



**ANÁLISIS DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE  
*UNIÓN PROGRESO Y DEMOCRACIA*, EN LOS  
DIARIOS: *EL PAÍS*, *EL MUNDO*, *LA VANGUARDIA* Y  
*EL CORREO ESPAÑOL DEL PUEBLO VASCO* (2008-  
2012).**

MÁSTER EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y POLÍTICA

TRABAJO FIN DE MASTER

REALIZADO POR AMANDA MARÍA TOVAR PEÑA

DIRIGIDO POR LA DRA. MARÍA DEL MAR GARCÍA GORDILLO

SEVILLA, DICIEMBRE DE 2012

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>2. DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.....</b>	<b>7</b>
<b>3. OBJETIVOS.....</b>	<b>13</b>
<b>4. HIPÓTESIS.....</b>	<b>14</b>
<b>5. METODOLOGÍA.....</b>	<b>15</b>
<b>6. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>23</b>
6.1. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE <i>UPyD</i> .....	32
6.2. ROSA DíEZ, LA LíDER <i>UPyD</i> .....	38
<b>7. ANÁLISIS DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES.....</b>	<b>44</b>
7.1. ELECCIONES GENERALES DEL 8 DE MARZO DEL 2008.....	44
7.1.1. INFORMACIÓN PROTAGONISTA.....	46
7.1.2. OPINIÓN.....	49
7.1.3. BREVES.....	54
7.1.4. MENCIONES.....	55
7.2. ELECCIONES AUTONÓMICAS DEL 1 DE MARZO DEL 2009.....	57
7.2.1. INFORMACIÓN PROTAGONISTA.....	59
7.2.2. OPINIÓN.....	61
7.2.3. BREVES.....	64
7.2.4. MENCIONES.....	65
7.3. ELECCIONES EUROPEAS DEL 7 DE JUNIO DE 2009.....	67
7.3.1. INFORMACIÓN PROTAGONISTA.....	69
7.3.2. OPINIÓN.....	72
7.3.3. BREVES.....	73
7.3.4. MENCIONES.....	75
7.4. ELECCIONES MUNICIPALES Y AUTONÓMICAS DEL 21 DE MAYO.....	76
7.4.1. INFORMACIÓN PROTAGONISTA.....	78

7.4.2. OPINIÓN.....	82
7.4.3. BREVES.....	83
7.4.4. MENCIONES.....	84
7.5. ELECCIONES NACIONALES DEL 20 DE NOVIEMBRE DE 2011.....	85
7.5.1. INFORMACIÓN PROTAGONISTA.....	87
7.5.2. OPINIÓN.....	89
7.5.3. BREVES.....	92
7.5.4. MENCIONES.....	92
7.6. ELECCIONES AUTONÓMICAS DEL 25 DE MARZO DE 2012.....	94
7.6.1. INFORMACIÓN PROTAGONISTA.....	96
7.6.2. MENCIONES.....	99
<b>8. REDES SOCIALES.....</b>	<b>100</b>
8.1. TWITTER.....	102
<b>9. CONCLUSIONES.....</b>	<b>109</b>
<b>10. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>111</b>

# 1.INTRODUCCIÓN

España despedía 2006 con un atentado terrorista en el aeropuerto madrileño de Barajas. El 30 de diciembre explotó en la T4 de Barajas un artefacto que causó la muerte a dos personas, hirió a otras tantas y causó enormes daños materiales. Con este acto, la banda rompía sin previo aviso con un alto al fuego que se había iniciado nueve meses antes y que pretendía poner las bases para un diálogo con el Gobierno que por aquella época presidía el socialista, José Luis Rodríguez Zapatero.

Tras el atentado, el Gobierno dio por terminada las negociaciones con la banda terrorista *ETA* ya que habían roto el ambiente que se precisaba para mantener los contactos. A pesar de esto, la banda no dio por finalizado el alto al fuego hasta las 00:00 horas del 6 junio del 2007, cuando lo hizo público con un comunicado a través del diario *Gara*. Sin embargo, tras varios atentados frustrados no fue hasta el 24 de agosto cuando la banda reapareció con una bomba en Durango causando heridas a dos guardias civiles.

En plena reaparición de la banda terrorista *ETA*, un grupo de unas 40 personas del círculo político y cultural vasco se reunieron en San Sebastián para debatir sobre el estado actual de la política en España. El encuentro que tuvo lugar el 19 de mayo del 2007, contó con la asistencia de personalidades variadas, entre las que destacaban el filósofo Fernando Savater, el portavoz del movimiento *¡Basta Ya!*, Carlos Martínez Gorriarán o la socialista Rosa Díez, entre otros.

En ese primer encuentro se pusieron las bases para la creación de una asociación que nacería bajo el nombre de *Plataforma Pro*. El objetivo principal de esta agrupación era crear una base sólida sobre la que emergería un nuevo partido político que tendría cuatro ejes básicos: La lucha contra *ETA* y contra el terrorismo, la regeneración de la democracia en España, la oposición al nacionalismo “obligatorio” y la reforma de la Constitución. La agrupación

*Plataforma Pro* dio pasó a la creación de un nuevo partido político que defendería las propuestas de esta asociación<sup>1</sup>.

*Unión Progreso y Democracia* es un partido atípico en la política española ya que en su manifiesto fundacional reniega de calificativos como izquierda o derecha para definir su ideología. Los fundadores de *UPyD* no se ubican con las políticas de uno u otro bando, exclusivamente, ya que apuestan por una combinación de lo mejor de una senda y de la otra.

*Partimos de un supuesto revolucionario: que los ciudadanos no nacen siendo ya de izquierdas o de derechas ni con el carnet de ningún partido en los pañales (...) No creemos que nadie esté obligado a votar siempre lo mismo o a resignarse a las opciones políticas vigentes, cuando ya le han decepcionado anteriormente*<sup>2</sup>

A pesar de que *a priori* no se identifiquen con izquierda o derecha sí que están de acuerdos con políticas que pertenecen a uno u otro bando pero no por ello se posicionan ideológicamente.

*Nosotros no tenemos reparo en declarar que si ser de izquierda ahora es apoyar en España las exigencias nacionalistas o separatistas, la asimetría regional o el diálogo político con los terroristas, y en política exterior tener como referentes a Fidel Castro o Chávez... entonces somos de derechas. Y que si pertenecer a la derecha exige considerar la homosexualidad una enfermedad (y el matrimonio entre personas del mismo sexo una indecente aberración), un delito el aborto o la experimentación genética con fines curativos (...) pues entonces no habrá más remedio que ser de izquierdas*<sup>3</sup>.

En detrimento del tándem formado por la política de izquierda y la de derecha, *UPyD* apela por el concepto de progresismo con el que sí se identifican y en el basan todo su ideario.

---

<sup>1</sup> Manifiesto fundacional de *Unión Progreso y Democracia*

<sup>2</sup> *Ibídem.*

<sup>3</sup> *Ibídem.*

*Nosotros preferimos hablar de progresismo en vez de izquierda o derecha. Ser progresista es luchar contra las tiranías que pisotean la democracia formal, así como contra la miseria y la ignorancia que imposibilitan la democracia material. Y ni los actuales partidos de izquierda ni los de derecha tienen el monopolio del progresismo, aunque ambas tradiciones políticas han contribuido a él. A nosotros nos gustaría ser capaces de aprovechar los elementos positivos de unos y de otros, pero sin tener que cargar con sus prejuicios y resabios reaccionarios, que existen en los dos campos<sup>4</sup>.*

Sin embargo, el hecho de que no se sitúen claramente en uno o en otro espectro ideológico no significa que no tengan claro los puntos clave de su programa político, el cual podemos decir que se vertebra en dos puntos claves: la reforma de la actual Ley Electoral y el cierre del modelo territorial devolviéndole competencias al Estado en detrimento de las comunidades autónomas.

Estas no son las únicas propuestas de *UPyD* pero sí que se pueden considerar que son los pilares básicos e inalterables de su política. En definitiva *Unión Progreso y Democracia* se define como:

*Un nuevo partido para garantizar la unidad constitucional y la coordinación tanto legal como fiscal del Estado de Derecho, así como su rigurosa laicidad y optimización de servicios públicos, a fin de posibilitar la real igualdad de los ciudadanos en el ejercicio de sus libertades democráticas.*

---

<sup>4</sup> *Ibídem*

## 2. DEFINICIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

La presente investigación se centra en la evolución del discurso de *Unión Progreso y Democracia* en medios de comunicación impresos y digitales durante las campañas electorales en las que ha concurrido y ha conseguido algún tipo de representación política. Por lo tanto, fuera de la muestra se quedarán aquellos comicios en los que no ha conseguido representación, salvo las elecciones del 25 de marzo de 2012 ya que el análisis de los diarios se ha realizado en paralelo con el de Twitter.

No se ha querido dejar fuera de la investigación a las redes sociales ya que estas han contribuido, en cierta manera, al notorio éxito que ha conseguido *UPyD* en las urnas. *Unión Progreso y Democracia* es un partido que apenas cuenta con cinco años de existencia pero a pesar de esa brevedad ha conseguido consolidarse como cuarta fuerza política nacional, en cuanto a número de votos se refiere. La progresión en las urnas ha sido paulatina al igual que su aparición en los medios de comunicación.

El éxito tan inmediato que *UPyD* ha alcanzado en sus citas con las urnas, unido a lo poco que se ha investigado hasta hoy día sobre esta agrupación, nos hizo plantearnos la viabilidad y la pertinencia de realizar el presente trabajo. A causa de que es un campo que se ha estudiado poco, los resultados que de esta investigación se deriven pueden resultar de interés ya que arrojarán luz sobre un asunto aún por investigar.

Para abordar el presente trabajo se han realizado una serie de acotaciones temporales y de contenido, que se pasan a mostrar y justificar a continuación. A priori, se tiende a pensar que *Unión Progreso y Democracia* tiene poca presencia en los medios de comunicación y, por ello, se ha creído pertinente centrar la investigación en las campañas electorales puesto que presumiblemente durante esos días *UPyD* tiene una presencia más activa y se

contarán con más material para analizar. Por otro lado, se desestimó la idea de abarcar un análisis completo de los cinco años de vida del partido ya que es inviable tanto por el tiempo como por el espacio que precisa dicha tarea.

