

El Mundo y El País,
Elecciones
Generales 2004 y
atentado del 11M

*Aproximación al estudio sobre la posición mediática
de El Mundo y El País en su tratamiento
informativo de la campaña electoral de 2004 y la
crisis del 11M*

(Trabajo Fin de Máster)

Autor: Diego José López Fernández

Tutora: María del Mar García Gordillo

Máster Comunicación Institucional y Política

Curso: 2012/13

Universidad de Sevilla

ÍNDICE

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Introducción..... | 5 |
| 1. Acotación y justificación del objeto de estudio..... | 8 |
| 1.1 Criterios de selección de las muestras de estudio..... | 12 |
| 1.2 Historia y elementos de las herramientas de estudio..... | 14 |
| 2. Objetivos de la investigación..... | 17 |
| 3. Hipótesis de partida..... | 19 |
| 4. Metodología acorde al TFM..... | 21 |
| 4.1 Naturaleza de la línea de investigación..... | 21 |
| 4.2 Método utilizado según el paradigma escogido..... | 22 |
| 4.3 Acerca del método de estudio de casos..... | 22 |
| 4.4 Herramientas metodológicas para la extracción de datos..... | 22 |
| 4.5 Herramientas metodológicas para extraer el contexto político-social.. | 23 |
| 4.6 Teorías sobre el análisis de contenido y del discurso a través de L. Bardin, K. Klippendorff y V. Dijk..... | 24 |
| 5. Marco teórico de la investigación (De lo general a lo concreto)..... | 31 |
| 5.1. La mediatización de la política y el periodismo vasallo..... | 31 |
| 5.2. La comunicación en crisis del 11M al 14M y la comunicación frente al terrorismo..... | 47 |
| 6. Contexto histórico-político del objeto de estudio.... | 65 |
| 7. Contextualización del objeto de estudio basado en los contenidos publicado en los medios..... | 68 |
| 7.1Contextualización de las portadas de <i>El Mundo</i> y <i>El País</i> entre los días 10 y 13 de marzo de 2004..... | 69 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 7.2 Análisis de contenido de la muestra de noticias políticas de <i>El Mundo</i> y <i>El País</i> | 85 |
| 7.2.1 Aparición de los partidos en las noticias analizadas..... | 87 |
| 7.2.2 Temas principales aparecidos en <i>El Mundo</i> y <i>El País</i> | 90 |
| 7.2.3 Temas secundarios aparecidos en <i>El Mundo</i> y <i>El País</i> | 94 |
| 7.2.4 Personajes principales y secundarios de las noticias analizadas..... | 97 |
| 7.2.5 Fuentes informativas de los medios entre los días 10 y 13 de marzo..... | 101 |
| 7.2.6 Géneros periodísticos analizados en la muestra de <i>El Mundo</i> y <i>El País</i> | 104 |
| | |
| 7.3 Contextualización de los editoriales de <i>El Mundo</i> y <i>El País</i> entre los días 10 y 13 de marzo de 2004..... | 110 |
| 7.3 Conclusiones generales sobre los editoriales..... | 120 |
| | |
| 8. Conclusiones..... | 121 |
| | |
| 9. Referencias y fuentes de información..... | 122 |
| 9.1 Bibliografía..... | 122 |
| 9.2 Entrevistas bibliográficas..... | 125 |
| 9.3 Teoría de la conspiración de El Mundo del 11M..... | 125 |
| 9.4 Estudios de OJD y CIS..... | 126 |
| 9.5 Historia de El Mundo y El País..... | 127 |
| 9.6 Información sobre marco teórico..... | 127 |
| 9.7 Información sobre las fotografías..... | 127 |
| 9.8 Fuentes de hemeroteca (Edición en papel)..... | 127 |
| | |
| Agradecimientos..... | 128 |

Introducción

El mundo mediático rodea al ser humano en cada una de las actividades de su vida. No obstante comunicamos continuamente, algunos teóricos afirman incluso que en el silencio comunicamos, ya que a través de este podemos transmitir un sinfín de mensajes. Pero en esta ocasión centraré el estudio dentro de un medio concreto, la prensa. Desde que apareciera la escritura el hombre ha intentado transmitir su legado a través de ella. Así pues, desde las tablillas de arcilla de la antigua Mesopotamia con sus iconos cuneiformes, pasando por los jeroglíficos egipcios, los escribanos de la edad media como los traductores de la Escuela de Toledo, la importancia de la aparición de la imprenta moderna en el año 1440 gracias a J. Gutemberg, aunque no fue hasta 1846 cuando se inventa la rotativa cuando el periodismo experimenta los progresos de la revolución industrial. El invento se debe al trabajo e investigación del norteamericano Richard M. Hoe. Así pues, las enormes rotativas pronto alcanzaron gran éxito y se convirtieron en instrumento fundamental del periodismo moderno. Por último, las actuales webs han globalizado la actividad periodística. Así pues, podemos afirmar que los acontecimientos más importantes y llamativos siempre han ocupado la mayor parte de lo escrito o publicado, como afirma Louis-Jean Calvet (2013) en su nueva obra *Historia de la escritura*. Dicho lo cual, es fácil encontrar libros o referencias gráficas sobre las grandes guerras de la historia, los mandatos de líderes más relevantes, revueltas, casamientos, ceremonias, ritos, cuentos, leyendas y una infinidad de acontecimientos y temáticas diversas. Como ejemplo de estas obras las grandes enciclopedias, como la de Diderot en el S.XVIII en la Francia de la ilustración, aparición de periódicos y gacetas como *La Gaceta de Madrid* en 1661, actualmente convertido en el Boletín Oficial del Estado (BOE) desde el año 1936.

Pero si hay algo común a todo, es el ansia del saber, del conocer la “verdad” de lo que nos rodea. Continuamente la sociedad busca en los medios de comunicación una visión sobre el mundo que le afecta. Por este motivo los mass media han conseguido cuotas de seguimiento inimaginables en tiempos pretéritos y la estabilidad social y económica hacen que los ciudadanos sean cada vez más libres de poder elegir cómo y dónde informarse. Pero como dice R. Reig (1998, pag. 26) “Para que el poder se haya ido consolidando ha precisado de una ideología y esa ideología se ha proyectado sobre la población, en gran medida, a través de estructuras informativas cada vez más complejas”.

Además a esta afirmación de que la sociedad cada vez está más mediatizada y que los medios influyen en las ideologías de masas se unen otros autores como Gonzalo Abril (1997, pags. 143-144) que escribe “La noción de ‘ideología’ aparece con frecuencia en los estudios sobre la comunicación de masas: se habla así, de la ‘ideología de los medios’, las ‘ideologías profesionales’, etc. En cualquiera de esos usos ‘ideología’ denota un sistema de representaciones sometido al sesgo de una perspectiva y de un interés particular”.

Llegados a este punto debemos reconocer que existen muchas voces críticas sobre la fiabilidad de la información que ofrecen los medios, incluso de los intereses ocultos que los llevan a posicionar sus líneas ideológicas y el contenido de su información. Como afirman algunos historiadores y sociólogos la historia la cuentan los vencedores, en este caso se puede deducir que los intereses de los medios, económicos y políticos marcan la agenda informativa con el fin de persuadir a la opinión pública y posicionarse en ventaja respecto a otros mercados y atender de esta manera a su entramado de intereses como empresas, descuidando de este modo el principio periodístico de independencia respecto a los poderes, objetividad, veracidad o diligencia profesional.

Precisamente en este estudio se parte de esa premisa. Es decir, se tendrá una visión crítica de los medios de comunicación y de los mensajes que transmiten. Continuamente los ciudadanos son bombardeados con infinidad de noticias de las que desconocen, en la mayoría de los casos, sus antecedentes, a los protagonistas, las causas o los indicios que han llevado a que tal o cual acontecimiento haya podido tener cabida en la lógica o ilógica casualidad. Pero pronto atenderán a posicionarse de un lado u otro, sin indagar previamente en cualquiera de los entresijos que se han confinado para que el acontecimiento en cuestión haya sido factible. Quizás en eso tienen mucho que ver los medios, porque son los que eligen la temática, los que la desgranán o los que la lapidan cuando les deja de parecer importante. En eso intervienen las redes mediáticas que atienden a los intereses antes comentados.

En el caso de la prensa esto no es menos así. El periodismo escrito no escapa a este tipo de cuestiones y si bien es cierto que la televisión es el medio donde más prima la exclusividad, la rapidez y por tanto hay menos tiempo para contrastar la información, los medios escritos atienden a unas líneas ideológicas muy marcadas y en el caso de los periódicos de tirada nacional, casos de *El País*

y *El Mundo*, están insertos en grandes grupos mediáticos que tienen que protegerse de dicha opinión pública sobre ciertas cuestiones que pueden significar un punto negativo a sus expectativas.

Así pues, la prensa de España tampoco es ajena a estas premisas que se vienen repitiendo cada vez con más frecuencia. Los medios, aparte de para informar, son empresas y como tal atienden al principio del beneficio. Por eso tienen que adecuarse a las herramientas que les ofrece el sistema con el objeto de obtener la máxima rentabilidad. Los conflictos de intereses como veremos a lo largo de la investigación es una constante. Respecto al análisis de este trabajo referir que se tomará como punto de partida un hecho histórico dentro de la información política de España, concretamente el tratamiento mediático de la campaña electoral con motivo de las Elecciones Generales del 2004. Acontecimiento que ha hecho correr ríos de tinta tanto por la excepcionalidad fortuita del atentado que tuvo lugar el día 11 de marzo de ese año, como por el tratamiento mediático de dicha campaña y las posteriores investigaciones sobre dicho tratamiento.

Como noticia tiene mucho valor periodístico la circunstancia comentada. Razón más que suficiente para entender a través de la investigación que se presenta si verdaderamente han primado ciertos intereses a la información. Así pues, como premisa de indudable valor está en investigar el contenido de una manera exhaustiva sobre el comportamiento de ambos medios respecto a la información sobre la campaña política de las Elecciones Generales de 2004.

Aunque hay que tener muy en cuenta la situación en la que se produjeron los hechos, así como la incertidumbre que vivió la sociedad española ante semejante barbarie terrorista. La perspectiva del tiempo ha sido capaz de demostrar, a través de ciertos estudios, que la capacidad de los medios comunicativos, en este caso la prensa escrita, se vio desbordada ante lo inesperado, los atentados del 11M lapidaron la continuidad natural de los mensajes de la campaña electoral y los medios lidiaron con fuentes, en principio multitudinarias o contradictorias entre sí, de ahí que se llegaran a tomar decisiones más y menos acertadas.

Además, el 11M influyó en la normalidad natural que debía tener la campaña electoral, ya que la sociedad se convulsionó debido a las trágicas consecuencias que tuvo, el rumbo de unas elecciones que estaban a punto de celebrarse se vio alterado, los ánimos de la sociedad, de la política, de las fuerzas de seguridad y

por supuesto de los medios, experimentaron un trauma inesperado que tuvo distintas respuestas y resoluciones y ahí es donde esta aproximación intentará dar respuesta a ciertas dudas que surgieron posteriormente y que ahora se quieren aclarar a través de la racionalidad y el sometimiento de los hechos y su plasmación en los medios a través de análisis cuantitativos y cualitativos que llevarán a demostrar si dichas premisas antes tienen o no fundamentación lógica. En este punto hay que tener muy en cuenta estudios como los realizados por Alfonso Vara (2006, pag. 11) en los que argumenta premisas como esta “algunas de las acusaciones que se siguen haciendo a la prensa española son la manipulación informativa, el sectarismo editorial y la ocultación o invención de datos. No menos cierto es que la excepcionalidad del suceso puso a prueba la capacidad de reacción y la madurez de los periodistas españoles”.

Dadas todas estas circunstancias, se puede decir que los medios son un fiel reflejo de la sociedad de la información de la que se hablaba al comienzo de esta introducción. Una sociedad que acepta la inmediatez, por costumbre, que los medios son capaces de solventar esa necesidad y además se crea un vínculo entre esta y las corrientes de opinión que sostienen los mass media. De este modo, la amalgama queda cerrada en un conjunto de intereses. Por un lado el afán de saber de los ciudadanos, por otro se cubre el derecho a la información. Por último, los medios obtienen beneficios que soslayan con otras actividades para terminar interrelacionando multitud de sectores a través de la amalgama empresarial de los *macrogrupos* de información. Vivimos en un mundo económico estructural en el que las interrelaciones tienen mucho que ver con las decisiones mediáticas. Así pues, se construirá un camino donde su devenir tiene como objeto llegar a discernir ciertas dudas sobre el tratamiento de la información electoral en los comicios generales del 2004 en la prensa española.

1. Acotación y justificación del objeto de estudio

A tenor de la designación que se ha otorgado a este trabajo, “*Aproximación al estudio sobre la posición mediática de El Mundo y El País en su tratamiento informativo de la campaña electoral de 2004 y la crisis del 11M*”, el objeto de estudio principal de esta investigación se centra en el pensamiento periodístico acerca del análisis de contenido tanto en su vertiente cuantitativa, como la cualitativa y relacionar los datos obtenidos a través del pensamiento crítico del discurso y de

los criterios propios de los profesionales del periodismo, con el mensaje y la intencionalidad de ambos medios al publicar la información sobre la campaña y cuáles son, o no, las diferencias que existen entre la información previa al atentado y su tratamiento posterior.

Para lograr este objetivo hemos tenido en cuenta en este objeto de estudio dos vertientes bien diferenciadas, pero complementarias entre sí, por un lado la metodología académica y por otro la periodística, aplicadas ambas a un caso concreto, en el que aquí atañe la información de campaña en *El Mundo* y *El País*. Este hecho es cómo evoluciona la información política de campaña en ambos medios durante la recta final de la misma, teniendo en cuenta que irrumpe de manera inesperada, con lo que ello conlleva, el atentado terrorista de mayor magnitud vivido en España y en Europa hasta el momento, el ataque a cuatro trenes de cercanías en Madrid el día 11 de marzo de 2004 a tres días de las comicios y con un resultado de 192 muertos y más de 1.400 heridos. Así como las consecuencias políticas que el hecho tuvo ya que se interrumpió la campaña electoral y más tarde, a consecuencia del mismo hubo un inesperado resultado en las urnas. Así pues, dentro de los objetos de estudio se encuentran también los mensajes periodísticos relativos a la cobertura informativa de la campaña electoral entre los días 10 y 13 de marzo de 2004. Así pues se procederá al análisis de una lectura selectiva de dichas informaciones estableciendo unos criterios. Entre dicha información se encuentran las portadas, los editoriales, las fotografías relevantes de los temas de campaña y las noticias más destacadas de ambos medios durante ese periodo relativas a la política, los partidos, candidatos, etc. Así pues, no se analizarán las dos ediciones especiales que se publicaron en Madrid el mismo día 11 de marzo, ya que nos interesa la información de los formatos editados en todo el territorio nacional. Además, los especiales dedican toda su atención a los atentados, para esta investigación los mismos son un elemento más, pero no el objeto de estudio que se centra más en la información política y en la intencionalidad que los medios depositan en ellas, o no.

El acontecimiento escogido, como se ha referido anteriormente, es la campaña electoral a las elecciones generales de 2004 en España, evolución de la misma en su recta final e irrupción del atentado islamista del 11M. Se ha escogido por varias razones entre las que destacan la significación y trascendencia que tuvieron para la ciudadanía, así como las consecuencias políticas que acarreo motivando un inesperado “cambio de rumbo”. Además se puede afirmar que a

la conmoción que produjeron los hechos en los ciudadanos, se une intrínsecamente la incertidumbre con la que los medios perciben el hecho, así como las decisiones que tienen que tomar para hacer frente a la fortuita crisis que además no cuenta con antecedentes conocidos en nuestro país. Así pues se tendrá muy en cuenta, como objeto de estudio, la selección de las noticias que tuvieron ambas redacciones, la toma de decisiones que los directores de los diarios tuvieron que tomar en dicha circunstancia y como se refleja en las ediciones analizadas, pero sobre todo, en el posicionamiento ideológico. Se tiene en cuenta también el poco tiempo que existe para contrastar la información y dotar de un número de fuentes fidedigno. Por estos motivos, es muy importante para este trabajo la opinión de los profesionales del medio con la intención de completar la labor teórica-científica y analítica del asunto tratado.

De modo que si nos hacemos eco de nuevo de la idea inicial, la relevancia de los hechos acontecidos durante la campaña electoral del año 2004 en España, tomamos conciencia de la intención que tiene para el estudio iniciado el aplicar el método de análisis de contenido basado en una metodología puramente periodística, impulsada como se refería en el párrafo anterior por las consideraciones que tienen los profesionales de los medios, así como las rutinas de producción de la información y la estructura mediático-económica que envuelve a los medios de comunicación y los intereses que ello conlleva.

Debido a la elección de este acontecimiento como objeto de estudio y las herramientas del mismo materializadas en los medios de *El Mundo* y *El País*, muchos autores e investigadores han realizado estudios análogos al que estamos presentando. Así como existen multitud de artículos e investigaciones publicadas al respecto. Pero tras buscar entre todo ese entramado teórico, específico sobre el tratamiento de la información política de campaña en 2004 y la crisis del 11M, nos encontramos con ciertas carencias a las cuales pretendemos poner una solución o al menos acercarnos en nuestra aportación.

- No existen trabajos concretos de la dimensión mediática de la crisis del 11M y la campaña electoral que estaba fraguándose en ese momento dentro de un enfoque estructural. Sólo existen puntos sobre el tema dispersos en distintas investigaciones. Aunque como referencia vital en este campo está la reciente tesis doctoral de la profesora de la casa

(Universidad de Sevilla, Facultad de Comunicación) Antonia Isabel Nogales Bocio, profesora adjunta de Estructura de la Comunicación.

- En segundo lugar, la mayoría de los trabajos suelen centrarse en el estudio sobre los ejemplares publicados a partir del día después de los atentados, es decir el 12 de marzo, pero en esta investigación lo que pretendemos es observar la diferencia que hay en la información política de campaña los días previos y compararlo con los posteriores.
- Por último, es muy destacable el hecho de que los trabajos encontrados se dedican a analizar el acontecimiento en un plano más académico que periodístico y mucho menos basado en los criterios de los profesionales de los medios en activo. Así pues, las frecuentes referencias de sociólogos, antropólogos o semiólogos aunque sea una perspectiva muy efectiva y válida necesita ser complementada por la labor del periodismo.

A modo de resumen:

- El objeto de nuestro estudio se centra en la información política que sobre la campaña electoral a las elecciones generales de 2004 se publicó en los dos medios escritos más importantes de España, según la OJD, Oficina de Justificación de la Difusión. Concretamente el estudio se centrará en los periódicos de *El Mundo* y *El País*.
- En cuanto a la muestra escogida y las conclusiones que se pretenden justificar hemos decidido que se analizarán ambos medios durante los días 10, 11, 12 y 13 de marzo del año 2004. El fin de la investigación pretende demostrar la posible vinculación informativa que hay de ambos periódicos con la línea ideológica afín a cada uno. Sobre todo demostrar si este posicionamiento se intensifica o no debido a la irrupción en el último tramo de campaña del atentado del 11M.
- Aplicar la metodología académica escogida en un hecho concreto y observado que en este caso es la información política, dentro de dos medios escritos, durante varios días de campaña electoral, consecuencias de posible variación por motivo de una crisis inesperada. Por ese motivo el objeto de estudio se someterá a un exhaustivo análisis de contenido tanto cuantitativo como cualitativo, con los datos se pretenderá demostrar la vinculación política de la estructura mediática y la política, la relación de los periodistas con los agentes públicos y hasta qué punto

esa situación afecta o puede afectar en la audiencia, ya que de ser así, la información tendría un claro objetivo doctrinario.

- Se han elegido esos cuatro días, porque se ha considerado, que a través del análisis de contenido de ambos medios durante ese periodo, 8 ejemplares en total, se puede diferenciar el tratamiento de la información política en los días previos al atentado, 10 y 11 (ya que los periódicos del 11 de marzo contienen información del día anterior), así como de los días 12 y 13, un día y dos después de la crisis creada por la masacre y la irrupción en la campaña la cual queda suspendida. Creemos que realizando un buen análisis se pueden establecer criterios y sacar conclusiones sobre el objeto de estudio con el fin de demostrar la hipótesis de la que partimos.
- Así pues, dentro del objeto de estudio hay que destacar que serán de especial atención las portadas, los editoriales, las noticias sobre las secciones que ambos medios crearon para la campaña y las imágenes. Cada uno de estos elementos del objeto de estudio será analizado por bloques y posteriormente se establecerán las conclusiones generales unificando las que se hayan extraído de cada una de los bloques mencionados.
- Se han escogido *El Mundo* y *El País* además de por ser los de más difusión y estar ideológicamente en la posición opuesta, porque ambos tienen la sede en Madrid y su tirada es nacional. Cabe destacar que ambos sacaron a la calle un especial el mismo día 11, pero no se ha contemplado en este estudio por que la información es sobre el atentado, y a nosotros nos interesa la información política, además de que ambas publicaciones tuvieron ámbito local en Madrid, y nos interesa conocer lo que se publicaba en todo el territorio nacional.

➤ **1.1 Criterios de selección de las muestras de estudio**

Por último, hay que tener muy en cuenta que estamos a menos de un año para que cumpla la primera década de los acontecimientos del 11M. Desde entonces, han surgido multitud de estudios, publicaciones, artículos y noticias relacionadas con el acontecimiento y en cómo los medios trataron el mismo. Quizás ahora con la perspectiva del tiempo sea más fácil establecer criterios de selección de la información aparecida en esos días dadas las circunstancias de la responsabilidad que oferta el tiempo y el análisis desde

la lejanía de la incertidumbre del momento, dando lugar a un análisis más claro y menos intervenido por los acontecimientos acaecidos. Así pues, se ha meditado exhaustivamente la elección de las herramientas de estudio. Como tales se muestran *El Mundo* y *El País*. El motivo de esta selección es múltiple ya que hay muchos factores que nos han llevado a ello. En primer lugar, los datos que arrojan los estudios sobre la difusión, OJD, ambos son los diarios de referencia del público en España, ya que son los de mayor difusión y los que tienen mayor aceptación en el mercado y en la opinión pública. Otra de las características que nos lleva a estos medios es su clara tendencia o posicionamiento ideológico, aunque se puede decir que más bien partidista, así como su público objetivo aspectos en los que se muestran en un plano antagónico el uno del otro. Además otra de las razones principales que llevan a elegir estos dos diarios, son la posición que ante el atentado y su autoría tuvieron posteriormente a su ejecución y los intereses que guardaban los partidos políticos al respecto. Por su parte, el diario *El Mundo* construyó una teoría en la que sustentaba que había una conspiración para perjudicar al partido que en ese momento estaba en el Gobierno, el PP. Dicha teoría que fue llevada a los tribunales y apoyada por el grupo popular fue desmontada por el juez Javier Gómez Bermúdez, instructor del juicio sobre los atentados del 11M. “Ninguna prueba avala la tesis de que ETA participó en el atentado”, concluyó el Tribunal en la sentencia. Razón importante también para la elección de este medio, ya que su clara posición hacia una línea cercana a la marcada por los canales oficiales del Gobierno del momento servirá para arrojar datos que den solución a la hipótesis de la que partirá esta investigación.

Así pues, según la OJD, los últimos datos dicen que:

| 1.1- INFORMACION GENERAL | TIPO DIFUSION | PERIODICIDAD | PROMEDIO TIRADA | PROMEDIO DIFUSION | PERIODO CONTROLADO |
|---------------------------------------------|---------------|--------------|-----------------|-------------------|-----------------------------|
| ⊕ EL MUNDO S. VEINTIUNO (PUB.UNICA PERIOD.) | Pago | Diaria | 289.448 | 206.007 | Enero-2012 / Diciembre-2012 |
| ⊕ EL PAIS | Pago | Diaria | 400.212 | 324.814 | Enero-2012 / Diciembre-2012 |

Fuente: <http://www.introl.es/medios-controlados/>

En el caso de *El Mundo* y *El País* se observa como tienen primacía en tirada y difusión (véase en el enlace), respecto a otros diarios de tirada nacional.

Podemos concluir diciendo que ambos medios han sido escogidos por un doble criterio. Por un lado, medios nacionales de prensa escrita tendentes a ideologías opuestas y que cuentan con la mayor difusión, y por otro, por la centralidad en Madrid de su redacción principal.

La muestra escogida para este estudio se centra en los ejemplares de *El País* y *El Mundo* entre los días 10 y 13 de marzo de 2004. Así mismo, de ambos periódicos se han escogido las portadas, los editoriales y las cinco primeras publicaciones que aparecen en la sección de política de ambos medios. Con el fin de tener una muestra amplia y significativa con la que poder extraer datos que sirvan para esclarecer el objetivo de este estudio.

➤ 1.2 Historia y elementos de las herramientas de estudio

El Mundo

El Mundo es un diario de prensa escrita en español de pago que anteriormente tenía el nombre de *El Mundo del siglo XXI*. La sede o redacción principal radica en Madrid. En cuanto a su dirección, desde que fue concebido, ha ocupado el cargo Pedro J. Ramírez. Además de la edición general impresa de ámbito nacional (ISSN 1697-0179), ha contado, anteriormente, y cuenta, en la actualidad, con distintas ediciones regionales y locales repartidas por el territorio nacional.

Además de la versión impresa *El Mundo* cuenta con una edición abierta en Internet denominada *elmundo.es* (ISSN 1576-6969). Los contenidos no se corresponden tal cual con los mismos que en la edición impresa, pero si es posible desde el portal acceder a una versión digital de la edición impresa gracias a un quiosco virtual específico.

En cuanto a la empresa editora de *El Mundo* es Unidad Editorial Información General, S.L.U., que es propiedad de Unidad Editorial, S.A., propietaria, a su vez del Grupo Recoletos, las cuales están participadas mayoritariamente por el grupo RCS MediaGroup (Rizzoli), que controla el diario italiano de mayor tirada, el *Corriere della Sera*, y que marca las directrices generales de acción y las líneas que sigue el medio en la estructura de su información.

Según publicó el grupo italiano dueño de la corporación, RCS Media Group (Rizzoli), Unidad Editorial cerró el ejercicio de 2011 con unas pérdidas

de 322 millones de euros, siendo el quinto año consecutivo en números rojos, dejando a Unidad Editorial en una situación de "quiebra técnica".

En cuanto a los datos históricos, el periódico apareció por primera vez el 23 de octubre de 1989. Sus fundadores fueron Alfonso de Salas, Pedro J. Ramírez, Balbino Fraga, Juan González y Melchor Miralles.

Teniendo como referencia el anterior periódico dirigido por Pedro J. Ramírez, *Diario 16*, *El Mundo* ha dedicado desde sus inicios una gran labor a la investigación periodística. Así pues, desvelaron los escándalos de corrupción en el gobierno de Felipe González, como el caso Ibercorp y el terrorismo de estado del GAL. Estas pesquisas periodísticas tuvieron una respuesta significativa en la opinión pública e influyeron en el desgaste del ex-presidente y contribuyó en la victoria de José María Aznar en 1996.

El diario apoyó al gobierno de José María Aznar en la mayoría de sus decisiones. No obstante, cuestionó algunas decisiones de los populares, especialmente las que podían favorecer a PRISA, pues desde la etapa de Felipe González ambos grupos se convirtieron en rivales. *El Mundo* también criticó severamente la intervención de España en la Guerra de Iraq.

Por ese y otros motivos el diario dio un voto de confianza a José Luis Rodríguez Zapatero y aprobó acciones como retirar las tropas de Iraq o, con indecisiones sobre su denominación jurídica, la aprobación del matrimonio entre personas del mismo sexo. En cuanto a su labor investigadora, *El Mundo* es uno de los máximos promotores de las teorías que cuestionan la instrucción judicial de los atentados del 11 de marzo de 2004, mostradas como intentos de clarificación de aspectos que, a su juicio, estarían sin resolver.

El País

El País es un periódico diario en español y de pago, aunque se puede acceder gratuitamente al contenido del diario en internet. Aunque está redactado en castellano, algunas versiones comunitarias utilizan otros idiomas en algunos suplementos como por ejemplo en el Quadern Catalunya. Tiene su sede social y redacción central en Madrid, aunque cuenta con delegaciones en las principales ciudades españolas como es el caso de Barcelona, Sevilla, Valencia, Bilbao y Santiago de Compostela; desde las que edita diferentes ediciones territoriales. Del mismo modo, las plantas de impresión se ubican en lugares como Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Lugo, Canaria, Burgos, Mallorca, Alemania, Italia, México, Bélgica y Argentina.

También hay que destacar que *El País* posee una edición global que se imprime y distribuye en América Latina.

En cuanto a los datos de difusión en 2012 cabe destacar que vendió 324.814 ejemplares diarios. En los últimos datos del Estudio General de Medios, de julio

de 2013, alcanzó 1.929.000 lectores en su edición impresa. Es, además, el diario líder en español en Internet. En abril de 2013 alcanzó los 15,6 millones de usuarios únicos (Datos de Comscore). Tiene además una gran presencia en las redes sociales, con más de 2.700.000 seguidores en Twitter.

El diario pertenece al mayor grupo mediático de España, el Grupo PRISA, cuyo principal accionista es, a partir de 2010, Liberty Acquisition Holding. PRISA es también propietario de la Cadena SER (radio), Cinco Días (prensa económica), Grupo Santillana, con las editoriales Santillana, Alaguara, Taurus, Aguilar y otras; Diario As (prensa deportiva), Los 40 Principales, Máxima FM, M80 Radio, Radiolé, Cadena Dial (radiofórmula), Prisa TV, Digital+ (televisión), entre otros medios.

En 2011, el Grupo PRISA, al que pertenece el diario *El País*, registró las mayores pérdidas de su historia, de 451 millones de euros una cifra seis veces mayor que la recogida en el año 2010.

Históricamente *El País* fue fundado por José Ortega Spottorno y su primer ejemplar salió el 4 de mayo de 1976, casualmente seis meses antes había fallecido el dictador, Francisco Franco, por tanto en los albores de la transición española. Fue el primer periódico de clara vocación demócrata en un contexto en el que el resto de periódicos españoles venían de una larga historia en el franquismo. El diario fue diseñado por Reinhard Gade y Julio Alonso. *El País* vino a ocupar el vacío existente y se convirtió en el periódico de la España democrática, en unos momentos en que el tránsito del franquismo a la democracia estaba todavía en pleno desarrollo.

Su primer director (hasta 1988) fue Juan Luis Cebrián, que procedía del diario *Informaciones*, como muchos otros periodistas españoles de la época había trabajado en el *Diario Pueblo*, órgano de los sindicatos verticales franquistas.

El compromiso de *El País* con la democracia ante el 23-F, el triunfo por mayoría absoluta del PSOE en las elecciones de 1982 y su abierto apoyo al gobierno de Felipe González, facilitaron que *El País* se consolidara, durante la década de 1980, como líder de la prensa española, frente a *ABC*, de tendencia conservadora.

Al prestigio de *El País* contribuyó su riguroso tratamiento de las normas periodísticas y el hecho que fuese el primer periódico de España en establecer normas internas de control de calidad. Para lograr este estatus cabe destacar que fue el primer diario español en crear la figura del Defensor del lector y en

redactar y publicar un Libro de estilo que se convirtió en referencia, y continúa siéndolo, en el mundo del periodismo. *El País* también estableció varios acuerdos de colaboración con otros periódicos europeos de línea socialdemócrata. Así, en 1989, *El País* participó en la creación de una red común de recursos informativos con *La Repubblica* (Italia) y *Le Monde* (Francia). Desde octubre de 2001 se incluye un suplemento de *El País* en inglés en la versión española del *International Herald Tribune*.

En el aspecto formal, *El País* se caracteriza por su sobriedad expresiva, tanto en el tratamiento de la información como en lo estético: páginas a cinco columnas en las que predomina el orden y la clara distribución de los distintos subgéneros periodísticos. La fotografía y la infografía cumplen un papel secundario, de mero apoyo a la información escrita. Desde su fundación hasta finales de 2007, siempre ha mantenido el mismo diseño, sin apenas evolución (con uso exclusivo de fotografías en blanco y negro, aunque en la actualidad ha aceptado el color y formas más imaginativas, fundamentalmente en los diversos suplementos), y su misma tipografía: la Times Roman.

2. Objetivos de la investigación

El objetivo principal de esta investigación radica de la importancia que tiene para el periodismo demostrar si el periodismo y la política se encuentran relacionados en el entramado mediático, hasta qué punto ambos universos de estudios están relacionados y hasta qué punto se participan mutuamente. Así pues consiste en realizar una aproximación a los fundamentos de la metodología del análisis de contenido que dé cabida tanto a los criterios planteados por los académicos, así como las aportaciones realizadas al respecto por parte de los profesionales del periodismo que vienen a significar las fuentes empíricas que son capaces de realizar un balance real del estado de la profesión y del arte de informar.

Así pues, con esta investigación se pretende demostrar si *El Mundo* y *El País*, intensificaron, utilizando las herramientas periodísticas, lenguaje, emplazamiento en el medio, etc. La información de política en la campaña electoral de 2004 a las elecciones generales para beneficiar informativamente a los partidos afines a cada línea editorial y sobre todo como se intensifica, o no,

ese posicionamiento en ambos medios tras la crisis del 11M. Abordando así la cobertura informativa de los acontecimientos dramáticos del atentado y la influencia del mismo en la información política a través del marco científico de la economía política de la comunicación y la cultura. Para ello partimos de un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo de las influencias más relevantes publicadas entre los días 10 y 13 de marzo de 2004 en los diarios de *El Mundo* y *El País*.

Así pues, se tendrá muy en cuenta la incertidumbre del momento, y se conocerá también la sensibilidad y el sensacionalismo que reina en momentos de desconcierto como los vividos durante esa última recta de campaña electoral de 2004. Se sabrá que es fácil entremezclar con mayor facilidad la información estricta, contrastada y objetiva sin ánimo de posicionar al lector o público, la ciudadanía en definitiva, con la información con fines propagandísticos o cuya intencionalidad atiende a un fin último, es decir, el de influenciar a los ciudadanos en la toma de las decisiones comunes, en este caso la elección de un nuevo Gobierno para la nación. Dicho esto, con la presente investigación se pretende trazar una agenda para poner de relieve la posible fractura que se fraguó en ese instante y dar luz a los acontecimientos estudiados.

Otro de los objetivos de este proyecto es el de poner en relieve las fuentes de información de las noticias políticas publicadas en el periodo establecido. La presencia o ausencia de las mismas ayudará a aclarar los mecanismos actuales de obtención de la información y la posterior confección de los hechos noticiosos o las noticias en sí. También, pretendemos acercarnos a un nuevo modelo de metodología empírica, basada sobre todo en los criterios y principios que estudia el periodismo. Con ello podremos construir el universo de la estructura del discurso mediático, las presiones y la influencia de los mismos.

Para terminar, dentro del listado de objetivos que se marca este trabajo recoge también el interés por demostrar si los medios estudiados nombran a los políticos afines con un tipo de lenguaje, posicionamiento de la información, acompañamiento de gráficos, etc., para favorecer su discurso o con el propósito de influir de manera negativa en la oposición. Además, ver si *El Mundo* y *El País*, persiguen esos fines en la información durante la campaña electoral de 2004 y de si el hecho que la interrumpe, el 11M, intensifica esos fines y con qué objetivo aparente lo hacen.

