

**La creación mediática del discurso político. Prensa y agenda política. El caso del
Estatut de Catalunya 2006**

Josep Antoni Aira Foix. Facultat de Comunicació Blanquerna. Universitat Ramon Llull.
Departamento de Comunicación Social.

Pese a la crítica contundente al sistema y al papel de los media que aplica en su libro *La Opinión Pública*,¹ Walter Lippmann –con su columna «Today and Tomorrow»– se convirtió en un claro ejemplo de la influencia que desde los media se puede llegar a ejercer sobre la política en un régimen democrático. Según Lippmann, los ciudadanos deben vérselas con una realidad de segunda mano, con los medios de comunicación como mediadores entre la realidad y la sociedad. Lippmann teorizó cómo los medios construyen la realidad a través de estereotipos. Es en este campo donde Maxwell McCombs y Donald Shaw encontraron un referente básico para teorizar y comprobar empíricamente el papel de los medios de comunicación en los procesos constructores de significados colectivos, como desarrolla la teoría de la *agenda-setting*.²

La voz de los medios de comunicación es muy potente y seductora, de forma que existe la sospecha fundamentada de que los media se han apoderado del concepto de opinión pública que, como dijo Sartori,³ es su propia voz. Y no sólo porque influyen de una manera muy significativa en la formación de la opinión, sino porque también la decisión política cuelga de la resonancia mediática. Así los medios de comunicación adquieren una capacidad de incidencia creciente en una escena política que a menudo los equipara a los políticos en derechos, pero no en deberes.⁴

La *agenda-building* –fase evolucionada de la *agenda-building*– nos muestra cómo la «construcción» de las diferentes agendas se da a raíz de una interacción entre estas, que se retroalimentan. Los complementos teóricos de esta teoría incluyen el

¹ LIPPMANN, W. *La opinión pública*. San Lorenzo del Escorial: Cuadernos de Langre, 2003. Ver también LIPPMANN, W. *The Phantom Public*. New Brunswick: Transaction Publishers, 1993.

² MCCOMBS, M. *Estableciendo la agenda*. Barcelona: Paidós, 2006, p. 26. Cita original: «Walter Lippmann es el padre intelectual de la idea que ahora se llama, para abreviar, *agenda-setting*».

³ SARTORI, G. *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus, 1998.

⁴ La «democracia mediática», definida por Muñoz-Alonso como aquella donde los medios llegan a usurpar funciones propias de las instituciones, conduce a la uniformización o «americanización» de la política. Un panorama político que hace descansar sus fundamentos en los media, en los sondeos y en la profesionalización de la comunicación en los partidos. Se ha generado un tipo de información política próxima al espectáculo y que origina una pérdida de confianza en las instituciones. Los titulares marcan la pauta, como se demuestra en el caso de nuestro estudio. MUÑOZ-ALONSO, A. «Opinión pública y Parlamento. Las transformaciones del régimen parlamentario». En: MUÑOZ-ALONSO, A.; ROSPIR, J. I., eds. *Comunicación Política*. Madrid: Editorial Universitas, 1995.

análisis del cultivo y la espiral del silencio. Y los atributos en la *agenda-setting* vinculan la teoría con el *framing*. Aunque hay perspectivas muy divergentes en el *framing*, la definición con frecuencia citada de Robert Entman contiene un lenguaje complementario a la teoría *agenda-setting* en su uso del término relevancia: «Enmarcar (*to frame*) es seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más relevantes en un texto comunicativo, de tal manera que promueve una definición particular del problema, una interpretación ocasional, una evaluación moral y/o una recomendación del tratamiento para el concepto descrito». ⁵ El *framing* y el efecto *agenda-setting* de los atributos llaman la atención sobre las perspectivas de los comunicadores y de sus audiencias, sobre cómo representan asuntos en las noticias y, en particular, sobre el estatus especial que ciertos atributos o *frames* tienen en el contenido de un mensaje. Nuestra investigación, siguiendo el ejemplo de Sádaba y Rodríguez Virgili,⁶ y en la línea de estudios referentes como el de Weaver y Elliot,⁷ plantea quién determina los *frames* de las noticias. De un lado, si son las fuentes las que influyen de manera más decisiva hace falta asumir que la agenda de los políticos o la realidad exterior es la que marca los enfoques. Si por el contrario, los medios reconstruyen aquello que aportan las fuentes y superan su discurso, predomina la visión de la organización mediática. El objetivo de este estudio ha sido aportar luz sobre este supuesto, teniendo presente que el impacto de las fuentes no es siempre explícito y que a veces puede manifestarse de manera más latente. De esta manera, la hipótesis de partida del estudio de caso es que la coincidencia del tratamiento de los medios en un tema presupone el dominio de la fuente, mientras que la disparidad se relaciona con una reinterpretación del medio.

En la VIII legislatura española, el Estatuto del País Valenciano fue el primero en aprobarse a las Cortes españolas. Pero el protagonismo no fue para él como lo fue para el Estatuto catalán, que a la vez siguió un proceso más largo, denso y problemático. No en balde, PP y PSOE pactaron el texto en el Parlamento valenciano y en el Congreso de los Diputados. No existieron campañas sociales, mediáticas o políticas de relieve contra aquel texto. El conflicto era mínimo. El espectáculo mediático que se podía extraer, o

⁵ ENTMAN, R. «Framing: toward clarification of a fractured paradigm». *Journal of Communication*, volumen 43 (1993), núm. 4, p. 51-58, p. 52.