Desde el año de aparición de *Unión Progreso y Democracia* hasta 2012, la agrupación política se ha presentado a todos los comicios sin excepción. A continuación se muestran las fechas de las mismas.

- Elecciones Generales, 9 de marzo del 2008
- Elecciones Autonómicas del País Vasco y Galicia, 1 de marzo del 2009
- Elecciones al Parlamento Europeo, 7 de junio del 2009
- Elecciones Municipales, 22 de mayo del 2011
- Elecciones Generales, 20 de noviembre del 2011
- Elecciones Autonómicas en Andalucía y Asturias, 25 de marzo del 2012

Una vez hechas las acotaciones temporales en las que se ubica el trabajo, se establecerán los medios en los que se van a aplicar dichas referencias temporales. Se han seleccionado cuatro periódicos de distinta índole como son *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *El Correo Español del Pueblo Vasco*. Cada uno de estos diarios pertenece a un grupo empresarial distinto y se dirige a un público determinado.

*El País* nace en 1975, y desde entonces se ha convertido en uno de los periódicos referencia del panorama nacional gracias al tratamiento que otorgan a la información.

*El País se define estatualmente como un periódico independiente, nacional, de información general, con una clara vocación de europeo, defensor de la democracia pluralista según los principios sociales y que se compromete a guardar el orden democrático y legal establecido en la Constitución.*<sup>5</sup>

Se integra dentro del Grupo Prisa que también controla otros medios de comunicación como pueden ser la cadena de televisión *Cuatro* o la emisora

---

<sup>5</sup> Manual de Estilo de *El País*, 2011-2012

Ser. Además, *El País* es el periódico generalista más leído en todo el territorio nacional ya que cuenta con un promedio de difusión de unos 345.243<sup>6</sup> periódicos. Todos estos rasgos hacen que hayamos determinado la pertinencia de analizar la edición impresa de este diario para nuestra investigación.

La edición impresa de *El Mundo* es otro de los diarios seleccionados para recabar la información necesaria. *El Mundo* se sitúa por detrás de *El País* en cuanto a número de lectores se refiere. Con un promedio de difusión de unos 233.101<sup>7</sup> diarios, es el segundo periódico generalista más leído.

La Vanguardia surgida en 1889 de la mano del Conde Godó es el diario con más trayectoria de los que se van a analizar en el presente trabajo. Tras más de un siglo de vida aún hoy sigue perteneciendo a la familia Godó que fue la encargada de ponerla en marcha.

*La Vanguardia es un diario independiente con un patrimonio de más de un siglo de servicio y formación de la opinión pública mediante la información veraz y rigurosa y la opinión libre y plural. Su fin último es contribuir a la convivencia y el progreso de la sociedad en todas sus manifestaciones, ya sea en el ámbito de la vida política, la economía, la cultura, las artes, la ciencia y el pensamiento<sup>8</sup>.*

Se sitúa tras *El País*, *El Mundo* y *ABC* en cuanto a número de lectores diarios, con un promedio de difusión de 181.900<sup>9</sup> periódicos. Sin embargo, en el caso de *La Vanguardia* no son estos datos los que nos hacen que haya sido seleccionado sino más bien su marcado carácter catalanista.

*Fiel a sus orígenes y a su propia tradición, La Vanguardia es un diario al servicio de los valores, aspiraciones e intereses generales de la sociedad de Cataluña de la que procede y forma parte activamente como institución periodística con un amplio reconocimiento social.*

---

<sup>6</sup> Datos de OJD, entre julio de 2011 y junio 2012

<sup>7</sup> Datos de OJD, entre julio de 2011 y junio 2012

<sup>8</sup> Estatuto de Redacción de la Vanguardia, 2001

<sup>9</sup> Datos de OJD, entre julio de 2011 y junio 2012

*La Vanguardia* es un diario que cuenta tanto con una versión en catalán como otra en castellano. Además, aunque es un periódico que se difunde en todo el territorio nacional, sus informaciones suelen centrarse bastante en lo que acontece en Cataluña. El hecho de que *La Vanguardia* defienda el uso del catalán en sus páginas contrasta con la política de *Unión Progreso y Democracia* que sostiene el uso del castellano como lengua predominante así como se opone a los nacionalismos. A nuestro juicio, este conflicto puede resultar interesante pues quizás pueda influir en el tratamiento que *La Vanguardia* desde sus páginas otorgue a UPyD.

En último lugar, se va a analizar también *El Correo* Español del Pueblo Vasco que se integra dentro del grupo de comunicación *Vocento* al que pertenecen otros diarios como son *ABC*, *Diario Vasco* o el diario gratuito *Qué!* En esta ocasión no se puede analizar la versión impresa ya que ha sido imposible localizar la versión impresa de *El Correo* de los últimos cinco años. Por ello, se ha recabado la información necesaria desde la hemeroteca digital del diario<sup>10</sup>.

*El Correo* a diferencia de los otros periódicos no se difunde en todo el territorio nacional sino que sólo lo hace en el País Vasco y Navarra. A pesar de esto, se encuentra entre los seis diarios más leídos ya que cuenta con un promedio de difusión de 97.313<sup>11</sup> periódicos.

Sin embargo, la selección de este diario como en el caso de *La Vanguardia* no se debe al número de lectores sino más bien dónde se difunde. *Unión Progreso y Democracia* es un partido nacional pero sus orígenes están estrechamente vinculados con el País Vasco. En esta comunidad autónoma se pusieron las bases para la creación en 2007 y, en un primer momento, gran parte de sus miembros estaban relacionados con el mundo de política y de la cultura del País Vasco. Además, la defensa que hace *Unión Progreso y*

---

<sup>10</sup>A través de la página web del diario se puede acceder a las noticias que se han publicado en la versión digital del diario. Estas son las noticias que se han empleado en la investigación.

<sup>11</sup> Datos de OJD, entre enero de 2011 y diciembre 2011

*Democracia* del Estado español en detrimento de los nacionalismos hace que sea interesante indagar en el tratamiento que se le da a *UPyD* en un periódico netamente de esa región.

Como ya se ha visto, el universo de la investigación lo conforman los procesos electorales mientras que la muestra serán los documentos que se han recabado. A continuación se puede la muestra total de la investigación y cómo se reparten por diarios y por comicios.

	MARZO 2008	MARZO 2009	JUNIO 2009	MAYO 2011	NOVIEMBRE 2011	MARZO 2012	TOTAL
<i>EL PAÍS</i>	18	5	11	6	14	6	60
<i>EL MUNDO</i>	19	12	15	20	36	10	112
<i>LA VANGUARDIA</i>	4	5	5	3	6	3	26
<i>EL CORREO</i>	12	12	1	17	19	----	61
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>34</b>	<b>32</b>	<b>46</b>	<b>75</b>	<b>19</b>	<b>259</b>

Estos datos globales serán desgranados y analizados de manera más precisa en el punto 7 de la presente investigación.

Hasta aquí se han repasado los periódicos que han sido elegidos para llevar a cabo la presente investigación, pero no sólo se centrará en la información que irradian los diarios sino que también los mensajes que *Unión Progreso y Democracia* transmite a través de las redes sociales. Las formas de comunicación han evolucionado de forma vertiginosa en la última década y, esto también ha tenido su repercusión en la comunicación política. Por ello, se ha estimado necesario analizar algunas de esas redes sociales y cómo han sido empleadas desde *UPyD*.

Las redes sociales cuentan con el hándicap de que sus mensajes por norma no se almacenan en ningún espacio, se pierden con el paso del tiempo y no es posible recuperarlos. Por esto, el análisis de contenido de las redes sociales se va a ceñir tan sólo a las elecciones del 25 de marzo de 2012 en

Andalucía y Asturias. Como en el caso de los diarios el análisis sólo se centrará en los 15 días que dura la campaña electoral.

En el caso de Twitter, se recabarán los mensajes de las cuentas de los candidatos que se presentan tanto por Andalucía (@mdlherran) como por Asturias (@nachoprendes), así como de la cuenta general de UPyD (@UPyD). Además, como cada comunidad autónoma y provincia tiene su propio perfil también se analizarán los mensajes que se desprendan de las cuentas @UPyD\_Andalucía, @UPyD\_Almería, @UPyD\_Cádiz, @UPyD\_Córdoba, @upydgranada, @UPyD\_Huelva, @UPyD\_Jaen, @UPyDMálaga, @UPyDSevilla y @UPyD\_Asturias. El análisis sólo se ceñirá a estos perfiles porque son los que participan en comicios y, por tanto, son las cuentas que hacen campaña electoral y más información sobre cómo *Unión Progreso y Democracia* usa esta red para transmitir sus mensajes.

### 3.OBJETIVOS

Una vez aclarado el objeto de estudio que se va a investigar, se deben fijar los objetivos que se quieren cumplir. A continuación, se enumeran los objetivos que persigue el presente trabajo:

1. Analizar la evolución del contenido de los mensajes de *Unión Progreso y Democracia* durante las campañas electorales en los medios que se han seleccionado. Así, se podrá comprobar si *UPyD* a lo largo de sus cinco años de vida ha sido fiel a su ideario en todo momento, o si por el contrario, en ocasiones, ha vacilado en algunos temas.
2. Constatar si la importancia de Rosa Díez en el partido se ciñe sólo a las elecciones generales o, si por el contrario, su influencia se extiende a todas las campañas electorales. La dirigente es presumiblemente la piedra angular de *Unión Progreso y Democracia* pero quizás en unas elecciones municipales o autonómicas su magnetismo desciende a favor de los candidatos locales de su partido.
3. Analizar la campaña electoral que *Unión Progreso y Democracia* acometió a través de *Twitter*. Con este análisis se podrá observar el uso que le dan a esta red social, que se presume ayuda a los partidos ya que les da un altavoz a través del cuál se pueden comunicar con sus seguidores sin que exista ningún intermediario y sin que el mensaje pueda ser adulterado.
4. Comparar si el discurso de *UPyD* que aparece en los diarios y el que proporciona la propia agrupación en *Twitter* son similares o, por el contrario, se pone énfasis en cosas diferentes.
5. Descubrir si la importancia que a priori parece tener Rosa Díez en los diarios también se traslada a *Twitter*. Con este objetivo podremos constatar si desde dentro del partido se le otorga la misma importancia a Rosa Díez o si esto sólo ocurre desde fuera.