3. Hipótesis de partida

Debido a los criterios seguidos en esta investigación y a los métodos que se utilizarán, hay que recordar que será un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo desde el punto de vista crítico de los conocimientos periodísticos y de la conocida trama político-económica que rodea a los grandes medios de comunicación.

HIPÓTESIS PRINCIPAL: Los diarios *El Mundo* y *El País* reforzaron su posición ideológica durante la campaña electoral de las elecciones generales de 2004 tras el atentado del 11M para influir en el electorado y desatendiendo el principio de neutralidad del que presume el periodismo.

Así pues, con este trabajo se pretende demostrar la implicación que ambos medios analizados, *El Mundo* y *El País*, tuvieron en la campaña electoral de las elecciones generales de 2004 en España respecto a sus líneas ideológicas, cómo trataron dicha información y si es cierto que se posicionaron con el partido afín, más si cabe, tras los atentados acaecidos el 11 de marzo, tres días antes de los comicios. Así pues, se parte de la idea de que ciertamente atendiendo a sus directrices ideológicas ambos medios mostraron la información política de campaña con matices más que diferenciales, lo que se quiere es vislumbrar si dichos matices atienden a favorecer a uno u otro partido, y, por tanto, si los periódicos han querido influir en la intención de voto de la ciudadanía, o en este caso, crear una realidad distinta de los políticos frente al trágico atentado.

De este modo, se manifiesta de nuevo el partidismo de ambos medios, ya se ha podido comprobar como en la historia de *El Mundo* y *El País* continuamente hay posicionamientos ideológicos hacia ciertas políticas. Si ya se vio la fijación que *El Mundo* tenía con los Gobiernos de Felipe González (Casos como GAL o Filesa) y más tarde con los de Zapatero, se puede decir que hace una clara defensa de la mayoría de las premisas del PP y del Gobierno de Aznar, aunque es cierto que hay temas en los que no apoyó a los populares como el ataque a Iraq. Por su parte, *El País*, siempre ha estado de lado de los socialistas, intentando refutar sus políticas y haciendo “campañas” positivas de las decisiones de los socialistas.

Dicho esto, queda claro que ante un acontecimiento como lo es una campaña electoral atípica como la de 2004 debido a la irrupción del mayor atentado

terrorista de la historia de España en Madrid tres días antes de los comicios, ambos medios de nuevo tomarán una ruta comunicativa que, a buen seguro, tendrán en los intereses estructurales mediáticos y económicos, así como en los ideológicos su puntal para trazar las estrategias de comunicación con las que concurren ante tales acontecimientos. Para ello, es preciso que dicha hipótesis parta de un punto natural, en el que nada corrompa a los medios de una forma puntual, de ahí que el análisis comience el día 10 de marzo en el que la campaña seguía su rumbo normal, para después seguir con los días 11, 12 y 13 de marzo, donde se analizarán las directrices que se marcarán ambos medios y cómo evolucionan sus informaciones favorablemente hacia un cierto punto de vista respecto a su línea ideológica, respecto a los medios analizados.

HIPÓTESIS SECUNDARIAS:

- I) Por un lado, los medios de comunicación son una herramienta perfecta para que la sociedad conozca la realidad que les rodea, de ese modo, se establece una sincronía continua con el público. Esto lleva a que los ciudadanos acepten a los medios como esa ventana a la realidad y, por lo tanto, además de estar inmersos en el universo social y económico de los individuos, estos aceptan dicha realidad y ofrecen legitimidad a los mismos.

- II) Por otro lado, además de la asunción de la sociedad de que los medios “construyen y cuentan la realidad”, hay que tener muy presente que éstos tienen un fin ilustrativo y pretenden enseñar al público unas directrices concretas, mostrar la realidad afín a sus intereses. Por ese motivo, es claro que cada medio dirigirá esas “enseñanzas” hacia las postulaciones políticas y económicas que les son favorables y aquellas que mantienen su posicionamiento dentro del ecosistema en el que se hilan los mensajes. Es aquí, donde precisamente, se postulan los medios dentro de los mercados y del marco político hacia el que basculan.

4. Metodología acorde al TFM

En primer lugar, a la hora de enfrentarse a una investigación es preciso señalar cuáles serán los parámetros de seguimiento para la elaboración de la misma, ese procedimiento se ha dado en llamar metodología. Es decir, hay que establecer una serie de criterios o métodos para que con el uso de los mismos el investigador pueda extraer los datos más afines a su investigación y corroborar, o no, de esa manera sus hipótesis iniciales. Es cierto que la elección de una metodología es un trabajo que concierne un previo estudio de lo que se quiere analizar para así no equivocarse en la fórmula que será más adecuada para dicho fin.

Dicho esto, habría que resaltar que la metodología que se va a seguir para la investigación de este TFM será un compendio de varios modelos afines entre ellos y que cohesionan a través de esta investigación con el consiguiente resultado de esclarecer, en la medida que sea posible, las hipótesis planteadas. De ese modo, a continuación se expone un resumen sobre la metodología que se usará para tal fin.

➤ 4.1 Naturaleza de la línea de investigación

Para saber que metodología es la más adecuada hay que tener muy en cuenta la naturaleza de la línea de investigación que se ha elegido. En mi caso, se trata de realizar un acercamiento al análisis cualitativo entre dos medios de comunicación de prensa escrita (*El País* y *El Mundo*) ideológicamente opuestos y comprobar si durante la crisis vivida en España durante los días previos a las elecciones generales de 2004 debido a los atentados del 11M primó más el interés informativo o la línea ideológica que defiende cada medio y contextualizarlo en el momento. Por lo tanto, es un tema de cualidad, aunque hay que tener muy en cuenta también datos cuantitativos. Se trata así pues de un paradigma interpretativo o hermenéutico como afirma Antonio Vallejo y oo.aa (2009, p. 75).

➤ **4.2 Método utilizado según el paradigma escogido**

También hay que tener claro el método que se utilizará según la naturaleza del paradigma con el que se trabaja. Así pues, se ha escogido el método de estudio de casos. Según la teoría de Antonio Pantoja y oo. aa. (2009, p. 85) “El estudio de casos es la forma más apropiada y natural de las investigaciones ideológicas y debe considerarse como una estrategia encaminada a la toma de decisiones. Su verdadera significación científica se halla en la capacidad para plantear hipótesis y centra su interés en un individuo, evento o situación y en su flexibilidad y aplicabilidad a situaciones naturales”. Conociendo esta premisa, se considera que se adecua perfectamente al tema que se abordará en la presente investigación. Pues la facilidad de sacar hipótesis sobre el asunto, así como la naturaleza ideológica del mismo hacen que sea un método afín a la investigación.

➤ **4.3 Acerca del método de estudio de casos**

Sabiendo que se utilizará el método de estudio de casos, cabe destacar y señalar dentro de qué tipo de este se puede trabajar mejor el tema de investigación. Según Antonio Pantoja y oo. aa. (2009, p. 86) para este modelo escogido sería más conveniente el método de casos interpretativo y que según el autor reúne información sobre un caso con la finalidad de interpretar o teorizar acerca del mismo. Desarrolla categorías conceptuales para ilustrar, defender o desafiar presupuestos teóricos definidos antes. Dicho esto, se cree que es adecuado para la investigación de este paradigma, ya que si bien es cierto que se conoce por el colectivo social que los medios están ideologizados, se pretende comprobar hasta qué punto es así en temas trascendentales para el desarrollo de una sociedad como lo fue en el caso del 11M y las elecciones generales de 2004.

➤ **4.4 Herramientas metodológicas para la extracción de datos**

Todo lo anterior versa sobre formato metodológico, pero es preciso comenzar a diseñar las herramientas que usará ese método para extraer

la información precisa para la investigación. Es aquí cuando aparece la primera diatriba ya que en un principio se cotejó la idea de realizar una investigación basada en el contenido de los medios de ahí elegir a los teóricos Klaus Klippendorff y Laurence Baldin, ambos exponentes de esta metodología y sus herramientas. Aunque ciertamente serán usados sus principios metodológicos sobre el análisis de contenido para los aspectos formales de la investigación tales como cantidad de noticias, secciones en las que aparecen, palabras más usadas, número de líneas en titulares, tipo de titulares... Como diría Berelson "el análisis de contenido es una técnica que pretende la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación". A lo que K. Klippendorff (1990, p. 28) añade que "es una técnica de investigación para hacer inferencias reproducibles y válidas de los datos al contexto de la misma". Por ese motivo, se cree conveniente utilizar el análisis de contenido, ya que no sólo dará muestras cuantitativas y formales, sino que además se podrán sacar deducciones de las mismas. En este apartado lo más sensato sería la elaboración de unas fichas donde destacar los aspectos más llamativos del contenido que será sometido a análisis. Según Antonio Pantoja y oo. aa. (2009, p. 306-307), para ello se han de utilizar tres tipos de unidades, por un lado unidades de muestreo, por otro, unidades de registro y por último, unidades de contexto. Además de tener en cuenta los tres niveles que propone K. Klippendorff, sintáctico, semántico y pragmático. Con estos elementos se elaborará una ficha de análisis de contenido a la que se someterán ambos medios, con el propósito de sacar las conclusiones adecuadas.

➤ **4.5 Herramientas metodológicas para extraer el contexto político-social**

Tras pensar en análisis de contenido como una herramienta útil, de hecho es así, hay que tener en cuenta la finalidad de este TFM que es más interpretativa que descriptiva, de ahí la importancia que para este estudio tiene el análisis del discurso. A través de esos datos cuantitativos que se pretenden extraer utilizando el análisis del contenido se tiene que formular el contexto psicosocial y político, así como aspectos discursivos de los textos. Por eso, con el análisis del discurso se podrá fabricar una

herramienta ajustada para descubrir y revelar el sentido subyacente que existe en los textos a la luz de marcos teóricos de referencia del mismo. Según Antonio Pantoja y oo.aa. (2009, p 313) “es preciso recordar que los textos poseen una unidad comunicativa global que tiene un fin, utiliza argumentos y desarrolla una estrategia”. De ahí el aplicar el análisis del discurso a mi TFM. Con afán de elaborar un buen marco metodológico seguiré en este sentido a autores como Conde (2007), Murillo y Mena (2006) y a Van Dijk (2003). Todos estos autores se centran en aspectos del análisis crítico como el reconstruir el sentido latente de los textos y relacionarlos con la posición social de los comunicadores. También se tendrá en cuenta el análisis crítico del discurso ya que del mismo se extrae el interés por las ideologías definidas estas como las representaciones mentales compartidas como defiende Van Dijk (2003). Dentro de este apartado se va a hablar de algunas herramientas que se utilizarán para tal fin. En primer lugar, se tendrá en cuenta la herramienta de las tres lecturas propuesta por Murillo y Mena (2006). Consiste en:

- 1ª Lectura: se apunta lo que nos transmite el texto y posibles líneas de interpretación.
 - 2ª Lectura: Se analizan los referentes, los grandes temas.
 - 3ª Lectura: Transversal, trata de buscar la conveniencia argumentativa.
-
- **4.6 Teorías sobre el análisis de contenido y del discurso a través de L. Bardin, K. Klippendorff y V. Dijk**

El origen del análisis de contenido se localiza en EE.UU., además nace con una vocación de analítica de los textos periodísticos y el rigor científico que se utiliza es la medida cuantitativa. Los primeros en utilizar el análisis de contenido fueron los teóricos de la Escuela de Periodismo de Columbia. Más tarde se multiplican los estudios cuantitativos de los periódicos. Dentro de las herramientas que se utilizarán para esta metodología se encuentra la del recuento y medida de elementos como la superficie de los artículos, tamaño de los titulares, emplazamiento en la página, etc. L. Bardin (1986, p. 11).

Utilizar análisis categorial sirve para “intentar tomar en consideración la totalidad de un texto para pasarlo por el molinillo de la clasificación y de la enumeración por frecuencia, de presencia o ausencia, de temas y de sentido... Es un método taxonómico, válido para que los coleccionistas sociales puedan introducir un orden, según ciertos criterios, en el aparente desorden, L. Bardin (1986, p. 28). Para lograr hacer que este análisis tenga sentido, en primer lugar se tendrá que elaborar una ficha clasificatoria de los diferentes elementos que se quieren contemplar en los textos, así pues será mucho más fácil clasificar los diferentes textos periodísticos que se someterán a dicho examen. Para ello se contará con la ayuda de diferentes herramientas y una que parece muy útil es la del recuento de grupos de palabras claves, apartado que ocupará un espacio de dicha ficha, palabras que se repitan a lo largo de los textos y que pueden aportar una información extra a través del contexto que las acoge (aunque el tema del contexto y del análisis del discurso lo veremos más adelante). Por eso, se puede afirmar que las aproximaciones cuantitativas y cualitativas no tienen el mismo campo de acción ya que la primera obtiene datos descriptivos para un método estadístico, mientras que la segunda corresponde a un procedimiento más intuitivo, aunque también más flexible, más adaptado a indicios no previstos o a la evolución de la hipótesis, como afirma L. Bardin (1986, p. 87) a través de las teorías de A.L. George (1959).

Para obtener resultados a través de esta metodología hay que tener en cuenta el conjunto categorial sobre el análisis de la prensa y establecer ciertos criterios que se enumeran a continuación:

- 1º Establecer unidades de información
- 2º Reagruparlas en categorías
- 3º Reagrupar las categorías en temas

Las unidades de información han sido caracterizadas por un índice de frecuencia, un índice de politización absoluto y relativo, un índice de orientación absoluto y relativo y un índice de compromiso, así lo afirma el teórico V. Morin (1966) y lo recoge L. Bardin (1986, p. 97).

Según K. Klippendorff (1990, p. 30) “Intuitivamente, el análisis de contenido podría caracterizarse como un método de investigación del significado simbólico de los mensajes”. Precisamente, en este apartado se quiere trabajar en el TFM, pues a tenor de los datos cuantitativos extraídos de los textos de *El País* y *El Mundo*, se baremarán las diferencias cuantitativas de términos y espacios que se le ofrecen a los partidos afines de cada medio y de cómo cambia eso, o no, respecto a los acontecimientos extraordinarios del 11M, se estudiará si se preocupan más por la premisa informativa, y de donde extraen la información para ello, o por el contrario si están demasiado politizados y siguen su línea ideológica de cara a las elecciones de días posteriores.

A través de la metodología que se usará se pueden esgrimir ciertos aspectos en el sentido ideológico e informativo. El tema es controvertido y la metodología da lugar a interpretaciones, como ya antes lo ha reseñado el autor, por parte del investigador. Según K. Klippendorff (1990, p. 31) “El analista del contenido es también un receptor de datos, aunque probablemente difiera de manera radical de los comunicadores comunes que quizás asignan significados de manera rutinaria e inconsciente y sin justificación empírica”. Dicho esto, a través de la metodología usada lo que se pretende es alejarse de ese comunicador común, para convertirse en el analista que se debe ser en estos casos. “Cualquier análisis de contenido debe realizarse en relación con el contexto de los datos y justificarse en función de este” K. Klippendorff (1990, p. 32) además sigue “un investigador de las comunicaciones tal vez interprete el significado de un mensaje en relación con las intenciones del emisor, los efectos cognitivos o conductuales que ejerce sobre el receptor, las instituciones dentro de las cuales se produjo el intercambio o la cultura en la que se desempeña un papel”. Así pues, se tendrá muy en cuenta el contexto en este objeto de estudio, es cierto que no se puede entender la información sin conocer el contexto que la rodea. Así pues, no se puede entender el porqué de este estudio si no se sabe el contexto real que se vivía en el año 2004 en España y también a nivel internacional, así como la visión que se tenía de la política y de los grandes partidos PSOE, PP dentro de los medios analizados, *El País* y *El Mundo*. Como afirma Klippendorff (1990, p. 36) “En todo análisis de contenido debe hacerse explícito el contexto con respecto al cual se

analizan los datos". De ahí que previo a la investigación se incluirá en el TFM un apartado antes de poner en marcha todas las herramientas del análisis de contenido y del discurso se elaborará un mapa conceptual de la realidad que rodeó esas elecciones generales de 2004 y ocurrido el fatal acontecimiento del 11M con que se lo relacionó y porqué, analizando también el cambio del rumbo de esas elecciones y de la mentalidad de la sociedad española del momento.

Es muy importante para esta metodología saber de antemano las pruebas necesarias que se han de aportar con el fin de dar credibilidad suficiente al estudio y que de ese modo la validación de los resultados sea convincente y concebible como asevera Klippendorff (1990, p. 39). Para que de todo esto se obtengan resultados óptimos hay que tener muy en cuenta la elaboración de las fichas de análisis y de que los apartados estén bien clasificados y desglosados con la consiguiente responsabilidad que tienen y deben cumplir en la tarea de investigación.

Según el estudioso Berelson (1952) una de las aplicaciones básicas del análisis de contenido es "detectar la existencia de propaganda, fundamentalmente con fines legales". Y también para "obtener información política". Premisa la de Berelson que viene muy bien a esta investigación, pues hacerse estas preguntas es vital de cara al proceso de elaboración del contexto que rodea al estudio y que tan importante es debido a la elección del análisis de contenido y del discurso que se ha elegido para esta línea de estudio. Como recoge Holsti (1969) que sitúa los datos en el interior del contexto de la comunicación entre un emisor y un receptor y se centra en tres aspectos fundamentales:

- 1º Describir las características de la comunicación, observando qué se dice, cómo se dice y a quién se dice.
- 2º Fomentar inferencias en cuanto a los antecedentes de la comunicación averiguando porqué se dice algo.
- 3º Fomentar inferencias en cuanto a los efectos de la comunicación, averiguando con qué efecto se dice algo.

Estas cuestiones planteadas por Holsti serán muy a tener en cuenta en esta investigación y se utilizará como herramienta para desentrañar los datos de los que se dispone, así como del contexto con el que se trabaja.

Así pues, también se contempla el diseño de contenido para comparar métodos diferentes. Los proyectos para poner a prueba la posibilidad de sustituir un método a través de un análisis de contenido. En este caso se aplican dos o más métodos a los mismos datos o a datos diferentes obtenidos a partir de la misma situación, con el fin de verificar si ambos proporcionan resultados comparables o cual es el mejor de los métodos, K. Klippendorff (1990, págs. 74-75). Así, se pretende realizar mi metodología y se utilizará el método de análisis de contenido y de análisis del discurso y se verá si ambos se complementan.

Para ello, en lo que respecta a contenido se tendrá en cuenta la siguiente estructura:

- **1º Formulación de datos**
- Determinación de las unidades
- Muestreo
- Registro
- **2º Reducción de los datos**
- **3º Información**
- **4º Análisis**

Así pues, hay que tener en cuenta que a la hora de definir las unidades seguiremos un esquema de unidades físicas, en este caso papel, prensa escrita. Para realizar con ellas las distintas tareas de muestreo, registro y contexto. “Aun cuando los sucesos sean continuos o el flujo de las expresiones de la lengua muestren pocos límites naturales, pueden imponérseles divisiones físicas” (K. Klippendorff, 1990, p. 87). En el plan de muestreo se fijará la investigación en la muestra aleatoria, según Klippendorff (1990, p. 95) “suponiendo que no exista ningún conocimiento a priori sobre los fenómenos en cuestión, un plan de muestreo que tiende a obtener una muestra aleatoria simple implicará el listado de todas las unidades relevantes respecto de las cuales se pretende formular la generalización”. Así pues, el fenómeno que se

analiza en la investigación es aleatorio en la historia ya que no tiene precedentes en España, nunca se han dado unas elecciones generales con semejante acontecimiento días previos a los comicios, además con semejante consecuencia, cambio de gobierno y papel de los medios de comunicación en dicha situación. En cuanto al diseño para verificar la fiabilidad se optará por la reproductibilidad, es decir, es demostrar el grado en que puede recrearse esta circunstancia en acontecimientos similares, en lugares diversos y con la intervención de codificadores distintos, como señala (K. Klippendorff .1990, p. 194).

“Entender un discurso significa entenderlo en contexto. En consecuencia, el análisis del discurso y el análisis conversacional necesitan explicitar lo que son los contextos y la manera exacta en la que se analizaron las relaciones entre contextos y discursos de manera que expliquen cómo lo hacen los usuarios” (V. Dijk, 2012, p. 23). Añade en la (p. 173): “En referencia al discurso en su contexto se refiere a, antes que nada, se trata de diferencias entre periódicos y no entre hablantes individuales y segundo, pertenecen a un complejo conjunto de propiedades discursivas como el diseño de la impresión, las fotografías, la estructura de la noticia, los titulares, la selección léxica, la selección temática y las estructuras retóricas”. Respecto a esta cita lo que se pretende es aclarar a través del contexto las noticias y la estructura del periódico, y si dicha estructura sufre cambios respecto a la habitual del periódico. Aquí se destaca de nuevo la importancia que tiene el contexto para la interpretación del análisis del discurso. Según V. Dijk (2012, p. 201) “cada evento comunicativo es una combinación única y compleja de las condiciones situacionales y sus consecuencias discursivas únicas”. De ahí que se pueda extraer la circunstancias que se dieron esa semana para que se cambiase de gobierno a pesar de las encuestas y qué papel tuvieron en ese proceso los periódicos de *El País* y *El Mundo*. Además añade V. Dijk “se han llegado a pocos resultados generales y libres de ambigüedad”, por lo que se tendrá en cuenta y se utilizará otro tipo de metodología como lo es la de análisis de contenido.

Como ya se ha señalado, en varias ocasiones, en el texto es muy importante en este tipo estudios la estructura visual de los periódicos, por ese motivo V. Dijk (2011, págs. 240-243) dice que hay que tener en

cuenta la página, el tamaño, tipo y color de la letra, uso de encabezados, títulos, subtítulos, leyendas, tablas numéricas, infografías, dibujos, imágenes, como parte de la expresión del discurso. Es un todo que hace un algo y ese algo es mi objeto de estudio, a través de todas esas herramientas y elementos se esgrimirán los resultados que, espero den respuesta al paradigma que se plantea en esta investigación. Dice V. Dijk (2011, págs. 240-243) “las diferencias del diseño también pueden interpretarse como la comunicación de un tono diferente en la noticias o incluso como una inclinación política”, premisa más que importante para el objeto de estudio y la línea de investigación que se están siguiendo. Ya que lo que se quiere demostrar es qué es lo que prima más en el discurso de *El País* y *El Mundo* durante esa semana del 8 al 14 de marzo de 2004.

Por último, para acabar con la teoría metodológica de análisis del discurso según V. Dijk, decir que el autor considera que los medios de comunicación no son un contexto en sí, sino que forman parte del mismo. Es decir que los periódicos por sí mismos no forman un contexto, sino que forman parte del mismo. V. Dijk no trata a los medios de comunicación como si se tratase de un lugar concreto en el que interactúa un contexto con su discurso, sino que más bien es o son medidas entre el texto y el contexto, ya que lo que hacen como su propio nombre indica es mediar, Van Dijk (2011, págs. 221-222).

Así pues, la metodología en la que se fundamentará en esta investigación viene a satisfacer una necesidad de conocer el contenido de los medios para poder extraer conclusiones basadas en una base veraz sobre un acontecimiento concreto. Una vez analizados los datos tanto cuantitativos como cualitativos del análisis de contenido se podrá configurar una tabla de análisis de la cual extraer datos que den forma para corroborar la hipótesis de partida, aunque no estaría esta tabla completa, ni la metodología per se, si no se contempla otra metodología, en este caso el análisis del discurso, en el que entran el contexto del acontecimiento y los diferentes puntos de vista de las fuentes que ambos medios barajaban, así como las conclusiones que las editoriales de cada uno sacaron respecto a la información de la que parten. Por esta circunstancia, se cree que estas herramientas metodológicas son las más adecuadas para resolver la hipótesis de la que se parte. La ficha de análisis que se utilizará está

perfectamente reseñada y explicada en el apartado **7.2 Análisis de contenido de la muestra de noticias políticas de *El Mundo* y *El País***.

5. Marco teórico de la investigación (De lo general a lo concreto)

5.1. La mediatización de la política y el periodismo vasallo

Este apartado es vital para la investigación ya que pretende mostrar todo o, al menos, una muestra certera de lo que otros teóricos han publicado respecto a este objeto de estudio, así como del hecho analizado en dicho estudio. Por ese motivo, se han establecido una serie de criterios previos que muestran claridad de exposición, así como una visión que parte de lo general hacia lo concreto con intención de enmarcar el análisis de los textos. Así pues, se partirá desde una visión general de la teoría de la desinformación y de la politización de los medios. Se entiende que es el principio que se intenta demostrar a través del actual análisis sobre un tema tan concreto como el tratamiento informativo en dos medios escritos sobre la información política de la campaña electoral de 2004 y la irrupción del atentado del 11M. Se estima que ambos medios atendieron a criterios ajenos a los principios periodísticos con una intencionalidad de desviar la atención de las audiencias hacia ciertas conductas políticas respecto a los comicios que se celebrarían días después y como se intensifica, o no, esa intencionalidad una vez ocurrido el fatídico hecho.

Más adelante, una vez expuestas estas teorías generales sobre la desinformación y la politización de los medios, se caminará hacia una muestra de los estudios realizados de ese acontecimiento por varios autores y se estudiará la importancia que tuvieron en su tratamiento informativo y de cómo afectó ese hecho a la trascendencia mediática, así como en el devenir futuro de la información política del acontecimiento y su tratamiento en la prensa.

Dicho esto, partiremos de las teorías sobre la desinformación que según el autor Pascual Serrano (2009, pags. 25-26) podría resumirse en algo tan sencillo como que “la selección de las noticias es el argumento más contundente para recordar que no existe la neutralidad e imparcialidad informativa”. Más adelante prosigue con esta idea y comenta que dicha selección “se hace a través de filtros de cuya existencia ni siquiera son conscientes los trabajadores de la

información, quienes están convencidos, en su mayoría, de que trabajan imparcialmente”.

Es cierto que no sólo Serrano pone de manifiesto este tipo de teorías, son muchas las voces críticas que se levantan en aras de hacer ver a los periodistas que la manipulación es algo que dentro de la profesión está a la orden del día. Otros teóricos experimentados como Ramón Reig aseguran que los mercados forman un auténtico entramado que tienen al periodista sumido en una telaraña de intereses que no deja cotejar ni siquiera el eslabón que este representa en la misma. El sesgo informativo, así como la información enfocada a no tambalear los cimientos de los poderes establecidos hace que el periodista se encuentre en una situación desfavorable a la hora de poner en práctica los principios fundamentales de la profesión. Así pues el periodista asume un papel pasivo en la confección de la información. Los medios se cercioran de que conozcamos sólo aquellos temas que les interesan, o al menos que trasciendan sólo aquellos que estiman que deben tener difusión. Es cierto que dentro de un medio ha de haber una selección de noticias, sería banal pensar que se publica todo lo que llega, primero porque es imposible y después por que se han de establecer criterios como en cualquier empresa. A esa selección de los temas se la llama agenda setting, en la mayoría de los casos, todos los medios coinciden, más o menos, en las noticias que publican en sus portadas, sus informativos o boletines. Según Pascual Serrano (2009, pag. 27) “La agenda setting no trata tanto de definir nuestra ideología, sino de seleccionar cuales son temas que nos deben interesar”. Es decir, como decía antes, lo verdaderamente cierto es que la opinión pública sólo habla de temas que son susceptibles de ser conocidos, por tanto se habla de lo que nos exponen, de los acontecimientos sobre los que nos muestran información y acallan los otros de los que seguramente jamás tendremos conocimiento.

Todo esto lleva a pensar que se tienen algunos intereses mediáticos con algún poder, sea este político o económico que los lleva a proteger cierta información. Serrano (2009, pag. 29) afirma que “muchos medios se han convertido en meros departamentos de imagen de los emporios empresariales”. Esta visión del autor muestra a los medios como un escaparate más de las grandes empresas y equipara a los medios de comunicación como meros gabinetes de prensa o en el peor de los casos como el escaparate donde muestran sus productos y bondades. Así pues en cuanto a que somos audiencias, por ende, sector muy apreciados por la marcas, comerciales y políticas, los medios nos venden como

tal. Al menos eso es lo que Serrano (2009, pag. 31) asevera, “lo que venden los medios no es buen contenido informativo, ellos venden audiencias, nos venden a nosotros a las agencias de publicidad” y sigue “el sistema publicitario actual, en términos de democracia electoral, sería como convivir en un sistema de voto ponderado”. Dentro de esta misma dinámica de la importancia que los medios dan a la productividad, Serrano (2009, pag. 32) dice que los medios de comunicación también tienen política de economía y que es la que los lleva a establecer sus centrales, concentrándose así, en los lugares en los que se producen más noticias “importantes”, donde se celebran las ruedas de prensa de más interés y existen poderes que tienen relevancia. Esto a veces va en detrimento de lugares a los que es más difícil acceder, sobre todo en el entorno rural o en regiones del mundo lejanas y remotas o sin ningún “interés” para las agendas setting de los mass media. “Los periódicos se convierten así en tableros de anuncio, pero con contenidos filtrados por los directivos”, Serrano (2009, pag. 34).

Pero no sólo le sirven las audiencias a estos poderes y la utilización de los mismos con el fin de tener los targets bien definidos. Pues los poderes, no en pocas ocasiones, desembolsan mucho dinero en este menester patrocinando espacios, ofreciendo exclusivas, aportando grandes campañas publicitarias, pero todo con un fin. Serrano (2009, pag. 35) deduce que “los poderes gastan mucho dinero en rodearse de un buen grupo de comunicación con el fin de filtrar las informaciones y hechos que les son favorables y enmascarar las adversas”. Toda esta actividad carga a las redacciones de algunas responsabilidades para con la sociedad. Así pues, Pascual Serrano (2009, pag. 36) puntualiza que además de que los medios intentan decirnos que es lo verdaderamente importante, que es aquello que debe preocuparnos, como han sucedido los hechos, etc. Además de todo eso deben convencernos de que las selecciones que realizan son acertadas y, lo más importante, hacernos ver que no mienten.

Si se analizan los medios diariamente se puede hacer referencia a multitud de noticias que aparecen y desaparecen, la mayor parte del público no se detiene a pensar un segundo si realmente eso se asemeja a la realidad. Hay acontecimientos que se encuentran en pleno desarrollo cuando se hacen públicos y tanto como son reseñados, dejan de serlo rápidamente, como si nunca hubiese pasado. Las corrientes de opinión que antes se manifestaban, esa agenda que marcan los medios para guiar cuáles deben ser y cuáles no los

hecho noticiables, pero lo que nos afecta en este apartado es por cuánto tiempo van a preocuparnos. En este sentido, Serrano (2009, pags. 38-39) a través de las teorías de M.W. Herod explica que “los conflictos del mundo tan pronto aparecen y ocupan las portadas de los informativos, como desaparecen sin más”. Además el autor explica lo complicado y diferente que se percibe un conflicto según se esté en el lugar de los hechos o informándose de los mismos a través de los distintos medios que recojan la información.

Además, las premisas que rigen en las agendas de los medios han de atender las líneas ideológica occidentalistas. Así pues, se toma como referencia lo “aceptado” por el “buque insignia de la cultura occidental, es decir, EE.UU. De este modo “para la mayoría de los periodistas el criterio principal para evaluar un régimen político es ver si sigue, o no, el consenso con Washington”, (Pascual Serrano. 2009, pag. 41). Con esta información se puede afirmar que es un criterio o norma no escrita pero que está calando en la opinión pública. Es una premisa en la que los gobiernos se basan para crear “enemigos” comunes y visualizar a culturas que no son afines como que están fuera de la “norma” y que no siguen las pautas correctas.

Otros autores, como Vicente Romano, afirman que “la información se presenta desvirtualizada (en la mayoría de los casos sesgada) de su contexto natural, esto es incomprensible. Además se ofrecen unas cifras, pero otras se callan, se presentan determinados hechos y no se discuten los motivos, ni las condiciones sociales que los provocan”. Además de Romano, Pascual (2009, pag.44), recoge también palabras de teórico Ignacio Ramonet quien “considera que cada vez más el discurso del mensaje periodístico es más simple, más sencillo. Hay una fuerte voluntad de simplificación y la simplificación más elemental es la concepción maniquea de las cosas”. Es muy interesante pararse en este hecho ya que la simplificación tanto de las ideas, como la visión de la masa, entendida como audiencia, crea un contexto “artificial” en el que lo que se intenta es posicionar un producto ante los ciudadanos, un producto de consumo que en este caso son noticias, con una intención y finalidad, que es que todos hablen, opinen y se expresen dentro de las pautas marcadas por los medios, consensuados estos con los poderes político-económicos.

Pero Serrano (2009, pags. 49-50) se reafirma en esta idea. Además de lo aportado por Romano y Ramonet, él añade que “el mensaje puede despertar el odio, el drama, la indignación, el rechazo o la compasión ante una supuesta

situación informativa sin que se haya activado ningún mecanismo intelectual que nos permita comprender que es lo que está sucediendo en la pantalla". Y sigue "se establece otra sencilla ecuación entre el sentimiento emocional y la creencia de verdad". De esta manera, Serrano, ratifica la creencia de los anteriores y se posiciona en un punto de vista crítico en dos vertientes, por un lado asegura que los medios vierten contenidos intencionados para crear una expectación concreta en el público, por otro, que el público se deja "seducir" por la información la que entiendo como una verdad, casi absoluta, sin plantearse en la mayoría de los casos, cuál es el contexto en la que desarrolla, de dónde vienen y quiénes son sus protagonistas y cuál y porqué ha sido el motivo del acontecimiento. Se esgrime, por tanto, que tanto los medios como el público han conseguido encajar cada uno dentro del papel que les ha tocado lidiar en esta "batalla" y lo que puede ser peor que no existe una auténtica reflexión crítica generalizada ante los hechos y los medios por parte del público, o audiencias, lo que lleva a estos a seguir aprovechándose de la coyuntura.

Además de todo esto, los mensajes tienden a la uniformidad, en campaña electoral esto es claramente visible. Los candidatos tienen poco tiempo y se "juegan" mucho, por lo que las informaciones que manejan están más que estudiadas, estructuradas y se deja poco margen para la improvisación. Así lo manifiesta Serrano (2009, pag. 51), asegura que "es normal que la ciudadanía perciba que todos los políticos son iguales en campaña electoral, no puede variar mucho el mensaje en una declaración de veinte segundos". De este modo crean expectación entre los electores, los cuales se quedan con una premisa escueta pero muy estudiada cuyo objetivo es posicionarlos en su ideario político y convencerlos de que sus políticas son las mejores.

De todo lo anterior son buenos conocedores los medios de comunicación, más bien los grupos mediáticos que los controlan. Estos como empresas cuyo objetivo es ganar dinero, como cualquier otra, tienen también una extrema necesidad de posicionar al público ideológicamente dentro de la esfera de la que se alimentan. Serrano (2009. pag. 59) dice que "la pretensión de identificar el interés público con los intereses del grupo editorial que dirige un medio de comunicación es un objetivo prioritario porque será la vía con la que ellos intentarán infundirnos su legitimidad como acaparadores del derecho a informar". Además una audiencia fiel es garante de continuidad ya que dotan a los medios de un halo de veracidad y su realidad se construye frente a lo publicado en sus medios afines.