⁶ Ver SÁDABA, T.; RODRÍGUEZ VIRGILI, J. «Quién establece los frames: ¿fuentes o medios? El debate del Estatut en la prensa española». Ponència presentada en el IX Congreso de la SEP *Fuentes informativas. Sigilo y Transparencia*. Madrid, 1 de abril del 2006; SÁDABA, T. *Framing. Una teoría para los medios de comunicación*. Pamplona: Ulzama, 2006.

⁷ WEAVER, D.; ELLIOT, S. N. «Who sets the Agenda for the Media? A Study of Local Agenda-Setting». *Journalism Quarterly* (1985), núm. 62, p. 87-94.

que se podía provocar, también. Evidentemente, no fue así con el caso catalán, donde los medios de comunicación no se limitaron a relatar la disputa partidista, sino que en diversos y significativos casos fueron sus amplificadores y promotores.

McCombs, uno de los padres de la *agenda-setting* advierte que como generalización empírica de carácter global, en aproximadamente la mitad de los casos no hay una diferencia discernible entre los papeles como fijadores de agenda entre los diarios y los informativos de televisión.⁸ En la otra mitad de los casos, los diarios tienden a aventajar a la televisión en una proporción aproximada de 2 a 1. De hecho, si consideramos brevemente la historia natural de la mayoría de temas, la mayor capacidad de los diarios en relación con los informativos que las audiencias acostumbran a tener un mayor periodo de tiempo para «aprender» la agenda de los medios.⁹ Este escenario, a la vez, será necesario reseguirlo parando especial atención a la irrupción de Internet, y es que como también advierte McCombs, «las encarnaciones contemporáneas de las noticias en Internet están alterando, de forma sutil pero importante, la manera como los medios informativos fijan la agenda pública».¹⁰

En sintonía con este contexto, nuestro análisis cuantitativo y cualitativo se ha centrado en cuatro diarios, y ha sido dividido en dos fases. La primera centrada en el estudio de las portadas comprendidas en el tramo temporal escogido, y una segunda referida a los contenidos informativos dedicados al Estatuto en este mismo periodo.

El método de análisis del contenido

Lo aplicamos al análisis de las portadas y de las informaciones del interior de nuestros cuatro rotativos de referencia. Aun cuando priorizaremos ciertos aspectos en el análisis de las portadas y de otras en las informaciones de interior. Hacía falta tener presente esta diferenciación respecto de un hecho que recibió tanta atención en portada.¹¹

⁸ Para a un estudio sobre el papel fijador de agenda de los informativos de televisión, ver GIFREU, J. «Els noticiaris televisius i l'accés a l'agenda pública dels temes d'immigració». A: TRESSERRAS, J.M., ed. *Quaderns del CAC*, núm. 23-24, setembre-abril 2006. Barcelona: CAC, 2006, p. 85-102.

⁹ A parte del estudio fundacional de la teoría de la *agenda-setting*, otros muchos estudios en este ámbito refuerzan esta constatación. Por ejemplo, ver CANEL, M. J.; LLAMAS, J. P.; REY, F. «El primer nivel del efecto agenda-setting en la información local: los “problemas más importantes” de la ciudad de Pamplona». *Comunicación y Sociedad*, volum 9 (1996), núm. 1 i 2, p. 17-38.

¹⁰ MCCOMBS, M. (2006), p. 50.

¹¹ Por si solo, un potente factor indicador de la priorización y la relevancia de un tema en los medios. Según McCombs, en balance de los principales trabajos realizados hasta ahora en el marco de la *Agenda Research*, «las noticias de portada del diario tienen unas dos veces más lectores que las que aparecen en las páginas interiores». Ver MCCOMBS, M. (2006), p. 107.

Nuestro estudio se centra en los debates en sede parlamentaria que hemos considerado clave en la configuración del texto estatutario. Estos momentos clave son siete. Los siguientes:

1 . 28 de septiembre del 2005. Primera sesión del Pleno del Parlamento que ha de aprobar el Estatuto.

2 . 29 de septiembre del 2005. Segunda sesión del Pleno del Parlamento que ha de aprobar el Estatuto. Día en que Pasqual Maragall y Artur Mas desbloquean la negociación.

3 . 30 de septiembre del 2005. El Parlamento de Catalunya aprueba el proyecto de Estatuto, con 120 votos a favor y 15 en contra.

4 . 2 de noviembre del 2005. Admisión a trámite del texto estatutario por el Pleno del Congreso de los Diputados.

5 . 21 de marzo del 2006. Aprobación del texto en la Comisión Constitucional del Congreso de los Diputados.

6 . 30 de marzo del 2006. Aprobación del Estatuto por el Pleno del Congreso de los Diputados.

7 . 10 de mayo del 2006. Aprobación del Estatuto por el Pleno del Senado.