## 4. HIPÓTESIS

Una vez establecidas las premisas básicas sobre las que se va a basar la presente investigación, se deben definir las hipótesis sobre las que se pretende arrojar un poco de luz y, constatar así, su acierto o no en la predicción. Durante esta investigación se trabajará sobre dos hipótesis:

1. *UPyD* mantiene una postura de queja constante con los medios de comunicación tradicionales, ya que sostiene que su presencia en los mismos es muy limitada frente a la que acaparan otros partidos. Sin embargo, esta afirmación no es del todo cierta pues se observan diferencias en el tratamiento de los distintos medios:
  - 1.1. El diario *El Mundo*, mantiene varios nexos de unión ideológico con el partido como la lucha contra el terrorismo de ETA y su oposición a los nacionalismos. Por ello, se estima que la cobertura de las campañas electorales podrá ser abundante.
  - 1.2. El resto de diarios cubrirán la campaña electoral, aunque no con el mismo detenimiento y cuidado que *El Mundo*. Por lo tanto, el número y la determinación o profundidad de documentos que se recabarán será inferior que en el diario *El Mundo*.
2. El plantel político del partido ha sido una garantía para contar con presencia en los medios de comunicación, más allá de su programa o medidas que han ido adoptando. Esto puede apreciarse en la autoría de algunos artículos que pertenecen a miembros del partido y, en el hecho de que *UPyD* haya sido noticia por alguno de ellos. Rosa Díez es la gran protagonista y la que atrae a los medios de comunicación. Este protagonismo no se limita sólo a los medios de comunicación tradicionales sino que se traslada a *Twitter*, a pesar de que ésta no tenga ninguna cuenta en la red social.

## 5.METODOLOGÍA

El presente trabajo de investigación se enmarca dentro del análisis de contenido, pues para realizarlo se ha tenido en cuenta la metodología y técnicas que se derivan de este campo. Antes de comenzar a analizar la metodología específica que se ha desempeñado para realizarlo, se va a explicar en qué consiste esta disciplina y qué resultados se derivan de ella.

Son muchos los autores que han enmarcado su investigación en este campo y, por ello, se pueden encontrar una gran multiplicidad de definiciones de análisis de contenido.

*Un conjunto de instrumentos metodológicos, cada vez más perfectas y en constante mejora, aplicados a 'discursos' (contenidos y continentes) extremadamente diversificados. El factor común de estas técnicas múltiples y multiplicadas- desde el cálculo de frecuencias suministradoras de datos cifrados hasta la extracción de estructuras que se traducen en modelos. Es una hermenéutica controlada, basada en la deducción: la inferencia. En tanto que esfuerzo de interpretación, el análisis de contenido se mueve entre dos polos: el del rigor de la objetividad y el de la fecundidad de la subjetividad<sup>12</sup>.*

*El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto<sup>13</sup>.*

Como se puede observar, en las dos definiciones se hace referencia a una técnica de investigación en la que se debe tener en cuenta las inferencias. En la primera definición, que pertenece a Laurence Bardin, se incluye el binomio objetividad y subjetividad que como se verá más adelante fue causa de conflicto entre los propios investigadores. Por su parte, Klaus Krippendorff es

---

<sup>12</sup> *El análisis de contenido*, de Laurence Bardin. Akal Universitaria, 1997.

<sup>13</sup> *Metodología de análisis de contenido*, de Klaus Krippendorff, Teoría y práctica. Paidós Comunicación, 1990.

más conciso en su definición aunque en cierta manera también hace referencia a la subjetividad que debe tener todo análisis de contenido.

El análisis de contenido, como cualquier otra disciplina, ha tenido una cierta evolución con el transcurrir de los años, ya que los investigadores con sus trabajos van perfeccionando las técnicas de investigación. Aunque el análisis de contenido surge como disciplina durante el siglo XX en Estados Unidos, sus antecedentes se pueden localizar de manera aislada algunos siglos antes.

Laurence Bardin sostiene que tanto la hermenéutica como la retórica y la lógica son antecedentes directos del análisis del contenido y, por tanto, intervienen en su construcción como disciplina. La hermenéutica trataba de interpretar los complejos mensajes que los textos sagrados contenían. Estos textos contenían mensajes con dobles sentidos, que lograban descifrar a través de una profunda observación.

Con la retórica se tenía un especial cuidado con el uso de las palabras porque a través de ellas se intentaba persuadir a los destinatarios del mensaje, mientras que la lógica perseguía analizar los enunciados.

Los inicios del análisis de contenido se localizan a principios del siglo XX en Estados Unidos, más concretamente en la Escuela de Columbia donde se empiezan a realizar análisis cuantitativos en periódicos para dictaminar el nivel de sensacionalismo que imperaba en las cabeceras. Este tipo de estudios se verán favorecidos durante la Primera y Segunda Guerra Mundial para controlar la propaganda que se difundía desde los diarios.

El primer nombre propio del análisis de contenido será H. Laswell, ya que comenzará a realizar este tipo de investigaciones desde 1915. A mediados del siglo XX, el análisis de contenido empieza a sistematizarse ya que se van creando una serie de ítems que se van repitiendo en todas las investigaciones que versan sobre este campo. Durante estos años, proliferan los estudios

centrados en los símbolos políticos, puesto que el ambiente propicia que los investigadores se centren esta temática.

Paulatinamente, aparecerán nuevos estudiosos que se especializarán en el análisis de contenido ya que irán realizando nuevas aportaciones e introducirán nuevas técnicas de investigación. En los estudios que se llevan a cabo durante esta época, se empiezan a utilizar las estadísticas y valores objetivos que tratan de abandonar el análisis meramente subjetivo, por uno basado más en datos objetivos. Uno de los máximos exponentes de este cambio de concepción, según Laurence Bardin, se encuentra en A. L. Baldwin:

*El análisis de Baldwin se presenta como un 'análisis de la estructura personal' (personal structure analysis) como el objetivo de funcionar como un 'complemento de la perspicacia más o menos brillante' del clínico. O como dice el mismo Baldwin: 'una técnica que ofrece una evaluación y un análisis que tienen la virtud de la objetividad y, al mismo tiempo, revelan aspectos del material que podrían haber escapado a su (el del clínico) examen minucioso'<sup>14</sup>.*

Tras unos años de apogeo, el análisis de contenido caerá en una especie de decadencia propiciado por la falta de interés en este tipo de investigaciones y por los años de posguerra. B. Berelson que había sido uno de sus máximos defensores, cae desencantado con este tipo de estudios.

Sin embargo, en los años 50 el *Social Science Research Council's Committee on Linguistics and Psychology* va a celebrar varias jornadas en las que se abarcará el análisis de contenido. En estas convenciones se llegará a la conclusión que cada vez más investigadores pertenecientes a campos diversos utilizan esta metodología en sus trabajos. Este hecho supone un nuevo renacer del análisis de contenido, ya que no sólo sigue siendo una técnica en uso sino que también está en constante evolución. Al pertenecer los investigadores de campos diversos, éstos le aplicarán matices diferentes e irán aportando nuevos métodos.

---

<sup>14</sup> Laurence Bardin, *Análisis de Contenido*. Akal Universitaria, 1997.

En este nuevo renacer del análisis de contenido, se producirán disputas tanto en el plano epistemológico como en el metodológico. En el epistemológico, aparecerán dos modelos de comunicación divergentes, entre sí, y que serán apoyados por distintos autores. A. George y G. Mahl, desarrollarán lo que se conoce como el modelo instrumental, mientras que C. E. Osgood preferirá el representacional.

Los investigadores que apoyan el modelo 'representacional' sólo tienen en cuenta lo latente, lo manifiesto, mientras que los investigadores que siguen el modelo 'instrumental', también tienen en cuenta el contexto y las circunstancias que rodean a los mensajes.

Por otro lado, los investigadores también tenían opiniones divergentes en el plano metodológico. Aquí, comienza la disputa entre el análisis cuantitativo y el análisis cualitativo. El análisis cuantitativo tiene en cuenta la frecuencia con la que aparece un ítem concreto en el mensaje, en cierto modo, con este tipo de análisis se persigue la objetividad ya que de la investigación se van a desprender datos que son fácilmente constatables. Por su lado, un análisis cualitativo tendrá más en cuenta la presencia o ausencia de elementos en el mensaje. Además, el investigador podrá seleccionar una parte del mensaje para diseccionarlo profundamente. En este tipo de análisis, los datos que se obtienen son menos objetivos porque es la subjetividad del investigador, la que decide que parte que analiza hondamente.

Tras estas investigaciones, el análisis se empieza a desligar un poco de la idea de que debe ser algo, exclusivamente, objetivo. Los investigadores comienzan a tener en cuenta las inferencias como una parte importante del análisis, ya que aportan datos que de otra manera no podrían conseguir.

Ya en los años 60, y con la aparición de los ordenadores, las investigaciones de análisis de contenido van a ser mucho más rigurosas. Las facilidades que aportan las computadoras, harán que los datos sean precisos y los tiempos de catalogación se reduzcan. Además, las investigaciones se empezarán a interesar por la comunicación no verbal.

Hasta aquí se ha podido constatar la evolución que ha sufrido el análisis de contenido desde sus orígenes hasta la aparición de los ordenadores. En este presente trabajo de investigación, se van a emplear tanto técnicas cuantitativas como cualitativas. El compendio de ambas técnicas ofrece una visión más amplia de nuestro objetivo de estudio, puesto que los datos que obtengamos al final del proceso serán más completos.

Una visión sólo cuantitativa, nos ofrecería resultados parciales ya que sólo tendría en cuenta la frecuencia que los protagonistas de nuestra investigación aparecen en los documentos. Esto podría ser válido pero quizás añadiendo el análisis cualitativo a nuestro proyecto, los resultados finales nos pueden aportar matices importantes para concluir la investigación.

Una vez analizado en qué consiste el análisis de contenido, se relatará cual ha sido el proceso de elaboración. Para desarrollar esta investigación se ha seguido la metodología del estudio del caso<sup>15</sup>, lo que implica que el trabajo se sustente en tres aristas: *UPyD*, la legislación vigente y una representación modélica.