Así pues, se entiende que los medios cumplen con los principios de veracidad y diligencia profesional, además de los de objetividad y contrastación de fuentes. Aunque en la práctica esto es bien distinto. Muchos profesionales de los medios están inmersos en un universo de inmediatez, de exclusividad y en una carrera de fondo por conseguir ser los primeros en publicar las noticias. Esto no es más que una de las distintas disfunciones que atacan al periodismo. Según comenta Serrano (2009, pag. 69) en España los estudios basados en la medida de fuentes en las informaciones vertidas en los medios, sobre todo en radio y televisión, arrojan la paupérrima cifra de menos de una fuente por información. Esto es un dato más que alarmante para el público ya que demuestra el poco tiempo que se emplea en contrastar la noticia y mostrarla ante el público enriquecida con un análisis exhaustivo del profesional.

En esta línea se mantiene el autor cuando afirma que “disponer de muchos periódicos en los quioscos o ver muchas noticias en televisión no es óbice de disfrutar de pluralidad informativa”, (Serrano 2009, pag. 561). Es cierto que los medios están insertos en su mayoría en grupos empresariales multisectoriales y en los que pueden integrarse cabeceras de periódicos, emisoras de radio y cadenas de televisión, incluso con tendencias ideológicas distintas, con el fin de satisfacer a todos los públicos. Pero al fin y al cabo todo es una maquinaria que encierra el mismo objetivo económico-ideológico. Sigue afirmando Pascual S. (2009, pag. 562) que “la opinión editorial camuflada como una valoración de expertos es una manera sutil de imponer un criterio”. Por tanto, una vez más se pone de manifiesto que existe una corriente de teóricos que, efectivamente, ven que los medios intentan “manipular”, en la medida de lo posible, e instruir a las audiencias para que comulguen con sus adoctrinamientos.

Además, se entiende que parte de los ciudadanos se dan cuenta de estas disfunciones y que, por tanto, se debe hacer saber a los directivos de los grandes medios comunicativos que no se está de acuerdo con sus procedimientos. Así pues, Serrano (2009, pag. 568) dice que “los directivos deben saber que percibimos su mala información, sus ocultamientos o su parcialidad informativa”. Sigue, “es oportuno que comuniquemos nuestras quejas a los medios, en tono firme y educado”. Serrano entiende que es una de las pocas herramientas que nos queda para luchar contra esa premisa mediática del adoctrinamiento.

Dentro de todo este universo de estudio existen algunos mecanismos como los observatorios de medios, los cuales, son imprescindibles para que los poderes públicos atiendan a sus estudios. Según Serrano (2009, pag. 569) quiere que se exija esa atención “para dejar de ese modo en evidencia los injustos silenciamientos al que los someten los medios de comunicación de masas”. Bien es cierto que muchos de estos estudios son poco conocidos por los ciudadanos, así como las valoraciones que realizan de los medios, pero sobre todo de sus contenidos. Lo que viene a significar otra muestra más de este “miedo” a la crítica que poseen muchos mass media.

Pero no es la única fórmula que presenta P. Serrano en su obra, asegura que existen otros mecanismos para discernir la composición de la realidad que hacen los medios e insta a los ciudadanos y colectivos a que se acerquen a través de una visión crítica a una valoración de los mismos. De este modo en su obra (2009, pag. 582) dice algo así como que “hay que recurrir a intelectuales y analistas con un espíritu crítico del que a través de su trabajo se esgrima su talento y su ética”. En esta línea hay investigadores y alumnos de los medios entre los que me incluyo. Además de ser una de las premisas que conforman el alma de esta investigación.

Para finalizar con las teorías de Serrano fijaremos la atención en una afirmación lapidaria que muestra en su obra (2009, pag. 587) en la que dice que “se crean medios cuando se posee como patrimonio un sector de población secuestrado como audiencia”. Por tanto, las personas se convierten en rehenes que en la inmensa mayoría de los casos padecen el síndrome de Estocolmo. Las audiencias se preguntan muy poco sobre la veracidad de los hechos, pero menos aún sobre la diligencia de los profesionales de los mismos. De ahí que en el caso que se analiza en este trabajo, la información política de campaña en las elecciones generales de 2004 en España, mucho tendrá que ver el posicionamiento mediático del objeto de estudio, *El Mundo y El País*, y sus intereses. Pero para ello se deberá proceder al sometimiento de ambos medios a la metodología establecida para este estudio.

Siguiendo en esta línea general del marco teórico de la investigación se fijará esta vez el análisis en el autor Felix Ortega, concretamente en su obra “*La política mediatizada*” (2011). Dentro de las teorías críticas sobre el papel del periodismo y sus profesionales respecto a la creación de opinión pública hay autores como Ortega que piensa que los poderes públicos como los partidos

políticos y los Gobiernos intentan aprovecharse de las relaciones mediáticas e intentan establecer vínculos permanentes y factibles a sus intereses. De esta manera, se pone de manifiesto que la política y el periodismo están íntimamente ligados, lo que servirá para, tras el análisis y el estudio de los medios escogidos para este trabajo, poder sacar conclusiones con mayor rigor y comprobar si se cumple lo expuesto en la hipótesis inicial.

Dicho esto, Felix Ortega (2011, pag. 26) asegura que “los escenarios públicos son ahora todos aquellos que están destinados o bien a acceder al Gobierno o bien a desarrollar el orden institucional del Estado”. De esta manera, se pone de manifiesto esa primera premisa de que todo lo que posee relevancia pública y se expone en los escenarios naturales, díganse los medios de comunicación, es susceptible de ser utilizado por aquellos que tienen “ansias” de poder en las instituciones públicas o directamente en el Gobierno.

Pero a esto se oponen una serie de autores, que por ejemplo el Dr. Ramón Reig llama heréticos, personas que “levantan” sus voces en contra del poder establecido e intentan encontrar un equilibrio entre lo que se sabe y lo que verdaderamente es. Entendida esa “verdad” siempre desde un plano psico-social que rodea a los teóricos. Así pues, F. Ortega (2011, pag. 27) afirma que “este tipo de intelectuales autónomos y críticos con el poder, sólo fiel a las reglas de su oficio, clarificador de las masas, se desarrolló sobre todo en escenarios tales como el mundo de los escritores, las universidades y diversas organizaciones culturales”. De esta manera, cualquier ciudadano que quiera adquirir un conocimiento más amplio del mundo que les rodea, además de los medios naturales, normalmente prensa, radio y televisión (ahora también internet), poseen una serie de intelectuales, menos conocidos, menos consultados, pero no por eso menos valiosos para ampliar las ansias del ¿por qué?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿qué?, ¿quién? y ¿cómo? de los acontecimientos que nos rodean. Aunque el autor sigue y asegura que aparece otro tipo de intelectual llamado por Gramsci “intelectual orgánico” que toma partido por una ideología concreta, asevera. Estos son sobre los que más se centrará esta investigación.

Pero todo esto tiene consecuencias y además graves ya que lo que vienen a cultivar estos intelectuales orgánicos es un campo delimitado por lindes perfectas en las que sembrar la semilla que más conviene en cada época. Dicho de otra manera, F. Ortega (2011, pag. 28) “estas ideologías no potencian la vida

pública, sino que acabarán con ella al agotar el pensamiento crítico, la libre discusión, la heterodoxia". Por tanto estas teorías "sirvieron más para una extraordinaria potenciación de la política, mas dejaron a lo público sin recursos para seguir alimentando los proyectos políticos. El escenario público ya no es ahora el de los partidos, el Parlamento o las masas de acción. Lo público por antonomasia ha pasado a tener su sede en los medios de comunicación". Por esa razón, afirma el autor que el protagonismo de los mass media ha cambiado el concepto de lo público, pero también de la política. De ahí que sea tan importante para este proyecto el conocer hasta qué punto los medios influyen en las decisiones del público, audiencias, en definitiva, la ciudadanía. Más aún cuando dicha ciudadanía ha de someterse a las reglas de la democracia a través de comicios y cómo dos medios, con líneas ideológicas de marcada tendencia, influyen, más aún cuando irrumpe en plena campaña un suceso crítico que puede ser utilizado a favorecer a unos perjudicando a otros, con fines político-económicos.

Por todo ello, se asiste a la "entronización" de la política en las agendas setting de los medios de comunicación más importantes. El conocer la actualidad política es una de las actividades en las que los periodistas ponen más empeño y dedican más horas. Así, al menos, lo afirma Ortega (2011, pag. 29) "nunca como hasta ahora se había prestado tanta atención a los asuntos políticos". "Son ellos los que constituyen la mayor parte de la información". "La saturación de noticias políticas (sobreinformación) corre pareja con la desinformación activa de los ciudadanos". Hay que destacar que la saturación de información llega a colmar a la opinión pública, haciendo de lo excepcional algo común, lo que lleva a una relajación respecto a los temas, se tiende a normalizar aquello sobre lo que se está continuamente informando, no sorprende, por lo tanto, no suscita interés general. Ortega afirma que "pasamos de la política, pero a ella le atribuimos la razón de ser de cuanto nos sucede."

Respecto a todo este mundo mediatizado, incluida la política, afirmamos que la voz de las masas pasa esta vez por una transferencia de poder entre los ciudadanos y el periodista. En cierta medida, el público da su visto bueno para otorgar el papel de portavoz a los distintos periodistas y no a los políticos, a quienes se les supone elegidos libremente como representantes del pueblo. Dentro de esa línea, Felix Ortega (2011, pag. 30) dice lo siguiente, "los vínculos directos que deberían existir entre políticos y ciudadanos quedan sustituidos por otra forma de mediación, la establecida entre políticos y periodistas".

Prosigue en esta línea añadiendo que “los periodistas tienen la doble tarea de dar cuenta a los ciudadanos de los asuntos políticos, así como en definir en qué consiste lo público”. Ortega asevera que el plano privado-público, en suma, contribuye decisivamente a disolver lo público y a convertir la política en una instancia patrocinada de aquellos intereses privados que sacan partido de todo ello. Asimismo, F. Ortega, viene a definir el escenario público actual como una representación marcada por la comunicación mediática y asegura que los medios de comunicación ostentan una hegemonía casi absoluta en la estructura actual que según Ortega (2011, pags. 33 hasta 39) posee las siguientes características:

- Visibilidad en lugar de lo común (se sabe lo que se cuenta y eso atiende a intereses). (pag. 33)
- Representación cultural vs representación política. Los individuos están más acostumbrados a que les den las cosas mascadas, de esta manera los periodistas toman el pulso de la actualidad. (pag. 33).
- Espectacularidad vs discusión razonada. La política es viable a condición de que sea madre de la retórica. Los medios de comunicación lo que buscan es lo llamativo. El diálogo en los mass media son soliloquios o insultantes debates ruidosos. (pag. 35)
- Exhumación de la intimidad vs construcción de lo supraindividual. Concentra su atención en lo privado con el mero propósito de sus desvalimientos. (pag. 37)
- Virtualidad vs realidad. Liberada de estos vínculos con la realidad, el nuevo espacio público puede desentenderse de los problemas reales de los individuos en cuanto a ir más allá del mero relato para incidir eficazmente en el ámbito de los argumentos políticos. (pag.38).
- Espectadores vs actores sociales. Los profesionales de los medios asumen la doble tarea de esta representación, así como de la influencia sobre la sociedad. (pag. 39).

Aunque el argumento que la política sigue transmitiendo a los ciudadanos es el de controlar la esfera y la gestión de lo público. Así lo manifiesta Felix Ortega en su obra “*La política mediatizada*” (2011, pag. 41). Pero reafirma la teoría de que todos los medios nos hacen ver la política como uno de los temas más importantes. Para esta investigación tiene mucha relevancia, ya que lo que se intenta demostrar es si realmente los medios utilizados, *El Mundo* y *El País*, aparcaron su rigor para favorecer esa doble vertiente de intelectual orgánico del

que hablaba Gramsci, para favorecer en las urnas a uno u otro partido. Por eso Ortega (2011, pag. 44) argumenta que la comunicación mediática nos ha habituado a percibir como que todo es política debido a la centralidad informativa que la política ocupa en los medios. Sigue el autor (2011, pag. 45): “El imperio del economicismo a ultranza se ha erigido en un planteamiento dogmático que explica poco y acalla la posibilidad de discusión”. Lo que viene a significar, de estar en lo cierto, un auténtico desastre para la libertad de opinión, ya que la misma se entienda y se entrafia con sesgos desde su propia concepción.

Pero ante todas estas premisas el periodista tiene que justificar su trabajo y su buen hacer. Así pues, utiliza algunas herramientas con las que enmendar la situación en la que postula el autor. Siguiendo esta afirmación Felix Ortega (2011, pag. 46) asegura que los medios de comunicación mantienen una constante confrontación con las instituciones públicas que los lleva a mostrarlas como una contradicción en sí mismas. Prosigue diciendo que “la corrupción suele ser una constante que afecta a lo público y cada cierto tiempo la ley de hierro de la información tiene que descubrir algún escándalo que lo corrobore, con fundamentos o sin él”.

Pero ahora se han erigido los periodistas como nuevos intelectuales cuyas premisas son seguidas por legiones de públicos. El poder de convicción de algunos comunicadores los sitúa entre los puestos privilegiados de la creación de opinión pública. Ortega (2011, pag. 50) dice de ellos lo siguiente: “los intelectuales de hoy son otros: todos aquellos que trabajan en o para los medios construyendo relatos de lo social”. Así, estos argumentos sirven al autor para reiterar su pensamiento en el papel decisivo que tienen los medios en la sociedad actual. Dice Ortega (2011, pag. 58) que los mass media estimulan un tipo de participación política que difiere notablemente del formalista establecido en los sistemas democráticos, en estos la participación es débil y esporádica. Con los medios comunicativos es más continua e inmediata ya que son estos los encargados de señalar cuáles son los asuntos públicos y por ende ha de interesar al ciudadano.

Del mismo modo, la labor de agenda de los medios sirve para seleccionar el repertorio temático del que debe hablar la ciudadanía. En definitiva, Ortega (2011, pag. 59) asegura que “los periodistas /comunicadores han venido a convertirse en clase política alternativa”. A tenor de esta afirmación adelanta

con esta otra (2011, pa.g 60) “la agenda de los medios pretende convertirse en la única agenda pública”. De este modo cabe citar que los propios periodistas deben asumir su responsabilidad política, al igual que los medios a los que representan, además dice Ortega que los ciudadanos deben reorganizarse con autonomía respecto a estos medios, sobre todo no se puede comprender la comunicación política con la propia política. Abre así Ortega el debate de que no es posible la imparcialidad si el que suscribe es parte de los acontecimientos, participa de ellos y además saca beneficios.

Por consiguiente, se ha logrado construir, según las teorías de Ortega, un universo que comparten los periodistas y los políticos. Asimismo lo refiere en (2011, pag. 64) estas palabras “políticos y periodistas comparten mucho, en primer lugar, espacios físicos. También practican nuevas formas de relación social como son el comensalismo, el contertulianismo y los retiros. La necesidad profesional acaba por convertirse en una especie de afinidad electoral en virtud de la cual cada político elige a sus periodistas y estos a sus políticos. De esta manera se convierten en fuentes privilegiadas de la información, no sólo tienen posibilidad, o no, de dar primicias informativas, sino también de orientar la atención del periodista en una u otra dirección”. Esto lleva a pensar que la manipulación en los medios está más que demostrada y que ambos colectivos sacan provecho mutuo. En esta investigación, los periodistas y los políticos se jugaban mucho en los resultados electorales, dadas las circunstancias sorpresivas del acontecimiento.

Además, con esta especie de simbiosis entre el político y el periodista se establecen algunos criterios importantes a la hora de que un político tenga que enfrentarse o defenderse ante cualquier circunstancia adversa. Así pues, Felix Ortega (2011, pag. 66) dice que los políticos pueden usar varias fórmulas para paliar estos contratiempos que son:

- Secretismo
- Prudencia Política
- Mediación profesional

Resumidas estas tres fórmulas hay que decir que no hay objetivo de interés informativo máspreciado que aquel que está construido a base de secretos, argumenta Ortega. Prosigue en la idea de que los políticos que practiquen en demasía esta estrategia de ocultación cometerán el riesgo de contar con una

escasa colaboración de los periodistas y padecer así por tanto un constante asedio.

Otro de los riesgos que se pueden cometer en este tipo de relaciones son aquellas que apunta el autor (2011, pag. 67) que se postula en la idea de que “las luchas políticas entrecruzadas con las periodísticas ponen en serio riesgo los pactos por mantener ocultos los secretos compartidos”. De esta manera se crea un vínculo de intereses constante. No es raro pensar, visto esto, que la información que recogen los principales medios a buen seguro hayan pasado alguno de estos filtros y que cómo dice Ortega, aquella información que ataca a algunos de los poderes políticos, o a sus miembros, responde a ese “espejismo” de imparcialidad y dirigencia profesional que se le exigen a los periodistas en el ejercicio de su profesión. De esta manera, si todo esto es cierto, dice Ortega (2011, pag. 68), que “los medios cercanos al Gobierno tienen conocimientos con más facilidad de los secretos de Estado, al menos de algunos de ellos, que otros medios no tienen”.

Con todo ello, el político ha de ser previsor y gestionar bien sus círculos comunicativos, debe ser consciente que su relevancia y su cargo, ambos públicos, son de interés general. Por ese motivo ha de estar en continuo aprendizaje a la hora de gestionar ese flujo de información. Ortega (2011, pags. 69-70) propone varias cosas entre ellas que “en la prudencia política existen varias dificultades, la principal es que el político no se dirige directamente a su público. El auditorio directo y primario del político es, en la actualidad, el formado por los periodistas”. Sigue dentro de esta línea afirmando que “un político distante se convierte en una fuente menos consultada. Son los periodistas los que deben ser persuadidos y en caso de lograrlo seleccionarán los contenidos del discurso político y lo distribuirán por el electorado”. Dentro de la línea de investigación que se erige en este trabajo, si se afirma esta teoría, se estaría reconociendo que los medios al fin y al cabo presentan una clara tendencia política sirviendo de premisas que favorezcan una línea ideológica cuyo fin es el beneficio mutuo. Razón más que suficiente para que Ortega (2011, pag. 71-72) abogue por que la relación entre periodistas y políticos sea más profesional y menos basada en prejuicios. Añade que “los políticos usan la mediación profesional porque no es su campo de acción y no sabe utilizar las armas”. Atendiendo a este fenómeno, han proliferado los gabinetes de prensa o comunicación. Ortega (2011, pag. 73) “no son los políticos los que se dirigen a los medios sino que lo hacen a través de otros periodistas” estos que sí que

entienden el lenguaje de los medios. Nos encontramos aquí en una doble vertiente del periodista, por un parte se ha convertido en portavoz de la ciudadanía frente a los políticos, por otra son también portavoces de los políticos y marcan sus agendas, por tanto, los periodistas se encuentran inmersos en un continuo feedback dentro de su propio ejercicio de la profesión.

Al final, Ortega (2011, pag. 75) dice que “el gran objetivo del periodismo es influir en las decisiones políticas”, se entiende que también en la sociedad y finalmente ser el guardián de la información que se maneja en ambos sentidos, por un lado, entre la política y el ciudadano, por otro, entre los periodistas con la política, controlando así el flujo total de la información.

Así, el periodista ha logrado conseguir hacerse ver a sí mismo como un garante de la sociedad, según el autor Ortega (2011, pag. 77) “para estos la construcción mediática de la política se erige como el mecanismo de representación más fiable y válido”. De este modo, manejan los hilos de las decisiones políticas, no sin antes, sacar un beneficio personal que les lleva a erigirse como guardianes de la democracia, informadores de la misma y, por ende, reflejo de un derecho común como lo es el de la información.

Otro de los factores que hay que tener muy en cuenta es el descrédito que la ciudadanía posee de los servicios públicos, de los cargos públicos, la política y por extensión todo lo que tenga que ver con la gestión que se hace de los servicios comunes. Pero dice Ortega (2011, pag. 78) que esto no hace desaparecer las causas públicas. Se entiende que el ser humano ha de vivir en ese espacio público y es entonces cuando asume los riesgos y las consecuencias de dicha necesidad, a pesar de los contratiempos y adversidades que puedan darse en el desarrollo de esa sociedad. Así pues como ciudadanos se ha dejado que parte de su potestad pase a manos de los medios de comunicación, así como a la de los profesionales de los mismos. De este modo, se ahorra en tiempo y preocupación de su propia implicación en política o en la vida pública en general. Al menos, eso es lo que quieren de los ciudadanos los medios, ya que esto no es más que la construcción de un grupo de consumidores. Así lo hace ver Ortega (2011, pag. 79) donde afirma que “ahora no son los ciudadanos quienes discuten sobre sus valores, sino que se ofrece una comunicación que no admite el intercambio y la reciprocidad, ya que entiende que el ciudadano es un consumidor de productos”. Se pone aquí de nuevo de manifiesto la teoría de que un target mediático donde las audiencias sesgadas y definidas forman un

plantel perfecto para que las marcas publicitarias y/o mensajes políticos les lleguen en el momento oportuno, por el canal adecuado y con el mensaje casi personalizado.

Todo esto lleva a construir una nueva realidad político-mediática, ya que son los líderes de opinión público los encargados de verificar, ratificar, apoyar o destruir una opinión o decisión política. De esta manera, F. Ortega (2011, pag. 82) nos hace ver que “el banco de prueba de toda medida política es el de la reacción que provoca entre los denominados líderes de opinión que la administran (periodistas), así pues, la teoría del político es hoy la de ser actores de papeles autorizados”. Asimismo, el político se ha convertido en una especie de busto parlante con el que no existe opción de conversar cara a cara, que no es capaz de acercarse a su escaño o sillón de despacho a los ciudadanos y todo ello es óbice de la desconfianza galopante que acecha a la política y sus principales responsables. Dentro de esta teoría, refutada por el teórico Ortega (2011, pag. 86) asegura que “el periodismo político actual es declarativo y si el crédito de los políticos ya es escaso resulta imposible despertar en las audiencias un mínimo de confianza hacia ellos, sus promesas y sus pactos”. Todo esto lleva a un camino de privatización de la política que es un vector considerado público cien por cien. Si los medios hacen alarde del manejo que poseen respecto a la intermediación entre los ciudadanos y la política se puede pensar que estos influyen y controlan cada una de las esferas en las que concurre la sociedad, (Ortega. 2011, pag. 88).

Toda esta situación descrita en el párrafo anterior hace que la situación privilegiada que se le otorga al periodista o comunicador sea cada vez más visible en esta investigación, partiendo de la base de las teorías de Ortega, se intentará vislumbrar la capacidad que los profesionales de los medios tuvieron en la información política durante la campaña electoral de elecciones generales de 2004 en España. Dicho esto, Ortega (2011, pag. 90), asevera que “el periodista puede ser mediador publicando noticias que apacigüen los ánimos o, por el contrario, puede confrontar y minar la confianza entre políticos que comparten una misma esfera de poder”. De esta manera alguno se verá beneficiado y otros perjudicados de este juego al que se prestan tanto el periodismo como la política. Ortega (2011, pag. 91) “los periodistas, en fin, convertidos en demiurgos de la realidad”. Para los teóricos que apoyan estas teorías, al menos para Ortega, una política basada en el ciudadano-consumidor produce una profunda decepción, porque están observando con una visión mercantilista lo

que por naturaleza debe ser altruismo y trabajo por el bien común de toda una sociedad.

Otro autor importante, E. Goffman (2006, pag. 89) afirma que “la fabricación es el esfuerzo deliberado de uno o más individuos para manejar una actividad de modo que induzca a otros a formarse una creencia falsa de lo que está ocurriendo. Se trata de un proyecto inicuo, de una trama o plan innoble que, cuando se cumple, conduce a la falsificación de alguna parte del mundo”. En otras palabras, cuando el periodista y el político se ponen de acuerdo para crear la esfera de lo público y basar en sus intereses las líneas que se han de marcar es un engaño al que se está sometiendo a la sociedad. Esto trae como consecuencia la desaparición espontánea de ese espacio público virgen de contaminación y libre para formar sus propias ideas y tomar las decisiones oportunas y necesarias para la construcción de una esfera pública deseable para todos los miembros de dicha sociedad.

Dentro de este marco, Ortega (2011, pag. 113-114) describe que “los maquinadores buscan de manera deliberada enredar a un público al que convierte en rehén y víctima de sus confabulaciones desacreditando otras instancias que intervienen en los acontecimientos reales, generalizando la desconfianza hacia las interpretaciones que pretenden ajustarse a la dinámica de los hechos, esto habitúa a confiar en cualquier versión”. Pero para refutar esta teoría ha de haber un líder en el que concentrar esas premisas, es decir, una cabeza visible que se mostrará como el caudillo de las buenas prácticas y el que nunca o poco se equivoca y de ser así las disculpas y el arrepentimiento no existen debido a su posición privilegiada. Ortega (2011, pag. 120-121) asegura que “mientras el caudillo siga siendo percibido como oráculo y paladín al servicio de causas sociales, su partidismo no será visto como tal. Dispone de la ventaja cognitiva de hacer pasar por crítica lo que en realidad no es sino una apuesta muy polarizada ideológicamente”.

Inmerso en este caudillismo encontramos a múltiples periodistas y comunicadores. Estos poseen las ventajas antes descritas y además, E. Gil Calvo (2006, pag. 85) asegura de nuevo que “el caudillo periodista se apropia de la palabra y de sus significados para fabricar la verdad incuestionable”.

Es evidente que dentro de este entramado de poder mediático-político confluyen distintos factores además de intereses personales. Por esa razón, Ortega (2011, pag. 123), asevera que “abundan los radicales que primero fueron

de la revolución y ahora lo son de la reacción. Se funden en un crisol de principios de sistemas autoritarios y luego se presentan como si se tratasen del más genuino de los liberales". Este periodista que antes luchaba por la libertad de prensa, opinión, expresión, etc., es ahora un "periodista que aparece al lado y en plano de cierta igualdad con políticos, empresarios en auge y poderosos de toda condición, arrojándolos con el prestigio del aura mítica engendrada por los medios de comunicación de masas y protegiéndose así, y protegiendo a los poderosos cercanos, de desvalimientos indiscretos", Ortega (2011, pag. 131). Así pues el periodista se convierte en figura y llave maestra para acceder al poder, por esa razón, es un "motín" valioso a conseguir por parte de los que quieren ocupar puestos relevantes en las esferas públicas.

5.2 La comunicación en crisis del 11M al 14M y la comunicación frente al terrorismo

Dentro del marco teórico de esta investigación se trata de ordenar las ideas de partida que han propuesto otros autores y para hacerlo de una manera adecuada y ordenada se ha decidido partir de ideas generales para seguir el marco teórico sobre la importancia de los medios, su poder y las interrelaciones que tiene con la política y la construcción de la opinión pública. Por ese motivo, se entra en este momento a analizar en más profundidad las teorías que afloran en este campo de estudio y en lo que se ha publicado a tenor de lo ocurrido en Madrid el jueves 11 de marzo de 2004. Para ello se iniciará esta segunda parte con una visión general del terrorismo y la comunicación en dicho acontecimiento, para analizar más tarde las premisas concretas que utilizaron los medios, el gobierno, así como la respuesta ciudadana ante tan magno y deplorable acontecimiento.

Dicho lo cual, según propone Nacos (2002, pag. 19) "el terrorismo es la violencia con fines políticos contra los pacíficos/inocentes con la intención de ganar visibilidad, para así hacer llegar el mensaje a grandes audiencias". Así pues, se afirma que el terrorismo depende en gran medida de la publicidad que se le dé a sus hechos para llegar a alcanzar los fines propuestos, así lo afirman U. Cuesta y oo.aa. (2012, pag. 51). Que además aseguran que "la dimensión comunicativa del terrorismo es una línea común de estudio en los debates sobre el terrorismo" y sigue "la muerte y destrucción causada por los atentados del 11M

en Madrid y el 7J en Londres constituyeron los medios por los cuales los terroristas intentaron llegar a una serie de audiencias: el Gobierno Nacional, la oposición, el electorado, los medios nacionales e internacionales, otros Gobiernos". De este modo habrían cumplido su objetivo, que es sembrar el terror y hacerse visibles en los medios de comunicación donde se refleja los resultados de la lucha de su causa.

Pero el juego del terrorismo es mucho más complejo que sembrar el terror y hacerse visibles en los medios. Pues una de las causas primeras que afecta a las sociedades es precisamente que los atentados terroristas ponen en juego la reputación de las autoridades y requieren de estrategias específicas de retórica, afirman U. Cuesta y oo. aa (2012, pag. 52). A este le siguen teorías como las de Smith y Smith (1994, pags. 191-192) quien afirma que "los Gobiernos deben cuidar y mantener 1) una imagen de integridad y confianza. 2) un prestigio sobre su capacidad de gestión. 3) una retórica consistente y coherente que coordine las percepciones políticas de públicos que son muy diversos". Dentro de la teoría de definición de los enfoques ante el terrorismo por parte de los responsables del Gobierno, encontramos una premisa que podría sernos útil en esta investigación y es la propuesta por Entman (2003, pag 417) que "considera que las funciones básicas de los enfoques son definir el problema; identificar las causas; transferir un juicio moral sobre los implicados en la cuestión enfocada y refrendar remedios o mejoras del problema. Así pues la más importante es la de la definición del problema".

Siguiendo la estela de otros autores que defienden estas premisas y además aportan nuevos elementos podemos destacar a Van Dijk (1998, pag. 43) el autor sugiere analizar las relaciones que se establecen entre los personajes en términos de una oposición binaria entre el nosotros (y nuestras buenas acciones) y los otros (y sus malas acciones). Así pues tenemos un campo de batalla en el que en el lado de los buenos nos encontramos nosotros, además de haber sido víctimas ahora nos levantamos unidos para luchar contra los que nos intentan oprimir. Esta teoría tiene un magnífico ejemplo en la defensa que utilizó G.W. Bush que respondió con ataques bélicos a Afganistán e Iraq con el fin de defender los intereses de la patria y luchar contra el enemigo, los talibanes. Además, la prensa vio esa actitud con acierto y secundaron las actuaciones, por ende el público aceptó de buen grado la decisión del ejecutivo americano.

Pero llegados aquí se comenzará a entrar en materia, se comprobará que es lo que los teóricos han conseguido descifrar en cuanto a la actuación que en España se tuvo respecto a los atentados del 11M. Así pues, según U. Cuesta y oo.aa. (2012, pag. 55) lo que emprendió el Gobierno del momento, el popular con José María Aznar a la cabeza, fue una batalla de dos caras, a continuación se describirá en qué consiste dicha estrategia. Según los autores “en la mañana del 11 de marzo de 2004, 192 personas fueron asesinadas por diez explosiones en los trenes de Madrid”. Siguen “se ponía a prueba la capacidad comunicativa del Gobierno español en un final de campaña en la que se sabía que el futuro dependería de la interpretación que el electorado hiciera de la responsabilidad y razones del atentado”. Así pues les resultaba improbable que la oposición y los medios que no les eran afines quedaran impasibles y no emprendieran en la generación de nuevos enfoques y encuadres para orientar la interpretación de los actos terroristas acaecidos ese 11 de marzo. Se entiende en este contexto que hay una batalla que presenta dos caras, por un lado la oficialista o del Gobierno y por el otro la de la oposición y los medios hostiles al mismo.

Aunque esta doble cara en la batalla tiene más matices y el transcurso de los acontecimientos la dotaron de nuevos elementos. Así pues el Gobierno de Aznar tuvo una respuesta inicial, según U. Cuesta y oo.aa. (2012, pags. 55 y 56) “en los primeros momentos los principales actores políticos y mediáticos presentaron un enfoque de una sola cara, según el cual se consideraba a ETA como el responsable de la masacre. En la mañana de los atentados la mayoría de los líderes de los principales partidos culparían a ETA. Horas más tarde, a las 13, 15, el ministerio del Interior confirmaba en rueda de prensa que ETA estaba detrás de la matanza”. Así se trasladó al electorado, la sociedad, los demás partidos y los medios la autoría del 11M. Llegados aquí el Gobierno español debía hacer frente no sólo a la responsabilidad para con el atentado y las víctimas, sino que también con las respuestas simbólicas con las que tenía que reafirmar la confianza del público español y de ese modo lograr su apoyo en las urnas. Como medida cautelar y primera se acordó con los demás partidos suspender cualquier acto electoral y proclamar tres días de luto oficial. De esta manera quizás demostraban la poca importancia que le daban en ese momento a los comicios y ganar frente a la posición ventajosa de atender al problema planteado con el acontecimiento.

Todo lo acontecido después de esta decisión trajo consecuencias al Gobierno del PP. Como argumenta U. Cuesta y oo.aa. (2012, pags. 56-57) “la respuesta inicial

del Gobierno señalaba a ETA y las ediciones especiales de los periódicos del 11 de marzo también. Durante el mismo día de los atentados, las filtraciones de las Fuerzas de Seguridad empezaron a generar dudas sobre la implicación de ETA y a apuntar la posibilidad de la participación de Al Qaeda. El ministerio del Interior a las 20,00 h del 11 de marzo consideraba a ETA como principal sospechosa. La sospecha se hizo más explícita en las manifestaciones públicas del 12 de marzo, donde los ciudadanos pedían a la autoridad máxima conocer quiénes eran los asesinos. El 13 de marzo y a medida que la duda y la sospecha comenzaban a extenderse con la ayuda de los nuevos medios de comunicación (internet y móviles), se movilizaron a las puertas de la sedes del PP (día de reflexión), exigiendo al Gobierno la verdad sobre la autoría del atentado". Con este panorama el PP tenía pocas vías de escape sobre todo para los medios de comunicación que no le eran afines, así como para los partidos de la oposición, aventajando así a su principal rival el PSOE.

En estos días de caos y confusión el Gobierno de Aznar no mantuvo una línea adecuada en la comunicación de los hechos. Aunque es cierto que comparecieron hasta en siete ocasiones la ciudadanía no estaba conforme con el mensaje que transmitían. Dicho mensaje se fue transformando y nada tenía que ver con la premisa principal que marcaron en un principio que fue la de señalar al culpable, para más tarde derivar en somos los garantes de la Constitución y nada nos detendrá en la férrea defensa de la misma, añadiendo aquí matices que molestaron a los nacionalismos. Así lo enfoca U. Cuesta y oo.aa. (2012, pags. 60-61) según defendía el PP "el escenario de confusión está siendo creado por algunos, a pesar de que todo apunta en la misma dirección, que el grupo terrorista ETA ha sido responsable de los atentados. Con cierto nerviosismo ante las preguntas de los periodistas, Aznar se puso a la defensiva ante la acusación de que el Gobierno no estaba siendo lo suficientemente transparente con la información. El nosotros universal intencionado por el Gobierno se convertía pronto en un nosotros quienes siempre hemos dicho la verdad y nunca hemos mentado. Los otros tenían interés en sembrar duda y confusión sobre quienes estaban detrás del atentado. El día previo a las elecciones el partido del Gobierno se había convertido en un nosotros en estado de sitio, el PP estaba aislado y sus sedes rodeadas por los ciudadanos". En resumidas cuentas lo que aconteció en España se puede resumir así. Por un lado el Gobierno popular intentó enfocar el problema del terrorismo como un problema de la identidad española, era una manera directa de señalar a ETA

como responsable de la masacre. ETA es el principal grupo combatiente de la Constitución española, no lo es así el de grupos terroristas islamistas quienes persiguen otros objetivos. Dice U. Cuesta y oo.aa. (2012, pag. 61) que “la interacción de este enfoque intencionado con otras actuaciones y con los acontecimientos pudo generar la imagen de un Gobierno preocupado por los resultados electorales. El enfoque intencionado del Gobierno quedaría transformado en un enfoque electoralista. En definitiva, la estrategia inicial de inclusión acabó en una estrategia de división. El Gobierno se convertiría en el enemigo y no los terroristas, y el remedio al problema, un Gobierno nuevo”. De esta teoría se puede desprender la importancia que tiene para la gestión de una institución, de la sociedad y los medios una buena estrategia de comunicación. Si se falla en la misma acarrea graves consecuencias. Para concluir con esta teoría se puede afirmar, y así lo hace U. Cuesta y oo.aa. (2012, pags. 67-68) que en el caso que atañe a España el enfoque intencionado (constitución frente a terrorismo), al interactuar con los enfoques de otros actores (oposición, medios, etc.) y con los acontecimientos, se transformó en un enfoque electoralista (no intencionado): los ciudadanos percibieron un Gobierno motivado por ganar las elecciones. Así pues una vez desacertados en la idea de la definición del problema se pierde la definición de todo lo demás (causas y consecuencias). En este caso concreto a los ciudadanos les dejó de importar quién era el autor de la masacre para centrarse en quién mentía y por qué motivo.