Estos momentos clave de debate en sede parlamentaria se traducen en cuatro bloques de piezas publicadas en prensa (B I, B II, B III, B IV), puesto que nuestra decisión ha sido ampliar el tradicional margen de contexto que se utiliza en estudios de este tipo. La muestra de diarios para hacer el estudio de caso fue acotada en cuatro periodos temporales: Entre el 24 de septiembre y el 2 de octubre del 2005 (BI); entre el 29 de octubre y el 6 de noviembre del 2005 (BII); entre el 18 de marzo y el 2 de abril del 2006 (BIII), y entre 6 y el 14 de mayo del 2006 (BIV). De esta forma, analizamos toda la semana del debate, más el fin de semana previo para conocer cómo planteaban y presentaban los diferentes diarios la escenificación de los debates –en definitiva, como los condicionaban–. Estudios destacados en el marco de la *agenda-setting* y de la *agenda-building* limitan el marco temporal al día previo y posterior a la fecha del acontecimiento seleccionado,¹² pero nosotros hemos querido tener una perspectiva

¹² En este sentido, ver SÁDABA, T.; RODRÍGUEZ VIRGILI, J. «Quién establece los frames: ¿fuentes o medios? El debate del Estatut en la prensa española». Ponencia presentada en el IX Congreso de la SEP *Fuentes informativas. Sigilo y Transparencia*. Madrid, 1 de abril de 2006.

todavía más amplia. Miembros del departamento de Investigación de la Facultat de Comunicació Blanquerna realizamos el trabajo de codificadores¹³ e hicimos el seguimiento del debate a través de la prensa de referencia escogida. Así como respecto de la selección del número de medios de referencia en más de un caso significativo hay estudios que se han centrado en un único medio,¹⁴ respecto del periodo temporal de análisis hay también casos significativos que han concentrado su mirada en el día anterior, en el día del acontecimiento y en el día posterior al caso de estudio. Nosotros hemos querido ser más exhaustivos en la tarea de contextualización y hemos enmarcado cada punto clave en la cobertura mediática de toda la semana en qué es comprendido, y con la previa del fin de semana anterior a esta semana. Contamos así con una mirada más amplia que incorpora los contenidos informativos y de opinión de los días tradicionales de más venta de la prensa escrita: los fines de semana.

Nuestro estudio de caso aplica una metodología cuantitativa y cualitativa de análisis de contenido. Por razones evidentes, hicimos un estudio exhaustivo del contenido de los discursos que los protagonistas políticos pronunciaron en estos debates, pero acotamos las unidades de análisis a toda pieza publicada con titular independiente que tuviera como tema principal el Estatuto, durante este periodo, en cuatro diarios de referencia: *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya*.¹⁵ A los discursos de los políticos no les aplicamos el código de análisis, puesto que nuestra intención, en la línea argumental que ha defendido Salvador Cardús,¹⁶ ha consistido en

¹³ Aplicamos un código de categorías, siguiendo el modelo de análisis de contenido propuesto por el profesor Sánchez-Aranda. Ver SÁNCHEZ-ARANDA, J.J. «Análisis de contenido cuantitativo de medios». A: BERGANZA CONDE, M.R.; RUIZ SAN ROMAN, J.A. *Investigar en comunicación*. Madrid: Mc Graw Hill, 2005, p. 207-228.

¹⁴ Como apunta McCombs, «muchas investigaciones sobre la *agenda-setting* emplean un único medio como representante de toda la agenda mediática, basándose en la premisa consolidada de que hay un alto grado de redundancia entre las agendas informativas de cada uno de los medios». En los Estados Unidos se ha atribuido con frecuencia al *New York Times* este papel de representante. Ver MCCOMBS, M. (2006), p. 101. Nosotros quisimos fijarnos, además de la selección temática que hacen los diarios en el periodo de tiempo escogido, en el enfoque que cada uno de ellos aplicó al Estatut y a sus principales protagonistas.

¹⁵ A las 137 portadas analizadas, le sumamos 1.104 unidades de análisis. Es decir, 1.104 piezas informativas con el Estatuto como protagonista. Una cifra que, teniendo presentes los 43 días que en suma son objeto de nuestro estudio, supone un promedio de 26 (25,7) artículos diarios dedicados al Estatuto, de los que la mayoría se concentran lógicamente en el día posterior a los debates en cuestión, con una abundante presencia de crónicas, especialmente en *La Vanguardia*. Por tanto, también aplicando una proporción respecto de esta cifra que acabamos de apuntar, observamos un promedio de 6 (6,41) piezas informativas al día por diario. Eso, durante 43 días, aporta un primer dato a propósito de la intensidad y de la relevancia que los medios de referencia otorgaron al Estatuto durante todo el proceso.

¹⁶ Según Cardús, actualmente la acción política, en definitiva, es más el esfuerzo de imponer una determinada interpretación de la realidad que no el conseguir transformarla. Ved, en este sentido, una de las obras que han sido referentes para nosotros a la hora de configurar nuestra hipótesis de trabajo y de

hacer una comparativa entre las interpretaciones de la realidad que proyectaron los diferentes diarios, para extraer así su capacidad de influencia, y sin querer centrarnos específicamente en una comparativa entre la actividad «real» de los políticos en sede parlamentaria y la plasmación de esta en la prensa. Nos ha interesado analizar el comportamiento de unos medios de comunicación que ante una misma fuente varían los *frames* de las informaciones que reseñan su intervención pública.