Una vez decido el objeto de estudio, sus hipótesis y objetivos y constatado la viabilidad de la investigación, se comenzó a recabar los documentos sobre los que se basaría el trabajo. En la Hemeroteca de Sevilla se revisaron los números de los diarios de *El País* y *El Mundo* que concordaban con las fechas que previamente se habían fijado. En ambos periódicos fueron consultadas sus ediciones de Sevilla.

En el caso de *La Vanguardia* y *El Correo* no se pudo consultar sus impresos en la Hemeroteca de Sevilla porque dichos periódicos no se almacenan allí. A los diarios impresos de *La Vanguardia* se puede acceder desde su versión online, por ello, se consultaron los números pertinentes a través de su *web*. Sin embargo, de *El Correo* ha sido imposible localizar su

---

<sup>15</sup> Piedad Cristina Martínez Carazo. El método de estudio de caso. Estrategia metodológica de la investigación científica. pensamiento y gestión, N° 20. ISSN 1657-6276

versión impresa pero dada su pertinencia para el trabajo, se recabaron las informaciones de la hemeroteca de su versión online.

De los cuatro diarios, se seleccionaron todas las informaciones que hacían referencia a la campaña electoral de *Unión Progreso y Democracia*. Desde sondeos en los que sólo aparecían mencionados hasta columnas de opinión o editoriales. Para el posterior tratamiento de todos los documentos se confeccionaron varias fichas para facilitar así su análisis. En concreto, se elaboraron cuatro fichas que atendían a una clasificación primaria de los documentos: noticias protagonizadas por *UPyD*, géneros opinativos, breves, informaciones en las que sólo aparecía mencionada la formación política y, otra, relativa a los datos de *Twitter*. A continuación, se puede observar la ficha que se creó para recabar los datos de las informaciones protagonistas

<b>1. DIARIO</b>	<i>El País, El Mundo, La Vanguardia y El Correo.</i>
<b>2. FECHA</b>	Localización temporal del documento.
<b>3. TITULAR</b>	Titular que precede la información.
<b>4. PÁGINA</b>	Número de la página.
<b>5. UBICACIÓN</b>	Parte superior, inferior, derecha o izquierda.
<b>6. ESPACIO DEDICADO</b>	Página completa, media...
<b>7. FOTOGRAFÍA/ GRÁFICO</b>	Sí hay fotografía y quién es el protagonista.
<b>8. AUTOR</b>	Responsable de la información.
<b>9. GÉNERO</b>	Noticia, reportaje, breve, editorial...
<b>10. TIPO DE TITULAR</b>	Informativo, interpretativo, expresivo o de acto de habla.
<b>11. PROTAGONISTA</b>	Agente que protagoniza la información.
<b>12. PALABRA CLAVE: ROSA DÍEZ</b>	Cuántas veces se nombra a Rosa Díez en la información.
<b>13. PALABRA CLAVE: UPyD</b>	Cuántas veces se nombra a UPyD en la información.
<b>14. RESUMEN</b>	Qué se dice en la información.

Esta ficha es la más completa y, por ello, sirve de ejemplo para visualizar como se catalogó la información. Para los documentos de opinión se completaron los mismos ítems, a excepción del número 7 (fotografía/ gráfico). En el caso de las fichas de breves se rellenaron los siguientes: diario, fecha, titular, página, tipo de titular, protagonista, palabra clave: Rosa Díez y palabra clave: UPyD. Por último, para las menciones se tuvieron en cuenta: diario, fecha, titular, protagonista, palabra clave: Rosa Díez y palabra clave: UPyD

Para analizar la influencia que ejerce *Unión Progreso y Democracia* a través de las redes sociales, se procedió a rescatar de Internet aquellos datos que nos podrían ser de utilidad en la investigación. En el caso de Twitter, recabaron todos los tweets pertenecientes a los perfiles que previamente se habían seleccionado y en las fechas fijadas.

Como en el análisis de las cabeceras, para analizar Twitter se confeccionó una ficha para facilitar el tratamiento de los datos y, así discriminar los tweets que aportaban información de aquellos que no lo hacían.

<b>1. CUENTA</b>	<b><i>Nombre del perfil.</i></b>
<b>2. TWEETS TOTALES</b>	Tweets que tenía la cuenta hasta la fecha.
<b>3. TWEETS ELECTORALES</b>	Tweets que se mandaron durante la campaña electoral.
<b>4. RETWEETS</b>	De los tweets que se habían emitido desde la cuenta durante la campaña, cuántos eran retweets.
<b>5. RETWEETS A CUENTAS DE UPyD</b>	Número de retweets que se producían entre las cuentas del partido
<b>6. MENCIONES A M. HERRÁN</b>	Número de veces que se le menciona desde la cuenta analizada.
<b>7. MENCIONES A N. PRENDES</b>	Número de veces que se le menciona desde la cuenta analizada.
<b>8. MENCIONES A R. DÍEZ.</b>	Número de veces que se le menciona desde la cuenta analizada.
<b>9. HASHTAG</b>	Etiquetas que se han empleado y número de veces que se repite.

Seleccionados y analizados los textos y la información sobre los que versar la investigación, se cruzaron dichos datos para obtener pruebas sobre la verosimilitud de las hipótesis iniciales.

Para facilitar la lectura y su comprensión, el análisis de contenido de la presente investigación se divide en dos partes. En la primera, *Unión Progreso y Democracia en campaña electoral*, en la que se analizará la presencia del partido durante los seis comicios. Se abordarán elecciones por elecciones ya que esta manera de organización permite comparar el tratamiento que le ha otorgado a *UPyD* a cada periódico y en cada comicios.

La segunda parte del trabajo titulada *Unión Progreso y Democracia en las redes sociales*, versará sobre la utilización que desde el propio partido han dado a estas nuevas formas de comunicación.

## 6.MARCO TEÓRICO

El presente trabajo aborda el análisis de la presencia que tiene Unión Progreso y Democracia en algunos diarios. Este partido surge en una época en la que los partidos, con cierta relevancia, están muy consolidados y tienen unos votantes determinados. Por ello, en el presente marco teórico se va a realizar una revisión de la legislación sobre la que se sustentan los partidos políticos, así como aquella en la que se determina la presencia que les corresponden en los medios de carácter público durante las campañas electorales.

El término partido para referirse a las agrupaciones de políticos surgió para sustituir al término facción. Así, lo sostiene Giovanni Sartori<sup>16</sup> para quién la palabra facción encerrará un cierta connotación negativa mientras que el término partido nacerá sin ella. España vive inmersa en un sistema de partidos, es decir, en un sistema en el que los partidos políticos son necesarios para sostener la democracia.

Sin embargo, no todos los partidos políticos van a contar de la misma manera ya que no obtienen la misma relevancia ni interés, tanto para sus rivales como para los ciudadanos. Giovanni Sartori desarrolla esta idea y establece que se pueden dejar de contar a los partidos que no tienen: posibilidades de coalición ni posibilidades de chantaje. Con posibilidad de chantaje, Sartori se refiere a que un partido con su presencia afecte a la táctica de competencia que tengan los partidos con posibilidad de gobernar.

No sólo será Sartori el que sostenga que no todos los partidos que existen pueden contar de la misma manera, ya que como se verá más adelante la propia legislación hará diferencias atendiendo al número de votos que obtienen los partidos.

En España cualquier ciudadano está en su pleno derecho de querer constituir su propio partido político. Sin embargo, no es un procedimiento baladí

---

<sup>16</sup> Giovanni Sartori. Partidos y sistemas de partidos. Alianza editorial, 1980.

ya que se deben cumplir algunos requisitos previos a poder inscribir al partido político, que se recogen en la *Ley Orgánica 6/2002, de 27 de junio, de Partidos Políticos*.

Los partidos políticos son una parte esencial de la vida del país, pues en las manos de algunos de sus miembros recae la responsabilidad de dirigir el Estado. A pesar de esa importancia, se debe señalar que no fue hasta la promulgación de la *Constitución de 1978*, cuando se empezó a legislar al respecto.

*En nuestra historia constitucional la única Constitución que incorpora claramente los partidos políticos es la de 1978, ya que el resto de los textos constitucionales los silencian y ni siquiera en la Constitución republicana de 1931 hallamos una mínima y consciente alusión a los mismos<sup>17</sup>.*

Como sostiene Martínez Cuevas, la *Constitución de 1978* supuso en España el primer texto legal que re refería sin ningún tipo de tapujos a los partidos políticos. Esta fecha tan tardía, se puede deber a la situación peculiar a la que estuvo sometida el país durante más de 50 años.

Por otro lado, para la *Constitución de 1931* era muy precoz incluir a estas agrupaciones ya que en el resto de Constituciones europeas aún no se había tratado. La Constitución italiana hasta 1947 no recogía a los partidos políticos, mientras que en Francia aparecerá en 1958.

En la *Constitución española de 1978*, la principal referencia a los partidos políticos aparece en el artículo 6 del Título Preliminar.

*Los partidos políticos expresan el pluralismo político, concurren a la formación y manifestación de la voluntad popular y son instrumento fundamental para la participación política. Su creación y el ejercicio de su actividad son libres dentro*

---

<sup>17</sup> M<sup>a</sup> Dolores Martínez Cuevas, *Régimen jurídico de los partidos políticos*. Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A. Madrid 2006.

*del respeto a la Constitución y a la Ley. Su estructura interna y funcionamiento deberán ser democráticos*<sup>18</sup>.

En este artículo se incluyen diversos aspectos importantes que se deben tener en cuenta. En primer lugar, se le otorga a los partidos políticos el honor de ser una de las instituciones que deben velar por ser garante de la voluntad del pueblo. Sobre éstos recae la participación política y deben tener en cuenta las diferentes voces de la sociedad.

Otro de los puntos claves del artículo es que *su creación y el ejercicio de su actividad son libres dentro del respeto a la Constitución y a la Ley*. Con esta proposición se hace referencia a lo que se indico al inicio de este capítulo, es decir, al derecho que tiene cualquier ciudadano de conformar su propio partido político. Sin embargo, la agrupación política debe estar dentro del marco jurídico que engloba a estas instituciones, si no fuese así el partido podría ser tildado de inconstitucional.

Por último, se hace referencia al funcionamiento interno que deben tener. Se indica que debe ser democrático, pero como se verá más adelante esto no siempre es así.