Si bien antes hemos centrado el enfoque de las teorías que los autores nos proporcionan respecto a la comunicación de un acontecimiento tan grave como lo es el terrorismo en las estrategias que siguen los Gobiernos, en este caso el de España respecto a los atentados del 11M. Ahora iremos hacia cómo los medios reflejan dicha información. Es de vital importancia para esta investigación el apartado que aquí se abre ya que es el motivo principal de este estudio, en como los medios han reflejado el enfoque de los acontecimientos y con qué intencionalidad. Para ello, U. Cuesta y oo.aa. (2012, pags. 105-109) han realizado una relación de premisas en las que periodistas y políticos están más o menos de acuerdo, estas premisas nos servirán para ir desgranando las características de la comunicación de los medios ante un atentado terrorista y de cómo se enfrentan a los mismos. Más adelante, en este tramo del trabajo se tomará como referencia la opinión de periodistas expertos en la materia que en la obra de U. Cuesta y oo.aa. queda reflejada, así como diferentes personalidades de la

política. Habiendo llegado a este punto se relacionarán algunas consideraciones preliminares:

- Periodistas y políticos coinciden en identificar el terrorismo como un tema de máxima relevancia informativa.
- Periodistas y políticos coinciden en afirmar que la función de los medios ante el terrorismo es la de informar con objetividad para lo que el periodista tiene que ser aséptico y atenerse a los hechos. Según Sánchez Maroto, octubre de 2005) “La asepsia es el ideal: colocar el espejo ante el público. Para ello es muy importante contrastar las informaciones. (Los terroristas atacan porque buscan una repercusión en prensa y en la opinión pública. Es verdad y es así, pero también es verdad que la nuestra, nuestra obligación como medios de comunicación que somos, es informar. Si hay un atentado, ha ocurrido y por lo tanto hay que contarlo, (Cabrera, noviembre de 2005)
- Periodistas y políticos reclaman la necesidad de que los medios contextualicen los hechos; atribuyen al periodismo una función de análisis. Esta percepción del periodista como un analista de la realidad incluye la conciencia de misión de selección de lo que se considera relevante para la audiencia. (Teorías reforzadas por Jon Sistiaga, enero de 2008 y Jesús María Santos, octubre de 2005, para U. Cuesta y oo. aa. (2012).
- Periodistas y políticos coinciden en atribuir a los medios la necesaria función de ofrecer las causas de los sucesos o aquellos datos que permitan a sus audiencias una mejor comprensión del riesgo terrorista. Los políticos consideran que sólo el análisis permite a los ciudadanos conocer y valorar la gravedad del problema. De esta manera los medios se van convirtiendo en medios de posición; marcan, definen una línea editorial y articulan una interpretación de la realidad de una manera coherente (Elorriaga, junio de 2007). Algunos califican de forma claramente negativa “ya no hay información, ni siquiera hay opinión, sólo hay versiones de los hechos. Los medios ya se han convertido en versionadores, ya no es que la información se confunda con la opinión, sino que ya todo es versión”, (Díez, noviembre de 2007).
- Periodistas y políticos consideran que el terrorismo es un problema de tal relevancia que otorga a los medios una cierta función de concienciación social. Pero la confrontación política así como la

politización y partidismo de los medios, lleva también a temer por la implicación periodística, lo que deriva en que algunos periodistas y políticos se aferren a las máximas de objetividad para definir el deber ser del quehacer periodístico.

- Periodistas y políticos vierten la información para dar respuesta a la pregunta sobre cuáles han de ser los límites del análisis periodístico en la cobertura del terrorismo.

De este modo podemos concluir en algunas premisas interesantes para el avance de esta investigación. Por un lado se esgrime la importancia que tiene para la sociedad el poseer unos medios de comunicación que atiendan a las premisas de la objetividad y que se erijan como garantes de la neutralidad a la hora de contar los acontecimientos. También se ha comprobado como periodistas y políticos coinciden en muchos aspectos respecto a la transmisión de los atentados terroristas. Pero existen a la vez muchas voces críticas, quienes desmienten ese alarde de objetividad y relativiza el comportamiento de los profesionales y de los medios de comunicación, ya que estos atienden a intereses partidistas, como así lo exponen algunos periodistas de reconocido prestigio. Esa falta de confianza en la neutralidad informativa hace que el periodista y el político se alineen para dar una visión clara y conjunta de que el periodista trabaja dentro de sus premisas sin interacción por parte de la política, hacen una especie de pacto para no verse afectados por esa conciencia social. Como conclusión final a esta relación hay que saber que tanto la política como el periodismo se necesitan mutuamente, que la mayoría de los profesionales coinciden en la interacción de estos dos "mundos". Además de intentar protegerse mutuamente, labran una conciencia común con la que en la mayoría de las ocasiones calan en la sociedad y trasladan así sus premisas, ante acontecimientos tan graves como un atentado terrorista, estos vínculos se intensifican, al menos con los medios y los profesionales afines. Como se ha podido comprobar en las teorías de U. Cuesta y oo.aa. (2012).

Pero un atentado terrorista es controvertido desde el punto de vista periodístico por varias razones. Por un lado, como se expuso anteriormente es preciso informar a los ciudadanos sobre los acontecimientos que le competen y más aún cuando se corre un peligro real o ha sucumbido al terror parte de esa sociedad. Pero por otro, el periodista se encuentra en una tesitura de moralidad ya que el fin último de los terroristas es perpetrar el eco de sus hechos en la sociedad haciendo que esta se empape de sus fechorías y alertar y atemorizar de ese

modo a los miembros pacíficos de dicha sociedad, advirtiéndoles a los demás de que lo mismo les puede pasar. El periodista entonces entiende que el derecho a la información ha de primar sobre las intenciones del terrorista de publicitar su masacre. Así pues, los periodistas, como afirma U. Cuesta y oo.aa. (2012, pag. 109) “son muy conscientes de lo que buscan los terroristas en términos comunicativos: extender el terror. Según la entrevista que en esta obra *Comunicación y Terrorismo* (2012) se le hizo al laureado periodista Iñaki Gabilondo (septiembre de 2007), afirma que “esa es la dificultad que hay que analizar para decidir cómo se administra informativamente el terrorismo. A mí no se me ocurre otra manera que neutralizar expresando públicamente: señores, yo ya sé que la difusión de ese hecho que estoy haciendo ahora es justamente lo que el terrorismo quería hacer. Por tanto, voy a salir cuanto antes de este asunto. Yo intento quitarme de ahí, porque soy consciente de que estoy haciendo exactamente lo que el terrorismo quiere que haga. Pero informativamente no puedes desengancharte. No hay escape”.

Dentro de la deontología del periodista y de su buen hacer debe estar el límite que marca donde se comienza a cruzar la línea entre la información y la puesta en marcha de la maquinaria que es afín a los intereses mediáticos de los terroristas. Así lo muestra U. Cuesta y oo.aa. (2012, pag. 110) donde exponen “los periodistas afirman la existencia de un cierto límite a partir del cual hay que frenar el eco y es cuando sabes que a partir de ese momento estás contribuyendo a la propaganda que el terrorista busca”. Dice Gabilondo (septiembre de 2007) que “en esa frontera se libra una batalla épica, que cada cual sabrá cómo resolver”. Pero dentro de estas controversias con las que se encuentran los medios no tiene menos importancia la de la visión de la politización de los mismos y ser vistos por la sociedad como un instrumento más de los partidos y el Gobierno, llegando de esta manera a un descrédito del que deben huir los verdaderos profesionales y los medios que se precien de imparcialidad y buen hacer periodístico. En este sentido Irago (noviembre de 2005) asevera que “se corre un gran peligro, y es que los medios acaben convirtiéndose en simples propagandistas de la información política; hay un riesgo cierto de propaganda y de ocultación de la información”. Pero esto se incrementa en casos como en los atentados terroristas, durante campañas electorales y por ende se entiende que más aún cuando ambos acontecimientos coinciden como pasó durante el 11 y el 14 de marzo de 2004 en España.

Así pues el periodista y el político coincide en que el terrorismo es tragedia, produce espanto, genera dolor; una dimensión trágica que no se puede hurtar en la información. Resulta interesante la dimensión épica y trágica que el terrorismo añade a la función del periodismo, U. Cuesta y oo.aa. (2012, pag. 111).

Según afirma Sistiaga (enero 2008) “el periodismo no es aséptico, es siempre intencionado, intencionado por el punto de vista del reportero, por la formación del reportero o de la línea editorial que posea el medio para el que trabaja”.

Pero lejos de estas premisas alarmistas, también se ha de reconocer la labor de servicio de los medios que ofrecen a la sociedad una visión de la “realidad” que les compete. Asimismo hacen una labor continuada en el tiempo y realizan un trabajo de condensación de la información donde ofrecen los acontecimientos con sus premisas predecesoras y analizan la actualidad a través del devenir continuado y el análisis de los datos obtenidos a lo largo del tiempo. U. Cuesta y oo.aa. (2012, pag. 112) afirman que “los periodistas son conscientes de que ante atentados terroristas los medios juegan un papel importante en la concienciación social del problema terrorista”. Sigue Cabrera (noviembre de 2005) con un “cuando el terrorismo golpea, hay que implicar al máximo a la población, mostrar lo trágico y lo terrorífico que es”. Teoría que también apoya el político Mikel Buesa (octubre de 2007) afirma que “los medios de comunicación, en el tema del terrorismo, no tienen que ser neutrales, tienen que ser beligerantes”. Dentro de todo este entramado de circunstancias en las que se encuentran inmersos periodistas, políticos y terroristas cabe hacernos una pregunta, que bien la formula U. Cuesta y oo.aa. (2012, pag 113) y es la siguiente ¿equivale esto a decir que los medios tienen una función movilizadora? A tenor de las declaraciones que han realizado los distintos periodistas reseñados en el texto permite decir que hay en estos profesionales un cierto miedo a atribuir a los medios una función movilizadora. Se puede esgrimir de sus argumentos que son instrumentos. Pero la iniciativa debe corresponderles a los políticos ya que son ellos los elegidos por los ciudadanos para que representen su papel en las instituciones y sean reflejo de la sociedad a la que representan.

Para concluir con esta parte de la visión de los medios y los procesos comunicativos que sufren durante la cobertura de un hecho o acontecimiento trágico o ataque terrorista es preciso sacar algunas conclusiones. Al igual que lo

hiciéramos anteriormente se hará a través de un listado de premisas que U. Cuesta y oo.aa. (2012, pags. 113-115) nos proponen. Entre esas conclusiones:

- Periodistas y políticos coinciden en identificar el terrorismo como un mal que está impregnando la realidad política española. Se identifica una cierta contaminación semántica del conflicto terrorista extendido a la conflictualización política que se debe fundamentalmente a la falta de acuerdo entre los partidos sobre el modo de abordar la política antiterrorista.
- Periodistas y políticos siguen manteniendo, en el nivel de principios, un deber ser del periodismo que está cercano al planteamiento convencional de la objetividad.
- Se aprecia también en periodistas y políticos la consideración de que el periodismo tiene la función de analizar y explicar la realidad. Así pues, lleva una determinada interpretación de los relatos.
- Periodistas y políticos consideran que el terrorismo es un problema de tal relevancia que otorga a los medios una cierta función de concienciación social, lo que lleva consigo la implicación del periodista en aquello que cuenta.
- Para algunos políticos y periodistas los medios deberían ser más responsables, para otros son generosos en sus decisiones. (Respecto a la información en materia de terrorismo).

Por último, lo que es cierto y se está comprobando a lo largo de esta investigación es que los datos arrojan que no hay una única forma de dar respuesta a la comunicación cuando se trata de temas de terrorismo, asimismo en cualquiera de las decisiones que se tomen se tiene conciencia de que la simple comunicación es el aliciente que buscan los terroristas, pero debido a la dimensión informativa de los acontecimientos los periodistas se ven abocados a sucumbir a la comunicación de los hechos acaecidos.

Del mismo modo que se han analizado antes otros elementos. Se ha creído conveniente ponderar ahora la importancia que los teóricos dan a la fotografía como soporte visual, al margen de la información escrita, ya que atestigua de otra manera los acontecimientos que se narran en el texto, para ello se tendrá muy en cuenta el estudio de M^a Antonia Paz Rebollo (Revista Zer, 2005. N^o 19). A veces y como dice el refranero popular, más vale una imagen que mil palabras. Así pues U. Cuesta y oo.aa. (2012, pag. 154) argumenta que “testificar

la tragedia constituye una manera de atravesar las dificultades que entraña la experiencia traumática". Pero sigue más adelante "prestar testimonio mueve a los individuos del acto personal de ver a la adopción de un compromiso público". Se afirma aquí entonces la capacidad de reacción que proporciona la imagen en el público. Desde un impacto personal, en el que el espectador ve los hechos gráficamente, se hace consciente de la naturaleza y magnitud que tienen y entonces es cuando se siente más dispuesto a actuar. Por así decirlo, se sensibilizan a través de las imágenes con los acontecimientos, en este caso con las víctimas de los atentados del 11M. En la misma página U. Cuesta nos disuade con esta premisa "las fotografías han sustituido una vía efectiva de narrar sucesos. Desde la aparición de la misma incide sobre todo en aquellos sucesos que demandaban una respuesta pública. Rápidamente se consideró a la fotografía como una herramienta de persuasión". Al menos eso pasó en hechos históricos tan memorables como el holocausto nazi. Tras la contienda y la caída del régimen de Hitler, las fotografías que salieron a la luz pública de los campos de concentración dotaron al mundo del conocimiento y de la magnitud de lo que el régimen había hecho. Hasta entonces reinaba un cierto escepticismo sobre las atrocidades que se contaban de ellos. Por este motivo U. Cuesta y oo.aa. (2012, pag. 165) dicen que "el hecho de presenciar el dolor se hizo a partir de fotografías reales tanto para cubrir una información como para documentar un hecho histórico".

De este modo, se abre paso a la importancia que tiene la fotografía en la información y se explica también así porqué ocupan el espacio que ocupan en los medios impresos. Es algo que no se pasa por alto. Además con el paso de los años el lenguaje de la fotografía tiene matices propios de ahí que se utilice ese lenguaje para persuadir, o al menos, para informar a través de la imagen como nueva fuente de información anexa al texto y más que un complemento, actúa como garantía de veracidad y fidelidad a los hechos acaecidos. Ese es el motivo principal por el que U. Cuesta y oo.aa. (2012, pags. 168-169) se planteen las distintas premisas y conclusiones respecto al papel que afronta la fotografía. Esto lleva a postular "la fotografía como una parte integral del periodismo, como una herramienta para reducir la disonancia postraumática y como recurso movilizador para una acción estratégica". Continúa "la función de la fotografía como parte integral del periodismo, es lo que permitió a los periódicos publicar las imágenes en primer lugar". Pero a la fotografía se le aplican otras funciones, al menos una segunda que tiene que ver más con la capacidad analgésica de

reducir el “caos provocado por el trauma”. Por último los autores, le han otorgado a este elemento gráfico la facilidad como herramienta que los lleva a cumplir determinados objetivos políticos y militares.

A modo de conclusión, se puede afirmar que según lo estudiado por estos autores la opinión pública es la principal protagonista de la vida en sociedad dentro de las democracias ya que la gran mayoría de informaciones están intervenidas por ella, es además la gran mediadora entre las instituciones, los actores públicos, la sociedad civil y los rituales colectivos, de los que inevitablemente forman parte los terroristas y sus actos criminales.

Pero dentro de esta concreción del marco teórico no pueden faltar algunos estudios posteriores que se han realizado por parte de varios expertos en materia de comunicación. Así pues, los datos que arrojan y las conclusiones a las que llegan sirven para evidenciar la actitud de los medios respecto a la temática política y de como esta se ve afectada con la irrupción en la campaña electoral a las elecciones generales que se llevaron a cabo en España en el año 2004. Así pues Javier Redondo (2006, pag. 35) respalda teorías como la de que resulta imposible atender a las funciones que desempeñan los partidos políticos en la sociedad de la información sin referirse específicamente al papel que ejercen los medios de comunicación, sobre todo, como mediadores o vehículos de conexión entre la sociedad y el sistema político. Redondo propone que los medios son filtros de doble sentido, por un lado, intentan hacer llegar a los políticos las demandas de la sociedad, así como a los ciudadanos el contenido de las decisiones políticas. Garantiza de ese modo el proceso de feedback. Por este motivo es fácil, según Redondo, afirmar que son conocidas las adscripciones políticas de los medios.

Aunque la ideología de los medios es conocida por todos, estos intentan mostrar continuamente un halo de neutralidad, o, al menos, imparcialidad a la hora de informar, por esa razón, intentan utilizar en el lenguaje de sus noticias la máxima discreción posible, y continuamente pasa desapercibida ante el público la intencionalidad del redactor.

Por estos motivos, afirma de nuevo Javier Redondo (2006, pag. 36) que “el problema no es que en la actualidad la adscripción ideológica se haya materializado en adscripción partidista, sino que la adscripción, sea ideológica o partidista, se ha elevado a categoría fundamental, separando incluso el principio sólido de la independencia. En el momento de máxima tensión

política los medios concretan sus preferencias. Las corrientes críticas con los medios suelen afirmar que estos, más que mostrar la realidad, la fabrican. Por lo que habrá tantas realidades como medios que la difundan". En el caso que concierne a este estudio esta afirmación de Redondo es muy importante, porque viene a determinar que la crisis del 11M y el tratamiento que los principales medios escritos, *El Mundo* y *El País*, hicieron del acontecimiento en su campo político, pudo servir de auténtico adoctrinamiento del público que elegía las páginas de estos diarios para informarse de la actualidad. Como dice Redondo, los lectores encontrarían una realidad según el medio, por tanto, ambos medios atenderían de esta forma las adscripciones que se le presume a cada uno de ellos.

Quizás los medios cuenten en este tablero de juego más ventaja que los partidos políticos. Como explicación se puede mostrar la confianza que en la actualidad tienen los medios, así al menos lo comenta Redondo (2006, pag. 37) donde dice que los medios no se desgastan electoralmente, de forma que pueden escorarse o ideologizarse. Por una sencilla razón, los medios no tienen la potestad para gobernar, de modo que, pueden permitirse el lujo de mantener sus argumentos, su programa en el plano discursivo, sin que sean acusados de desgaste. Por otro lado, los partidos han perdido o debilitado su función de integración de la opinión pública. Los medios han asumido gran parte de esta tarea. Así pues, los ciudadanos escuchan a los políticos a través de los medios.

Esta relación entre la política y los medios es un hito que toman en cuenta autores como Bernard Manin (1998, pags. 237-287) quien describe el proceso evolutivo de la democracia representativa en tres etapas. En primer lugar, destaca la etapa del parlamentarismo, después la democracia experimente un cambio hacia la democracia de partidos, para terminar configurando la democracia de las audiencias. Dicho esto, mientras en la democracia de partidos la opinión pública y la expresión electoral coinciden, en la democracia de audiencias, según Manin, los medios y las organizaciones demoscópicas filtran y canalizan la opinión pública estableciendo la agenda. Esta teoría de ser cierta, demostraría que tanto *El Mundo* como *El País*, utilizaron ese estado de la democracia de las audiencias para influir con sus agendas y tratamiento de la información al electorado en una campaña electoral atípica en España debido a la cercanía de los comicios de una masacre terrorista ligada a ciertas decisiones políticas, según reivindicaron los propios asesinos, Al Qaeda, ya que justificaron el atentado por la intervención de España en la guerra de Iraq.

En esta misma línea, Redondo (2006, pag. 39-44) dice “los medios son capaces de influir sobre los programas de los partidos. Los medios vigilan la actividad y actuación de los políticos”. Por ejemplo el 11M lo que publican los principales medios es el rechazo hacia el terror que provoca este tipo de atentados y defiende los principios de la democracia y los valores de la misma. Pero el disenso llega después cuando cada medio hace una interpretación política de los hechos acaecidos en la mañana del 11 de marzo de 2004. Así pues, los días posteriores a las elecciones los medios iniciaron una guerra que concentró a la opinión pública. Por su parte, los partidos políticos, tras las elecciones del 14M, tenían como objetivo cerrar las heridas abiertas. Por todo ello, los medios pueden ser aliados o rivales de los partidos políticos, por eso, los últimos se ven obligados a reorganizarse, crear gabinetes de prensa. En otro orden de asuntos, respecto a las audiencias, los ciudadanos, son reacios a identificarse con los partidos, porque estos prefieren manifestar su adhesión a los medios afines a sus intereses ideológicos. Cada medio tiene su mercado, por tanto, posee su cota de credibilidad. En este binomio entre política y medios de comunicación, las audiencias, por tanto, la ciudadanía se encuentra en una encrucijada donde ya no sólo los partidos son los que crean ideología, sino que también los medios realizan esta labor. Los medios gozan de reconocido prestigio en España, en gran medida, gracias a la labor que realizaron durante la Transición. Pero aunque mantienen gran cota de prestigio lo que sí es cierto es que han perdido el apoyo incondicional de la población.

Redondo sigue afirmando que la mayoría de los ciudadanos ignora a los grupos mediáticos a los que pertenecen los medios y que, por tanto, desconocen completamente los intereses que los mueven. En esta línea, Ramón Reig (2000, pag. 12) dice “pero el desafío que coloca ante nosotros la estructura de la información es saber por qué nos están diciendo una cosa de una manera y no de otra, qué está influyendo en esa manera de proceder, qué hay detrás de las palabras y de las imágenes”. En este párrafo tanto Reig como Redondo coinciden en los intereses económicos, estructurales e ideológicos que mueven a los medios y que pasa desapercibido a la mayor parte del público o las audiencias. A raíz de esta premisa, los medios de comunicación han abordado el tema del 11M desde perspectivas muy diferentes, *El Mundo* y *El País*, coinciden en la defensa de posiciones políticas perfectamente identificables.

En cuanto al prestigio que los medios poseen en España, (Redondo. 2006, pag. 49) asegura que los medios no han perdido credibilidad para sus adeptos, pero

sí para sus detractores. La credibilidad general sale dañada porque la guerra mediática se pone de manifiesto con más nitidez. En tiempos de crisis, como la ocurrida en el 11M, la opinión pública deposita la confianza en los medios que niega a otras instituciones.

Si se sitúa este estudio dentro de la influencia que los medios ejercen sobre la audiencia, entonces hay que tener en cuenta premisas como las expuestas por los estudiosos (Montserrat Herrero y Miguel Saralegui. 2006, pag. 57) donde exponen que la información sobre el atentado del 11M está desde el principio íntimamente ligada al resultado electoral que se dio a conocer en la noche del 14M de 2004. Dentro de los medios impresos que se analizan en esta investigación se diferencian dos líneas de interpretación, por un lado la que se refiere a la legitimidad política misma y por otro lado la que habla sobre la mala gestión de la información en la crisis. El Gobierno de José M^a Aznar actuó técnicamente mal, pero además ante los ojos de *El País*, el Gobierno lo hizo intencionadamente mal, cosa que no piensa el diario *El Mundo*. El atentado influyó en las urnas según los datos estadísticos. Afirman los autores.

Pero no sólo los medios influyen en las decisiones de la audiencia, ante un acontecimiento de este calibre la sociedad tiene una visión distinta de la realidad, en momentos de alta tensión social los individuos se llegan a plantear cuestiones que en circunstancias de normalidad quizás pasen desapercibidas. En este caso, la evolución de la campaña seguía hasta la mañana del 11M su curso natural, la intención de voto era favorable al PP y los medios utilizaban sus líneas ideológicas para reforzar la legitimidad del candidato afín. Ante las nuevas vicisitudes debido al atentado sufrido en los trenes aseguran Xosé López y M^a Luisa Otero (2006, pag. 85-91) “la retórica de la emoción se adhiere en la narración informativa, cuando la muerte, el dolor y la tragedia aparecen como imagen de presentación”. Dentro de esta línea sensacionalista que apela al sentimiento y que hace que los seres humanos sientan empatía con la posición del medio, este “acercamiento” de la audiencia es aprovechado por los grandes mass media ya que estos no son independientes, ni objetivos, por tanto, la información es una mercancía sometida a las leyes del libre mercado y el producto hay que venderlo con las máximas garantías de calidad, como defienden tanto López como Otero.

Multitud de profesionales de los medios e investigadores, como se está comprobando, defienden la teoría de que los días previos de los comicios a las

elecciones generales de 2004 en España se vivieron en la prensa y en los partidos políticos, tanto en el del Gobierno como en el de la oposición, momentos de incertidumbre y de actuaciones rápidas y en ocasiones poco meditadas, como ejemplo *El País* en la edición especial que publicó el mismo día 11 llevaba como titular “Matanza de ETA en Madrid”, para después desvincularse de esta teoría y posicionarse en la autoría del terrorismo islámico. En este marco teórico cabe destacar a Marina Cabada (2006, pags. 101-102) “el atentado del 11M conmocionó a España, la descarga de agresividad motivada por la sensibilización excesiva ante los hechos ofrecidos por los medios de comunicación junto con el malestar creado contribuyeron, sin duda, al cambio político español”. De ser cierta esta teoría pone de relieve la importancia que para la sociedad tienen los medios y el poder de convicción de los mismos. En el caso del 11M, según Cabada, cabe plantearse que los ataques anteriores al Gobierno del PP iban creando un caldo de cultivo ideológico que las circunstancias de la masacre actuaron como detonante para ese cambio de Gobierno. Aunque en la vertiente informativa existen también dos líneas a tener muy en cuenta, por un lado nos encontramos a un Gobierno que intenta demostrar que sus teorías del atentado poseían una línea concreta, en este caso la autoría de ETA, por otro, los terroristas deseaban que los medios se hicieran eco y que su actuación llegara a las masas para conmocionarla. En este punto cabe citar a Raphael Perl (1997) “terroristas y autoridades explotan las posibilidades y funciones de los medios de comunicación de un modo muy opuesto. Los periodistas comprenden la necesidad de soportar la presión de una cobertura a tiempo real preservando el derecho fundamental a la información”.

Citar que en este estudio no se pretende hacer un análisis del atentado, ni siquiera del tratamiento informativo del mismo, lo que se busca es la posibilidad que existe entre el cambio del tratamiento informativo de la campaña electoral, si este cambia tras el atentado y sobre todo con qué intención. Pero el marco teórico no estaría completo si no se realizan referencias a algunos datos sobre la masacre y sobre todo tener en cuenta a los verdaderos protagonistas de todo esto que no dejan de ser las víctimas del atentado. Aunque la cantidad de información del momento, la cercanía de las elecciones, la incertidumbre sobre la autoría, etc. Hicieron que según Jorge Latorre (2006, pag. 139) “el 14M, día de las elecciones, asistimos en España a una bipolarización político-mediática que además de extender la crispación a toda la

sociedad (tal como buscaban los terroristas), propició un lamentable olvido de las víctimas”. Dentro de esta línea de investigación cabe mencionar a M^a Tobalina (2006, pag. 325) “la capacidad de movilización de los medios de comunicación es uno de los aspectos más estudiados dentro de la comunicación política. Intenta no perder de vista la capacidad de información que tienen los ciudadanos, el lector y el público de los medios. La movilización ciudadana a las urnas no había sido (en la jornada del 14M) indicio de democracia, sino una claudicación de la población española ante el terror”. Quizás este tema de la capacidad de movilización de los medios y la atención especial que estos muestran ante el público con el propósito de conseguir su seguimiento y ejercer influencia en sus decisiones, cabe destacar una premisa de (Diane Nicodemus. 2004, pag. 173) donde defiende que los periodistas tienen una serie de responsabilidades sociales, entre las que se encuentra la de trabajar para fortalecer la capacidad de una comunidad que sea capaz de trabajar de una manera conjunta para resolver sus problemas sociales y sus conflictos. Quizás Nicodemus, es algo más benevolente con el papel del periodismo que otros autores de los que se exponen en este marco teórico. Por su lado, (M^a Tobalina. 2006, pag. 334) vuelve a afirmar que la magnitud del atentado y la confusa gestión informativa desde las fuentes oficiales que se dieron en ese momento dieron lugar a que el comportamiento de los medios no fuera el que se suele seguir en estos casos, es decir, el ordinario en la comunicación política. Se entiende de esta afirmación que los medios de comunicación actuaron durante los días posteriores al atentado del 11M con unas redacciones sobrepasadas y en la que los profesionales se enfrentaban a una situación que nunca se había dado en España. Porque si bien es cierto, que la prensa española si está sensibilizada ante el terrorismo, debido a las actuaciones de la banda ETA, en esta ocasión además se sobrevenían unas elecciones generales y se entremezclaros intereses políticos, mediáticos y sociales. En este punto toma importancia la afirmación que hacen (Gruning y Hunt. 1984) donde se plantean los tres modelos asimétricos de comunicación. En primer lugar, el empleo de la desinformación y la propaganda, en segundo, la difusión de la información favorable a los gestores de la crisis y, por último, el uso de la preocupación del público al servicio de sus intereses particulares.

Ante la situación vivida en Madrid y las inminentes elecciones muchos autores han mantenido, como se está comprobando, la importancia que tuvo en esos días la información y el papel fundamental que jugaron los medios de

comunicación en las decisiones electorales. En esta premisa (Montserrat Doval. 2010) mantiene que el atentado significó una situación de gran necesidad de orientación. La relevancia del hecho era extrema y la incertidumbre también al desconocer, entre otros datos, al autor de la fechoría, la posibilidad de que hubiese más ataques y la influencia que la autoría podría tener en los resultados de las elecciones, como las tuvo posteriormente, dada la cercanía. Así pues, en esta vorágine el público español fue más que nunca consumidor de noticias, sobre todo en las webs, como afirma el estudio de (M. Doval. 2010). Por su lado, los propios medios intensificaron su actividad para paliar la necesidad que tenía el público de conocer “la verdad” de los hechos. Así pues, los medios impresos más importantes como *El Mundo* y *El País* reaccionaron rápidamente, sobre todo en las webs, aunque impreso también publicaron un especial a lo largo del propio día 11. Por otro lado, adaptaron nuevas características a sus productos online para que el público accediese de manera más fácil al producto informativo. Así pues, *El País* abrió gratuitamente la información que habitualmente era de pago. En el caso de *El Mundo* se simplificaron los textos en la pantalla que pasaron a ser sólo texto. Pero esta situación tenía unos precedentes, las elecciones que tendrían lugar días después dependían ahora de la gestión de la información por parte del Gobierno y el desgaste al que el partido en el poder, el PP, se sometía ante la situación. Dice Doval (2010) “la segunda legislatura de Aznar había tenido problemas anteriores de comunicación, que se acentuaron en crisis sucesivas (Prestige, Guerra de Iraq y Yak 42). Todas las crisis habían sedimentado un poso de desconfianza en la opinión pública y habían polarizado a los medios de comunicación. La falta de confianza lamina de base cualquier autoridad epistemológica. Si no hay autoridad epistemológica, no hay influencia. El Gobierno de Aznar tenía su influencia mermada por esas crisis de comunicación anteriores debido a la falta de confianza”.

La tarea de colocar en la sociedad los asuntos de relevancia no es, por supuesto, cuestión de un hecho coyuntural, se necesita constituir un modelo de seguimiento, o por decirlo de otra manera, crear hábito en la audiencia. Autores como Mc Combs (2006) dicen que para transferir al público de masas la relevancia de una noticia, es preciso hacer que la sociedad a través de la práctica diaria de acudir a los medios para construir la realidad social y política, haga de ello una norma. Así los medios informativos influyen en la agenda setting de

los asuntos sociales, alrededor de las cuales se organizan las campañas políticas y las decisiones de los votantes.

6. Contexto histórico-político del objeto de estudio

El 20 de marzo de 2003 comienza la ofensiva de las tropas aliadas en Iraq, entre los países beligerantes se encuentra España apoyando a las tropas aliadas de EE.UU. Dos años antes, el 11 de septiembre de 2001 los atentados contra algunos de los símbolos más importantes de la economía y la militancia de los EE.UU., respectivamente el World Trade Center de Nueva York y el Pentágono en Washington, despertó la ira americana. El atentado reivindicado por Al-Qaeda, una célula terrorista islamista, se saldó con una intervención de EE.UU. y las tropas aliadas en Afganistán donde se encontraba refugiado su máximo dirigente, Osama Bin Laden. Más tarde el ejército americano creyó conveniente intervenir en Iraq para derrocar el Gobierno autoritario de Saddam Hussein con el pretexto de que poseían armas de destrucción masiva que eran un peligro para los estados occidentales.

Pues bien, en toda esta vorágine de circunstancias el Gobierno español de turno, en ese momento con José María Aznar López (PP) a la cabeza, creyó conveniente intervenir en dicho conflicto. De esta manera, apostaba por apoyar incondicionalmente a uno de los aliados más importantes de España, EE.UU. Por ese motivo, se cerraron filas en el ejército español y se mandaron tropas tanto a Afganistán en 2001, justificada esta intervención por la ONU. Pero más tarde se alió con EE.UU., Reino Unido, Portugal o Italia en la intervención bélica en Iraq. Dicha maniobra no fue apoyada por la ONU ya que entendían que no había ningún motivo aparente, ni justificado para hacerlo, a pesar de la insistencia de EE.UU. en la afirmación de que dicho país poseía armas de destrucción masiva.

Así pues, debido a estos ataques occidentales en territorio enemigo les valió a los países aliados una amenaza por parte de Al-Qaeda, quien aseguró se vengaría por la “carnicería” injustificada que los occidentales estaban haciendo en su territorio, además del ataque más que disfrazado de intereses que se estaba llevando a cabo en Iraq. Todo ello motivó a los terroristas a elucubrar su

venganza contra todos los enemigos del islam y es aquí cuando comienza a fraguarse el atentado que más tarde acabará con 192 víctimas en el atentado más sangriento de la historia de Europa.

Con estos antecedentes, y conociendo que el gobierno popular de Aznar había apoyado la política de guerra y las intervenciones de la ejecutiva de George W. Bush se cabía esperar que las represalias vendrían tarde o temprano, sobre todo cuando los terroristas islámicos habían puesto de manifiesto su intención de seguir perpetrando atentados contra todo aquel que no respetase su religión.

En marzo de 2004, España esperaba ansiosa los resultados que se extraerían de las urnas durante los comicios que se habían fijado para el domingo 14 de ese mismo mes. Todos los partidos en plena campaña intentaban ganarse las simpatías de los ciudadanos para que depositaran la papeleta con el símbolo de su partido en las urnas que se repartían por todos los colegios electorales del país. Sobre todo los dos grandes partidos PP y PSOE se fijaban a diario en las encuestas que, en principio, eran más favorables al PP. La novedad, que ambos candidatos, José Luís Rodríguez Zapatero (PSOE) y Mariano Rajoy Brey (PP) concurrían por vez primera a la presidencia del Gobierno (Aznar había anunciado que no estaría más de ocho años en el cargo).