Centramos el análisis en dos diarios editados en Madrid, *El País* y *El Mundo*, y dos editados en Barcelona, *La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya*. Una muestra que creemos óptima para poder llegar a conclusiones válidas, puesto que los cuatro diarios representan diferentes perfiles periodísticos, cubren un amplio espectro ideológico, son los diarios generalistas de más difusión y ventas a nivel estatal y en Catalunya,¹⁷ respectivamente, y presentan dos visiones también en función de la ubicación geográfica de sus redacciones. Además, nuestra selección de la prensa escrita como referente de nuestro estudio de la relación media-política se enmarca en la tendencia dominante en los estudios de *Agenda Research*, que es troncal en nuestro marco teórico de referencia. De hecho, admitiendo la influencia de la televisión, uno de los padres de la teoría de la *agenda-setting*, Maxwell McCombs, destaca una gran cantidad de escenarios que se inclinan por los diarios como los fijadores de agenda más potentes, también por delante de la televisión.¹⁸ Algunos estudios como el de Dan Caspi respecto del papel de la prensa como fijadora de la actividad parlamentaria a la Knéset – el Parlamento de Israel– nos son referentes y reflejan una fuerte influencia de los diarios en la construcción de la agenda política.¹⁹

Uno de nuestros principales objetivos fue fijar los diferentes enfoques (*frames*) de los diarios seleccionados, respecto del Estatuto y de los principales protagonistas del

investigación: CARDÚS, S. *Política de paper. Premsa i poder a Catalunya (1981-1992)*. Barcelona: La Campana, 1995, p. 10-11.

¹⁷ Según los datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD), entre enero y diciembre del 2006: *El País* tuvo 566.546 lectores de promedio de tiraje y 432.204 de promedio de difusión; *El Mundo*, 434.161 de promedio de tiraje y 330.634 de promedio de difusión; *La Vanguardia*, 249.000 de promedio de tiraje y 202.161 de promedio de difusión, y *El Periódico de Catalunya*, 218.319 de promedio de tiraje y 167.804 de promedio de difusión. Por su parte, la tercera oleada del 2006 del Estudio General de Medios (EGM) adjudicaba el siguiente número de lectores por día a estos diarios: 2.058.000, a *El País*; 1.338.000, a *El Mundo*; 607.000, a *La Vanguardia*, y 789.000, a *El Periódico de Catalunya*.

¹⁸ MCCOMBS, M. (2006), p. 37.

¹⁹ Vegeu CASPI, D. «The agenda-setting function of the Israeli press». *Knowledge* (1982), núm. 3, p. 401-414. En este sentido, a nivel del Estado español seguramente podría aplicarse este tipo de estudio al caso de *El Mundo* respecto del debate sostenido durante buena parte de la presente legislatura a propósito de los atentados del 11-M en Madrid. Y en Catalunya, durante la pasada legislatura, la influencia de *La Vanguardia* respecto de la polémica sobre el incivismo en la ciudad de Barcelona también sería un interesante objeto de estudio.

debate estatutario. De hecho, una de las principales preocupaciones de los investigadores en comunicación centrados en el estudio de los *frames* (encuadres o enfoques) noticiosos ha sido precisamente, de forma recurrente, su identificación y tipificación. Los estudios de Iyengar (1991)²⁰ y de Semetko y Valkenburg (2000)²¹ son paradigmáticos, en este sentido. Todos ellos buscaron establecer una relación de tipo de encuadres presentes en las noticias para tratar los acontecimientos o problemas relevantes. Y de hecho, Semetko y Valkenburg adoptaron en su día la propuesta de Neuman, Just y Criegler,²² y de Iyengar y Simon,²³ donde se tipificaban cinco *frames* susceptibles de aparecer en cualquier noticia.

Semetko y Valkenburg adoptaron la determinación de los cinco *frames* o encuadres que se planteaban en estas obras, y que permiten desarrollar de una manera efectiva el análisis de los contenidos de los medios. Nosotros también nos acogemos. Los cinco *frames* son:

- 1 . De conflicto (DC)**, entre individuos, grupos o instituciones.
- 2 . De interés humano (IH)**, con el cual se «dramatiza» o «emociona» la información, poniendo el acento en la cara humana o en el ángulo emocional de un acontecimiento.
- 3 . De consecuencias económicas (CE)**, presentando un hecho en términos de los efectos económicos a los cuales deberá hacerse frente. Enmarca el acontecimiento subrayando las consecuencias económicas para un individuo, grupo, región o país.
- 4 . De moralidad o de juicio moral (JM)**, enmarcando el hecho en un contexto de principios religiosos o de prescripciones morales, a propósito de aquello que conviene o no conviene, aquello que es bueno o malo, justo o injusto.
- 5 . De atribución de responsabilidad (AR)**, dónde la responsabilidad y la posible solución de un caso se atribuye a un individuo, gobierno o institución. Se atribuye responsabilidad por la causa o consecuencia de un hecho a un gobierno, a un individuo o a un grupo.

²⁰ IYENGAR, S. *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: The University of Chicago Press, 1991.

²¹ SEMETKO, H.; VALKENBURG, P. «Framing European Politics: a content analysis of press and television news». *Journal of Communication*, volum 50 (2000), núm. 2, p. 93-109. Vegeu també VALKENBURG, P.; SEMETKO, H.; VREESE, C. «The effects of news frames on reader's thoughts and recall». *Communication Research*, volum 26 (1999), núm. 5, p. 550-569.