Será en el artículo 22 de la Carta Magna española donde se regulará de manera inicial la agrupación de personas para distintos fines.

- 1. Se reconoce el derecho de asociación.*
- 2. Las asociaciones que persigan fines o utilicen medios tipificados como delito son ilegales.*
- 3. Las asociaciones constituidas al amparo de este artículo deberán inscribirse en un registro a los solos efectos de publicidad*<sup>19</sup>.

Como se observa, no se hace referencia clara a los partidos políticos pero sí a la agrupación de individuos que tienen unos fines comunes. Aquí se

---

<sup>18</sup> Artículo 6, de la Constitución Española de 1978.

<sup>19</sup> Artículo 22, de la Constitución Española de 1978.

reconoce el derecho que tienen los ciudadanos de agruparse en partidos y, además, se les indica que previamente deben registrarse como tales.

El artículo 6 y 22 de la Constitución se extienden de forma más precisa y concreta en la *Ley Orgánica 6/2002, de 27 de junio, de Partidos Políticos*. Esta ley recoge cómo debe crearse un partido político, sus funciones y su funcionamiento, cómo se puede disolver y el tipo de financiación.

En dicha ley, se establecen los requisitos que debe cumplir cualquier persona que desee formar un partido político. En el artículo 2, se indica que debe ser una o varias personas físicas con la edad legal necesaria y que gocen de manera plena de todos sus derechos. Quedarán exentos de este derecho, quiénes hayan sido condenados anteriormente por asociación ilegal.

*Artículo 2. Capacidad para constituir.*

*Los promotores de un partido político deben ser personas físicas, mayores de edad, que se encuentren en el pleno ejercicio de sus derechos, no estén sujetos a ninguna condición legal para el ejercicio de los mismos y no hayan sido penalmente condenados por asociación ilícita, o por alguno de los delitos graves previstos en los Títulos XXI a XXIV del Código Penal. Esta última causa de incapacidad no afectará a quienes hayan sido judicialmente rehabilitados<sup>20</sup>.*

Los partidos político, tal y como se ha mencionado anteriormente, deben crear un acta fundacional, que recogerá los datos básicos que le otorgarán su personalidad política. Además, ahí incluirán los estatutos que indicarán el funcionamiento interno del partido.

*Artículo 3. Constitución y personalidad jurídica<sup>21</sup>.*

*El acuerdo de constitución habrá de formalizarse mediante acta fundacional, que deberá constar en documento público y contener, en todo caso, la identificación personal de los promotores, la denominación del partido que se*

---

<sup>20</sup> Artículo 2 de la *Ley Orgánica 6/2002, de 27 de junio, de Partidos Políticos*.

<sup>21</sup> Artículo 3 de la *Ley Orgánica 6/2002, de 27 de junio, de Partidos Políticos*.

*propone constituir, los integrantes de los órganos directivos provisionales, el domicilio y los estatutos por los que habrá de regirse el partido que trata de constituirse.*

Otro de los aspectos importantes que se establece en la Ley Orgánica es el funcionamiento interno que debe existir dentro de los partidos políticos. Ya en el artículo 6 de la Carta Magna se establece que <sup>22</sup>*su estructura interna y funcionamiento deberán ser democráticos*, aunque en la práctica es más difícil de llevar a cabo y no en todos los partidos y en todos los estamentos se cumple.

*La doctrina tradicional que se ha enfrentado al estudio de los partidos políticos, cuando ha abordado el análisis de la cuestión de la 'democracia interna', normalmente se ha limitado a señalar que, si bien constituye una más de las diversas ficciones constitucionales de nuestra Carta Magna, bien se trata de una mera proclamación de buenas intenciones, pero de una concreción práctica casi imposible por el carácter dinámico del entorno en que han de moverse los partidos políticos, con lo cual, se acaba de concluir que resolver el problema de la 'democracia interna' es tanto como pretender cuadrar un círculo.* <sup>23</sup>

En el artículo 7 de la *Ley Orgánica 6/2002, de 27 de junio, de Partidos Políticos*, se vuelve a incidir en deber de que el funcionamiento interno de los partidos sea democrático. Sin embargo, no muestra claramente como se debe ejercer el control para comprobar si son internamente democráticos o no. Se deja a la libre elección de los propios partidos el control de su organización.

*Artículo 7. Organización y funcionamiento*<sup>24</sup>.

*1. La estructura interna y el funcionamiento de los partidos políticos deberán ser democráticos.*

---

<sup>22</sup> Artículo 6 de la Constitución española de 1978.

<sup>23</sup> José Ignacio Navarro Méndez, *Partidos políticos y 'democracia interna'*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Madrid. 1999.

<sup>24</sup> Artículo 7 de la *Ley Orgánica 6/2002, de 27 de junio, de Partidos Políticos*.

5. *Los estatutos deberán prever, asimismo, procedimientos de control democrático de los dirigentes elegidos.*

En relación a esta falta de democracia interna, Ostrogorski lanza su teoría de la paradoja democrática. Según este autor, resulta paradójico que los encargados de mantener la democracia en el país no la apliquen en su propia organización. Finalmente, son unos antidemocráticos porque para la elección de sus líderes no siempre aplican un procedimiento antidemocrático<sup>25</sup>.

Por último, se encuentra la *Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General (LOREG)*, que recoge como deben comportarse los partidos políticos durante las campañas políticas, el tipo de publicidad que pueden llevar a cabo, la utilización de los medios de comunicación para la campaña electoral...

Esta ley es especialmente importante para la presente investigación, porque permite comprobar como se reparte el espacio de medios públicos entre los partidos. En su articulado, se especifica claramente como se opta a emitir información o publicidad electoral en los medios de titularidad pública.

En el apartado 2 del artículo 60 de la LOREG, se establece el derecho que tienen los partidos políticos de acceder a espacios en los medios de comunicación públicos de manera gratuita.

*Artículo 60. Publicidad electoral en medios de comunicación.*

*2. Durante la campaña electoral los partidos, federaciones, coaliciones y agrupaciones que concurran a las elecciones tienen derecho a espacios gratuitos de propaganda en las emisoras de televisión y de radio de titularidad pública conforme a lo establecido en los artículos siguientes.*

---

<sup>25</sup> Jaime Ortega Reyna .*Reseña de "La democracia y los partidos políticos" de Moisei Ostrogorski*. Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial, vol. 6, núm. 1, 2010.

Se reconoce el derecho que tienen las agrupaciones de obtener espacios gratuitos, pero no todos los partidos políticos podrán acceder de la misma manera. En la Ley Orgánica se establece el baremo que se aplicará para decidir si un partido puede contar con estos espacios o no. Además, atendiendo a una serie de datos se les otorgará más o menos espacio a los partidos políticos. A continuación, se analizará brevemente el baremo a seguir para dictaminar los tiempos.

*Artículo 61.*

*La distribución de espacios gratuitos para propaganda electoral se hace atendiendo al número total de votos que obtuvo cada partido, federación o coalición en las anteriores elecciones equivalentes<sup>26</sup>.*

Los partidos políticos de reciente creación quedarán fuera del reparto de espacio gratuito, ya que la primera vez que se presentan a unas elecciones no cuentan con datos anteriores. Además, las agrupaciones políticas que quieran acceder a esta propaganda electoral en unas elecciones generales deben previamente haberse presentado a unas generales. Lo mismo ocurrirá con las municipales, autonómicas o europeas.

Por lo tanto, un partido de reciente creación tendrá que aguardar todo un ciclo electoral completo para intentar acceder a estos espacios. Se debe tener en cuenta que no todos los partidos que ya cuenta con una participación previa en unos comicios pueden entrar en el reparto, ya que este se hará conforme a los resultados obtenidos. Aunque como se verá más adelante, la ley aguarda un tiempo específico para aquellos partidos que bien no concurrieron con anterioridad o bien no consiguieron un gran resultado electoral.

Sin embargo, no todos los medios de comunicación de titularidad pública tienen como válidos los mismos datos. Ya que en los medios cuyo radio de

---

<sup>26</sup> Artículo 61 de la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General (LOREG).

difusión en inferior al carácter de los comicios se tendrán en cuenta otros datos como, así, se establece en el artículo 62.

*Artículo 62.*

*Si el ámbito territorial del medio o el de su programación fueran más limitados que el de la elección convocada, la distribución de espacios se hace atendiendo al número total de votos que obtuvo cada partido, federación o coalición en las circunscripciones comprendidas en el correspondiente ámbito de difusión o, en su caso, de programación.*

*En el caso de las elecciones al Parlamento Europeo, la distribución de espacios se realiza atendiendo al número total de votos que obtuvo cada partido, federación o coalición en el ámbito territorial del correspondiente medio de difusión o el de su programación<sup>27</sup>.*

El baremo que la Junta Central Electoral aplicará para repartir el espacio gratuito que los medios de comunicación públicos ceden a los partidos, queda establecido en el artículo 64 de la LOREG.

*Artículo 64.*

- 1. La distribución del tiempo gratuito de propaganda electoral en cada medio de comunicación de titularidad pública y en los distintos ámbitos de programación que éstos tengan, se efectúa conforme al siguiente baremo:*
  - a. Diez minutos para los partidos, federaciones y coaliciones que no concurrieron o no obtuvieron representación en las anteriores elecciones equivalentes.*
  - b. Quince minutos para los partidos, federaciones y coaliciones que habiendo obtenido representación en las anteriores elecciones equivalentes, no hubieran alcanzado el 5% del total de votos válidos emitidos en el territorio nacional o, en su caso, en las circunscripciones a que hace referencia el artículo 62.*

---

<sup>27</sup> Artículo 62 de la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General (LOREG).