Zapatero se mostraba a favor de la ciudadanía que también como la ONU había rechazado la intervención bélica de España en Iraq y acusaba al ejecutivo de Aznar de no escuchar a la opinión pública y de aprovecharse de una mayoría absoluta. Así pues, los diferentes traspiés que Aznar había llevado a cabo en sus políticas durante los ocho años de su mandato, Prestige, Huelgas Generales o el famoso “No a la Guerra”, parecían no ser óbice de la merma en sus resultados electorales ya que las encuestas daban por ganador al nuevo candidato popular, Mariano Rajoy.

Pero entonces ocurrió la tragedia. La mañana del jueves 11 de marzo de 2004, justo tres días antes de las elecciones generales, el país se despertaba con la espantosa noticia de los atentados en varios trenes de cercanía de Madrid. Atentados que en principio se atribuyeron a ETA, autoría que más tarde sería reivindicada por Al-Qaeda, en contestación a la ofensiva que España junto a los aliados habían realizado en Afganistán e Iraq. La convulsión pronto invadió todo el territorio nacional, los medios confusos ofrecían informaciones que les llegaban de multitud de fuentes, con poco tiempo para contrastar las noticias. El caos se adueñó de la sociedad española inmersa en plena campaña, con un

atentado sin precedentes, con la confusión de no conocer la autoría con certeza, con un Gobierno, el de Aznar, que quería aferrarse al sillón a toda costa y con una oposición que aprovechaba la coyuntura para posicionarse en las urnas y enmendar así el error que se había cometido años antes. Zapatero, además había prometido la retirada de las tropas de Iraq, ahora más que nunca su discurso tomaba fuerza ante las circunstancias que se vivieron esos tres días antes de los comicios. El ejecutivo con el ministro del Interior a la cabeza, aseguraban que había sido ETA, una parte de la población se volvió a sentir engañada, los mensajes vía móvil pidiendo manifestaciones contra el Gobierno, la alteración en las sedes del PP en la jornada de reflexión, en definitiva, un caos que con el tiempo se ha ido aclarando y viendo con una visión crítica y pudiendo digerir todo lo que ocurrió. Por esa razón, se ha decidido que el objeto de estudio de esta investigación sean dos de los medios de comunicación escritos *El Mundo* y *El País* cada uno tendente hacia una línea ideológica y mostrar así cual fue la visión en la información política antes y después del atentado y cómo evoluciona en cada uno dicha información.

Entre todo el caos, el domingo las elecciones se desarrollaron con normalidad y ganó en las urnas, contra todo pronóstico, el candidato del PSOE, José Luís Rodríguez Zapatero. Una vez tomada la posesión de su cargo retiró las tropas de Iraq como había prometido, recelando de ese modo al Gobierno de G. W. Bush quien mantuvo unas relaciones diplomáticas distantes a partir de ese momento. Tras la primera legislatura Zapatero fijó sus objetivos en una política social, en la que se reconocían derechos sociales históricos como la legalidad del matrimonio homosexual.

Después en los comicios de 2008 volvió a ganar las elecciones, para en 2011 adelantar las elecciones generales debido a la gestión pésima de la crisis y las continuas peticiones de muchos sectores de la sociedad, frente a movimientos como el 15M o desconfianza de los sindicatos (Casualmente la ofensiva contra Iraq por parte del ejército norteamericano finaliza el día 18 de diciembre de ese mismo año, estando de presidente de EE.UU. Barak Obama y tres días antes de que Mariano Rajoy tomara posesión de su cargo como presidente del Gobierno de España). Fue entonces cuando en estas circunstancias Mariano Rajoy se hace con la presidencia del Gobierno de España en su tercera candidatura. Ahora inmerso en polémicas de corruptelas políticas, con un Gobierno acusado de ahogar a la población y con manifestaciones y huelgas casi a diario se acerca el 10º aniversario, el próximo 11 de marzo de 2014, de los acontecimientos que se

estudian en esta investigación. Se puede afirmar que tanto las circunstancias económicas, como las sociales y las políticas han cambiado, además de todo lo que ha significado dicho hecho en el tratamiento informativo de ciertos temas. Ya que los atentados del 11M marcaron un antes y un después en la historia de España y por ende en todos los ámbitos de su sociedad.

7. Contextualización del objeto de estudio basado en los contenidos publicado en los medios

En este punto de la investigación se pretende materializar cada una de las pautas que marca la metodología a seguir, así como las herramientas que serán utilizadas para tal fin. La pretensión es construir el marco de estudio a través del cual se extraerán las conclusiones finales y con ellas quedará, o no, demostrada la hipótesis inicial. Así pues, este apartado configura una de las llaves más importantes de la investigación, ya que será la base del estudio que confiere la razón de este trabajo fin de máster. Por consiguiente la manera natural de extraer esas conclusiones antes mencionadas. Para ello, se analizará por un lado las portadas tanto de *El Mundo* como de *El País* de esos cuatro días elegidos, se entiende que la portada es el extracto principal que realiza el medio respecto a las noticias e información que publica en ese día. Por ese motivo se ha querido contextualizar el objeto de estudio dentro del contenido de los medios en su portada. Después también se analizarán los editoriales, por la misma razón, el editorial, es la opinión de la redacción, el motivo del periódico respecto de los temas que más relevancia tienen según sus criterios y que ante esta situación de crisis durante la campaña electoral de 2004 ofrecerán datos interesantes para, más tarde, configurar las conclusiones finales.

Dicho esto, el siguiente apartado tendrá como objetivo ese fin, hacer una idea general de cuál es la información que destacan ambos medios y cuáles son las informaciones que más les preocupan.

7.1 Contextualización de las portadas de *El Mundo* y *El País* entre los días 10 y 13 de marzo de 2004

➤ 10 de Marzo

Hemos establecido el día 10 como el día de inicio de esta investigación porque se ha creído conveniente que dos días antes del atentado, periodísticamente hablando, es necesario para contemplar el posicionamiento mediático de ambos diarios, así como los dos días posteriores al mismo, una vez descritas todas las líneas del análisis se conformará una conclusión final que dará respuesta a la hipótesis de partida. Pero antes de comenzar a describir las portadas se ha de poner en relieve una cuestión importante. Por motivos de la hemeroteca nos hemos visto en la obligación de analizar *El Mundo* y *El País* de la edición de Andalucía, concretamente las portadas del día 10, las del resto de los días son todas de la edición de Madrid. Pero se estima que ese dato anecdótico no corrompe de ningún modo los datos concluyentes, ya que estamos hablando del mismo medio, cuyas noticias principales, línea de información y contenido es más que análogo a la edición central, aunque se puedan introducir algunas noticias de carácter autonómico, sobre todo en *El Mundo*, ya que al mismo tiempo de las elecciones generales, los comicios a la Junta coincidían, por ese motivo se reflejan algunas noticias de esta naturaleza, pero no deja de formar parte de la información política y sobre todo de campaña. Dicho lo cual, se procede a analizar la portada de *El Mundo* de mencionado día.

En primer lugar, el titular de apertura, “Rajoy subirá hasta un 39% la pensión a quien no se jubile hasta los 70”. El titular ocupa las dos primeras columnas. Tras el titular dos subtítulos destacables; el primero, “Apela a los indecisos para evitar una coalición de la oposición que será una “verbena nacional”; el segundo, “Zapatero pide el voto ante militantes de UGT porque el PSOE sigue llevando la “O” de obrero”. La noticia de portada está firmada por dos periodistas, C. Segura y E. Pastor. Antes de adentrarnos en el análisis del contenido de la noticia de portada hay que destacar algún aspecto más formal que rodea a la información. Encuadrado junto al texto hay una noticia destacada enlatada que reza el siguiente titular “Documentos. 100 propuestas para la regeneración democrática” y añade bajo el titular “Las posiciones políticas de *El Mundo* ante la próxima legislatura”. En este titular el medio está dando una propuesta de democracia, está interviniendo directamente con propuestas que entienden salvarán el sistema político del país. Se entiende así el

papel importante que para *El Mundo* juegan los medios de comunicación, al menos ellos, en la “construcción” de una democracia regenerada.

Dicho esto, en el cuerpo de la noticia se reflejan algunos aspectos de la campaña electoral de los partidos principales, PP y PSOE, así pues afirma que el PP se guarda para el final algunas promesas electorales como lo son las subida de las pensiones, así como los incentivos que tendrían en las pensiones los que retrasasen la edad de jubilación a los 70 años. Tras las declaraciones de Europa de que son insostenibles tal y como están ahora. Además augura la subida del 4% y no del 2% de las pensiones. En toda la noticia principal de portada además de que el protagonista es Rajoy en el titular y en todo el cuerpo de la noticia, sólo se hace una referencia al PSOE y es en el segundo subtítulo, por lo que se aprecia claramente, la importancia que tiene para *El Mundo* resaltar las “bondades del PP” frente a lo que puede aportar el PSOE, quizás tenga algo que ver la amistad ideológica que une a dicho partido con la publicación. Siguiendo esta línea la tercera y cuarta columna está ocupada por una foto de Teófila Martínez, candidata a presidir la Junta de Andalucía, por el PP. La foto de EFE refleja una Teófila amable con un bebé en brazos y cuyo titular dice, “Teófila redobla su maratón”. La tercera noticia por importancia, la de la columna de salida, está dedicada al presidente de la Junta de entonces, Manuel Chaves, quien asegura que “Andalucía necesitará dos legislaturas para estar a la cabeza de Europa”. De nuevo aquí muestra la maratoniana carrera de Martínez frente al tiempo que pide Chaves para que Andalucía remonte, no es casual que de nuevo destaque una imagen amable del líder popular, frente a las tareas que le quedan por hacer al de la oposición.

Por último, la portada está ocupada por otro tipo de informaciones y noticias de alcance nacional, internacional y también de deportes. Destacable es la publicidad que ocupa un formato de 2x2 en el faldón de una entidad financiera, ING Direct.

En conclusión, *El Mundo* da una clara ventaja en la información de portada al candidato del PP. Además destaca aspectos positivos de las propuestas que su partido promete en campaña. Sin embargo relega a un segundo plano la información del PSOE, ocupa lugares más discretos y hace que el lector se fije en aspectos como la “O” de obrero, que todavía la tienen en el nombre, como una justificación de su política. En el caso de las elecciones de la Junta de Andalucía hace lo mismo, Teófila, PP, es exaltada por dos cosas, en primer

lugar por su simpatía en la fotografía con el bebé de un simpatizante, en segundo lugar, un Manuel Chávez, PSOE, que necesita más tiempo para cumplir con su objetivo principal. Según los elementos periodísticos analizados, se aprecia con claridad la posición de la información en la portada del medio.

Así pues, ahora es el turno de *El País*. En cuanto al titular de portada se destaca el siguiente texto, “Rajoy y Zapatero apuran la campaña en busca del voto de los indecisos”. El titular ocupa cuatro de las cinco columnas. En el subtítulo destaca, “El PSOE denuncia el papel del candidato del PP en el apoyo de la Guerra de Iraq”. En este primer titular a analizar de *El País* se ponen de relieve dos asuntos, a diferencia de *El Mundo* ambos candidatos de los partidos principales se muestran en el mismo plano, es decir ambos buscan lo mismo, convencer a los indecisos. Sin embargo en el subtítulo, se muestra beligerante con Rajoy, en palabras del PSOE, quien destaca la importancia que tienen para el partido de la oposición (PSOE) la vinculación del Gobierno en la guerra. Cabe destacar que faltan dos días para el atentado y ya el medio y el partido afín critican esa decisión tomada por el Gobierno de Aznar y que tanta polémica ha creado a lo largo de la legislatura.

Destacar del cuerpo de la noticia varios aspectos, en primer lugar, asegura que Zapatero pide el voto para el PSOE entre un grupo de sindicalistas, dice que “merece la pena”, Rajoy hace lo propio para evitar “un Gobierno de comunistas y separatistas”. Así mismo, Aznar pide una mayoría absoluta para poder gobernar y Zapatero se extraña ya que en 1996 cuando Aznar gana las elecciones pero no consigue mayoría se alía con PNV y CIU y se pregunta si entonces cedieron al chantaje. Casualmente Aznar se coaligó con los dos partidos nacionalistas más votados en sus respectivas comunidades y ahora Rajoy no quiere un gobierno de “separatistas”. Además en el cuerpo se muestra a un Rajoy que mira al pasado del PSOE y dice que en ningún país el ministro del Interior no ha tenido nunca que detener al director de la Guardia Civil. A esto Zapatero contesta con la implicación del PP en la Guerra de Iraq. Además el socialista asegura que si gana subirá el sueldo mínimo interprofesional, subir las pensiones de viudedad y orfandad y reclama para España un cambio de rumbo. En el cuerpo se aprecia claramente también el posicionamiento ideológico del medio. Mientras muestra a un Rajoy duro donde no quiere a “comunistas ni nacionalistas” como si fueran algo malo, negativo, malvados diablos, Zapatero se muestra pacífico y lo ataca con la participación en la guerra frente a la actitud pacífica de los ciudadanos que no querían dicha intervención.

Además destaca algunas de las promesas electorales del PSOE que se centran en personas desfavorecidas y en los trabajadores.

En los destacados sobre las elecciones sobresalen tres noticias principalmente. La primera de ellas dice, Llamazares: "si el PP se agarra al terrorismo es que no las tiene todas consigo". La segunda, "300 intelectuales y artistas piden un "cambio de rumbo" porque "otra España es posible". Y tercero, "Conjuraciones y cuentos electorales catalanes", artículo de Sol Gallego. En estos tres destacados hay algo que llama poderosamente la atención y es concretamente en el segundo, donde dice que los intelectuales y los artistas piden "un cambio de rumbo" coincidiendo, sin decirlo, con las palabras que Zapatero espeta en el cuerpo de la información.

La fotografía de portada de Associate Press, sin firma del autor, nada tiene que ver con política y además se refiere a una noticia de ámbito internacional como titular "Los científicos franceses desafían al Gobierno por la falta de fondos".

Conforman además la página otras informaciones o noticias de ámbito económico, ciencia, la mayoría son de índole internacional, también destacan algunos sucesos. En la columna de salida destacan varios titulares como:

- "Volkswagen lanza un duro plan de ajuste que supera la eliminación de 5.000 empleados"
- "Más de 500 niños palestinos han muerto desde el inicio de la intifada".

En conclusión, tanto *El Mundo* como *El País* se posicionan en las portadas de este día junto al candidato que les es afín, destacando las bondades o propósitos positivos de los mismos o por ausencia de información, como en *El Mundo*, o por oposición negativa como en *El País*. Ambos medios se afanan en destacar ciertos aspectos escabrosos del opositor a su línea ideológico, en *El Mundo* destacan la "o" de obrero, como si no fuera realmente así, adquiere cierto tono irónico además frente a simpatizantes del sindicato UGT, mientras en *El País* destaca la implicación de Rajoy en la Guerra de Iraq, o las palabras de Zapatero contra Aznar "tirando por tierra" los argumentos de este respecto a los pactos con nacionalistas.

➤ 11 de Marzo

El día 11 de marzo constituye una pieza fundamental en esta investigación. Precisamente en la mañana de este día es cuando se cometen los atentados en

los trenes de cercanías de Madrid. No obstante, las tiradas de los medios impresos no podían, de ninguna manera, imaginar qué estaba a punto de ocurrir, por lo que la edición impresa de este día era el resumen de la información del día anterior, 10 de marzo.

Así pues, quisiera señalar que a lo largo de la mañana ambos medios analizados, *El Mundo* y *El País*, editaron un especial que vio la luz el mismo día 11, ambas ediciones especiales fueron locales de Madrid, razón por la cual no hemos decidido introducirla en este trabajo, que tiene como objeto las tiradas nacionales. Otra de las razones de no incluirlas es que ambas ediciones se centran en datos de los atentados, las víctimas, la investigación, etc. Y además de ser datos muy confusos, por lo precipitado, no tratan el tema de política referente a la campaña electoral, información de la que parte esta investigación. Expuestas las aclaraciones, se procede a analizar las portadas de *El Mundo* y *El País* de este día 11 de marzo.

Comenzaremos a analizar *El Mundo*. Hay que destacar en primer lugar que la noticia de portada de este medio tenía como protagonista al candidato del PSOE a la presidencia del Gobierno, José Luís Rodríguez Zapatero. Concretamente argumenta el medio que le ha realizado una entrevista al líder socialista dentro del marco de la información política de la última recta de la campaña electoral a elecciones generales que se celebraría tres días después. El titular se postula dentro de una cita que el propio Zapatero afirma en su entrevista y dice así “Gane o pierda yo soy el futuro”. En este titular vemos como el periodista ha dejado la puerta abierta a que pase lo que pase el líder tiene un plan. Además ya en el cuerpo de la noticia el propio Zapatero argumenta qué hará si pierde y qué hará en caso contrario. Pero llaman poderosamente la atención expresiones como “Zapatero se encuentra sorprendentemente tranquilo y confiado”. En cuanto al destacado más importante que reseña la portada en esa noticia se encuentra el compromiso que el socialista quiere contraer con el colectivo homosexual, por lo que el destacado reza lo siguiente “tengo el compromiso fuerte de que se lleve al Parlamento el matrimonio homosexual y lo haré pronto”. Así pues la noticia principal está acompañada por una foto en la que Zapatero abraza a uno de los asistentes al encuentro que tuvo el día antes en un colegio de discapacitados de la ONCE, firma esa foto J.J. Guillén de la agencia EFE. En pie de foto aparece que el líder se ha comprometido a aumentar en un 5% los trabajadores con minusvalía en la Moncloa si gana las elecciones.

En cuanto a otras noticias de portada hay que destacar que el candidato del PP, Mariano Rajoy Brey, también es protagonista de dicha portada y el titular que lo refrenda también es a modo de cita. Dicho titular dice así, “Rajoy dice que “quiere hacer un poco más y un poco mejor que Aznar”. Dentro del cuerpo de la información asegura que Aznar ha sido el mejor presidente de la democracia española y Rajoy quiere ser mejor porque así se lo ha pedido el propio Aznar y es lo que le exigirán los españoles. Además, también pide el popular en la noticia el voto a los catalanes que crean en el futuro de España y que no quieran dar tregua a ETA.

Por último, hay otras noticias deportivas y sucesos, así como un anuncio de una óptica.

En lo que respecta a la portada de *El País* del día 11 también hay que destacar que abre en portada con una entrevista de Zapatero. Al igual que el diario *El Mundo*, decide que el titular sea una cita en este caso el medio decide destacar esta frase “El cambio es diálogo y transparencia. No más mentiras”. Un dato destacable es que en el cuerpo de la noticia se reseña que el autor de dicha entrevista es el propio director del diario, Jesús Ceberio. Al titular lo siguen tres destacados en los que el medio quiere posicionar la política del líder socialista. Por esta razón se fija en estos tres aspectos. El primero es referente el País Vasco donde afirma que no admiten el Plan Ibarrexe que sólo divide a la sociedad vasca y no respeta el Estado de derecho. El segundo, habla sobre educación, Zapatero dice que quiere aumentar las becas, los parques tecnológicos y la inversión en investigación. El tercer destacado afirma que los impuestos con el PP son más, que si él gana, un trabajador que cobre 12.000 euros al año no pagará el IRPF.

La foto es muy destacable, porque presenta a un Zapatero triunfante, subido a un atril, asido al mismo, lo flanquean algunos discapacitados, en primer plano y desenfocada aparecen las manos de los asistentes todos en alto vitoreando al candidato. Se tomó por Uly Martín, fotoperiodista propio, en el acto que se celebró en el colegio de la ONCE.

Así pues, en el cuerpo de la noticia de portada hay que destacar varias afirmaciones y propuestas. Entre ellas, el líder del PSOE dice no temer por la unidad de España ya que dice que existe voluntad de vivir en común. Asimismo, destaca que quiere pedir el regreso de las tropas españolas de Iraq. Además adquiere el compromiso de fomentar la cultura y crear mejoras en el

tema de violencia de género. Zapatero dice sentirse confiado en sus posibilidades de triunfo, pues no habla en ningún momento de derrota. La página no desgana otros titulares de política, lo que sí hace es desglosar un pequeño sumario bajo la foto de portada que adelanta varios temas de campaña como son que Rajoy dice “prometo hacer más y mejor que Aznar” pero “nada muy distinto”. El segundo titular del sumario dice que Llamazares asegura que “soy tan español como un señor del PP”. La tercera es referente a la petición que algunos intelectuales y artistas piden la dimisión del jefe de informativos de TVE, Alfredo Urdaci.

Las demás informaciones son de temas internacionales y también hay una publicidad de ING Direct.

Desgranadas cada una de estas dos portadas podemos sacar algunas conclusiones. Por un lado, ambos periódicos han llevado a portada una entrevista con el líder socialista. También se aprecia que ambos han querido destacar en el titular una cita de Zapatero. Pero con una diferencia, mientras en *El Mundo* se presenta la posibilidad o no de ganar, en *El País*, muestran a un Zapatero comprometido con la transparencia y harto de mentiras, se presume que del Gobierno de Aznar. Aquí, se puede apreciar claramente la posición ideológica de cada medio. Uno, *El Mundo*, más escorado a la política conservadora del PP, muestra a un Zapatero dudoso, con dos planes uno pierde y otro si gana. Del mismo modo en el cuerpo de la noticia utiliza expresiones como que el candidato ‘sorprendentemente’ se encuentra tranquilo y confiado, como si tuviera que estar nervioso por imperativo. Hecho destacable es también la importancia que se le otorga a las entrevistas, si bien *El Mundo*, asegura que el medio le ha realizado una entrevista a Zapatero, *El País* destaca que ha sido el mismísimo director del medio el que la ha realizado, dando así importancia al líder posicionado dentro de su línea ideológica progresista.

Otro hecho destacable es que en *El Mundo* acompaña en la portada una información de Rajoy, en la que se muestra positivo, paladín de las buenas intenciones, quiere ser mejor incluso que el mejor presidente que ha tenido la democracia española que es Aznar, porque lo dice él. Además hace también un llamamiento a la unidad de España, pidiendo el voto a los catalanes y mencionando a ETA en ese discurso, donde se puede entender que se liga el nacionalismo a terrorismo. Por su parte, *El País*, también recoge, en un

minúsculo resumen las palabras de Rajoy, pero en lo minúsculo dice que además de querer ser mejor no quiere hacer las cosas distintas. Introduce por tanto el lastre que ese Gobierno saliente arrastra, como el de la participación de España en la Guerra de Iraq. Sin embargo, el Zapatero de *El País* es más triunfante, asegura que no teme por la unidad de España, no habla en ningún momento de terrorismo. Pero sí que argumenta los errores cometidos por el Gobierno popular al ponerse en contra de la sociedad con el tema de la guerra. Se muestra confiado, no habla en ningún momento de perder o si pierde, como sí lo hace la información en *El Mundo*. Así pues, si para el Zapatero de *El Mundo* lo más destacado era la promesa de llevar al parlamento el matrimonio homosexual, para el de *El País* primaba más el tema del Plan Ibarretxe, la Educación o los Impuestos. Del mismo modo, si el Rajoy de *El Mundo* es un político que quiere hacer bien sus deberes, seguir a una figura digna y comprometerse con los españoles, el del *El País*, es una persona que dice querer un cambio, pero que realmente va a hacer lo mismo y no hay que olvidar que Zapatero está harto de mentiras, por lo que entonces mal panorama se le presenta aquí al popular.

➤ 12 de Marzo

Estas portadas son trascendentales. Ambas reflejan la primera portada oficial de ambos medios respecto al atentado del día anterior, así como las primeras reacciones del Gobierno y las primeras hipótesis sobre la autoría de la masacre. Dicho esto, a continuación, se desgranar las características que dan forma y componen estas dos portadas.

En lo que respecta a la portada de *El Mundo* el titular “El día de la infamia” ocupa las cinco columnas. En el subtítulo se observa esta información “Casi 200 muertos y más de 1.400 heridos en el cuádruple atentado contra los viajeros de trenes de cercanía”. Además se añade “El Gobierno halla una furgoneta con detonantes y versículos del Corán tras acusar “sin ninguna duda” a ETA”. En esta ocasión hay que señalar que la noticia que abre la portada sí que está firmada por Fernando Lázaro. En lo que respecta al cuerpo de la noticia, destaca algunos aspectos como que el 11M será un día negro para la historia de España, habla de los heridos y los fallecidos. También se destacan aspectos como el terrorismo, el caos o el horror, así como el modus operandi que se llevó a cabo en los atentados. Hay una especial intención de hacer saber que los que viajaban en los trenes eran sobre todo trabajadores y estudiantes. Concretando el tema

de la autoría, *El Mundo*, confía en las palabras del ministro del Interior, Ángel Acebes, quién sigue asegurando que ha sido ETA pero dice que confirma que se han abierto otras vías, confirmando así la decisión que se tomó el día anterior (11 de marzo por la tarde) respecto a la furgoneta que se encontró en Alcalá de Henares con detonadores y versos del Corán.

Así pues, la fotografía de portada acompaña al titular principal. En este caso, ocupa cuatro columnas. La imagen es tremendamente dura, en ella aparecen algunos bomberos excarcelando a varios cuerpos sin vida de pasajeros que iban en los trenes. El fallecido principal de la foto, llama la atención, que no aparece con el rostro pixelado, razón por la que es fácilmente reconocible, además salen otros miembros mutilados de otros fallecidos. El pie de foto informativo, refleja la siguiente aclaración, "Tres bomberos intentaron liberar a dos pasajeros muertos del cercanías que sufrió ayer un atentado cuando entraba en la estación de Atocha". Firma la foto Pierre Philip de la agencia AFP.

Otros elementos que aparecen en la página son por ejemplo que justo debajo del cuerpo de la noticia principal hay un poema nombrado "Horror" de Víctor Manuel. Justo en la parte inferior derecha de la página en un formato que ocupa un 2x2 se ocupa otra información cuyo titular es "Un email reivindica para Al Qaeda la operación Trenes de la Muerte", asimismo en el subtítulo intenta restar credibilidad a esta línea de investigación y reivindicación por lo que *El Mundo* afirma que "Los Gobiernos de Reino Unido y de EE.UU. no conceden credibilidad al supuesto comunicado" (lo firma Ana Romero corresponsal en Londres). También aparece en la página una publicidad de viviendas de lujo.

Así pues *El País*, al igual que el anterior diario, lleva a portada en un gran titular a cinco columnas "Infierno terrorista en Madrid: 192 muertos y 1400 heridos". Al contrario que en el mundo aquí en este titular se da más importancia al hecho "acto terrorista y víctimas", *El Mundo* se centra en un lenguaje más lírico "El día de la infamia". En esta línea, y para resaltar, más si cabe, añade en el subtítulo, "Interior investiga la pista de Al Qaeda sin descartar a ETA". En este medio, se da prioridad al terrorismo islámico, sobre todo después de las pistas que la policía encontró en la furgoneta de Alcalá. Para *El País* ETA no es descartada, pero aparece en segundo lugar como segunda opción. El cuerpo de la noticia, está sin firmar, habla sobre el modus operandi, las víctimas y la posición del Ministerio del Interior respecto a la autoría, para ellos sigue siendo

ETA la prioridad, pero *El País* comienza a apostar por la vía de Al Qaeda, como veremos en otros detalles de la portada de este día.

Otros de los elementos de la portada, es que la noticia principal presenta una serie de pequeños titulares, a modo de destacados en serie, en la que se postulan varias posiciones de algunos miembros importantes del Estado, así como de detalles de la masacre. Estos argumentan información como “Diez explosiones en cuatro trenes de cercanía siembran el terror”; “La policía encuentra unos detonadores y una cinta con versículos del Corán en Alcalá”; “El rey expresa “su repulsa e indignación” por el atentado” (primera vez que se nombra en una portada la figura del Jefe del Estado respecto a la crisis del 11M); “Rajoy y Zapatero piden la unidad de los españoles”; por último, “Los partidos suspenden la campaña electoral y se suman a las manifestaciones convocadas hoy en toda España”. De esta manera, el medio, repasa cada uno de los puntos más importantes y destacables del día. Es llamativo que la política sólo esté presente en dos de estos pequeños titulares, concretamente en los dos últimos. En uno, ambos candidatos de los partidos principales, PP y PSOE, piden “unidad” de los españoles ante la barbarie. También es destacable el hecho de suspender la campaña con ese gesto queda aparentemente aparcada la motivación de poder ganar las elecciones el domingo 14 de marzo.

Pero *El País* tiene reservado en la portada un adelanto de su editorial, esto indica la importancia que le da el medio a su posicionamiento con el contenido del mismo. Este hecho es muy significativo, porque no es habitual que un medio utilice un avance de editorial en la portada, hace pensar en las fieles convicciones en las que se postula el medio ante la crisis que se está viviendo por la masacre. El titular dice “11-M”, asegura que es un día negro para España y Europa, en ese adelanto asegura el medio “la eventualidad de que sea obra de Al Qaeda y de que tenga relación por el papel jugado por el Gobierno de Aznar en la Guerra de Iraq introduce una novedad que no puede dejar de sembrar una profunda inquietud”. En este párrafo, *El País*, sentencia claramente la más que posible vinculación del terrorismo islámico como consecuencia de la intervención del Gobierno popular en la guerra, a pesar de que la inmensa mayoría de españoles no la apoyaba. En varios aspectos se muestra una portada inclinada completamente a dar credibilidad a la autoría de Al Qaeda. Añade en el editorial que “es la mayor matanza terrorista de España y la catástrofe de mayor alcance registrada en la capital desde la Guerra Civil”. Compara los

atentados con momentos tan trágicos para nuestro país como fue la contienda que nos enfrentó desde el 1936 al 1939.

Importante es el papel que juega la fotografía en esta portada. La misma ocupa las mismas cinco columnas que el titular, justo debajo del mismo, y lleva firma propia, Pablo Torres Guerrero. En el pie de foto reza “decenas de heridos permanecen junto a las vías instantes después de abandonar el tren que sufrió el atentado en las proximidades de la estación de Atocha”. Al igual que *El Mundo*, el tren que explotó en Atocha es el protagonista de la foto de portada. Pero *El País* ha elegido una foto más general, se muestran a heridos tirados en las vías, personas voluntarias ayudando, ofrece el caos del momento con el tren detrás destrozado donde se aprecian de lejos algunos cuerpos.

Otras características de esta portada del *El País*, es que ha decidido prescindir de publicidad, toda la página ocupa información sobre el atentado.

Una vez analizadas ambas portadas se pueden concluir varias cuestiones. Por su parte *El País* ofrece más protagonismo a la fotografía que *El Mundo*, por la autoría propia y por el emplazamiento en la página. El primero además muestra más el caos colectivo, mientras que, el segundo, se centra en la excarcelación de un cuerpo o de varios cuerpos inertes, se puede concluir que ambas caen en un sensacionalismo exacerbado. Así pues, *El País*, con esta portada, al contrario que *El Mundo*, toma una postura claramente que va en contra de la línea oficialista del Gobierno de Aznar, con el arrojo en la portada del avance del editorial ponen de manifiesto su postura de creer en la vía de que han sido grupos islamistas los que han perpetrado la masacre y no ETA, como se dijo en un principio y como mantiene el Gobierno popular. Además se atreve a postular la idea de vincular el atentado con decisiones de Aznar de participar en la Guerra. Demuestra de esta manera *El País*, la lejanía que posee con dicho Gobierno. Pero ambos periódicos coinciden en una cosa, que es la unidad de los españoles ante la masacre. Además es curiosamente *El País* el que lleva a portada que los dos principales líderes que se presentan a las elecciones piden esa unidad. En el tema político, *El País*, muestra un consenso de partidos, donde se suspende la campaña electoral, dando de esta manera una visión de fortaleza de la democracia y restar importancia a las arengas entre partidos ante una situación tan grave.

Así pues, mientras *El Mundo* se muestra cauteloso con el tema de la autoría, dando credibilidad al ministro del Interior de su “ninguna duda” de que es

ETA, aunque abra también una nueva vía hacia el terrorismo islámico, refuerza la creencia en ETA cuando afirma que tanto los gobiernos de Reino Unido y de EE.UU. no dan credibilidad a este hecho, noticia que está firmada por su corresponsal en Londres, Ana Romero, dando de esta manera una cobertura importante a la línea oficial del Gobierno. Sin embargo, *El País*, casi descarta la autoría de ETA y se centra en las nuevas pistas que apuntan al terrorismo islámico, sobre todo después de la aparición en Alcalá de la furgoneta con detonadores y versículos del Corán. Aunque *El País* en este caso no se vincula a ninguna ideología concreta y no adhesiona en este caso ningún titular de lo que opina la oposición de ese momento, el PSOE, sí que está claramente en contra de los populares y duda sobre las informaciones que están vertiendo a los ciudadanos, hay que recordar que en la portada del día 11 ya se pide la dimisión de Alfredo Urdaci (director de servicios informativos de TVE), por parte de algunos intelectuales, sin que todavía se haya producido el atentado, por lo que se desmarca de lo publicado por los medios públicos, sobre todo en lo vertido por TVE y sus servicios informativos, vendidos a Aznar, según afirmaba el día anterior en portada. Concluyendo, que ambos medios se posicionan en posturas más que bien diferenciadas, cuando realmente están informando de un mismo hecho.

➤ 13 de Marzo

Último día que servirá de muestra para esta investigación. Es un día también muy complejo informativamente hablando, recordemos que se han abierto otras vías sobre la autoría de los atentados, tanto el Gobierno como la oposición se desmarcan de la creencia en dicha autoría en vías contrapuestas, la oposición comienza a reclamar claridad y transparencia, por su parte el Gobierno sigue firme en la creencia de que ETA está implicada en el atentado, aunque no descarta la vía del terrorismo islamista. En estos periódicos, después de dos días del atentado, se va perfilando también el posicionamiento que toman ante tan magno acontecimiento, así como ante las elecciones que serán justo al día siguiente. Hay que recordar también que estas publicaciones de *El Mundo* y *El País* salen a los quioscos justo el día de reflexión, por lo que los mensajes sobre campaña y política deben guardar un cierto rigor y respetar el marco de la ley electoral. Dicho esto, vamos a comenzar a desgranar las portadas que sendos medios presentaron este día.

Como viene siendo habitual, comenzaremos con el diario *El Mundo*. El titular del día deja clara la posición que este diario toma respecto a la autoría del atentado y se posiciona claramente dentro de la línea oficialista de la información. Así pues, el titular dice “Acebes convencido de que las nuevas pistas probarán la autoría de ETA”. Tras el titular varios subtítulos a modo de destacados que informan de lo siguiente; primero, “La policía investiga contrarreloj el teléfono y la tarjeta de prepago encontrados en la bolsa de deportes que no explotó”; en segundo lugar, “El ministro subraya el paralelismo entre lo ocurrido y el modus operandi etarra”; por último, “La banda terrorista niega su participación”. Justo en el cintillo superior del titular aparece la siguiente información “La víctima 199/ Patricia de siete meses: su madre polaca está en la UCI y su padre desaparecido”. Ya en el cuerpo de la noticia *El Mundo* asegura que el Gobierno quiere andarse con cautela, que quieren ser cautelosos y prudentes y que por eso no cierra ninguna puerta, pero centra la mirada en ETA. Aseguran además que el modus operandi que se llevó a cabo en el atentado cumple los patrones de la banda. En ningún momento nombra a Al Qaeda, ni siquiera nombra las palabras “terrorismo islámico”, pero sí a ETA. Destacar que la noticia de portada no tiene fotografía, esta noticia ocupa las dos columnas de la izquierda, la fotografía que se adhiere a la portada se sitúa en las otras tres columnas adquiriendo de esa manera un protagonismo especial en la portada.