²² NEUMAN, W.; JUST, M.; CRIEGLER, A. *Common knowledge: News and the Construction of Political Meaning*. Chicago: Chicago University Press, 1992.

²³ IYENGAR, S.; SIMON, A. «News coverage of the gulf crisis and public opinion: a study of agenda-setting, priming, and framing». *Communication Research* (1993), núm. 20, p. 365-383.

No hemos querido examinar el grado de presencia de los diferentes *frames* o encuadres en las noticias sobre el Estatuto, para tener una visión de cómo estas difieren de unos diarios a otros, así como para tener una perspectiva de cómo los media pudieron condicionar los momentos clave del proceso estatutario. Lo hemos hecho a través de los cinco *frames* clásicos que hemos apuntado, complementándolo con tres posibles «tonos» de los encuadres:

- 1 . Positivo.** La mirada, de fondo o de forma, pone el acento en los aspectos positivos del hecho descrito.
- 2 . Negativo.** La información pone el acento en los aspectos negativos o conflictivos del hecho noticioso descrito.
- 3 . Neutro.** Se intenta transmitir una descripción muy ajustada a la actuación, declaraciones o contradecaraciones, de los actores o hechos protagonistas.

Estos *frames*, como ya hemos explicado, nos han servido a la hora de aplicar nuestro código de análisis tanto a las portadas como las diferentes piezas informativas del interior de los diarios seleccionados. Y así, partiendo de la base –de la hipótesis– que la coincidencia del tratamiento de los medios respecto de una determinada cuestión presupone el dominio de la fuente, mientras que la disparidad se relaciona con una reinterpretación y un mayor peso del medio, quisimos ejemplificar el cumplimiento de esta segunda premisa a través del análisis del relato informativo alrededor de los debates clave sobre el Estatuto en sede parlamentaria. Un caso de estudio que lo escogimos por tratarse de un tema relevante, concreto y acotado, donde intervinieron una amplia pluralidad de fuentes con diferentes puntos de vista y en relación tanto con la ideología como con la ubicación geográfica de los diferentes diarios seleccionados. El hecho de acotar el marco temporal de nuestro caso a los debates parlamentarios clave que fueron configurando el texto estatutario nos hizo posible aplicar un riguroso análisis, así como nos permitió reseguir más fácilmente las divergencias entre las fuentes y las diferencias de tipo ideológico que existen entre los diferentes rotativos.

Con respecto a los protagonistas de las unidades de análisis, establecimos un listado, teniendo en cuenta quienes habían figurado en los diferentes debates, a la vez que quisimos distinguir también entre personas, partidos e instituciones. Los discursos de los políticos nos marcan las principales fuentes de referencia en las informaciones de los diarios y nos muestran los ítems que las diferentes formaciones quieren que

protagonicen el debate o las alternativas a aquellos que ya están planteados en la agenda política o mediática.

CONCLUSIONES

1.- Los media condicionan –cuando no distorsionan– el debate, el tempo y la misma concepción de la política, a la vez que esta se resiste, interactúa o se aprovecha a través de una campaña permanente dónde las herramientas del marketing político son cotidianas y ayudan a las formaciones políticas a adaptarse al lenguaje simplificado y directo –«comercial»– que exigen los media. El caso del Estatuto es paradigma de este escenario. De la influencia determinante de los media en la construcción de la agenda política.

2.- El contexto de campaña permanente que protagoniza la actual democracia mediática ha hecho que las técnicas del marketing político pasen a ser decisivas en la práctica política contemporánea. De tal manera que los partidos hacen girar su actuación en función del relato de los media. Esta es la principal causa del imperio de la simplificación y la personalización de un lenguaje político elaborado y concebido con la vista puesta a una proyección el máximo de eficaz posible a través de los medios de comunicación. Este escenario tiene consecuencias, no sólo en la praxis política, sino también respecto de elementos que condicionan el día a día de la ciudadanía. El caso del Estatuto es un ejemplo paradigmático. Los medios construyen decididamente la agenda, imponiéndose a menudo a un discurso político que reinterpretan y que proyectan masivamente a la sociedad, no sin carencia de intencionalidad. Nuestro estudio analítico describe una atención prioritaria al debate sobre el Estatuto, sobretodo alimentada por los editados en Madrid, que contribuyeron decisivamente a distorsionar el debate, en cuanto que lo proyectaron como una carrera donde debía haber un ganador y un perdedor. O el PSOE o el PP. Justo es decirlo, en la línea de la materialización del conjunto de la política en los media, hecho que a menudo reduce la actividad de partidos, políticos e instituciones a la clásica *horse-race-story*, que es el enfoque que prima en los media. Un dato nos lo marca especialmente, y es que el análisis de las cifras cuantitativas y cualitativas que nos ha aportado nuestro código nos apunta claramente dos momentos especialmente conflictivos: La aprobación del texto estatutario en la Comisión Constitucional y en el Pleno del Congreso de los Diputados, los dos momentos en Madrid. Además, de las 172 portadas, correspondientes a la suma de los