- c. Treinta minutos para los partidos, federaciones y coaliciones que habiendo obtenido representación en las anteriores elecciones equivalentes, hubieran alcanzado entre el 5 y el 20% del total de votos a que se hace referencia en el párrafo b).*
  - d. Cuarenta y cinco minutos para los partidos, federaciones y coaliciones que habiendo obtenido representación en las anteriores elecciones equivalentes, hubieran alcanzado, al menos, un 20% del total de votos a que hace referencia el párrafo b.*
- 2. El derecho a los tiempos de emisión gratuita enumerados en el apartado anterior sólo corresponde a aquellos partidos, federaciones o coaliciones que presenten candidaturas en más del 75% de las circunscripciones comprendidas en el ámbito de difusión o, en su caso, de programación del medio correspondiente. Para las elecciones municipales se estará a lo establecido en las disposiciones especiales de esta Ley<sup>28</sup>.*

Como se observa la ley establece un reparto equitativo del tiempo, atendiendo a los resultados que previamente hayan conseguido en otros comicios. En el apartado 1 del artículo, se explica detalladamente los tiempos que pertenecen a cada caso. Sin embargo, será en el apartado donde se indique que los partidos políticos deben presentar su candidatura en más del 75% de las circunscripciones del ámbito de difusión del medio. Este requisito limitará a los partidos más localistas, a favor de los generalistas.

El articulado de la LOREG no sólo versa sobre los medios de titularidad pública, ya que también indica cómo deben comportarse los medios privados durante la campaña electoral.

---

<sup>28</sup> *Autoridad competente para distribuir los espacios gratuitos de propaganda electoral que se emiten por los medios de comunicación públicos cualquiera que sea el titular de los mismos. Artículo 65.1 de la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General (LOREG).*

*Artículo 66. Garantía de pluralismo político y social.*

*2. Durante el periodo electoral las emisoras de titularidad privada deberán respetar los principios de pluralismo e igualdad. Asimismo, en dicho periodo, las televisiones privadas deberán respetar también los principios de proporcionalidad y neutralidad informativa en los debates y entrevistas electorales así como en la información relativa a la campaña electoral de acuerdo a las Instrucciones que, a tal efecto, elabore la Junta Electoral competente<sup>29</sup>.*

Con este artículo se pretende que los partidos tengan el mismo tratamiento televisivo en los medios privados. Aunque esto es difícil de cumplir ya que las tertulias televisivas están muy politizadas y, en algunos casos, los espacios informativos también.

## **6.1. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE *UPYD***

*Unión Progreso y Democracia* como partido político surge en septiembre del 2007, aunque su germen se puede situar un poco antes. El 19 de mayo de ese mismo año, en San Sebastián se celebraron unas jornadas a las que acuden diferentes personalidades del mundo de la política y miembros de movimientos sociales como *Basta Ya* o *Foro de Ermua*. El objetivo de la reunión era debatir sobre la necesidad y la posibilidad real de crear un nuevo partido político, que diera una respuesta a los ciudadanos que se sentían hartos de los dos principales partidos de España.

En la reunión se sentaron las bases para la creación de la *Plataforma-Pro* que serviría de enlace de unión hasta que naciera el partido político. Durante ese debate se fijaron las líneas básicas, sobre las que se iba a construir la agrupación política.

---

<sup>29</sup> Artículo 66.Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General (LOREG).

1. *El nuevo partido tendrá un ámbito nacional español inequívoco, con la ventaja de nacer libre de las hipotecas territoriales y clientelares asumidas tanto por el PSOE como por el PP en estos años.*
2. *Se comprometerá a impulsar un gran debate sobre la reforma de la Constitución, con vistas a resolver algunas deficiencias patentes en materia de igualdad y derechos, modelo territorial –con la vista puesta en un modelo federal cerrado, donde todas las comunidades tengan idénticas competencias dentro de un Estado sólido igualitario-, y mejorar la separación de poderes, especialmente para mejorar la autonomía del judicial respecto del ejecutivo.*
3. *Promoverá la reforma de la Ley Electoral para impedir expresamente el peso excesivo de los nacionalismos periféricos y las distorsiones que imponen al sistema constitucional y a la voluntad ciudadana expresada en las elecciones, como ha ocurrido con la reforma del Estatuto de Cataluña.*
4. *Será una alternativa al sistema actual de dos partidos nacionales antagónicos y obligados a aliarse con partidos regionales o separatistas para conseguir mayorías parlamentarias.*
5. *Asumirá medidas de regeneración democrática y propondrá su institucionalización, comprometiéndose a actuar de manera más abierta y transparente que las organizaciones de modelo centralizado tradicional, y lanzando un debate sobre la conveniencia de listas abiertas, limitación de mandatos, tutela judicial de los derechos de afiliados, etcétera.*
6. *Promoverá una política de Estado para luchar contra ETA, o cualquier otro grupo terrorista, sin concesiones políticas de ningún tipo, menos dependiente del partido que gane las elecciones o de las características personales del presidente del gobierno de turno, a salvo por tanto de las contingencias que han arruinado el eficaz y añorado Pacto Antiterrorista<sup>30</sup>.*

---

<sup>30</sup> Datos obtenidos en el siguiente enlace:

<http://plataformapro.wordpress.com/2007/05/21/plataforma-por-un-nuevo-partido-politico/>  
(Consultado el 16 de noviembre del 2012).

En agosto de ese mismo año, Rosa Díez abandona las filas del *PSOE* para involucrarse totalmente en el nuevo proyecto. Rosa Díez se convertirá en la líder y portavoz de un partido nuevo, pero en el que la mayoría de sus fundadores y, algunos de sus posteriores, miembros ya eran conocidos a nivel nacional.

Finalmente *Unión Progreso y Democracia* nacerá el 19 de septiembre de 2007, en un acto público en el Teatro Auditorio de la Casa de Campo de Madrid. Entre los principales fundadores del partido destacan:

- Rosa Díez: ex eurodiputada y ex militante del *PSOE*.
- Mikel Buesa: catedrático y ex presidente del *Foro de Ermua*.
- Carlos Martínez Gorriarán: filósofo y portavoz del movimiento *Basta Ya*.
- Fernando Savater: filósofo y portavoz de *Basta Ya*.
- Alberto Boadella: dramaturgo

En un primer momento, *Unión Progreso y Democracia* tenía la intención de trabajar conjuntamente con otro partido de reciente creación como era *Ciutadans de Catalunya (C's)*. Ambos partidos habían superado el binomio izquierda- derecha, y apostaban por uno nuevo basado en el autoritarismo-libertad y en el que se situaban junto a la libertad<sup>31</sup>. Sin embargo, los partidos no llegaron a ningún acuerdo y sus intentos de unión se quedaron simplemente en eso.

*Unión Progreso Democracia* recogió las ideas claves de Plataforma- Pro para constituirse como partido y, así, lo expondrá en su manifiesto fundacional. Además, *UPyD* cuenta con estatuto que desarrolla los objetivos y fines para los que fue creado el partido y, como será su funcionamiento. Los objetivos de *UPyD* quedan retratados en el artículo 3 de su estatuto de la siguiente manera:

---

<sup>31</sup> Datos obtenidos en el siguiente enlace: <http://suite101.net/article/relaciones-entre-upyd-y-ciutadans-de-catalunya-cs-a50770> (Consultado el 16 de noviembre).

<sup>32</sup>*Unión Progreso y Democracia de acuerdo con su Manifiesto Fundacional y basándose en la idea de la ciudadanía democrática, es decir de la igualdad en libertad que supone iguales leyes para todos y todos iguales ante las leyes, encuentra el fundamento de su actividad en la defensa de los siguientes principios:*

*-Defensa de una política progresista. Lo que supone creer que la actividad política puede y debe mejorar las condiciones de nuestra vida como colectividad, mediante la lucha contra las tiranías que pisotean la democracia formal, así como la miseria y la ignorancia que imposibilitan la democracia material.*

*-Defensa de la cohesión institucional y simbólica del Estado encargado de definir y garantizar los derechos individuales de los ciudadanos.*

*-Defensa de una España plural de ciudadanos iguales ante la ley y distintos en el marco de un Estado de Derecho unitario y descentralizado.*

*-Defensa de un Estado laico, es decir neutral ante todas las creencias religiosas respetuosas con los Derechos Humanos y con nuestro Ordenamiento Jurídico y también ante la creencia de los que no creen en religión alguna; y laico también en materia identitaria, impidiendo que los ciudadanos se vean forzados a integrarse contra su voluntad en determinado modelo identitario.*

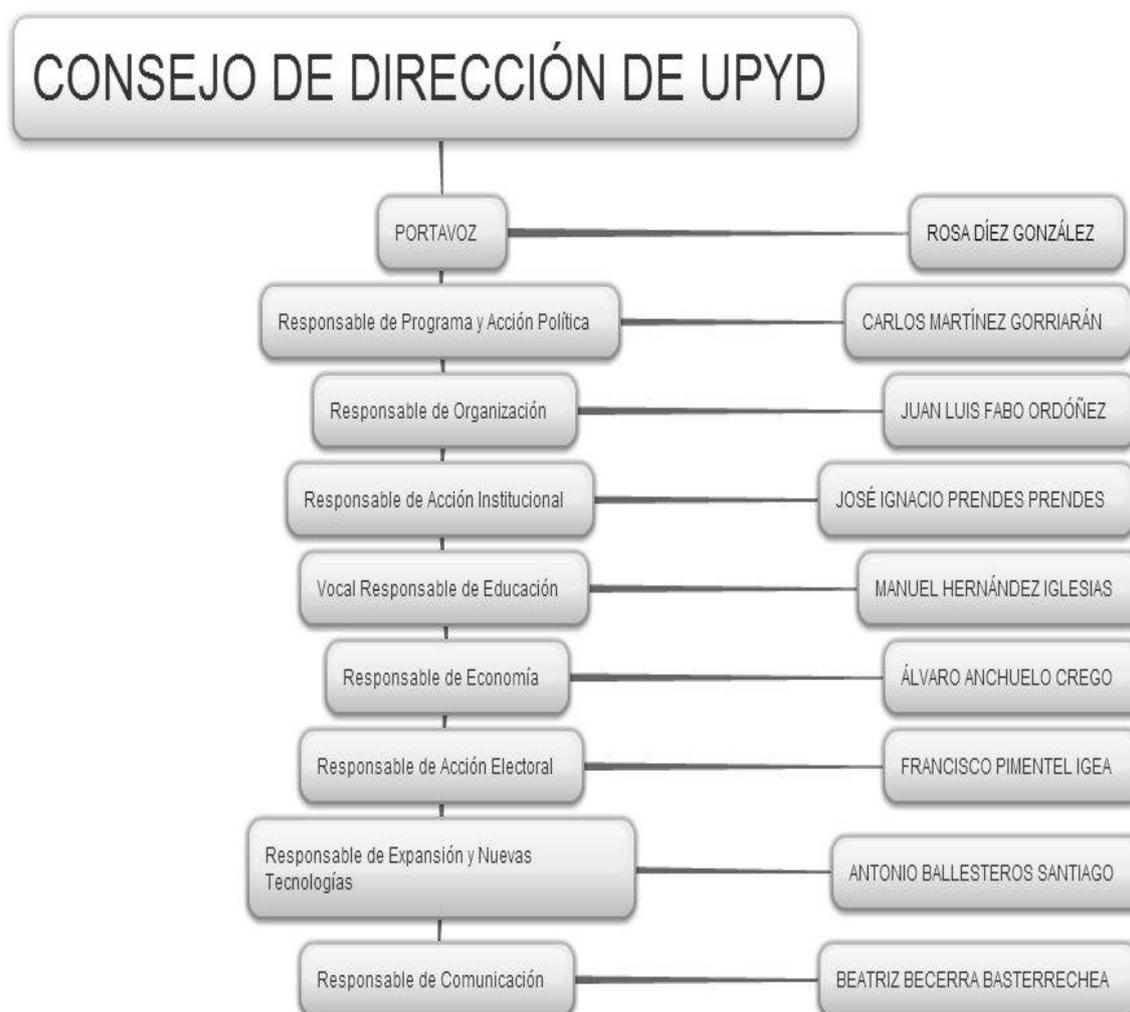
*-Defensa de un Estado que amén de una política fiscal justa y equitativa promueva la redistribución de la riqueza socialmente acumulada mediante el mantenimiento de unos servicios públicos básicos de calidad, gestionados con eficiencia y accesibles en condiciones de igualdad para todos los ciudadanos independientemente del territorio en que residan.*