Justo debajo de la noticia principal existen noticias destacadas que comparten una de esas dos columnas. La primera noticia destacada tiene como titular una entrevista a Rajoy que dice, “tengo la convicción moral de que fue ETA”. “Me gustaría que el atentado no afectara al resultado de las elecciones”. El segundo de esos destacados hace referencia a dos artículos uno de Pascual Maragall y otro de Jaime Mayor Oreja. La tercera noticia destaca “Aulas huérfanas en un colegio público de Sta. Eugenia. Doce niños de un mismo colegio pierden a sus padres o están en la UCI”. La última se centra en el tema de salud, “Los mejores equipos de urgencia del mundo”. De estas cuatro noticias destacadas hay que destacar varias cosas, la primera la posición de nuevo que el candidato popular hace respecto a la autoría, también se destaca el sensacionalismo del cintillo anterior, así como el del tercer destacado de los niños huérfanos. Pero si hay un hecho que llama poderosamente la atención es el de las declaraciones que hace Rajoy respecto al tema de las elecciones, mostrando una clara preocupación por los resultados, es la primera vez que *El Mundo* en portada, muestra a un Rajoy

con miedo, o incertidumbre, hay que acordarse que de Zapatero el día 11 se “sorprendían” de su tranquilidad, pero ahora es Rajoy el que se muestra algo inquieto.

Ahora es el turno de análisis de la fotografía de portada, ocupa como dijimos antes, casi el 90% de las tres columnas de la derecha de la página. Hasta el titular aparece bajo la fotografía, para resaltar de este modo su importancia. Es una foto firmada por un fotoperiodista propio, Bernabé Cerdón. El pie de foto reza, “Imagen de la manifestación celebrada ayer en Madrid bajo una intensa lluvia, a su paso por la estación de Atocha”. Es una espectacular fotografía de plano cenital o aéreo donde aparece la abundante afluencia de manifestantes ante la puerta de la estación de Atocha. Nube de paraguas debido a la lluvia, lo que muestra el compromiso ciudadano con las víctimas del atentado a pesar de las inclemencias del tiempo. Bajo esa foto el titular pone de relieve el siguiente mensaje, “Millones de españoles se movilizan contra el terrorismo”. En el subtítulo, “El príncipe Felipe, las infantas Elena y Cristina, tres primeros ministros europeos y Romano Prodi acompañaron a los dirigentes de los principales partidos en la cabeza de la manifestación de Madrid”. En este subtítulo se destaca la importancia que da el medio a la intervención de la Casa Real en la manifestación, además habla de nuevo de la unidad de los españoles, así como la unidad de todos los partidos y poderes del Estado. *El Mundo* transmite un mensaje de unidad ante el horror del terrorismo, donde los ciudadanos no están huérfanos, pues todos los poderes los apoyan y están ahí en el mismo lugar y con la misma intención.

En esta portada *El Mundo* tiene un claro posicionamiento con el Gobierno y con la autoría de ETA, de hecho el nombre de la banda aparece escrito en cinco ocasiones en esta portada, frente a los cero que se nombra al terrorismo islámico o Al Qaeda. Recoge además la posición de Acebes, ministro del Interior, y del candidato popular a presidir el Gobierno, Mariano Rajoy, quienes están convencidos de la autoría de ETA. En ningún momento nombra a ningún otro candidato a la presidencia, ni muestra ninguna información que pueda contrariar al Gobierno de Aznar y los comunicados que van ofreciendo a los ciudadanos, es plena jornada de reflexión, por lo que estos datos son más que significativos. Acompaña, en la portada una publicidad de marca de automóvil, Alfa Romeo.

Ahora es el turno para el análisis de *El País*. En cuanto al titular “España se echa a la calle”, titular a cinco columnas, en el cintillo superior también a cinco columnas el medio publica, “Millones de ciudadanos contra el terrorismo”. Ambos medios, *El Mundo* y *El País*, tienen claro el destacar en sus portadas la unidad de los españoles frente al terrorismo, ambos titulares, aunque en *El País* es el principal y en *El Mundo* es la segunda noticia, quieren transmitir en la jornada de reflexión un mensaje de unidad. En el cuerpo de la noticia de portada de *El País* habla de los más de 11 millones de españoles que han salido a la calle para rechazar la barbarie. Pero además destaca que los manifestantes tenían una pregunta que gritaban sin cesar, “¿quién ha sido?”, respecto a la autoría. En este sentido, el medio intenta poner de manifiesto sus completas dudas sobre la autoría de ETA. Además también recoge la “sorpresa” que les provoca la asistencia de Felipe de Borbón y sus hermanas en la manifestación, Destaca que en concentraciones como las de Barcelona los ministros Rodrigo Rato y Josep Piqué han sido increpados al grito de “asesinos” por los manifestantes debido a la relación que hacen entre la participación de España en la Guerra de Iraq y los atentados de Madrid, por ese motivo hay muchas pancartas contra el PP. En Euskadi los partidos se han manifestado por separado y se han proferido también gritos de “Aznar asesino” y “no a la guerra”. Casualmente es en Cataluña y País Vasco donde *El País* destaca esas premisas de “asesinos” y pancartas en contra de la guerra y el PP.

Tanto el titular, la foto de portada y el cuerpo de la noticia principal ocupan las cinco columnas y más del 60% de la página. Gran importancia a la manifestación, aunque *El País* destaca otros muchos aspectos, más concretos, como los comentados en el párrafo anterior, eso no lo hace *El Mundo*. La fotografía que acompaña al titular es una espectacular imagen aérea de un generalísimo plano en el que se aprecia la magnitud de la manifestación, se observan los cientos de miles de personas, también hay autobuses, taxis, grúas, efectivos de los cuerpos de seguridad, se aprecia el gran despliegue que se ha montado para el evento. En el pie de foto se ofrece esta información, “**ATOCHA, ZONA CERO**. La plaza de Atocha se convirtió ayer en la zona cero de Madrid, donde cientos de miles de ciudadanos expresaban su rechazo a la violencia terrorista que ha dejado 199 muertos y más de 1.400 heridos, en una gran manifestación”. Destacar de este pie de página varios aspectos, es muy excepcional, cuenta con dos líneas. Además en mayúscula y en negrita destaca eso de “Atocha, zona cero” realizando de esa manera un símil entre lo ocurrido

en Nueva York el 11 de septiembre de 2001 con los atentados del World Trade Center, donde el terrorismo islamista atentó. De nuevo destaca la unidad de los españoles. La imagen está firmada por un fotoperiodista de la casa, Gorka Lejarcegi.

En el faldón de la página hay tres apartados. En el primero, se comienza con una serie de semblanzas de las víctimas, llamado ese espacio "Vidas rotas". Tiene un tinte completamente sensacionalista, al igual que el cintillo de *El Mundo* sobre la niña de siete meses fallecida, la desaparición de su padre y el estado crítico de la madre o los niños huérfanos del colegio de Sta. Eugenia. Además en el cuerpo de "Vidas rotas" se muestra este mensaje, "homenaje a tantos inocentes que no cometieron otro delito que el de subirse ese día al tren". Con ese tipo de frases *El País* intenta mostrar su particular homenaje y ofrecer al público las caras de las víctimas, con una intención completamente sensacionalista. En la segunda información de ese faldón, el titular, "Aznar y Acebes insisten en apuntar a ETA y la banda lo desmiente". Es más o menos el titular con el que abre *El Mundo*, aquí lo relega a un plano más que secundario, además lleva al titular el desmentido de la banda, cuando en *El Mundo*, aparecía mucho menos claro. En el cuerpo de dicha información *El País* dice que ni el ministro ni el presidente creen el desmentido de ETA en el diario Gara. Además recoge que la policía ha determinado que los detonadores y el explosivo que se ha utilizado en los trenes son parecidos al hallado en la furgoneta de Alcalá. Además por último, tanto el PSOE como IU piden transparencia al Gobierno en sus informaciones. Otro claro posicionamiento de *El País* en contra de la versión del PP y el Gobierno y una muestra a modo de pincelada de la reclamación del PSOE que muestra o simpatiza con el ataque que el medio hace contra la línea oficial de la investigación. Sin olvidar de nuevo que el día 13 de marzo es el día de reflexión.

El último espacio de la página lo ocupa una publicidad de una entidad bancaria, Banesto.

Llegado este punto, es preciso que señalemos cuales son las conclusiones que se extraen de estos dos ejemplares, teniendo siempre muy en cuenta dos cosas, la posición ideológica de los mismos, los elementos utilizados en sus portadas, y el día de publicación, más que decisivo respecto a los comicios del día siguiente. Ambos medios tienen una clara visión frente a la autoría de los atentados, por su lado, *El Mundo*, nombra hasta cinco veces la autoría de ETA, en ningún

momento nombra a Al Qaeda ni al terrorismo islámico, sólo dice que el Gobierno no descarte ninguna vía, pero no habla de esas vías. *El País*, es más beligerante en este tema, claramente duda de la autoría de ETA y piensa que el Gobierno miente en sus argumentos, ya que no está gestionando bien la crisis, y debido también a las elecciones próximas, pone el palabras del PSOE e IU la petición de transparencia, así como en la de los manifestantes. *El País*, por tanto, recoge esa incertidumbre y la lleva a su portada. Además muestra a un PP casi acorralado, en las manifestaciones, por parte de la oposición.

Así pues, en lo que respecta a la unidad de los españoles, tanto *El Mundo* como *El País*, se muestran en esa línea de compatriotismo frente al terror. Además *El País* hace un símil con el 11S en Nueva York, constituyendo a Atocha como la "zona cero" de los atentados, cuando realmente no había sido el único punto. Además eso puede acercar más la información a su línea del terrorismo islámico, es una comparación justificada.

Tras esta primera aproximación entre ambos medios y sus portadas, se puede apreciar como cada día ambos medios refuerzan su postura respecto a los atentados, los protagonistas, el Gobierno y los demás partidos. No se puede olvidar la inmensa responsabilidad que tienen, tanto *El Mundo* como *El País*, en la cobertura informativa, en el posicionamiento ideológico y en el conocimiento de los datos en estas jornadas de campaña electoral, así como en todas las consecuencias que tienen las decisiones en las urnas.

7.2 Análisis de contenido de la muestra de noticias políticas de *El Mundo* y *El País*

Este apartado es vital para la investigación. A través de un análisis de contenido de una muestra escogida, se trazarán las líneas generales que marcarán el camino para la posterior extracción de las conclusiones de este trabajo. Para ello, se han utilizado varios métodos. En primer lugar, se ha escogido el universo de la muestra, después se ha elaborado una ficha de análisis, que se muestra a continuación, para terminar construyendo diferentes tablas donde se reflejarán los datos extraídos y de los cuales, a través de una interpretación periodística del acontecimiento, se trazarán esas conclusiones finales.

Es preciso, por tanto, definir cuál es el universo de la muestra. Se debe tener en cuenta que lo que se pretende es observar cómo cambia, y con qué intención, la información política en los medios *El Mundo* y *El País* durante la campaña

electoral a las elecciones generales del año 2004, así como afecta la irrupción del atentado del 11M justo tres días antes de los comicios. Para ello, se ha decidido que se tomarán como muestra las primero cinco noticias de temática política que aparecen en cada uno de los ejemplares escritos de *El Mundo* y *El País* entre los días 10 y 13 de marzo, es decir dos días antes y dos después del terrible suceso. Así pues, hacen un total de 40 noticias analizadas, 20 de cada medio, a través de las cuales y sometidas a esta ficha servirán de muestra para establecer dichas conclusiones. La ficha de análisis que se tomará como muestra de cada unidad textual será este (página siguiente):

| Ficha Nº | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Diario: | |
| Presentación tipográfica: | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sección ➤ Nº de página ➤ Extensión ➤ Contexto ➤ Imagen/es y/o otros elementos icónico gráficos ➤ Recursos tipográficos destacables | |
| Género periodístico: | |
| Fuentes de información: | |
| Firmado / Redacción: | |
| Tema principal: | |
| Aspectos temáticos secundarios: | |
| Personajes principales: | |
| Personajes secundarios: | |
| Titular: | |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tipo de titular: ➤ Elementos de titulación: | |
| Estructura del cuerpo de texto: | |
| Expresiones o términos destacables: | |
| Relación con otros acontecimientos: | |
| Presencia/ausencia del contexto: | |
| Otras apreciaciones: | |

*Fuente: Tesis doctoral de Antonia Isabel Nogales Bocio

De la ficha destacar dos elementos, el tipo de titular, sobre el cual versan cuatro tipos distintos, son los siguientes:

- **Expresivos:** normalmente aparecen entre signos de exclamación o interrogación y son impactantes
- **Apelativos:** Los más destacados de la prensa sensacionalista, destacan aspectos muy llamativos de la información y se utilizan figuras retóricas y palabras excesivas.
- **Temáticos:** Normalmente información de poco interés y destaca algún elemento del acontecimiento.
- **Informativos:** Explica la acción y la circunstancia del hecho, normalmente tiene un verbo en presente y da una información sobre el acontecimiento sobre el que versa.

Por otro lado, se estima oportuno, explicar la estructura textual. En este caso, se ha optado por establecer igualmente cuatro categorías con estas características:

- **E. Narrativa:** Presentación o marco, episodio (acciones del personaje) y final (se establece un estado nuevo al de la presentación).
- **E. Descriptiva:** Espacio, personajes, acciones (se realiza una presentación de un hecho concreto con las características que lo rodean, sin atender a una estructura cerrada).
- **E. Expositiva:** Introducción, desarrollo y conclusión.
- **E. Argumentativa:** necesita refutar una hipótesis inicial a través de unos argumentos, para sacar unas conclusiones.

Una vez establecidos los parámetros de la ficha de análisis y habiendo explicado los apartados oportunos. Después de haber constituido el universo de la muestra y los datos sobre los que se trabajará en esta investigación, es preciso pasar al análisis de los datos extraídos y llegar a las conclusiones que arrojan los mismos. A continuación, se irán desgranando cada una de las tablas de datos que se han elaborado al reflejo de las unidades textuales analizadas.

7.2.1 Aparición de los partidos en las noticias analizadas

Como primer elemento a analizar se ha considerado oportuno establecer cuantas veces aparecen los partidos políticos como protagonistas de las noticias analizadas. Como ya se ha reseñado previamente, cada medio tienen una línea ideológica muy concreta, la importancia que los partidos afines, y lo que no, en sus informaciones es un dato relevante. Además, no sólo la cantidad de veces

que un partido u otro es protagonista de la información, sino la benevolencia o no que tenga dicha información con respecto al partido también es muy importante. Como se viera en el apartado 7 de esta investigación, tanto los editoriales como las portadas decantan sus elementos a favorecer al partido cuya línea es compartida con el medio. En este caso, algunos medios utilizan el exceso y otros el defecto en sentido de cantidad de información del partido satélite del medio. Así pues, un medio puede dedicar mucho espacio al partido contrario a su ideología, pero destacando aspectos negativos y menos del afín pero con una información positiva a su ideario. Por esta cuestión y otros aspectos, se cree conveniente analizar la tabla de aparición de los partidos en las noticias analizadas.

| <i>El Mundo</i> | Día 10 | Día 11 | Día 12 | Día 13 |
|----------------------|--------|--------|--------|--------|
| PP | 2 | 2 | 3 | 3 |
| PSOE | 2 | 2 | 1 | 1 |
| IU | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Nacionalistas | 0 | 0 | 2 | 1 |
| <i>El País</i> | Día 10 | Día 11 | Día 12 | Día 13 |
| PP | 1 | 4 | 3 | 3 |
| PSOE | 3 | 2 | 1 | 0 |
| IU | 0 | 2 | 1 | 0 |
| Nacionalistas | 1 | 1 | 0 | 2 |

*Fuente: Elaboración Propia

De las 20 primeras noticias sobre política en el diario *El Mundo* en el periodo comprendido entre el día 10 y el 13 de marzo de 2004 ha aparecido:

- PP: 10
- PSOE: 6
- IU: 2
- Nacionalistas: 3

*Cabe citar que hay una noticia que comparten dos partidos de ahí que se cuenten 21 apariciones

De las 20 primeras noticias sobre política en el diario *El País* en el periodo comprendido entre el día 10 y el 13 de marzo de 2004 ha aparecido:

- PP: 11
- PSOE: 6

- IU: 3
- Nacionalistas: 3

*Cabe citar que hay dos noticias que comparten (IU, PP y PSOE) de ahí que se cuenten 23 apariciones

El primer dato llamativo reside en la importancia que ambos medios ofrecen a la información del PP, cabe citar que en ese momento el PP es el partido que está en el Gobierno, por lo que esa razón ya confiere un plus de noticiabilidad. No obstante, el principal partido de la oposición ocupa el segundo lugar y con una igualdad de noticias protagonistas en ambos medios. Pero, si se analiza el contenido de la información aparecida en *El Mundo* y en *El País*, se podrá dar buena cuenta de los argumentos esgrimidos anteriormente. Por su lado, el diario *El Mundo* hace protagonista al PP hasta en 11 ocasiones, en la muestra del universo escogido, y en la mayoría de los casos es para destacar aspectos positivos. Como veremos más adelante, en el cuadro de los temas principales, el PP sale reforzado. Durante los dos primeros días analizados, 10 y 11 de marzo, se destacan las premisas electorales del PP en su campaña, haciendo un seguimiento del líder. En cuanto a los días posteriores al atentado, 12 y 13 de marzo, *El Mundo* presenta a un PP cauto ante la situación, analiza la posición del partido respecto a los comicios según la autoría del atentado, pero se toma como fuente de información principal la que emana de las vías oficiales. Todo esto se verá más detalladamente en las tablas posteriores.

Aunque, *El País*, con un total de 10 noticias en las que hace protagonista al PP en su mayoría, sobre todo en los días 12 y 13 de marzo, se refiere a información sobre la mala praxis que según el medio está tomando el ejecutivo popular respecto a la autoría de ETA, y se posiciona en una línea beligerante con la gestión de la crisis y orientada hacia los que piensan que el PP está ocultando información para verse favorecido en las urnas. Otro dato destacable, es que el PSOE es protagonista hasta en 6 ocasiones en ambos medios. En *El Mundo*, se aprecia claramente la jerarquía de la información, dando prioridad al partido del Gobierno y sucesivamente a la oposición según el número de escaños. Pero esto es así debido además a la importancia que el medio le da a su línea ideológica. En cambio, *El País*, aunque jerarquiza también su información, el motivo de que el PSOE tenga menor importancia informativa que el PP es debido a que en los días 12 y 13 el medio se vuelca en poner en tela de juicio la autoría del atentado y difiere de la línea oficialista que marca a ETA como

principal sospechoso de ser el brazo ejecutor de la masacre, sin embargo, los medios de PRISA, entre ellos *El País*, pero sobre todo la Cadena Ser, horas después del atentado manejaban información que hacía pensar en la autoría del terrorismo islámico y de ahí que hicieran protagonista al Gobierno, pero sobre todo, para destacar la mala gestión que estaban haciendo de la crisis y para posicionarse frente a la información oficial. El PSOE en ese momento pasa a formar parte de un segundo plano, porque el medio entiende que el atentado y los gestores informativos de la crisis, en ese momento, eran las administraciones competentes y los representantes del ejecutivo con competencias para ello.

En tercer lugar y siguiendo la jerarquía ambos medios toman como tercer protagonista de su información a la tercera fuerza política de España, es decir, IU. Ocupa un puesto modesto dentro de la información de ambos medios. Por último, es destacable la importancia que tanto *El Mundo* como *El País* le dan a los partidos nacionalistas, sobre todo vascos y catalanes, consideran importante su participación en la vida política del Estado. Si bien *El Mundo* se decanta por destacar la alianza catalana del tripartito entre ERC, PSC e IU, modelo de gestión política muy criticado por el PP, además de la crisis interna vivida por las conversaciones privadas y unilaterales que el representante de ERC, Carod Rovira, ha mantenido con la cúpula de ETA. El PP piensa que ese acontecimiento les dará ventaja electoral ya que la escisión del PSOE en Cataluña, PSC, es socio de gobierno de Rovira y las conversaciones con ETA harían que el electorado viese a bien reforzar el voto popular por su defensa férrea de derrotar al terrorismo sin condiciones, ni acuerdos. Por su lado, *El País* destaca la importancia en los comicios generales de los partidos nacionalistas, ya que en ocasiones tiene la llave de la gobernabilidad de un partido u otro y ese es el hecho que más destaca este diario, dejando el tema de Rovira en un segundo plano.

7.2.2 Temas principales aparecidos en *El Mundo* y *El País*

Si bien en el apartado anterior tomaba relevancia la importancia que ambos medios habían dado a los partidos políticos, en este, se puede ver gráficamente cada uno de los temas destacados en los diarios durante los días de la muestra. Así pues, ahora sí que se podrá trazar ese posicionamiento mediático hacia la información afín o no hacia un partido u otro. Como ya se ha ido desgranando en apartados anteriores es muy importante la posición que un medio dé a los protagonistas de la información, así como los aspectos destacables que extraiga

de ellos. Con la tabla que se muestra a continuación, se puede configurar la idea y la visión de los hechos que los medios analizados desean que se transmita. De ese modo, beneficiarán al partido afín a su ideario, destacando aspectos negativos del contrario, obviándolo directamente, o exaltando las bondades y premisas del grupo simpatizante. Dicho esto, se muestra la tabla de temas principales aparecidos en *El Mundo* y *El País* durante los días 10 y 13 de marzo dentro del universo de la muestra realizada:

| Día | <i>El Mundo</i> | <i>El País</i> |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10 | Zapatero pide el voto obrero Asturias su política y económica (PSOE) Llaman a la coalición de izquierda (IU) Comparación de PSOE con Hitler Mitin en Zaragoza, Burgos y Vitoria (PP) | Petición de votos de los candidatos (PP y PSOE) Posición de los partidos en Cataluña. Elecciones Petición del voto joven (PSOE) Políticas sociales a personas dependientes (PSOE) Votos y patriotismo (PP) |
| 11 | Unidad de España/ voto catalán al PP Imagen del PP en Cataluña Zapatero optimista ante los comicios Rivalidad interna del PSOE (Bono vs ZP) Órgano de control al Gobierno (IU) | Premisas electorales (PP, PSOE e IU) La campaña de Rovira en Cataluña (ERC) Rajoy pide el voto catalán para la unidad del país El PP admite que no había armas de destrucción Política autonómica (PP, PSOE e IU) |
| 12 | Situación electoral de los partidos tras 11M Posición del Gobierno ante el atentado Autoría del 11M y sus consecuencias Posición de Rovira en el diálogo con ETA Repulsa de políticos vascos al atentado | Autoría del atentado del 11M (PP) Posición del Gobierno ante el atentado (PP) Autoría del atentado y repulsa a ETA (PP) Zapatero se une a la lucha antiterrorista Unidad de los demócratas en las elecciones (IU) |
| 13 | Pacto antiterrorista y unidad de España Despedida de Aznar Visión de Rajoy del Estado y sus políticas Respaldo de Zapatero al Gobierno (11M) La oposición culpan al PP de mentir (11M) | Exterior obliga a embajadores a decir que es ETA Autoría del atentado (PP, Investigadores, Opos.) Aznar no define la autoría del 11M (PP) Ibarretxe exige saber quién es el autor 11M (PNV) Repulsa del Congreso de los Diputados al 11M |

*Fuente: Elaboración propia

Ambos medios se vuelcan en ofrecer información sobre los acontecimientos que se desgranaban de la última recta de la campaña electoral. Asimismo, muestran información sobre todo relativa a los dos grandes partidos, PP y PSOE. Dicho esto, en el diario *El Mundo* es muy importante, al igual que en *El País*, la posición que los grandes partidos y los candidatos juegan en Cataluña. Se puede afirmar la importancia que tienen los resultados de esta comunidad para la conformación final del hemiciclo, de ahí que ambos partidos se estén involucrando activamente en dicho territorio. Pero *El Mundo* tiende a ligar las informaciones relativas a Cataluña dentro de información que implican el patriotismo y la unidad de todos los españoles tan importante en el programa electoral e ideario del PP. Del mismo modo, en los días previos al atentado eran importantes para *El Mundo* temas como la imagen del PP en Cataluña, o la unidad de España y el voto catalán al PP. Con esto, se comprueba la primacía

informativa del PP así como el apoyo de *El Mundo* ante las políticas de los populares y su visión de la unidad del país y la importancia que tienen los catalanes en todo este asunto. Cabe citar además que *El Mundo* muestra en uno de sus artículos de opinión de Raúl del Pozo las disputas internas del PSOE entre José Bono y Rodríguez Zapatero, candidato a la presidencia. Aunque también le da mucha importancia a las conversaciones que ha mantenido Carod Rovira (ERC) con la cúpula de ETA y la vinculación que le une al PSC que podría afectar gravemente a los resultados del PSOE. Con este tipo de noticias *El Mundo* muestra a un PSOE más débil frente a un PP que apuesta por la unidad nacional, pero preocupado por todos los territorios, entre ellos Cataluña.

En cuanto a *El País*, también destaca la necesidad del PP de fortalecer el patriotismo, muestra así a un partido obsesionado con afianzar la identidad de los españoles y enfocado sobre todo a forjar en Cataluña una españolidad que consideran está mermando por momentos. Pero a diferencia de *El Mundo*, *El País* muestra a un PP posicionado ante políticas de unidad nacional, a un partido que está observando una desunión donde realmente no la hay o un partido temeroso de la pluralidad cultural de España. Destaca, por otro lado, a un PSOE preocupado por el voto de los jóvenes, preocupado porque este sector de la sociedad, tan importante para ellos, participe de los comicios y de la vida democrática del país. Además, también destaca este diario la importancia de las políticas sociales para las personas dependientes, una de las promesas electorales más destacadas de los socialistas. Pero si hay una noticia destacable en estos días previos al atentado en *El País* es la que se refiere a la admisión por parte del PP de que en Iraq no había armas de destrucción masiva, recordando de esta manera la oposición social con la que contó el ejecutivo de Aznar ante la intervención de España en esa guerra en coalición con EE.UU. y que ahora vendría a demostrarse que dicha oposición tenía una lógica. Esto se publica el mismo día 11 de marzo, lejos de pensar en lo que estaba a punto de ocurrir. Pero *El País* ya se posicionaba con dicha información en una línea ideológica concreta. Aunque para *El País* es también muy importante las elecciones en Cataluña, pero en este caso, el medio expone una información sobre la forma que los nacionalistas de ERC con Rovira a la cabeza están gestionando dicha campaña electoral.

Si bien nos referimos a los días analizados posteriores al atentado, 12 y 13 de marzo, los temas principales toman un posicionamiento claro. Por un lado, *El*

Mundo se preocupa mucho de la información ofrecida por las fuentes oficiales y del propio Partido Popular. Toman importancia los protagonistas del Gobierno, Aznar, Rajoy, así como los ministros y el propio partido. *El Mundo* apuesta por ofrecer una información cauta frente a la autoría del atentado. Además quiere reforzar la posición del Gobierno en tanto que muestra a una oposición entregada, colaboradora, mostrando de este modo el apoyo y la credibilidad que se le otorga al Gobierno Popular. Además destacan la figura de Aznar, su despedida. Vuelve a destacar las conversaciones de Rovira con ETA, como un acto de irresponsabilidad y hace un balance de la posición electoral en la que quedaría cada partido según sea el autor del atentado. *El Mundo* intenta mantenerse cauto a la hora de destacar la autoría del atentado. No hay que olvidar que el medio se postuló como uno de los defensores de la teoría de la conspiración del 11M y sigue manteniendo actualmente que ETA tuvo algo que ver en el atentado a pesar de la sentencia del Juez Bermúdez que otorgó dicha autoría a terroristas islámicos vinculados con Al Qaeda.

En cuanto a *El País* tiene una posición más clara, es más directo en la posición mediática que toma frente al mayor atentado terrorista sufrido en España. Si bien el día 12 todavía con mucha incertidumbre el diario intenta mantener una posición de unidad de los demócratas, del apoyo de la oposición ante el pacto antiterrorista, también destaca la posición del Gobierno frente a la autoría del atentado. Pero el día 13 se muestra mucho más beligerante contra el PP y el Gobierno central. Informa sobre la obligación a la que el Ministerio del Exterior ha sometido a los embajadores al obligarlos a destacar que ha sido ETA la autora del atentado cuando, según el medio, la línea principal es la autoría de un grupo relacionado con el terrorismo islamista. De este modo, *El País* se desvincula de la línea oficialista del Gobierno y ofrece más credibilidad a la segunda línea de investigación en la que trabajan los cuerpos de seguridad, así como en el comunicado que un grupo afín a Al Qaeda ofrece a un periódico londinense. Además muestra la incertidumbre a la que está sometiendo Aznar a la ciudadanía al no definir cuál es el autor de la masacre en Madrid. Asimismo, muestra a un Lehendakari muy preocupado por conocer quién es el autor, hay que destacar que Ibarretxe fue uno de los primeros en condenar a ETA por este atentado y ahora se ve engañado por la información que parte del Gobierno y exige transparencia. Esto muestra con absoluta claridad que *El País* se muestra afín a una oposición del Gobierno, refuerza de este modo su línea ideológica, así como la postura que tenía el medio frente a la intervención de España en la

Guerra de Iraq. *El País*, un medio muy beligerante con la política exterior de Aznar y con la participación de España en los conflictos en Iraq apoyando a Bush, así como la oposición a la cumbre de las Azores. Ahora *El País* refuerza esa oposición y se muestra duro en su información para con el PP respecto a su responsabilidad en el atentado del 11M.

7.2.3 Temas secundarios aparecidos en *El Mundo* y *El País*

Los temas secundarios son de vital importancia para definir la posición de los medios ante los acontecimientos descritos. Sirven como instrumento para socavar la verdadera importancia que ambos medios ofrecen al hecho analizado. Son estos los que argumentan las verdaderas razones de la elección del tema principal y sirven como garante de refuerzo a las ideas expuestas.

| | <i>El Mundo</i> | <i>El País</i> |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10 | Políticas sociales, petición de cara a cara y el rechazo del PP, últimos actos de campaña, política del PSOE en Cataluña, PSOE&ETA, comentario sobre Hitler del alcalde de Toledo respecto al PSOE | Rivalidad política, abstención, bipartidismo, pactos de Gobierno, manifestación de intelectuales, candidatos nuevos, aspiraciones de cada uno, situación de ERC, Guerra de Iraq, Prestige, políticas de empleo, ataque a políticos del PP, campaña del PSOE y sus coaliciones nacionalistas |
| 11 | Tripartito, inestabilidad del PSOE, negociaciones con ETA de Rovira, Aznar y su patriotismo, Rovira margina al PP en Cataluña, importancia de Cataluña en el electorado, lucha antiterrorista, acusaciones del PP al PSOE, pugnas internas del PSOE | Declaraciones del alcalde de Toledo, unidad de España, Tema Rovira con ETA, positividad del PSOE, miedo de Llamazares a Zapatero, visión positiva de los jóvenes sobre Rovira, populismo de IU tema mujer trabajadora, Constitución del 78, situación laboral general, acusaciones a Urdaci y Fabra, Cumbre de las Azores, problema del terrorismo |
| 12 | Guerra de Iraq, posición del rey en asuntos de Estado, Rovira y ETA, Unidad de España, negociaciones con ETA, lucha antiterrorista, elecciones y sus resultados, estado de derecho tras Franco, antiterrorismo en otros sitios del mundo, autoría del atentado, desmentido de Otegui | Conversación de Rovira con ETA, varias vías de autoría, importancia de autoría para resultados electorales, unidad de España, lucha contra el terrorismo, no al pacto con ETA, PP se niega a vincular a Al Qaeda, importancia de la españolidad en la manifestación, consenso de PP y PSOE, el problema de campaña en P.Vasco y Cataluña. Se puede estar en contra de la Const. Y el terrorismo a la vez (IU) |
| 13 | Desgaste del PSOE en caso de ser ETA, ayuda a las víctimas, exigencias de perdón del PP a P. Blanco, implicación en la G. Iraq, lucha antiterrorista, vinculaciones de los partidos con el atentado, transparencia del PP, confianza en los ciudadanos, información sobre la autoría, nacionalismo vasco, elecciones, fracaso electoral, aprovechamiento político de los atentados | Deslealtad política, ambición electoral del PP, guerra de Iraq, campaña electoral, miedo a las urnas, acusación de Blanco de ocultación de datos, posición de Otegui frente al atentado, ocultación de datos, lema de la manifestación, se pide transparencia, Plan Ibarretxe, unidad parlamentaria, rectificación del primer borrador del comunicado del Congreso, no se nombra a ETA, consenso |

*Fuente: Elaboración propia

Los temas secundarios más recurrentes de *El Mundo* en los días previos al atentado se centran en la inestabilidad del PSOE frente al electorado. Además hace especial hincapié en las conversaciones que Rovira ha mantenido con ETA y al tripartito que el PSC mantiene con este en el Gobierno catalán. Esto hace que la visión popular de los socialistas se haya visto mermada. A todas estas cuestiones, se añade la oposición exacerbada que ERC está haciendo en Cataluña en contra del Partido Popular. Así como la inestabilidad del tripartito catalán mal visto por muchos colectivos de la sociedad. Como tema secundario destaca también la importancia del electorado catalán, así como la lucha antiterrorista. Esto hace que *El Mundo* tome de nuevo una posición cercana a las premisas que el PP está utilizando en su campaña electoral. Por un lado, muestra a un PSOE débil, un PSOE aliado de quién está dando la espalda al pacto antiterrorista, un PSOE además en el que existen pugnas internas, por tanto un partido con muchas incertidumbres en sus filas, poco cohesionado y muy ambiguo. Estos temas secundarios vienen a reforzar esa idea de que quiere transmitir la derecha electoral del PP. A pocos días de las elecciones *El Mundo* cree conveniente destacar todos estos puntos débiles del PSOE, destacando, por otro lado, el patriotismo de Aznar, las propuestas de los populares, la importancia que estos dan a Cataluña y el maltrato electoral que estos sufren en dicha comunidad por parte del partido aliado del PSC y su representante principal, Carod Rovira.

Si hay que destacar algo de los temas secundarios de *El País* cabe citar la importancia que este medio ofrece a la incertidumbre de los resultados electorales, lo que deja ver la confianza que *El País* ofrece a la positividad del PSOE ante los comicios, cuando las encuestas realmente son favorables al PP. Refleja temas tan importantes para el electorado como la abstención o el bipartidismo dos cuestiones que preocupan a parte de la sociedad y que ante las etapas electorales siempre se tienen en cuenta. Pero si hay temas secundarios que sí que posicionan al medio, concretamente los relacionados con el rescate de asuntos como el Prestige o la Guerra de Iraq. Decir de nuevo que este es referente a los dos días previos al atentado, por lo que todavía el medio no conocía lo que estaba por ocurrir. Aunque también trata otros temas como el optimismo del PSOE frente a los comicios, lo que refuerza la idea antes expuesta. Otros temas que incumben negativamente al PP y que se insertan en las informaciones de *El Mundo* es el tema de Fabra,

presidente de la diputación de Castellón, y el tema de Urdaci, jefe de informativos de TVE, así como la cumbre de las Azores donde España mostró su apoyo al ataque de Iraq. El primero, Fabra, al que se le otorgan varias tramas de corrupción y al segundo, Urdaci, se le acusa de su sesgo informativo afín a los intereses del Gobierno del PP y de José María Aznar. Otro de los temas secundarios que afectan al PP sería el de la firma de un documento por parte de multitud de intelectuales españoles en pro de que haya un cambio de políticas en España. Al igual que *El Mundo*, *El País*, muestra como temas secundarios todos esos asuntos que le son desfavorables al PP, marcando como el anterior su posicionamiento ideológico continuamente. Cabe destacar que *El País* también se hace eco de las conversaciones de Rovira con ETA o de la situación del PSOE y sus coaliciones con nacionalistas.