cuatro bloques de prensa que comprenden los siete momentos clave escogidos, 137 hicieron referencia al Estatuto. El debate estatutario, por lo tanto, aparece en el 79,65% de las portadas de este periodo. En la comparativa de esta cifra entre la aportación a este conjunto por parte de los diarios de Barcelona y de Madrid, la balanza, de forma muy indicativa sobre todo teniendo presente que en principio el criterio de proximidad podría haber apuntado al resultado inverso, se decanta por los diarios de Madrid, que dedican más portadas. Un hecho que nos ha repetido con ningún otro proceso estatutario y que describe ya de entrada cómo el debate se enfocó en clave de disputa partidista a nivel español, como enfrentamiento y elemento de disputa entre los dos principales partidos del Estado. Así, en los diarios editados en Barcelona que nos han estado de referencia – *La Vanguardia* y *El Periódico*–, el Estatuto apareció en 66 ocasiones, lo que representa un 48,17% del total de menciones. En paralelo, en los diarios editados en Madrid que nos han estado de referencia –*El País* y *El Mundo*– el Estatuto fue protagonista de 71 portadas, que suponen un 51,83% del total de menciones en portada.

3.- Esta presión de los media, con los de Madrid abocados en un debate que en principio –como el resto debates estatutarios que ha habido durante la VIII legislatura española y que casi no han trascendido a la esfera mediática estatal– debía ser sobretodo seguido por los medios catalanes, se ejerció de forma homogénea durante todo el proceso que siguieron los debates parlamentarios clave del proyecto. Especialmente durante los tramos dónde la actividad política se centra a Catalunya. Durante el Bloque I de nuestra selección, correspondiente al debate de aprobación del proyecto en el Parlamento, y en el Bloque IV, que si bien se refiere a la aprobación del texto definitivo en el Senado, vive a caballo de la crisis consecuente que esto genera en Catalunya cuando ERC no lo apoya y Maragall se ve obligado a expulsar los consejeros del Gobierno. En los dos momentos, los rotativos de Madrid condicionan –distorsionan– el debate, centrándose en él tanto o más que los diarios editados en Barcelona. La presión sobre el proceso, y más concretamente la presión sobre la política catalana, queda especialmente de relieve si a estas cifras que acabamos de mencionar sumamos que el Bloque III comprende dos momentos álgidos de la tramitación parlamentaria en Madrid: la aprobación del texto en la Comisión Constitucional del Congreso y la aprobación del texto por el Pleno de la Cámara baja española. Así las cosas, la atención que se dispensa a los tramos de debate a nivel catalán adquiere todavía más importancia.

4.- El Estatuto fue proyectado desde el principio como un «problema», del cual José Luis Rodríguez Zapatero acontecía el principal «culpable». Rodríguez Zapatero es

quien más opinión genera (185 piezas), además de ser el que más informaciones protagoniza (396), muy cerca pero incluso por delante del entonces presidente catalán, Pasqual Maragall (396). Observamos también como el *frame* dominante que las informaciones que se refieren a él aplican a Zapatero es de atribución de responsabilidad (AR) –*frames* de conflicto (DC, 158) a parte por las características de la información política, leída mayoritariamente en llave de conflicto–. En todo caso, la diferencia que separa los dos tipos de encuadre es bien escaso, hecho también destacable a propósito de hasta qué punto la atribución de responsabilidad se hace recaer de forma significativa en Zapatero, quien recibió una presión mediática claramente detectable. Zapatero es el protagonista que más recibe este tipo de encuadre durante el proceso de negociación parlamentaria del Estatuto. Esta insistencia en el protagonismo del líder socialista, sobretodo en el contenido de las informaciones de los medios editados en Madrid, condicionó todo el proceso. La construcción de la información sobre el Estatuto en las portadas de los cuatro diarios escogidos, y en el periodo de tiempo acotado por nosotros, da como resultado un predominio de los *frames* de conflicto (73), de juicio moral (29) y de atribución de responsabilidad (27). El uso de este tipo de encuadres indica que las noticias enfocan el Estatuto como un problema, del cual alguien es responsable –Zapatero y sus socios, para la prensa editada en Madrid que hemos analizado– y que, además, alguna institución debe solucionar. Este enfoque del relato mediático sobre el Estatuto ayudó decisivamente a cambiar el orden de prioridades a la hora de buscar un desenlace del debate, puesto que éste acabó buscando, no tanto la consecución de un texto satisfactorio para las peticiones de autogobierno de la inmensa mayoría del Parlamento catalán, como el fin de un problema que amenazaba las expectativas electorales de uno de los considerados como máximos impulsores del proyecto: Rodríguez Zapatero, y detrás de él, todo el PSOE y sus pactos con los partidos nacionalistas y de izquierda haciendo frente común contra el PP. La investigación experimental sobre los efectos cognitivos de los encuadres noticiosos, así como los estudios de *agenda-setting*, nos demuestran cómo la utilización de los diferentes *frames* tiene consecuencias en la interpretación que el público hace de los problemas tratados, y de paso en la actuación política.

5.- El hecho que la representación del debate se reduzca, sobretodo, a la disputa partidista, a las declaraciones y contra-declaraciones entre partidos, políticos y representantes institucionales, hace que la presencia de los contenidos específicos del texto, también los económicos, sean escasos en las portadas. Es la política de eslogan,

de declaraciones y simplificada que impone la política actual, en una democracia mediática que somete el lenguaje político a las necesidades de los media.