Como se observa, en este artículo queda reflejado cuáles son los valores que defiende Unión Progreso y Democracia. En el mismo estatuto se recoge que el funcionamiento del partido será democrático y, por ello, se harán elecciones primarias para elegir a los diferentes líderes del partido. En la

---

<sup>32</sup> Artículo 3 del Estatuto de UPyD.

actualidad, el Consejo de dirección de Unión Progreso y Democracia está constituido de la siguiente manera:



Desde sus inicios, los miembros de *UPyD* han sostenido que los medios de comunicación no les echan demasiada cuenta y, que cuando lo hacen se centran especialmente en Rosa Díez. Para Irene Lozano, esta tensa relación con los periodistas, ha pasado por tres fases:

*La preocupación de los periodistas pasó por tres fases. En la primera, muchos optaron por fingir que no existía, con la confianza de que las dificultades económicas, financieras y organizativas malbarataran el proyecto en pocos meses. Tras las elecciones europeas de 2009, se alejaron las posibilidades de que el partido feneciera por sí solo –con un descenso de participación del 20 por ciento UPyD aumentó sus votos en*

*un 45 por ciento-, y entonces comenzó la segunda fase. Lejos de interesarse por el malestar ciudadano que se intuía tras el apoyo al nuevo partido, los medios se vieron abocados a asumir que habrían de convivir con él, pero no perdieron la esperanza de reducir en lo posible el periodo de convivencia. La cuestión fundamental pasó a ser: ¿a quién roba votos UPyD? La pregunta en sí denota un prejuicio delictivo contra el partido, pues presenta como un latrocinio lo que es una simple ampliación de la oferta política, mal recibida porque esperaba el statu quo en el que se mueven a sus anchas los partidos y los medios tradicionales (...). En la tercera fase – a menudo superpuesta con las anteriores-, cobró relevancia el dilema: ¿es UPyD de izquierdas o de derechas? La cuestión se planteó como un arcano de la ciencia política (...)<sup>33</sup>.*

A pesar de sus relaciones con los periodistas, Unión Progreso y Democracia ha ido cosechando buenos resultados electorales. Su evolución ha sido constante hasta conseguir en las Elecciones Generales de noviembre del 2011 situarse como la cuarta fuerza nacional, en cuanto a número de votos se refiere.

- Elecciones Generales del 8 de marzo 2008: 1 diputado por Madrid (Rosa Díez). Consiguieron <sup>34</sup>306.070 votos y fueron la 6ª fuerza política.
- Elecciones Autonómicas del 2009: 1 diputado por el País Vasco (Gorka Maneiro).
- Elecciones Europeas del 7 de junio del 2009: 1 eurodiputado (Francisco Sosa Wagner). Consiguieron un total de 451.866 y situarse como 5ª fuerza política.
- Elecciones Autonómicas y Municipales del 21 de mayo de 2011: 152 concejales en todo el territorio español. Se convierte en el 5º partido más votado.

---

<sup>33</sup> Cita escrita por Irene Lozano en el prólogo del libro de Rosa Díez, *Es lo que hay*. Debate, 2011.

<sup>34</sup> Datos obtenidos a través de la web del Ministerio del Interior:

<http://www.infoelectoral.mir.es/min/> (Consulta realizada el 16 de noviembre del 2012).

- Elecciones generales de 2011: 4 diputados por Madrid (Rosa Díez, Carlos Martínez Gorriarán, Álvaro Anchuelo, Irene Lozano) y 1 diputado por Valencia (Toni Cantó). Consiguieron 1.143.225 votos y ser la 4ª fuerza más votada.

## 6.2. ROSA DÍEZ, LA LÍDER DE *UPyD*

Rosa Díez es la indiscutible líder de *Unión Progreso y Democracia* desde los inicios del partido. Sin embargo, es algo que más que la líder ya que en su figura se personaliza *UPyD* y, se podría decir que es incluso más importante la figura de Rosa que la del propio partido.

*Todo el mundo cree conocer a Rosa Díez, pero en realidad les es desconocida. Se sabe, claro de su inquebrantable batalla contra el terrorismo y su voluntad de desenmascarar las complicidades del nacionalismo. Aunque ambos asuntos forman parte sustancial de su trayectoria política, viene a ser prueba de nuestra desgracia el que sus declaraciones al respecto encuentren siempre resonancia en medios de comunicación sin embargo perezosos a la hora de registrar sus comparecencias sobre otros asuntos.*

*Esta circunstancia ha alimentado la percepción de que el proyecto político de Rosa Díez sólo tiene un eje: el antinacionalismo. Al mismo tiempo, los altos cargos y candidatos de *UPyD*, que encuentran prácticamente imposible hacer oír su voz en los medios, padecen de vez en cuando la acusación de pertenecer a un partido excesivamente 'personalista': los mismos medios que no publican fotos de ningún otro miembro de *UPyD* les acusan de tener un solo rostro. Así actúa el ángel exterminador: primero te oculta y, cuando le viene en gana, se queja de que no te ve<sup>35</sup>.*

---

<sup>35</sup> Es lo que hay, Rosa Díez. Debate, 2011. Cita extraída del libro y que se corresponde con una parte del prólogo, escrito por Irene Lozano.

La vida política de Rosa Díez no comenzó en 2007 con *Unión Progreso y Democracia*, ya que la portavoz lleva en la esfera política más de treinta años. Su pasión por la política le viene desde la juventud, cuando su padre le inculcó la importancia de la democracia y de defender los valores de esta. Sus padres pertenecían a las juventudes socialistas antes de que la Guerra Civil se desatara. Tras finalizar la guerra, su padre fue arrestado y condenado a pena de muerte. Transcurridos seis años en la cárcel, finalmente la sentencia no se ejecutó y su padre quedó en libertad<sup>36</sup>.

La madre de Rosa Díez se trasladó desde Santander hasta Sodupe (Vizcaya) para estar cerca de su marido, mientras éste estaba encarcelado. Una vez terminado su encarcelamiento, los padres trasladaron definitivamente al País Vasco, donde creció Rosa Díez.

*Allí, con mi padre, entre las cuatro paredes de la casa, empecé a descubrir lo que era la política. Mi padre nos hablaba de la República, de la Guerra, de la democracia, de los acontecimientos políticos de actualidad.*

*Leía —y yo con él— todo lo que caía en sus manos. En aquellos en los que se decía: «no te metas en política», él me inculcó la pasión por la política. Lo hizo de una forma natural, hablándome de la democracia, añorándola, suspirando por ella<sup>37</sup>.*

Las raíces políticas de sus padres marcarán a Rosa Díez y, por ello, desde muy joven militará en el *PSOE*. Su primer cargo político lo conseguirá durante las elecciones municipales de 1979, ya que fue elegida como miembro de las Juntas Generales de Vizcaya.

Su primera etapa política la desarrollará en el País Vasco ocupando diversos puestos en la Diputación Foral de Vizcaya, como parlamentaria del

---

<sup>36</sup> La pasión por la política. Rosa Díez. Foro, Nueva época nº5/2007.

<sup>37</sup> Rosa Díez. La pasión por la política. Foro, Nueva época nº5/2007.

Parlamento Vasco y, posteriormente, como consejera de Comercio también en el Parlamento Vasco<sup>38</sup>.

Uno de los momentos claves, que Rosa Díez vivirá en su etapa política en el País Vasco, serán las elecciones primarias vascas de 1997. Díez decidió presentarse a las primarias socialistas para liderar el proyecto en las próximas elecciones vascas. Estas serían las primeras primarias a las que se presentaría como militante del *PSOE*.

*El sistema de primarias, que el PSOE puso en marcha en el 97, tuvo dos tiempos. Las primeras primarias se celebraron en el País Vasco, en el seno del PSE. Nicolás Redondo, a la sazón secretario general, compitió conmigo (digo que compitió conmigo porque yo me presenté antes). Nicolás ganó. Y a partir del día siguiente, yo hice tándem con él. Para todo. Fui la número dos de la candidatura al Parlamento Vasco<sup>39</sup>.*

Finalmente, Rosa Díez no consiguió ganar las elecciones primarias y continuó como número dos del partido socialista en el País Vasco hasta 1999, cuando se embarcó en otro proyecto político.

En 1999, Rosa Díez dará el salto a la política internacional al presentarse como candidata a parlamentaria en el Parlamento de la Unión Europea. Esas elecciones estarán marcadas por el hecho de que las cabezas de lista de los dos principales partidos españoles eran mujeres, ya que el Partido Popular había elegido a Loyola de Palacio como su candidata.