Si hay que centrarse ahora en la información aparecida durante los días posteriores al atentado, hay que destacar el viraje que ambos medios realizan en sus temas secundarios. Por su parte, *El Mundo* considera de vital importancia destacar como segunda lectura temas como las conversaciones de Rovira con ETA y la posición en la que quedaría el PSOE de ser la autoría del banda terrorista vasca. También destaca la transparencia que el Gobierno está siguiendo a la hora de informar sobre el atentado. Aunque también destaca el desmentido de Otegui respecto a la autoría de ETA. Destaca también la importancia de los ciudadanos y la confianza en el electorado. Así como las exigencias del PP a que José Blanco (PSOE) se retracte de las opiniones vertidas contra el PP y la autoría de los atentados. La ayuda a las víctimas y el estado de derecho son otras de las cuestiones destacadas por *El Mundo*. Asimismo, el medio pone de relevancia el aprovechamiento electoral que están haciendo del atentado, latentemente se refiere a los políticos del PSOE y de otros partidos, quienes están convencidos de que la autoría del atentado corresponde a grupos islamistas.

Destacando los temas secundarios de *El País* en estos dos días tras el 11M también se puede comprobar cómo el medio es afín a transmitir información que mucho distan del anterior diario. Por su lado, *El País* se centra en la primera jornada tras el atentado en una línea cauta frente a lo publicado, en este día 12 aparecen temas como la conversación de Rovira con ETA, las distintas vías que existes de autoría, la importancia que esta tiene referente a los resultados electorales. Lucha contra el terrorismo y pacto de todos para

luchar por esa lacra. Pero también comienza a destacar la negativa el PP a admitir otras vías de investigación, por lo que muestra a un Gobierno temeroso por el resultado de la autoría. Destaca también los problemas de campaña en el País Vasco y Cataluña, así como la exacerbada importancia del patriotismo en el lema de la manifestación. Muestra así *El País* a un PP temeroso de perder las elecciones. Temas secundarios que en el día 13 se refuerzan para tomar partido claramente en contra del PP. Si bien *El Mundo* destacaba que el PP había pedido a Blanco que pidiera perdón por decir que se estaban ocultando datos, *El País* se hace eco de las palabras de Blanco para mostrar la incertidumbre a la que el Gobierno está sometiendo a la sociedad. Según *El País* los populares tienen ansias de poder y por eso están tan centrados en destacar que es ETA. Tienen miedo a perder las elecciones y eso es porque saben que de ser Al Qaeda y viendo la política de incertidumbre comunicativa que están siguiendo se verán abocados al fracaso en las urnas en las inminentes elecciones. En líneas generales, *El País* utiliza información que afecta directamente a la postura del PP. Del mismo modo, con este gesto refuerza las postulaciones del PSOE además de dar cabida a las declaraciones de políticos como José Blanco quien abiertamente declaraba que el Gobierno de Aznar estaba ocultando información a la ciudadanía sobre la autoría del 11M con el fin de salvaguardar los resultados electorales. Palabras que en el PP sentaron de manera negativa y que en el caso de *El Mundo* lo que reflejaban sobre este hecho era la petición de perdón pública de José Blanco que había pedido el PP al respecto. Con este ejemplo claro se demuestra la preocupación que ambos medios tienen de favorecer la comunicación sobre la línea ideológica que defienden. En el caso de *El Mundo* a la línea popular, más afín al centro derecha. En cuanto a *El País* a los socialistas enmarcado en una línea ideológica de centro izquierda y progresista.

7.2.4 Personajes principales y secundarios de las noticias analizadas

Otro de los parámetros que se han tenido en cuenta en este análisis de contenido es el referente a los protagonistas de las noticias que se han analizado en la muestra. Se considera que los protagonistas pueden dar información sobre las líneas informativas que han seguido ambos medios, así como los personajes

secundarios que configuran el escenario completo donde se desarrollan las noticias de la muestra. A continuación, aparecen las tablas referentes a este listado de personajes principales y secundarios de las noticias aparecidas en *El Mundo* y *El País* en los días y selección analizados.

| Principales | <i>El Mundo</i> | <i>El País</i> | Secundarios | <i>El Mundo</i> | <i>El País</i> |
|-------------------|-----------------|----------------|-------------------|-----------------|----------------|
| Aznar | 3 | 5 | Acebes | 4 | 5 |
| Llamazares | 3 | 3 | Aznar | 5 | 6 |
| Rajoy | 6 | 7 | Llamazares | | 4 |
| Zapatero | 6 | 5 | Rajoy | 5 | 4 |
| Ibarretxe | 2 | 1 | Rovira | 4 | 4 |
| | | | Zapatero | 6 | 4 |

*Fuente: Elaboración Propia

Para comenzar se analizarán los personajes principales en las noticias analizadas aparecidas todas ellas entre los días 10 y 13 de marzo de 2004. Por parte del diario *El Mundo* se puede comprobar como el principal o principales protagonistas son los dos candidatos a las elecciones por los principales partidos, es decir Rajoy y Zapatero, ambos aparecen hasta en seis ocasiones. Seguidos por un empate a tres entre Aznar y Llamazares, el primero el actual presidente del Gobierno y el segundo el principal líder de la tercera fuerza política IU. Otro de los personajes destacables es Ibarretxe el lehendakari vasco. La lectura que podemos extraer de aquí es que las noticias relativas al PP son las más importantes para el periódico, si bien, destacar que se hace más hincapié en la figura del candidato popular, más que del líder que abandona la primera fila, en este caso Aznar. La importancia de Ibarretxe en este medio se debe a que tras el atentado fue el primero en condenar a ETA, lo que resulta llamativo, ya que ni el propio Gobierno central se había pronunciado sobre la autoría. Además es muy recurrente para *El Mundo* el tema del pacto antiterrorista así como las políticas nacionalistas, en este caso el Plan Ibarretxe que se está fraguando en ese momento. Como para el PP es de vital importancia la unidad nacional y el patriotismo las declaraciones de Ibarretxe supusieron un tema recurrente para refutar, en principio, la autoría de la banda terrorista vasca.

Por su lado, *El País* se hace más eco de Rajoy hasta en siete ocasiones en protagonistas de las noticias analizadas, en segundo lugar empatados a cinco apariciones está José Luís Rodríguez Zapatero y José María Aznar. Llamazares aparece al igual que en *El Mundo* en tres ocasiones e Ibarretxe en una ocasión. Pero la lectura de *El País* es bien distinta a la de *El Mundo* respecto a las apariciones de los líderes populares. En este caso además de seguir la agenda setting de importancia de los candidatos y más aún para el del partido que está en el Gobierno, se está fijando en la actualidad relevante de las consecuencias de los atentados del 11M. Para *El País* la aparición reiterada de los líderes populares se relaciona, en los dos primeros días, con los actos de campaña, pero también por informaciones ligadas a la Guerra de Iraq como la admisión por parte de Aznar que no había armas de destrucción masiva en el país asiático. Los otros dos días posteriores, es decir, el 12 y el 13 están más enfocadas las noticias hacia Rajoy y Aznar en relación con su mala gestión de la comunicación respecto a la autoría del atentado. La importancia y el oportunismo político que están teniendo con el asunto del atentado. En líneas generales la información en la que ambos políticos tienen un papel protagonista, en la inmensa mayoría, están relacionados de manera negativa con la Guerra o con el atentado y sus ambiciones políticas. Por su parte las cinco apariciones en las que Zapatero es protagonista hablan del voto joven, de las políticas sociales para con los dependientes. Así como el compromiso del líder socialista en referencia al pacto antiterrorista. Todo ello confiere de cierto grado de cercanía del Zapatero, frente a un Rajoy y un Aznar lejos de los compromisos sociales, que están ocultando información y que arrastran un pasado oscuro por las decisiones tomadas respecto a temas tan importantes como la Guerra de Iraq o el Prestige.

De este modo queda de manifiesto, nuevamente, el posicionamiento de ambos medios. Es destacable que no es la cantidad de veces que sean protagonistas los líderes la que otorga el posicionamiento positivo, pues aparecer más también es óbice en ocasiones de información negativa. En este caso, *El País* apuesta más por la aparición del PP y sus líderes de manera negativa como estrategia de desgaste y que en las pocas o menos apariciones del líder afín, este sea exaltado como abanderado de actos positivos o relativamente importantes para el conjunto de la sociedad. Por su lado, *El Mundo* utiliza más la paridad informativa entre ambos candidatos, Rajoy y Zapatero, pero en las apariciones de Zapatero o destaca su debilidad o en otras ocasiones sobre todo después de los atentados el ofrecimiento del socialista al Gobierno de apoyar en los

necesario respecto a las decisiones del atentado, esto hace ver también que el Gobierno cuenta con las credenciales suficientes como para que hasta el partido de la oposición le tienda la mano en un momento tan difícil. Destacando así el mundo la importancia que para Rajoy y Aznar tiene la unión de todos los demócratas españoles y destacando así también el patriotismo que quisieron explotar los populares tras el atentado, emulando en cierto modo a lo ocurrido tras la tragedia del 11S en Nueva York.

Si se habla de los personajes secundarios, destacable es la importancia que tienen los líderes populares. A Rajoy y Aznar se les suma en esta ocasión Acebes, recordar que en ese momento era ministro del Interior y tras los atentados del 11M tiene gran relevancia ya que es el que continuamente está ofreciendo la información oficial del Gobierno, alternadamente con el presidente del momento, Aznar. En *El Mundo* estos tres personajes aparecen como personajes secundarios en las noticias analizadas hasta un total de 14 veces. En *El País* igualmente ocupan un lugar privilegiado como personajes secundarios entre los tres líderes populares se reparten un total de 15 veces, en este caso es Aznar el que más veces aparece, hasta en seis ocasiones, mientras que en *El Mundo* Rajoy y Aznar empatan a cinco. Este análisis sirve para enfatizar la importancia que tuvo el atentado, para *El País* fue tema recurrente la política llevada por Aznar en la última legislatura y rescata temas como la Guerra de Iraq, el Prestige o la cumbre de las Azores. En cuanto a *El Mundo* muestra a un Aznar que protagoniza en estos momentos la unidad de España, que está dando la información de la que dispone, muestran también a un presidente en funciones que dice adiós y atienden a analizar cuáles han sido sus logros y sus errores.

Es también digno de mención que sólo *El País* contempla en este listado al principal líder de la tercera fuerza política, Gaspar Llamazares. Como periódico de izquierdas y progresista da voz también al líder comunista, mientras que para *El Mundo*, las noticias que vengan de IU no son relevantes en este momento de incertidumbre social y electoral debido a la cercanía de las elecciones y tras el suceso del atentado. Destacable que es también en *El Mundo* donde más veces aparece Zapatero, en seis ocasiones, mientras que en *El País* sólo cuatro. Como personaje secundario recurrente es Zapatero para *El Mundo* ya que de ser ETA la autora del atentado como asegura el Gobierno en su línea principal de investigación, este quedaría en una posición desventajosa debido al pacto de gobierno que guarda el PSC con ERC en Cataluña y las conversaciones

de Rovira, líder de ERC, con la banda terrorista ETA. Ese es el motivo principal por el que Carod Rovira también es personaje secundario en cuatro noticias analizadas en *El Mundo*, las mismas que ocupa en *El País*.

Así pues, se desgranar de este cuadro diferentes conclusiones. Por una parte, la importancia que tienen los líderes del PP debido al atentado y la irrupción del mismo en la vida pública y política de España. La importante relevancia que obtiene el ministro del Interior como portavoz del Gobierno en las intervenciones explicativas del atentado. Ambos medios dan esa importancia a los populares, pero de una manera muy distinta, si *El Mundo* destaca el rigor que están siguiendo y destacando la figura del Aznar como líder indiscutible del partido sin dejar atrás al nuevo candidato, *El País*, utiliza estas apariciones secundarias para destacar aspectos negativos tanto en la investigación del 11M por parte de un Gobierno que se está viendo afectado en las elecciones y también para socavar información del pasado y perjudicar así la imagen del partido. Otra de las estrategias que sigue *El Mundo* es destacar la información referente a las conversaciones de Rovira con ETA y perjudicar del mismo modo que intenta hacerlo *El País* con el PP, pero en este caso, que afecte al PSOE. También habla de las debilidades del PSOE y del apoyo del candidato al Gobierno lo que hace refutar la confianza en los populares. Como tercera conclusión, *El Mundo* obvia a la tercera fuerza política, IU, en cuanto a protagonistas secundarios de lo que ocurre en España en este momento tan crucial, mientras que *El País* lo nombra hasta en cuatro ocasiones, quizás porque está más en consonancia con lo que respalda el medio y también por las voces críticas que se han levantado contra los partidos nacionalistas, los que defienden una España plural y la no aceptación de ciertos criterios que aparecen en la Constitución del 1978. Hay que tener en cuenta que IU no está de acuerdo con esa Constitución en cuanto a ciertos aspectos electorales, por lo tanto difiere del lema que elige el PP para la pancarta de la manifestación “*Con la Constitución y Contra el Terrorismo*”. Ese puede ser el motivo por el que *El Mundo* no le confiera importancia, ni siquiera secundaria al líder izquierdista, por su parte *El País* sí que se hace eco de las inquietudes de este partido.

7.2.5 Fuentes informativas de los medios entre los días 10 y 13 de marzo

Es importante para la calidad informativa de la información la calidad de las fuentes de las cuales se extrae la misma. Por ese motivo, se ha querido destacar

la importancia que estas fuentes han tenido tanto en *El Mundo* como en *El País* durante los días analizados dentro del universo de la muestra escogida. Se comprobará con este dato la diligencia profesional que han seguido los periodistas a la hora de extraer datos fidedignos sobre los hechos noticiosos que aquí se exponen.

A continuación, se muestra la tabla con los datos relativos a las fuentes de ambos medios, una vez analizada se procederá a extraer las conclusiones oportunas:

| <i>El Mundo</i> | <i>El País</i> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Zapatero, Víctor Guillot, Vicente Álvarez Areces, Álvarez Cuesta, llamazares, periodistas, Europa Press, José M ^a Molina, Rajoy, Aznar, Piqué, José Bono, Llamazares, Rosa Aguilar, Rato, Gabinete de la presidencia, Ministerios Int. y Ext., Rovira, Onda Cero, Maragall, Pujol, Ibarretxe, Mayor Oreja, P. López, A. Otegui, colaboradores de Aznar, Fuentes de Moncloa, Gobierno Vasco, dirigentes del PSOE, IU, Llamazares, Oscar Tomás, ETB, Anasagasti, Montilla Principales firmas: Manuel Sánchez (PSOE) Agustín Yanel (IU) Fernando Garea y Casimiro García (PP) Raúl del Pozo (Opinión) | Rajoy, Zapatero, Aznar, Francisco Vázquez, datos estadísticos, Montilla, Maragall, Cándido Méndez, Areces, Abeyón, Jesús Caldera, Pilar Marcos, Telecinco, F. González, EFE, Llamazares, Rovira, Cadena Ser, Alcaraz, programas electorales, hemeroteca de El País, anuncios electorales, TVE, emisoras de radio y tv, Ministerio del Interior y Ext., Presidencia, Periódico árabe en Londres, Moncloa, Acebes, Gara, ETB, Ibarretxe, comunicado a las embajadas, expertos de explosivos, investigación policial, llamadas de Aznar, Congreso. Principales firmas: José Manuel Romero y Pilar Marcos (PP) Anabel Díaz (PSOE) Soledad Gallego (Nacionalismo Catalán) |

Fuente: Elaboración propia

El hecho más destacable que se extrae de esta tabla es que ambos medios gestionan la información divididas en bloques por partidos y que los actos de cada uno de ellos durante la campaña electoral y la información que se extrae de dichos eventos están firmados por un profesional al que se le asigna la tarea de hacer el seguimiento. Esto confiere una visión positiva ya que la especialización del periodista en el ámbito que cubre es demostrable. Así pues, ambos medios apuestan por esta fórmula. En este sentido, tanto para *El Mundo* como para *El País*, es importante que los periodistas se sientan identificados y familiarizados con las fuentes de información. Pero también se ponen de manifiesto ciertas teorías como las que sostiene Felix Ortega en las que se

afirma que la política está mediatizada y viceversa, esto puede significar una doble vertiente. Por un lado, los profesionales ofrecen información veraz debido al conocimiento que tienen sobre el transcurso, además de crear confianza en las fuentes de información al ser siempre el mismo el que cubre los actos. Por otro lado, se crea esa afinidad político-comunicacional que roza el límite de la desconfianza social ante el trasvase intencionado de información. En este caso, Ortega estaría en lo cierto si se demuestra que ambos medios utilizan la estrategia de los profesionales afines para mostrar la realidad más conveniente a los intereses que unen a medios y partidos políticos.

En segundo lugar, en dicho cuadro se observa la gran cantidad de fuentes oficiales que existen. En este sentido, *El Mundo* es más tendente a utilizar esas líneas oficialistas, de ahí que el Gobierno, los Ministerios, los políticos de los distintos partidos y otros medios afines como *Onda Cero* sean las principales fuentes de información. Por su lado, *El País* es algo más convergente, utiliza además de esas fuentes oficiales, en su mayoría declaraciones en ruedas de prensa, comunicados oficiales o actos de campaña, otras fuentes como la de medios de comunicación, en este caso además de los afines como *Cadena Ser* (ambos medios del mismo grupo mediático, Prisa) también utiliza otros como la agencia *EFE*, *RTVE*, *ETB*, *Gara* o el diario islámico londinense. En este caso de *El País* intenta dar una visión más general de la noticia en lo referente a lo publicado en otros medios. Esas fuentes sirven de refuerzo para sus teorías para con los acontecimientos del 11M y de las elecciones generales inminentes. Cabe destacar que *El País* también utiliza como fuente informativa los programas electorales de los partidos, algo que en *El Mundo* ni siquiera se reseña. En este sentido, *El País* es mucho más amplio en su cartera de fuentes, pero igualmente es cierto que sigue muchas fuentes oficialistas. Por su parte, *El Mundo* destaca una figura muy importante y es la firma de uno de sus profesionales colaboradores con artículos de opinión de más prestigio, Raúl del Pozo, quien se inserta en el entramado de noticias política de campaña para dar su visión sobre el trascurso de la misma. Del mismo modo, *El País* también destina a un profesional para cubrir la campaña de los partidos nacionalistas catalanes, confiriendo de esta manera una gran importancia a esta comunidad autónoma y sus decisiones políticas en las urnas para el conjunto de España.

Así pues, se puede concluir afirmando que ambos medios utilizan estrategias de establecimiento de fuentes similares, aunque quizás *El Mundo* se decante más por la información extraída de los actos y comunicados oficiales y *El País*,

sobre todo dadas las circunstancias del atentado, es algo más convergente ya que es necesaria la consolidación de su visión frente a lo publicado o intención de publicación de los hechos por parte del Gobierno de Aznar y sus medios afines. *El País* en este caso será el medio beligerante con la línea oficial e intentará demostrar las teorías antagónicas a las expuestas por el Gobierno y por *El Mundo*, como medio analizado, del asunto de la autoría del atentado y sus posibles vinculaciones al resultado electoral de los comicios que se celebrarán en días inminentemente posteriores a los hechos.

7.2.6 Géneros periodísticos analizados en *El Mundo* y *El País* en el universo de la muestra utilizada

Si bien eran importantes las fuentes de información para la elaboración de las noticias, no lo son menos los géneros utilizados por los medios para mostrar dicha información. Así pues, a través de este análisis se puede extraer la implicación de *El Mundo* y *El País* para con los hechos acaecidos.

| | Días | Análisis | Crónica | Noticia | Entrevista | Artículo Opinión | Otros |
|---------------------------------|------|----------|---------|---------|------------|------------------|-------|
| E L M U N D O | 10 | 0 | 3 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| | 11 | 0 | 3 | 0 | 0 | 2 | 0 |
| | 12 | 1 | 0 | 2 | 0 | 1 | 1 |
| | 13 | 1 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 |
| E L P A Í S | 10 | 1 | 3 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| | 11 | 2 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| | 12 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 | 1 |
| | 13 | 1 | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 |

Fuente: Elaboración propia

Dicho lo cual, durante los dos primeros días de análisis en el universo de la muestra se observa como destacan sobre todo las crónicas, decir que es normal y que la mayoría de información analizada correspondía a los actos de campaña

de los partidos. La crónica es un género que da lugar a la subjetividad, ya que es la visión del periodista del acto al que está acudiendo. Además de las crónicas, en estos dos días previos al atentado destacan también en *El Mundo* los artículos de opinión y en el caso de *El País* el análisis. Así pues, ambos medios escogen géneros que dan lugar a cierta interpretación por parte de la redacción. Sin embargo, observando los días posteriores al atentado, días 12 y 13 de marzo, se ve claramente como ambos medios basculan hacia una información enlatada en el género estrictamente noticioso. La noticia es el género por excelencia en estos días. Con esto, los medios pretenden ofrecer una visión más rigurosa de los hechos, dar una visión de que la contrastación de la información es la tarea principal de los medios. Por su parte, *El Mundo* es más cercano a mostrar información sobre las pautas de las fuentes oficiales, por su lado, *El País* da más patíbulo a aquellas informaciones que vienen de otros medios y otras fuentes más diversas, no se conforma sólo con la línea oficial.

Pero *El Mundo* también considera de vital importancia el análisis en estos días posteriores al atentado y previos a las elecciones. Hace análisis sobre la posición de cada partido frente a los comicios inminentes y en qué lugar quedarían según se destaque la autoría del atentado. *El País* hace lo propio y también utiliza el análisis para acercar a sus lectores la situación que se está viviendo. Además el género del análisis es el mejor para poner en antecedentes al lector, y que por tanto entienda el porqué de la situación actual y las posibles consecuencias que se generarán al respecto.

En definitiva, ambos medios entienden que la campaña es un acto en el que hay que posicionar al medio dentro de la línea ideológica que defiende de ahí que se utilicen géneros periodísticos más cercanos a la interpretación y a la subjetividad. Sin embargo, tras un hecho tan trágico, inesperado y en el que el caos y la incertidumbre son los protagonistas, los medios entienden que la mejor de las decisiones es intensificar la búsqueda de fuentes fidedignas o como segunda opción seguir la línea oficial que marcan los órganos competentes en la materia. Dicho lo cual, *El Mundo* se posiciona en esa segunda línea, mientras que *El País* intensificó su cartera de fuentes. En cuanto a contenidos, es evidente que ambos medios difieren en la intención de sus mensajes, así como en las consecuencias que tendrá el atentado en la vida política de España.

Las conclusiones generales que se extraen de este análisis de contenido son las siguientes:

- Tanto *El Mundo* como *El País* tienen una clara y marcada tendencia ideológica que se acentúa durante el periodo electoral, pero más si cabe durante la crisis vivida durante el transcurso de la campaña debido al atentado en los trenes de Madrid el día 11 de marzo de 2004, tres días previos a los comicios.
- Existe una clara tendencia hacia un cambio de rumbo en la intencionalidad informativa en las noticias de política electoral de los medios analizados si comparamos los días previos a los posteriores al atentado del 11M. Esa tendencia es más cercana a apoyar al partido afín a la editorial del medio.
- La información política se entiende dentro de su contexto y cada medio objeto de estudio entiende ese contexto de manera distinta, por lo tanto existe intencionalidad y voluntad por parte del profesional de comunicación de influir de cierta manera en el público mostrando la “realidad” según la visión parcelada del medio.
- Dan una gran importancia a los políticos y sus discursos como fuente de información sin entrar a valorar en profundidad el origen de sus palabras. Sólo utilizan datos más convergentes en cuanto a fuentes informativas cuando la intención es dañar la imagen del partido que no es afín al medio.
- La estructura mediática es muy importante en referencia al discurso periodístico. Los medios están insertos en una maraña de intereses, en este caso políticos. En las noticias analizadas se aprecian claramente los elementos que ambos destacan, la información que consideran más importantes y siempre responden a ese entramado de intereses periodísticos y políticos.
- Como empresa los medios tienen una clientela fiel que espera de sus páginas aquello que les satisface ideológicamente y sentirse de este modo cercanos discursivamente al medio. Por este motivo, *El Mundo* intenta posicionarse del lado del Gobierno en los días previos al atentado. Además muestra a un Zapatero entusiasta pero débil en su candidatura como presidente de España, además el medio destaca sus disputas

internas en el PSOE y destacan sobre todo el error del pacto con ERC en Cataluña y la entrevista del líder de ERC, Carod Rovira, con ETA. Por su lado, *El País* muestra a un PP anquilosado, a un Aznar déspota cuya segunda y última legislatura ha estado plagada de errores como la Guerra de Iraq, el Yak 42 o la gestión del desastre del Prestige. Después de los atentados, días 12 y 13 de marzo, este discurso tiende a reforzarse con más ahínco en ambos medios.

- En situaciones especiales, como lo son unas elecciones generales, los lectores aún más intensifican su deseo de consumir información afín a su creencia política. Del mismo modo en momentos de crisis el posicionamiento mediático en un lado concreto ofrece una visión de fortaleza en el conflicto mediático. Por su parte, *El país* supo aprovechar a su favor esa situación al posicionarse ante la línea que apuntaba al terrorismo islámico como después se demostró en los tribunales. Mientras, *El Mundo* sigue, incluso en la actualidad, apoyando la teoría de la conspiración. Por tanto, ambos medios se posicionan de manera clara y decisiva.
- Aunque cada periódico comulga en su ideología, es cierto que ambos siguen y marcan una agenda prácticamente análoga. Tanto *El Mundo* como *El País* estructuran sus contenidos sobre los mismos temas. En los días previos al atentado se comprueba como los objetos de estudio cubren los mismos actos de campaña, se puede ver también la preocupación suscitada por la campaña electoral en Cataluña la cual ocupa parte de la información. Tras el atentado, ambos medios se centran en primer lugar en la unidad democrática de España frente al terror, después lo más importante es la autoría y por último se preguntan sobre los resultados electorales inminentes. Por eso no se puede aclarar la gran capacidad de pluralidad ya que esta está sujeta a la agenda mediática subjetiva e intencionada.
- Las fuentes declarativas son numerosas. En pocas informaciones el periodista hace valoraciones personales a través de una investigación exhaustiva. Como máximo hacen referencia a varias citas o versiones distintas de los hechos acaecidos pero eso no se adecua al proceso verdadero de contrastar. Con el acontecimiento además tan inminente e

irrumpiendo en un periodo tan especial para un estado democrático como lo son unas elecciones generales, eso unido a las ansias de los medios de tener la exclusiva lo antes posible, imposibilita todo ello esta labor que se entiende históricamente intrínseca al periodismo profesional. Ante acontecimientos tan importantes como estos se observa como dicha diligencia profesional no se cumple.

- Existe una gran atracción por el sensacionalismo mediático. En especial este sensacionalismo se observa durante los días 12 y 13. Así, los días anteriores al atentado, 10 y 11, las portadas destacan aspectos poco sensacionalistas por lo que se puede afirmar que ante acontecimientos o crisis se intenta apelar al sentimiento social para adherir al medio la pleitesía de los lectores e influir en su visión de los hechos.
- Para *El País* el PP está manipulando sin lugar a dudas a la ciudadanía con la intención de ganar las elecciones y por lo tanto están intentando llevar las riendas en la información sobre la autoría del atentado que les beneficia, en este caso ETA. Por parte de *El País* se destacan noticias como el comunicado del Ministerio de Exterior de hacer que los embajadores digan que ha sido ETA sin previa confirmación eso crea mala imagen del Gobierno popular en el contexto, mientras *El Mundo* ni siquiera se hace eco de esa noticia, sin embargo destaca la petición de Acebes a que José Blanco pida perdón por sus palabras que acusan al PP de manipular a la ciudadanía.
- Las noticias publicadas en los medios están insertas dentro de una estrategia cuyo fin es posicionar al lector en su interpretación de los hechos. Por eso, tanto titulares, como fotografías, citas textuales, declaraciones escogidas y la selección de hechos noticiosos son todas herramientas que los medios utilizan para apoderarse de la confianza en la hipótesis que defienden.
- Existe además una jerarquización de los elementos informativos que trabajan dentro del discurso para mostrarle al lector una realidad concreta. Así pues, *El Mundo* naturalmente destaca más las fotografías de Rajoy en actitudes mucho más relajadas que a Zapatero. *El País* hace lo propio. Por otro lado, tras los atentados la fotografía de portada del día

13 tras la manifestación del día 12 muestra en *El Mundo* un parcelamiento de la concentración en la puerta de la estación de Atocha. Mientras *El País* muestra una panorámica aérea de toda la zona que da magnanimidad a la situación que se ha provocado según ellos. Además en *El País* la fotografía ocupa las cinco columnas, mientras que *El Mundo* sólo las tres de salida. Ambos medios apelan a la españolidad, pero parcelan la realidad ya que *El Mundo* hace lo propio con la lucha de los españoles contra el terrorismo, claramente refiriéndose a ETA y además la portada acompaña una noticia en la que Acebes asegura que se demostrará que es ETA. Por su lado, *El País* destaca que Aznar y Acebes dicen que sigue siendo ETA y por lo tanto están mintiendo. Es un ejemplo de cómo los elementos de las páginas están perfectamente estructuradas para persuadir al lector.

- *El Mundo* en su información política sigue reforzando la figura de Aznar y destaca aspectos como su marcha tras servir al país. Por su lado, *El País* ha mostrado una información política muy enfrentada a esta visión de fortaleza y ve a Rajoy como una continuidad. Además destaca aspectos negativos del líder popular. Esto se corresponde sobre todo en las noticias analizadas antes del atentado, tras él *El País* refuerza mucho más su posicionamiento frente al PP acusándolo de tergiversar la realidad para sacar rentabilidad política. *El Mundo* destaca la confianza en el Gobierno, ofrece más espacio informativo al PP y sus diligentes, ataca las declaraciones de socialistas y destaca la unidad de España y la tendida de mano de Rodríguez Zapatero en señal de la legitimidad que ofrece el Gobierno de Aznar.
- El mismo día 11 de marzo se comienzan a barajar otras hipótesis en *El País* respecto a la autoría y se comienza a hablar de terrorismo islámico. *El Mundo* era fiel a la autoría de ETA como defendía el Gobierno. Esta guerra mediática trasciende en el tiempo. Actualmente *El Mundo* sigue defendiendo la teoría de la conspiración. Se demuestra como los medios muestran los hechos de la realidad del mismo acontecimiento pero desde perspectivas muy diferentes, por lo tanto subjetivas y adheridas a intereses mediáticos y políticos.

- El victimismo de ambos medios recae en distintos protagonistas de los hechos. Si para *El Mundo* sigue siendo víctima de todo el Gobierno legítimo de Aznar y el candidato popular a la presidencia del Gobierno, Mariano Rajoy. Para *El País* era la propia ciudadanía la que estaba siendo víctima y engañada por los medios afines al Gobierno, por este mismo, por los servicios informativos de la cadena pública (TVE) y su director de informativos Alfredo Urdaci todo ello con el objetivo de conseguir el poder a través del engaño. El día 13, jornada de reflexión, ambos medios se erigieron como plataforma para los partidos afines con la intención de mostrar cada uno las bondades de su candidato y ultimar la batalla electoral definitiva de las urnas debido a que la campaña se había suspendido debido al atentado.
- Los medios analizados se erigieron como garante de la democracia asumiendo un rol de creación de opinión política y de adoctrinamiento a la ciudadanía para conseguir los propósitos electorales que marcaban las agendas de los partidos mayoritarios cercanos ideológicamente a cada medio en la imposibilidad de estos de hacerlo por su cuenta por motivos morales debido a la masacre vivida tres días antes de los comicios.

7.3 Contextualización de los editoriales de *El Mundo* y *El País* entre los días 10 y 13 de marzo de 2004

Se comenzará en este nuevo apartado a analizar los elementos más destacables de los editoriales que aparecieron en *El Mundo* y *El País* durante los días que se han establecido para esta investigación. Así pues, los datos que se arrojen de este apartado serán claves para establecer las principales líneas de intervención que ambos medios tuvieron respecto a la información política, cuáles fueron sus inquietudes, en qué pusieron más empeño y sobre todo que tendencia tomaron respecto a la campaña y tras la tragedia del atentado del 11M. Dicho lo cual se procederá al análisis de este apartado. De ese modo, al concluir el epígrafe, se destacarán las principales conclusiones que se esgrimen con el cotejo de los datos obtenidos.

➤ 10 de Marzo

Para seguir un orden cronológico comenzaremos con el primer día que estamos analizando a lo largo de esta investigación. Además comenzaremos con el análisis del diario *El Mundo*, al igual que se hizo con las portadas. Bien, pues, *El Mundo* presenta sus editoriales en la página tres del medio. Como podemos comprobar utiliza una página impar, por lo tanto de mayor visibilidad para el lector y además coloca los editoriales en las columnas de salida de la página. Esto refleja la importancia que el diario confiere a dicha sección, opinión.

Dicho esto, *El Mundo* presenta dos editoriales el día 10 de marzo. El primero de ellos es netamente político y además se refiere a temas de campaña y promesas electorales, se titula “Una propuesta para reforzar el sistema de pensiones”. En el cuerpo el director opina que en esta recta final de campaña hay que ofrecer a los ciudadanos un nivel alto de seguridad y estabilidad social, por esa razón Zapatero se ha dirigido en un foro sindicalista a las políticas que en este apartado conlleva su programa electoral. Promesas como la subida del SMI (Sueldo Mínimo Interprofesional), incorporación laboral de discapacitados... Pero en lo que respecta a Rajoy dice *El Mundo* que es más concreto a la hora de establecer políticas sociales y de seguridad que Zapatero. Pues según el medio ofrece medidas estudiadas y reales, como la subida de las pensiones, habla además el problema de la demografía y el envejecimiento de la población española. Además el medio postula claramente a Rajoy como la solución a esta situación y es algo que, asegura, los votantes tienen que tener en cuenta a la hora de ir a votar.

Con este panorama se puede afirmar que *El Mundo* sigue participando de la campaña electoral de una manera muy activa y que la línea editorial del periódico tiene un fin informativo positivo hacia el candidato del PP, mientras que destaca aspectos algo menos atractivos del candidato socialista. El otro editorial, segundo en importancia, habla sobre un accidente ocurrido en Castellón con un camión cargado de abonos tóxicos, piden depurar responsabilidades, pero claramente no tiene nada que ver con la política, ni con temas de campaña electoral.