6.- Un factor destacado diferencia de raíz el tratamiento que del proceso estatutario hicieron los medios editados en Madrid y los de Barcelona. Respecto de los *frames* que enmarcan el Estatuto en las portadas de los cuatro diarios clasificados, hace falta destacar que los diarios de Madrid tienen un gran responsable del Estatuto en su punto de mira: José Luis Rodríguez Zapatero. En contraste, los diarios de Barcelona se concentran más en la figura de Pasqual Maragall. Pero la atribución de responsabilidad en clave negativa, muy especialmente de la mano de los diarios de referencia de Madrid, se deposita sobre Rodríguez Zapatero y «sus socios», a menudo como si formaran un todo. *El País* insiste, en este sentido, en los peligros que las exigencias de Maragall, Carod y el conjunto de ERC pueden comportar para la unidad del PSOE. Por su parte, *El Mundo* presiona con fuerza, también poniendo de relieve las diferencias dentro del PSOE, bautizando el texto como «el Estatuto de ZP». Los momentos culminantes de esta dinámica se concentran en el inicio del proceso (Bloque I) y cuando éste concluye (Bloque IV). Una diferencia importante entre estos dos momentos está en que la presión al principio la ejercen por igual *El Mundo* y *El País*, mientras que una vez que el texto encarrila el tramo final en Madrid –sobretudo a partir del pacto Zapatero-Mas–, el diario dirigido por Pedro J. Ramírez se queda solo en su presión sobre el presidente español.

7.- *La Vanguardia* y *El Periódico* centran más sus informaciones en la descripción de la disputa partidista que se genera con motivo del Estatuto, en conjunto, sin entrar tanto como los diarios de Madrid en la presión del juicio moral o en la emotivización sobre el hecho. Su tarea de presión es menos fuerte, menos dura y, por lo tanto, menos decisiva, condicionando y distorsionadora que la de los de Madrid.

8.- Atendiendo a las informaciones de portada vemos que el grueso de los *frames* positivos respecto del Estatuto viene de la mano de los diarios editados en Barcelona, en claro contraste con los de Madrid. La tarea de erosión, de presión y de distorsión de los diarios editados en Madrid se ve claramente también a través de las cifras de *frames* negativos y su presencia en los diferentes medios analizados. *El País*, a pesar del prejuicio que podría hacer pensar que debía apostar por un proceso donde José Luis Rodríguez Zapatero se jugaba mucho, contribuyó decididamente a ponerlo en cuestión. El debate del Estatuto acabó aconteciendo una discusión que la mayoría de partidos consideraron que hacía peligrar su imagen y sus perspectivas de futuro. Un debate largo, conflictivo y denso, que protagonizó un relato mediático que, en esencia, puso el acento

con un prisma negativo. Este hecho marcaría decididamente el desenlace del texto estatutario, en un clima de erosión de la política.

9.- En el marco de los argumentos recurrentes sobre el Estatuto, el de la posible fractura que podía provocar en el PSOE fue uno de los más utilizados –implícitamente y explícita–, con diferencia, de la mano de los diarios de referencia madrileños. Así, la prensa editada en Madrid se convertía un elemento determinante a la hora de ayudar a generar –y a hacer cuajar– la sensación de que el proceso era un proyecto personal, al cual Zapatero había atado la suerte personal, la de su gobierno y la de su partido. El escenario que nos dibuja el análisis del contenido de las portadas, también atendiendo a los argumentos recurrentes que constaron en los momentos clave de debate parlamentario sobre el Estatuto, nos demuestra que Zapatero fue convirtiéndose a ojos de un amplio espectro, también de políticos, el gran avalador de un Estatuto que el PP rechazaba de raíz, instalado en el inmovilismo respecto de las reformas territoriales –por otra parte, uno de los emblemas de la primera legislatura de Zapatero, y por lo tanto, objetivo a batir–. Así las cosas, entre los partidos catalanistas también se impondría la sensación de que el peligro de frustración que se podía generar en la sociedad catalana con el aborto del proceso podría tener un efecto boomerang sobre sus expectativas electorales. Más teniendo presente que la clase política catalana había querido proyectar el nuevo Estatuto como una importante oportunidad de impulso. De esta manera, la suerte de la legislatura, la de Zapatero y la del Estatuto pasaban a estar ligadas. Era evidente que Zapatero era un «problema» para los sectores más españolistas y jacobinos, y a la vez esto hacía que los catalanistas lo concibieran como una «oportunidad única» o como la mejor de las alternativas posibles a un gobierno del PP o a un liderazgo diferente que el del presidente del gobierno español. Este escenario entregaba un gran poder a Zapatero ante sus interlocutores en la negociación, evidentemente sin contar con un PP que se había auto-excluido. Esto condicionaría de forma determinante la estrategia y el nivel de exigencia de los partidos catalanes a lo largo de la negociación. La disyuntiva, en síntesis, acabaría siendo «o Zapatero o el precipicio», y en el camino de esta elección la norma catalana acabaría configurándose como un texto muy diferente a aquel que había aprobado el Parlamento catalán el 30 de septiembre del 2005.

