir un poco más lejos y comprobar si tal propensión hacia la negatividad en el tratamiento de

los temas de debate se hace también extensible al total de la cobertura. Porque de ser así, encontraríamos la herramienta clave a través de la cual opera en España la polarización mediática.

Comprobamos que la polarización de la prensa de referencia española adopta mayoritariamente un tono de ataque al rival más que de defensa al candidato o partido más próximo.

El negativismo mediático es, por lo tanto, la fórmula que la prensa de referencia elige —al menos en las Elecciones Generales de 2008— para erigirse en el principal escenario de enfrentamiento entre las dos opciones políticas con más posibilidades de ganar las elecciones. Futuras investigaciones nos dirán si se trata de una tendencia puntual o, por el contrario, pertenece a la razón de ser más profunda del sistema político-mediático español.

BIBLIOGRAFÍA

- Balaguer, Jaime y Alberto Sanz (2010): «La segunda ola de la crispación: competición y polarización en la VIII Legislatura», en José Ramón Montero e Ignacio Lago (eds.), *Elecciones Generales 2008*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Entman, Robert (1993): «Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm», *Journal of Communication*, 3 (4): 51-58.
- Funkhouser, Ray y Maxwell McCombs (1971): «The Rise and Fall of News Diffusion», *The Public Opinion Quarterly*, 35 (1): 107-113.
- Geer, John G. (2006): *In Defense of Negativity. Attack Ads in Presidential Campaigns*, Chicago (IL): The University of Chicago Press.
- Gil Calvo, Enrique (2008): *La lucha política a la española*, Madrid: Taurus.
- González, Juan Jesús y Fermín Bouza (2009): *Las razones del voto en la España democrática (1977-2008)*, Madrid: Catarata.
- Hallin, Daniel C. y Paolo Mancini (2004): *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Nueva York: Cambridge University Press.

- Humanes, María Luisa (2009): «Nuevos temas noticiosos en las Elecciones Generales de 2004. La presencia de metacobertura en la prensa española», *ZER*, 14 (26): 105-128.
- Kelleher, Christine y Jennifer Wolak (2006): «Priming Presidential Approval: The Conditionality of Issue Effects», *Political Behavior*, 28 (3): 193-203.
- Lago, Ignacio y José Ramón Montero (2005): «Los mecanismos de cambio electoral. Del 11-M al 14-M», *Claves de Razón Práctica*, 149: 36-45.
- Maravall, José María (2008): *La confrontación política*, Madrid: Taurus.
- McCombs, Maxwell E. y Donald L. Shaw (1972): «The Agenda-Setting Function of Mass Media», *The Public Opinion Quarterly*, 36 (2): 176-187.
- Montero, José Ramón e Ignacio Lago (2010): «Introducción: 2008, las décimas elecciones desde la reinstauración de la democracia», en José Ramón Montero e Ignacio Lago (eds.), *Elecciones Generales 2008*, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Rodríguez, Raquel y Antón R. Castromil (2010): «La circulación social de los encuadres periodísticos en tiempo de campaña electoral: transmisión, influencia y atribución de responsabilidad», *ZER*, 15 (29): 193-212.
- Santamaría, Julián (2004): «El azar y el contexto. Las Elecciones Generales de 2004», *Claves de Razón Práctica*, 146: 28-41.
- Urquiza, Ignacio (2008): «9-M: Elecciones tras la crispación», *Claves de Razón Práctica*, 181: 48-54.
- Van der Drug, Wouter, Holli A. Semetko y Patti M. Valkenburg (2007): «Media Priming in a Multi-Party Context: A Controlled Naturalistic Study in Political Communication», *Political Behavior*, 29 (1): 115-141.

RECEPCIÓN: 27/05/2011

REVISIÓN: 26/10/2011

APROBACIÓN: 24/11/2011