Por su parte, *El País*, destaca sus editoriales en una página par, concretamente la diez, después de la sección de noticias internacionales de las que el medio es gran expositor, es una de sus secciones de oro. Dentro de la página el editorial

ocupa un total de $\frac{3}{4}$ de la página en la parte superior, por lo que confiere también una gran importancia a la sección de la línea del medio y su valoración de la actualidad. Al igual que en *El Mundo*, tiene varios editoriales, concretamente tres. El primero de ellos es claramente referente a la campaña electoral, su desarrollo y destaca anécdotas de un periodo en el que los dos grandes partidos políticos se juegan mucho y por tanto las líneas afines de ambos medios se depuran a favor de la vertiente más favorable.

En este caso, *El País* titula "Frasecitas de Campaña". Tacha a los "guionistas" del PP de realizar paralelismos entre las elecciones que ganó Hitler en Alemania tras las declaraciones del alcalde de Toledo al decir que ese día los alemanes estaban "haciendo novillos" a la hora de ir a votar. El medio se indigna por varias razones, una por la poca importancia que le dan al nazismo y sus consecuencias y la otra por la intencionalidad que tiene el autor de la frase. Dice *El País* que eso el PP lo tiene más que estudiado y que quiere ganar las elecciones con la estrategia del miedo. En este caso el diario afín al PSOE está haciendo exactamente lo mismo que critican, están intentando mostrar a un PP monstruoso, sin escrúpulos que es capaz de utilizar cualquier artimaña para ganar las elecciones. Además nombra también las acusaciones que los populares hicieron de Carod Rovira (ERC), tras su charla en secreto con ETA, diciendo que este había justificado con este gesto el asesinato de concejales del PP, hay que tener en cuenta que Rovira en ese momento es socio de Gobierno de P. Maragall (PSC), por lo tanto, afín en ese momento al PSOE.

El segundo de los editoriales habla sobre la situación en Iraq y la nueva Constitución de la que será dotada el país, según el medio, una pantomima, que quiere hacer EE.UU. para retirar sus tropas, debido a la inseguridad de Iraq, pero que no será óbice del abandono del país, ya que seguirá siendo manejado por Washington. Recordar también la clara posición de *El País* en contra de la Guerra de Iraq y también de la participación española en el conflicto. Aunque no sea un tema político, sí que tienen tintes de posicionamiento ideológico, y de una manera intenta vender una imagen negativa del ejecutivo de G.W. Bush y por ende de los aliados entre los que se encuentra José María Aznar. Por último el tercer titular de editorial tiene que ver con acciones de compra que Telefónica ha realizado en Sudamérica, con el título "Golpe de autoridad". Es un editorial positivo hacia las acciones de la compañía.

➤ 11 de Marzo

Este día es clave para observar la diferencia entre los posicionamientos de ambos medios, tener en cuenta que la publicación ordinaria de esta jornada recogían la información del día anterior, por lo tanto, nada hacía presagiar el desastre que estaba a punto de ocurrir mientras muchas personas estaban leyendo esa misma mañana los editoriales publicados por ambos medios.

En lo que respecta a *El Mundo*, igualmente ocupa la misma página y el mismo espacio que el día anterior, otra similitud es la cantidad de titulares, dos concretamente. Muy destacable que en ninguno de los dos editoriales se hace eco de ningún tema de la campaña, ni de política, ni de los partidos ni de los candidatos. Aunque resulte rara la decisión del medio, es quizás en una estrategia de seguridad en las encuestas que dan como vencedor al PP, por lo tanto a los argumentarios de su línea editorial, pero esto es sólo una hipótesis.

Así pues, *El Mundo*, lleva a editorial un tema judicial en la Audiencia de Vitoria con el título “Los errores judiciales deben ser sancionados”, en la que unos magistrados han apelado a un decreto ya derogado para atenuar una pena por maltrato de género. Pero el mismo editorial, cita a la juez Ruth Alonso, quien dice excarceló a varias etarras que habían cometido delitos de sangre. En este término se posiciona en contra de los jueces que no atienden a la justicia como debiera, como es el caso también del juez Guillermo Ruiz Polanco, quien también olvidó firmar la permanencia en prisión preventiva de varios etarras. El tema ETA muy presente en el editorial, si atendemos a la misma premisa que antes con el editorial de *El País* respecto a la Constitución de Iraq, aquí *El Mundo* ha utilizado la misma estrategia, como tema colateral, ETA y cualquier persona que la pueda llegar a ayudar, merece ser condenado o destituido, hay que recordad el tema de Carod Rovira y su encuentro en secreto con la banda y de la vinculación de este con el Gobierno catalán del PSC.

Por su lado, el otro editorial trata un tema de calado internacional. Sobre el falso golpe de estado que anuncia el presidente de Guinea Ecuatorial junto a su socio de Zimbabue para desviar la atención. El editorial lleva como título “Guinea, el golpe imaginario”.

En cuanto a *El País*, sí que vuelve a la carga con temas de política en sus editoriales de la página diez. Concretamente el primero al que hace llamar “Volver al consenso”. Muestra de nuevo a un PP altivo, a un PP que se

abandera como garante de la cohesión territorial de España, como si ellos fueran los únicos que salvaguardan este patriotismo. Dice el medio que la derecha se legitima como garante de unidad y españolidad. De nuevo, por tanto, muestra a un PP beligerante, combatiente, asegura además que el PP ha hecho que sea la campaña electoral más españolizada en Cataluña y más catalanizada en España. Dice *El País* que el PP muestra a dos españoles, los convencidos, como lo son ellos y los dudosos como Zapatero, dicen que temen que si este gana pacte con Rovira y lo ponga de ministro. El medio además ve con muy malos ojos el trato recibido por parte del PP al líder socialista, del que cree su palabra que de ganar gobernará con sus votos y sin ayuda de nadie. Según *El País*, aunque el tema del terrorismo está más cerca de la solución, el de los nacionalismos y el pacto que los partidos hicieron en materia de terrorismo, deben volver al debate y a ese consenso que especifica en el título. Por lo tanto, *El País* es más activo en sus editoriales contra el PP por la misma razón que *El Mundo* atenúa sus opiniones políticas, pues el PSOE parte con desventaja y para *El País* es necesario reforzar su posicionamiento negativo frente a un partido que según la línea del periódico ha gestionado mal muchos asuntos durante sus legislaturas en el poder.

En los demás editoriales del día habla sobre su claro rechazo a la matanza de niños en la franja de Gaza y Cisjordania, claramente posicionado de parte del movimiento palestino, aboga por que Israel sea capaz de mirar de donde vienen y del terror que sufrieron para evitar esta catástrofe, pero también pide a los palestinos que no utilicen a los niños como moneda de cambio en los conflictos y aprovecharse de su inocencia e ingenuidad, se titula "Hecatombe infantil". Por otro lado, el último editorial, "El mal menor" habla sobre el trato de favor del FMI al Gobierno argentino de Néstor Kirshner.

➤ 12 de Marzo

El día 12 significará un claro paréntesis en los editoriales habituales de ambos medios, aunque en el caso de *El Mundo* el emplazamiento no cambia de la página 3, sí que esta vez se le ha dado mucha más importancia pues además de hacerse eco de un solo titular, el medio ha ocupado $\frac{3}{4}$ de la página para este menester. La ocasión lo requiere, el medio quiere mostrar sus posicionamiento ante los atentados del 11M en un momento tan difícil para la actividad informativa como la que se está dando en estas primeras horas posteriores al acontecimiento, pero sobre todo a las dudas que están surgiendo según venga

la información, si es del Gobierno o de otros medios o canales no oficialistas, sin dejar de tener en cuenta que la el periodo electoral sigue su curso, aunque se haya decidido suspender los actos de campaña. Dicho esto, *El Mundo* titula el editorial del día 12 así “Nuestro 11-S”. El diario hace un claro paralelismo con el atentado de Nueva York, sobre todo por el caos creado y por la magnitud del acontecimiento. Además recoge palabras de Aznar quien dice que pasará este día a la historia de la infamia. No hay que olvidar que el periódico titula en portada “El día de la infamia”, quizás recogiendo esa intervención de Aznar, cercano a su línea ideológica. Dice que es el atentado más sanguinario de la historia de España desde el alzamiento del 2 de mayo de 1808. Como vimos con anterioridad en una de la portada de *El País* del día 12 se nombra la Guerra Civil española, sin embargo, *El Mundo* opta por un acontecimiento más lejano en el tiempo.

Así pues, el editorial recoge la intervención que el ministro del Interior, Ángel Acebes, hace horas después del atentado afirmando que es ETA la autora del atentado y que quien se atreva a dudarlo es un “miserable”. Recoge aquí una línea claramente oficialista, aunque también recoge las demás hipótesis que dirigen la autoría hacia Al Qaeda. Dentro del editorial abre una línea hacia la autoría de ETA. En primera instancia es posible la autoría debido a varios factores, como que ha decretado una tregua en Cataluña por lo que atentar en Madrid es lo más lógico, porque el 24 de diciembre quisieron atentar en la estación de Chamartín, y porque hay indicios, pero la autoría por parte de los células islamistas con la aparición de los detonadores y la furgoneta con versículos del Corán, la reivindicación en un diario londinense, hacen que también tenga fuerza. *El Mundo*, intenta mostrarse cauto, pero siempre postula la posición del Gobierno respecto a la autoría. Aunque se abre la tercera vía de colaboración entre ambos terrorismos a quien *El Mundo* da poca credibilidad. Además dice que sean unos u otros lo que hay que estar es unidos en la lucha. Alaba la figura del rey en su intervención tras el atentado y clasifica el discurso del mejor desde el 23F con el golpe de estado fallido de Tejero. Por lo que introduce un elemento unificador, la figura del rey de todos los españoles, apelando a un momento de incertidumbre en el que consiguió unidad. *El Mundo* hace un paralelismo, para quizás, salvaguardar la posición del Gobierno del PP, en caso de no estar en lo cierto respecto a la autoría de ETA.

En cuanto a las consecuencias políticas, dice *El Mundo* que no se puede atacar al Gobierno respecto a poder evitar esta situación, pero que de no ser ETA, se

estarían equivocando y eso traería consecuencias, aquí le da una de arena al PP poniéndose en la posibilidad de que no sea Eta la autora y sí el terrorismo islámico y por la intervención de España en la Guerra de Iraq.

Quizás en un gesto conciliador en esta situación de crisis ahora no sólo para España, como nación, sino para el PP como partido en el Gobierno, y afín a la línea del medio, este muestra ahora a un Zapatero honrado, con un gesto de ayudar a la colaboración frente a los atentados loables, el medio resarce de este modo la posición que le había dado anteriormente. En un último intento de salvaguardar su posición junto al PP que se lleva mostrando a lo largo de este análisis el editorial recoge que los votantes no tienen que cambiar el voto a causa del atentado, aunque sí pide que se sepa quiénes son los culpables para acudir a los comicios informados de lo ocurrido el 11 de marzo.

Si *El Mundo* tiene una posición clara hacia el Gobierno y sus informaciones, aunque matice, *El País* se fija más en la poca capacidad de reacción del Gobierno del PP y en la intencionalidad de informar de que es ETA dando a otros argumentos menos importancia, al parecer para sacar rédito político. El editorial de *El País* ocupa la página habitual y la habitual extensión, aunque no es único, ya que comparte espacio con otro que se titula "Zar Putin" y habla de las elecciones en Rusia, recordemos la vocación internacional de *El País*. No obstante otorga de una importancia especial a este editorial titulado "11M" ya que lo refiere en la portada, de ahí que la magnitud que el medio da a su opinión es más grandilocuente de lo habitual y destaca de esta forma su importancia.

En cuanto al contenido del editorial asegura que la opinión pública española no estaba preparada para un acontecimiento tan magnánimo y cruel como el del 11M. Dice que no estamos acostumbrados a estas escenas más parecidas a los acontecimientos en Oriente Próximo o Iraq que en los atentados de ETA más horribles como pudo ser el de Hipercor en 1987. Claramente está mostrando aquí una posición hacia una autoría más cercana al terrorismo islámico que al proceder de ETA de quien argumenta que suele comunicar de sus atentados, y aunque cabía la posibilidad de un atentado, estos no son los cauces principales. Por lo que acusa de un posible ocultamiento de información al Gobierno de Aznar. Además arremete contra la banda vasca porque dice que aunque han condenado el atentado, han hecho mucho daño y eso no tiene perdón.

Al igual que *El Mundo*, *El País* quiere ser cauto, pero si el primero da más credibilidad a la línea gubernamental, el segundo se posiciona más claramente hacia un terrorismo más desconocido, con otro origen y a tenor de las pruebas, del terrorismo islámico.

Por último, en el editorial de “Zar Putin” muestran al líder ruso como un Zar autoritario que disfraza la democracia en Rusia a su beneficio y que ahoga a los opositores, además de sumir en un profundo desinterés al electorado del país de los Urales.

En esta línea de posicionamientos, *El Mundo* ha sido mucho más explícito en su posición, ha mostrado en su editorial más excusas, ha expuesto los argumentos de una manera más analítica, mientras que *El País*, ha sido más sarcástico, más déspota, dejando entrever las posibles corruptelas informativas del Gobierno y de la poca claridad, quizás con la intención de que este caiga por su propio peso.

➤ 13 de Marzo

La jornada del 13 es también vital dentro de esta investigación, hay que tener en cuenta que la publicación de este número corresponde con el día de reflexión por lo que todo lo que conlleve el contenido será de primerísimo orden en la interpretación del posicionamiento ideológico y mediático de los medios estudiados respecto a la información política de la campaña electoral de 2004. Dicho esto, procedemos a evaluar dichos editoriales.

Por un lado, *El Mundo* vuelve con la ubicación y la extensión habitual en sus editoriales. Pero lo dedica entero el editorial de este día a hacer un resumen, en este caso, de los perfiles de los candidatos que se presentan a las elecciones y del panorama político que tienen los electores para las elecciones generales del día siguiente. El posicionamiento para con Rajoy es claro y además quiere y pide su victoria y esgrime todos los argumentos positivos que puede del líder popular. No nombra en ningún momento el atentado y tienen un carácter estrictamente político. Esto hace que el lector por un momento olvide el atroz acontecimiento para centrarse en un plano neutral ante las elecciones, al menos eso pretende *El Mundo*, aunque su neutralidad tenga el nombre de Mariano Rajoy.

El titular del editorial dice “Un presidente para hoy, un relevo para mañana”. En el cintillo superior reza el lema “El Mundo ante las elecciones del 14M”, centra por tanto todos sus esfuerzos en mostrar su visión de los candidatos. Ya en el cuerpo de la noticia, dice que duda de la autoría del atentado pero pone en palabras de Aznar de que este asegura que pondrán toda la información que tengan en la palestra, los ciudadanos por lo tanto no deben dejarse influir por los atentados, ya que dice *El Mundo* que según haya sido el resultado puede cambiar y eso no debe ser así.

En el plano político dice que todos los partidos que se presentan tienen legitimidad democrática, incluso los más radicales y nacionalistas. Dice que incluso el PSOE ha retirado de la cúpula del partido a cualquier atisbo de persona que esté relacionada con el GAL. Primera punto negativo para el PSOE que tenía que librarse de corrupción. Aunque dice claramente que ERC, PNV y EA no merecen ser votados por su indecisión con ETA.

En cuanto a los partidos nacionales IU, PP y PSOE están más legitimados y siempre han rechazado la violencia. Del primero dice que está un poco perdido, pero que tiene su electorado. Pero que sin duda y literal que “Mariano Rajoy es la mejor garantía de continuidad”. En términos generales alaba la trayectoria política del líder y dice que demostrará que es capaz de llevar las riendas del país. Aunque, para intentar parecer imparcial dice que no ha estado de acuerdo el medio con la guerra de Iraq, ni con las políticas de medios de comunicación. En este apartado directamente es que ni nombra a Zapatero. Lo hace más abajo y dice que podría llegar a ser un buen gobernante, pero que no es su momento, sobre todo por la división del partido, pero que en cuatro años podría estar preparado. Aquí *El Mundo* desventaja claramente a Zapatero, no le otorga ninguna confianza como presidente, mientras que de Rajoy asegura en términos muy positivos que es “honrado, solvente y eficiente”.

Por lo tanto *El Mundo* dice que el voto útil es el que se le dé a Rajoy. Con este editorial el medio pone todo lo que está en su mano para salvar lo inevitable, para intentar dar el último empujón al partido, si bien el día 11 ni siquiera refería la política en su editorial, ahora en plena jornada de reflexión se convierte en el brazo mediático del PP para pedir el voto a Rajoy abiertamente, ya que el partido no puede hacerlo por ley.

Por otro, *El País*, sigue en su misma línea de extensión de los editoriales y de ubicación. En el primero de ellos, hay dos, se muestra información enfocada

más al atentado y sus responsables que a la propia información política, pues entiende el medio que esta estrategia, contra la línea oficial del Gobierno, le será de rédito político al partido que satisface sus ideologías por lo que no considera necesario hacer la campaña que, por su parte, hace *El Mundo*. Entienden que así deslegitiman al PP y sin necesidad de pedir el voto para nadie, y respetando la jornada de reflexión, los lectores y votantes, se hagan su propia idea de lo acontecido y que valoren en libertad.

Dicho esto, el medio titula el editorial principal “Después de la matanza”. Valora, en primer lugar, la actuación de las personas y la sociedad, así como el gran rechazo a los atentados a través de las manifestaciones que sacaron a 11 millones de personas a las calles.

En un segundo término comienza a abordar el tema de la autoría. Dice que aunque los indicios del Gobierno apuntan a ETA, esto no deja de ser una hipótesis debido a las circunstancias. Pero lo de la furgoneta de Alcalá de Henares, los detonadores y los versículos del Corán, son más que una hipótesis un hecho contrastado, veraz. Además de la desvinculación que ETA hace del atentado, por lo tanto pide al Gobierno de nuevo que informe de manera rigurosa de la autoría. Invita de esta manera al PP a decir la verdad, porque se intuye que no está siendo así, que se está ocultando información. Además se dio orden a los embajadores españoles que mantuvieran la teoría de ETA como principal hipótesis y sin olvidar lo “miserables” que eran para Acebes el mismo día 11 los que dudaran de la autoría de ETA. Con todos estos detalles, claramente *El País* está poniendo en una posición desventajosa al partido del Gobierno y está haciendo ver a la sociedad que han sido, si no engañados, al menos manipulados, respecto al conocimiento de la autoría del atentado y el propio medio los invita a decir la verdad. Dice además que toda esta estrategia urdida por el PP es para sacar rédito político, ya que según sea el autor el resultado electoral puede variar.

Así pues, como segundo editorial recoge la opinión sobre una nueva medida de crear un “Registro del maltrato” de consulta interna de los jueces y fiscales para proteger así a las mujeres maltratadas.

7.4 Conclusiones generales sobre los editoriales

En líneas generales destacar varios aspectos. Por un lado, que antes del atentado *El País* se mostraba mucho más agresivo en sus editoriales contra el PP, no se posiciona en un lado positivista hacia su línea ideológica, ya que entiende que esta, en principio, tiene las elecciones perdidas según todas las encuestas, por lo que se centra en desprestigiar la figura del Gobierno, de Aznar y del propio PP y sus estrategias de campaña. En este sentido, *El Mundo* en estos días anteriores, se muestra relajado, tranquilo respecto a los resultados, tampoco muestra claramente a Zapatero, sin embargo, sí que alaba las políticas de Rajoy, o las que propone Rajoy. Además no está tan obsesionado con el tema de la campaña y en la recta final, incluso obvia el día 10 hablar de política en su editorial.

Pero después del atentado todo esto cambia. Por un lado, *El Mundo* ve peligrar la permanencia en el Gobierno del PP si se termina demostrando que no es ETA el autor del atentado y por la mala estrategia comunicativa que está llevando el Gobierno, aun así el medio se muestra siempre cauteloso en este sentido, pero ve como el PP está perdiendo credibilidad a la vez que va venciendo la autoría de Al Qaeda, por ese motivo en el mismo día de reflexión hace lo que ni siquiera se planteó días previos al atentado y era pedir explícitamente el voto para Rajoy, incluso saltándose la deontología de respeto a la jornada de reflexión y en un intento desesperado de lavar la cara al PP.

Por su parte *El País*, viendo al PP ahogado por la opinión pública, en vez de alabar las bondades del PSOE lo que hace es instigarle e invitarles a decir la verdad, a que no mientan, por así decirlo, el medio toma una actitud activa de intentar moralizar las conciencias de los dirigentes populares. Claramente *El País* se siente fuerte en esta situación de crisis, y además se jacta de intentar buscar la verdad, para ofrecérsela a los ciudadanos, cosa que dudosamente está haciendo el Gobierno. Por esa razón en la jornada de reflexión y durante el día después del atentado no habla para nada de política, ya no hace falta.

Ante esta situación se pueden sacar por tanto varias conclusiones. Que los medios son unos salvoconductos perfectos para las ideologías políticas, que no hay mejor aliado de un político que un periodista afín, mas también pueden ser los máximos enemigos de los intereses, sobre todo cuando hacen, porque pueden, leña del árbol caído. También se ve con una claridad rotunda en tanto

que un editorial es el alma pensante de un medio, es decir, es el depositario de la conciencia del medio, de su visión del mundo particular, se puede entonces afirmar que para nada hay neutralidad en la información y que no sólo sigue a unas líneas ideológicas concretas, si no que en situaciones como esta, además de ser garantes de la información, también son una herramienta de convencimiento ideológico, y que tienen un marcado carácter doctrinario.

8. Conclusiones

Tras la investigación que se ha llevado a cabo a lo largo de este estudio, y una vez que se ha aplicado la metodología elegida al objeto de estudio se puede concluir que:

La hipótesis de partida se verifica, ya que tanto el diario *El Mundo* como *El País* intensifican su posición ideológica en el periodo comprendido entre el transcurso de la campaña electoral de 2004, así como en la irrupción del atentado del 11M tres días antes de los comicios. Tres días en los que ambos periódicos tuvieron como objetivo reforzar las premisas electorales de los partidos afines, así como informar sobre el acontecimiento del atentado destacando aquellos aspectos, sobre todo los referentes a la autoría, que le eran favorables a los candidatos del partido cuya ideología se corresponde con la del medio. De esa manera, *El Mundo* se posicionó ante la información que trascendía a través de las fuentes oficiales del Gobierno de Aznar, refutando la teoría de que los autores eran miembros de la banda terrorista ETA. Mientras *El País* diversifica sus fuentes de información para, pronto, dar un espaldarazo a la línea oficial y defender desde la misma tarde del día 11 de marzo la autoría de un grupo terrorista islámico. Esto viene a dar respuesta a la hipótesis inicial.

Del mismo modo, se puede extraer que la intención última de este posicionamiento más que atender a un principio de objetividad tiene como objetivo principal influir en el electorado. Cabe destacar que la campaña se suspende el mismo día 11 de marzo, por tanto, ambos periódicos se convierten en los representantes sociales de los dos grandes partidos, PP y PSOE. En esos tres días se demuestra cómo *El Mundo* y *El País* son las plataformas politizadas que intentan llegar hasta el final de la campaña electoral con claros objetivos de influir en el electorado y, por ende, en los resultados finales de las elecciones.

Dicho esto, los ciudadanos aceptan que los medios son referente en este momento y buscan en ellos el refugio para satisfacer sus necesidades informativas, en este caso del acontecimiento del 11M paralelo a los temas de campaña, así se refuta la legitimidad que los lectores afines a un medio le otorgan al mismo y la información vertida en sus páginas. Todo ello refuerza, aún más si cabe, la idea de que ambos medios influyeron en el electorado durante esos tres días previos a los comicios.

De este modo, queda claro que las hipótesis de partida se refutan con la investigación. Además de lo expuesto anteriormente, también se refuerza la idea inicial de que los medios se postulan dentro de los mercados y del marco político hacia el que son favorables sus ideas. Por tanto, los medios muestran al público, valiéndose de su legitimidad y confianza por parte de estos, la realidad afín a sus intereses económicos e ideológicos, enmarcados dentro del complejo mundo de la estructura mediática.

Por último, dejar claro que esta iniciación a la investigación ha despertado en mí el afán de seguir en la tarea de esclarecer asuntos relacionados con la prensa durante la campaña electoral de 2004. Considero que es un tema muy interesante y en el que falta una dedicación en exclusiva en el tratamiento de la prensa respecto a la información política en momentos trascendentales como lo son una campaña electoral, pero además interrumpida la misma por un hecho trágico y de gran interés general como lo es un atentado contra civiles tres días antes de los comicios como significó el 11M. Así, que desde aquí me gustaría manifestar mi deseo futuro de ampliar esta investigación y seguir esclareciendo desde un punto de vista crítico este acercamiento a la posición mediática de la prensa española respecto al acontecimiento que ha sido objeto de estudio.

9. Referencias y fuentes de información

9.1 Bibliografía

- Abril, Gonzalo. (1997) Teoría general de la información. Datos, relatos y ritos. Madrid. Editorial Cátedra.
- A. L. George. (1956) Quantitative and qualitative approaches to content analysis. Inglaterra: Sola Pool, Trends in content Analysis.

- Bardin, Laurence. (1986) *Análisis de contenido*. Madrid. Akal editorial.
- Berelson, B. (1952) *Content Analysis in communication research*. New York. Free Press.
- Cabada del Río, Marina. (2006) Bases psicosociales de la interpretación mediática del 11M y sus consecuencias. En la obra J. Vara y oo.aa. (2006) *La comunicación en situaciones de crisis del 11M al 14M*. Pamplona. EUNSA.
- Calvet, Louis-Jean. (2013) *Historia de la escritura: desde Mesopotamia hasta nuestros días*. Barcelona. Ed. Austral
- Combs, MC. (2006) *Estableciendo la agenda*. Barcelona. Paidós.
- Cuesta, Ubaldo; Canel, M^a José y Gurrionero, Mario. (2012) *Comunicación y terrorismo*. Madrid. Editorial Tecnos.
- Entman, Robert. (2003) Cascading activation: contesting the White House's frame after 9/11. 20 (4), pp. 415-432.
<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/10584600390244176>
- Gil Calvo, Enrique. (2006) *La ideología española*. Oviedo. Editorial Nobel.
- Gruning, James y Hunt, Todd. (1984) *Managing Public Relations*. Orlando, Harcourt Brace Jovanovich.
- Herrero, Montserrat y Saralegui, Miguel. (2006) Maquiavelismo político: la opinión pública y las ficciones políticas. En la obra J. Vara y oo.aa. (2006) *La comunicación en situaciones de crisis del 11M al 14M*. Pamplona. EUNSA.
- Holsti, O. R. (1969) *Content Analysis for the social sciences and humanities*. Reading, MA, Addison. Wesley.
- Kertzer, David I. (1998) *Ritual, politics and power*. New Haven. Yale University Press.
- Krippendorff, Klaus. (1990) *Metodología de análisis de contenido: Teoría y práctica*. Barcelona. Paidós.
- La Torre, Jorge. (2006) *Comunicación simbólica: El Guernica vuelve a Madrid*. En la obra J. Vara y oo.aa. (2006) *La comunicación en situaciones de crisis del 11M al 14M*. Pamplona. EUNSA.

- López, Xose y Otero, M^a Luisa (2006) La irreconciliable lucha de la neutralidad del discurso informativo. El lenguaje, el estilo y la máquina de la guerra. En la obra J. Vara y oo.aa. (2006) La comunicación en situaciones de crisis del 11M al 14M. Pamplona. EUNSA.
- Manin, Bernard. (1998) Los principios del gobierno representativo. Madrid, Alianza.
- Morin (V). (1966) L'écriture de presse. París: Mouton.
- Nacos, Brigitte. (2002) Mass mediated terrorism. The central role of the media in terrorism and counter terrorism. Rowman and Littlefield Publishers, Lanham Boulder.
- Nicodemus, Diane M. (2004) "Mobilizing information: Local News and the Formation of a Viable Political Community", Political Communication, Vol. 21.
- Nogales Bocio, Antonia Isabel. (2013) Tesis doctoral: metodología empírico periodística del análisis de contenido y su aplicación. Aproximación estructural a la cobertura de los atentados del 11M a través de El País, El Mundo, ABC y La Razón. Universidad de Sevilla, Departamento de Periodismo II.
- Ortega, Felix. (2001) La política mediatizada. Madrid. Editorial Alianza
- Pantoja Vallejo, Antonio (coordinador). (2009) Manual básico para la realización de tesinas, tesis, y trabajos de investigación. Madrid. EOS.
- Perl, Raphael. (1997) Terrorism, the Media and the Government: Perspectives, Trends and Options for Policymakers. CRS Issue Brief for Congress, October 22.
- Reig, Ramón. (2000) Medios de comunicación y poder en España: Prensa, radio, televisión y mundo editorial. Barcelona, Paidós.
- Reig, Ramón. (1998) Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial). Barcelona. Editorial Paidós.
- Serrano, Pascual. (2009) Desinformación: de como los medios ocultan el mundo. Barcelona. Editorial Península.
- Smith, Craig y Smith, Kath. (1994) The White House speaks: presidencial leadership as persuasion. Westport. Ed. Praeger.
- Van Dijk, Teun A. (1998) Opinions and ideologies in the press. Media

Discourse. Oxford, pp 21-63. Blackwell.

- Van Dijk, Teun A. (Marzo 2011) Sociedad y discurso. Barcelona. Editorial Gedisa

- Van Dijk, Teun A. (Mayo 2012) Discurso y contexto. Barcelona. Editorial Gedisa

- Vara, Alfonso y oo.aa. (Mayo 2006). La comunicación en situaciones de crisis. Del 11M al 14M. Pamplona. Editorial Universidad de Navarra S.A.

- Vara, Alfonso y oo.aa (Septiembre 2006). Cobertura informativa del 11M. Pamplona. Editorial Universidad de Navarra S.A.

9.2 Entrevistas bibliográficas

Extraídas del libro. *Cuesta, Ubaldo; Canel, M^a José y Gurrionero, Mario. (2012) Comunicación y terrorismo. Madrid. Editorial Tecnos.*

Políticos:

- Buesa, Miguel. Miembro de UPyd y expresidente del Foro de Ermua (2007)

- Díaz, Rosa. Candidata de UPyd (2007)

- Elorriaga, Gabriel. Secretario de comunicación del PP (2007)

Periodistas:

- Cabrera, Julián. Jefe de informativos de Onda Cero (2005)

- Gabilondo, Iñaki. Director de informativos Cuatro (2007)

- Santos, Jesús M^a. Subdirectora de informativos de Telecinco (2005)

- Sistiaga, Jon. Corresponsal de Cuatro y experto en terrorismo (2008)

9.3 Teoría de la conspiración de *El Mundo* del 11M

- Audiencia Nacional. Sala de lo Penal. Sección segunda. (31 de octubre de 2007). *Sentencia de la Audiencia Nacional. Antecedentes*. Recuperado el 17 de

marzo de 2009, de El Mundo:

http://estaticos.elmundo.es/documentos/2007/10/31/11m_01_antecedentes.pdf

- Avilés Farré, Juan. Terrorismo y teorías de la conspiración: el caso del 11M. Análisis del Real Instituto El Cano (ARI), nº 76, 2007.

http://www.realinstitutoelcano.org/analisis/ARI2007/ARI75-2007_Aviles_conspiracion_11-M.pdf

- Redacción Cadena Ser, 31/10/2007. El tribunal del 11M desmonta, prueba a prueba, 'la teoría de la conspiración'

http://www.cadenaser.com/espana/articulo/tribunal-11-m-desmonta-prueba-prueba-teoria-conspiracion/csrcsrpor/20071031csrcsmac_8/Tes

- Redacción 20 minutos, 14/02/2007. La teoría de la conspiración en el 11M.

<http://www.20minutos.es/noticia/200663/0/atentados/teoria/conspiracion/>

- Sampedro Blanco, Víctor Francisco. Conspiración y pseudocracia. O la esfera pública a cinco años del colapso del 11M. Viento Sur: por una izquierda alternativa. Nº 103, 2009. Pag. 60-68.

http://www.realinstitutoelcano.org/analisis/ARI2007/ARI75-2007_Aviles_conspiracion_11-M.pdf

9.4 Estudios de OJD, CIS y clasificación de titulares y estructuras

- Datos de la Oficina de Justificación de la Difusión de los medios El Mundo y El País en el periodo comprendido entre Enero y Diciembre de 2012.

<http://www.introl.es/medios-controlados/>

- Estudio nº 2570. Barómetro de Julio de 2004. CIS.

- Recursos del Ministerio de Educación (CNICE) respecto a la prensa.

<http://recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque3/pag7.html>

- Estructuras textuales o superestructuras. Educar Chile. Ministerio de

Educación de Chile. <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?ID=133401>

9.5 Historia de *El Mundo* y *El País*

- Gómez Vázquez, Miguel. Cuadernos de documentación multimedia. Servicio de archivo y documentación de un periódico: *El Mundo*. Universidad Complutense de Madrid.

<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/cuad6-7/gomez.htm>

- Universia (04/05/2012) 36º aniversario del diario *El País*.

<http://noticias.universia.es/en-portada/noticia/2012/05/04/927021/36-aniversario-diario-pais.pdf>

- Página oficial del diario español *El Mundo*. <http://www.elmundo.es/>

- Página oficial del diario español *El País*. <http://elpais.com/>

9.6 Información sobre marco teórico

- Doval Avendaño, Montserrat. *Revista Latina* 2010 nº 65.

http://www.revistalatinacs.org/10/art2/903_Vigo/25_Doval.html

- López Sáez, Mercedes y Martínez Rubio, José Luis. *Revista de Psicología social* nº 3, año 2005. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1290671>

9.7 Información sobre las fotografías

- Paz Rebollo, M^a Antonia. La imagen de los líderes políticos. Fotografías de prensa en las elecciones generales españolas de 2000 y 2004. *Revista Zer*, 2005, nº 19. <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer19-01-paz.pdf>

9.8 Fuentes de hemeroteca (Edición en papel)

- Diario *El Mundo* 10/03/2004

- Diario *El Mundo* 11/03/2004

- Diario *El Mundo* 12/03/2004

- Diario *El Mundo* 13/03/2004
- Diario *El País* 10/03/2004
- Diario *El País* 11/03/2004
- Diario *El País* 12/03/2004
- Diario *El País* 13/03/2004

Agradecimientos

No quiero terminar este trabajo sin antes mostrar mi agradecimiento a todas esas personas que han hecho posible que mi labor investigadora y académica haya llegado hasta este peldaño. Por ese motivo, si hay dos personas que siempre han apoyado mi afán de conocimiento y que han sido capaces de darme el aliento necesario en todo momento, esos, han sido mis padres, Diego y Ana María. Mención especial también para mi abuela Virginia y para la persona con la que comparto ahora mi vida y mis proyectos, Elena. Como no a mi hermana y a todos mis amigos y familiares que siempre han mostrado una especial admiración por mí.

En términos académicos son a muchos a los que tengo que dar mi congratulación por haberme guiado en la senda del conocimiento, desde mis profesores de colegio e instituto, hasta a los grandes maestros que han compartido sus ideas con nosotros en la Universidad. Mención especial en este apartado a mi tutora del TFM, Mar García Gordillo y a la profesora Antonia Isabel Nogales Bocio por su ayuda en mi investigación. Agradecer a todos mis compañeros tanto de la carrera universitaria, como a los del máster su apoyo, sus ánimos, fuerza y amistad.

Creo que no dejo a nadie en el tintero. A todos ellos, gracias, gracias por apoyarme, por animarme, pero sobre todo, gracias por creer en mí y levantarme en los momentos de desánimo y por alegraros en los momentos de gloria. Eternamente gracias a todos.