10.- Respecto de nuestra hipótesis metodológica de base, también se confirma que la influencia de la agenda mediática sobre la agenda política es superior a la que ésta tiene sobre la primera. De lo contrario, los *frames* con que los diferentes diarios presentan a los representantes políticos hubiesen sido parecidos, sino los mismos. Esto no sólo no

pasa, sino que además estos encuadres diferenciados condicionan una actividad política especialmente proyectada en los efectos de esta presentación sobre la opinión pública, y obcecada en modularla de la mano de unas técnicas del marketing político que a 2007 forman el núcleo central de las estrategias políticas de la mayoría de formaciones, llegando a provocar cambios en su actuación o en su posición respecto de determinados debates. Cuando las fuentes influyen de manera más decisiva hace falta asumir que la agenda de los políticos o la realidad exterior marca los encuadres, los enfoques. Por el contrario, si los medios reconstruyen aquello que aportan las fuentes y superan su discurso, predomina la visión de la organización mediática. Cómo hemos podido comprobar a través del análisis de las portadas, la reconstrucción del relato político, de la mano del periodístico, es una realidad contrastada, como mínimo en referencia a nuestro caso de estudio. Somos conscientes de que el impacto de las fuentes no siempre es expreso y que a menudo puede manifestarse duna manera más soterrada. Pero partiendo de la base –de la hipótesis– que la coincidencia del tratamiento de los medios respecto de una determinada cuestión presupone el dominio de la fuente, mientras que la disparidad se relaciona con una reinterpretación y un mayor peso del medio, queda patente que la explícita diferencia entre el relato de los diarios de Madrid y los de Barcelona, y a la vez las diferencias entre los rotativos de las mismas ciudades, constata nuestra tesis sobre cómo los medios condicionaron el debate estatutario. Y más concretamente, y atendiendo al análisis de contenido que hemos hecho, se constata cómo los editados en Madrid ejercieron una mayor influencia en este sentido y una mayor capacidad distorsionadora del debate político.

BIBLIOGRAFIA

CANEL, M. J.; LLAMAS, J. P.; REY, F. «El primer nivel del efecto agenda-setting en la información local: los “problemas más importantes” de la ciudad de Pamplona». *Comunicación y Sociedad*, volumen 9 (1996), núm. 1 y 2, p. 17-38.

CARDÚS, S. *Política de paper. Premsa i poder a Catalunya (1981-1992)*. Barcelona: La Campana, 1995.

CASPI, D. «The agenda-setting function of the Israeli press». *Knowledge* (1982), núm. 3, p. 401-414.

ENTMAN, R. «Framing: toward clarification of a fractured paradigm». *Journal of Communication*, volumen 43 (1993), núm. 4, p. 51-58.

- GIFREU, J. «Els noticiaris televisius i l'accés a l'agenda pública dels temes d'immigració». En: TRESSERRAS, J.M., ed. *Quaderns del CAC*, núm. 23-24, setembre-abril 2006. Barcelona: CAC, 2006, p. 85-102.
- IYENGAR, S. *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: The University of Chicago Press, 1991.
- IYENGAR, S.; SIMON, A. «News coverage of the gulf crisis and public opinion: a study of agenda-setting, priming, and framing». *Communication Research* (1993), núm. 20, p. 365-383.
- LIPPMANN, W. *La opinión pública*. San Lorenzo del Escorial: Cuadernos de Langre, 2003.
- LIPPMANN, W. *The Phantom Public*. New Brunswick: Transaction Publishers, 1993.
- MCCOMBS, M. *Estableciendo la agenda*. Barcelona: Paidós, 2006.
- MUÑOZ-ALONSO, A.; ROSPIR, J. I., eds. *Comunicación Política*. Madrid: Editorial Universitas, 1995.
- NEUMAN, W.; JUST, M.; CRIEGLER, A. *Common knowledge: News and the Construction of Political Meaning*. Chicago: Chicago University Press, 1992.
- SÁDABA, T.; RODRÍGUEZ VIRGILI, J. «Quién establece los frames: ¿fuentes o medios? El debate del Estatut en la prensa española». Ponencia presentada en el IX Congreso de la SEP *Fuentes informativas. Sigilo y Transparencia*. Madrid, 1 de abril de 2006.
- SÁDABA, T. *Framing. Una teoría para los medios de comunicación*. Pamplona: Ulzama, 2006.
- SÁNCHEZ-ARANDA, J.J. «Análisis de contenido cuantitativo de medios». En: BERGANZA CONDE, M.R.; RUIZ SAN ROMAN, J.A. *Investigar en comunicación*. Madrid: Mc Graw Hill, 2005, p. 207-228.
- SARTORI, G. *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus, 1998.
- SEMETKO, H.; VALKENBURG, P. «Framing European Politics: a content analysis of press and television news». *Journal of Communication*, volum 50 (2000), núm. 2, p. 93-109.
- VALENBURG, P.; SEMETKO, H.; VREESE, C. «The effects of news frames on reader's thoughts and recall». *Communication Research*, volum 26 (1999), núm. 5, p. 550-569.
- WEAVER, D.; ELLIOT, S. N. «Who sets the Agenda for the Media? A Study of Local Agenda-Setting». *Journalism Quarterly* (1985), núm. 62, p. 87-94.