Fue hecho muy singular ya que en los años que corrían, la imagen de la mujer como política quedaba relegada siempre aún segundo plano. Aún en 1999 eran muy pocas las mujeres que decidían hacer carrera política y, aún menos las que ocupaban puestos de gran relevancia dentro de los partidos y de las instituciones. Durante la VI Legislatura (1996- 2000) en el Congreso de

---

<sup>38</sup> Datos consultados en la web de Rosa Díez: <http://www.rosadiez.es/index.php?pag=2> (Consulta realizada el 16 de noviembre del 2012).

<sup>39</sup> *Es lo que hay*, Rosa Díez. Debate, 2011.

los diputados, las mujeres tan sólo conformaban el 25% de los diputados totales<sup>40</sup>.

Sin embargo, la campaña para Rosa Díez no estuvo sólo marcada por el hecho de que su principal rival fuera también mujer, sino que estuvo salpicada por los problemas que surgieron en el *PSOE* a nivel nacional.

*El candidato a la Presidencia del gobierno nacional por el PSOE, José Borrell, había dimitido unas semanas antes del comienzo de la campaña europea tras los problemas de 'bicefalia' con el secretario general del partido, Joaquín Almunia, provocados por la falta de acuerdo interno a la candidatura a la Presidencia del Gobierno. Esto, unido a los precedentes de corrupción que habían llevado al gobierno socialista a la derrota en las elecciones de 1996, hacía que Rosa Díez (aunque poco conocida en el ámbito nacional) fuera considerada como una posible futura candidata al gobierno nacional<sup>41</sup>.*

Finalmente, Rosa Díez consiguió su acta como eurodiputada y se marchó al Parlamento Europeo. Sin embargo, tras esos comicios se irá germinando en su interior las aspiraciones de dar el salto a la política nacional, que se verán materializadas en el año 2000.

Los buenos datos que Rosa Díez obtuvo en las elecciones, unido a la grave crisis interna por la que estaba atravesando el *PSOE*, hará que se presente a las primarias para liderar el proyecto nacional. Los comicios se celebraron en el año 2000, durante el *XXXV Congreso del PSOE* al que se presentaron un total de cuatro candidatos.

En un primer momento, se habían presentado tan sólo tres mujeres, aunque después aparecieron las candidaturas José Bono y, un desconocido, José Luis Rodríguez Zapatero. Estos dos últimos candidatos acapararon más

---

<sup>40</sup> M<sup>a</sup> Lourdes Vinuesa Tejero, Paloma Abejón Mendoza y M<sup>a</sup> Luisa Sánchez Calero. *Mujeres y política: Un binomio con baja representación*. Ámbitos, nº 20. 2011.

<sup>41</sup> María Rosa Berganza Conde. *Las elecciones al Parlamento Europeo como comicios de segundo orden. Estudio de la cobertura informativa en televisión (1999-2004)*. Estudios sobre el mensaje periodístico. 2008, 14.

del 80 % de los votos y, esto desencadenó que se pensara en una posible discriminación de las candidaturas femeninas.

*Los mecanismos discriminatorios se dan también en el interior de los partidos, como quedó patente en el XXXV Congreso del PSOE celebrado en el año 2000. Las dos primeras candidaturas a la secretaría general del partido las presentaron Rosa Díez y Matilde Fernández. Posteriormente se sumó a la liza Cristina Alberdi, con una campaña abiertamente feminista; un día después se vio obligada a retirarla por 'incompatibilidad', puesto que formaba parte de la comisión gestora del Congreso. De todos modos, el hecho de no ser abiertamente feminista no ayudó para nada a Díez y Fernández. A última hora presentaron sus candidaturas José Bono y José Luis Rodríguez Zapatero, quienes se llevaron entre los dos el 82% de los votos. Díez recibió el 6,6% y Fernández EL 11% (...) Por otra parte, aun reconociéndose el carácter de revulsivo que tuvo su candidatura, las críticas a Díez fueron sangrantes y la prensa mostró cierto regodeo en exhibir sus lágrimas tras la votación<sup>42</sup>.*

Rosa Díez había sido y es una abanderada de la democracia interna, pero esta derrota le marcará su paso por el *PSOE*. No comprendió el número tan bajo de apoyos que consiguió y, las duras críticas hacia su persona que se desencadenaron en los medios de comunicación. Estas elecciones primarias en el *PSOE* le harán reflexionar sobre muchas cosas dentro del partido.

Con esta derrota bajo el brazo, Rosa Díez regresó al Parlamento Europeo y, allí, permanecerá hasta el año 2007 cuando decide abandonar el partido socialista y emprender su propio proyecto. La ruptura con el *PSOE* no fue imprevista, ya que se fue fraguando desde las primarias que perdió ante Zapatero.

El malestar que Rosa Díez tenía con su partido, se puede constatar en el hecho de que enviara una carta abierta a José Luis Rodríguez Zapatero, mostrándole su descontento por unas declaraciones de éste. La carta de Rosa Díez, que fue escrita en 2006 cuando aún ésta militaba en el *PSOE*, respondía

---

<sup>42</sup> Jacqueline Cruz y Bárbara Zechi. *La mujer en la España actual. ¿Evolución o involución?* Jacqueline Cruz y Bárbara Zechi. Icaria editorial S.A. 2004.

a unas declaraciones en las que Zapatero había pedido generosidad para la integración en la sociedad de los encarcelados de la banda terrorista *ETA*.

*No necesito expresarte hasta qué punto me resulta descorazonador que esas palabras salgan de la boca de un dirigente del Partido Socialista, de mi partido, de un partido en el que milito desde que era una cría, en el que militaron mis padres antes que yo, de un partido que ha sido todo en la defensa de las libertades<sup>43</sup>.*

*(...)Te pido disculpas si esta carta abierta te causa alguna incomodidad. Habrá quien piense que diciendo en público estas cosas se hace daño al Partido Socialista. Yo creo que a nuestro partido se le hace daño, se le traiciona, si nos callamos ante la falta de pudor de alguno de nuestros dirigentes. Confío en que tú lo entenderás también así.*

Con estas palabras se constata la falta de complicidad y entendimiento que existía ya entre Rosa Díez y su partido. Finalmente, ésta acabó por abandonar su militancia en el *PSOE* en agosto del 2007.

*Rosa Díez deja el PSOE y prepara su candidatura por ¡Basta Ya!<sup>44</sup>*

*Rosa Díez abandona el PSOE pero sigue siendo "socialista"<sup>45</sup>*

Así, recogían *El Mundo* y *El País* el abandono de Rosa Díez del partido socialista. Dejaba su vida política en el *PSOE*, pero comenzaba una nueva trayectoria en *UPyD*, partido que ella misma formará junto con otros personajes de la vida política y cultural del País Vasco.

---

<sup>43</sup> Carta abierta de Rosa Díez a José Luis Rodríguez Zapatero. Publicada en [http://www.cuentayrazon.org/revista/pdf/142/Num142\\_004.pdf](http://www.cuentayrazon.org/revista/pdf/142/Num142_004.pdf) (Consultada el 16 de noviembre del 2012).

<sup>44</sup> *El Mundo*, 29 de agosto de 2007. (Consultado en la versión web).

<sup>45</sup> *El País*, 30 de agosto de 2007. (Consultado en la versión web).

## 7. ANÁLISIS DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES

### 7.1. ELECCIONES GENERALES DEL 8 DE MARZO DEL 2008

El 22 de febrero de 2008 arrancaba la primera campaña electoral de *Unión Progreso y Democracia*. En esas fechas *UPyD* era aún un partido extraparlamentario y, por ello, no contaba con ningún tipo de financiación pública ni con un cupo de presencia en los medios de comunicación de índole pública.

Sin dinero para hacer grandes campañas de publicidad o mítines numerosos, quedaban a merced de los medios privados para darse a conocer a la mayoría de los ciudadanos. A pesar de este hándicap los resultados que cosechó la agrupación política fueron muy positivos. *Unión Progreso y Democracia* consiguió 306.079 en todo el territorio español, por lo que se alzó hasta la sexta fuerza política en cuanto número de votos se refiere. Además, Rosa Díez logró el acta de diputada del Congreso, gracias a los votos que recibió en la circunscripción madrileña.

Esta campaña electoral estuvo marcada para *UPyD* por ser la primera de su breve historia, por los pocos recursos económicos con los que contaban y por distintos altercados que sufrieron algunos miembros del partido.

En algunos de los actos de campaña, la líder y portavoz del partido, Rosa Díez, protagonizó enfrentamientos con grupos de estudiantes universitarios que le impidieron ofrecer conferencias en algunas universidades. Todo esto impregnará las páginas de los periódicos que se han analizado.

Durante la presente campaña electoral, se han recogido un total de 56 documentos que se reparten entre los cuatro diarios analizados, *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *El Correo*, de la siguiente manera:

	INFORMACIÓN	OPINIÓN	BREVES	MENCIÓN	TOTALES
<b>EL PAÍS</b>	1	14	1	2	<b>18</b>
<b>EL MUNDO</b>	7	6	----	6	<b>19</b>
<b>LA VANGUARDIA</b>	----	1	----	3	<b>4</b>
<b>EL CORREO</b>	6	----	6	No analizado	<b>12</b>

Como se observa en la tabla anterior, el periódico que presenta un mayor número de informaciones sobre *Unión Progreso y Democracia* es *El Mundo* con 19 documentos. *El País* le sigue de cerca con 18, mientras que *El Correo* le dedica doce y *La Vanguardia* tan sólo siete. A pesar de que el número de documentos que se encuentran en las páginas de *El Mundo* y *El País* son similares, el espacio físico que le dedican los diarios es bien diferente.

Durante esta primera campaña electoral, el peso de las informaciones se repartirá entre la líder del partido, Rosa Díez, y la propia agrupación. Sin embargo, no en todos los diarios analizados el protagonismo recaerá de forma pareja entre ambos agentes. En el cuadro siguiente se puede observar el número de veces que se menciona a Rosa Díez y a *Unión Progreso y Democracia*.

	EL PAÍS	EL MUNDO	LA VANGUARDIA	EL CORREO	TOTALES
<b>ROSA DíEZ</b>	12	70	5	8	<b>95</b>
<b>UPYD</b>	13	47	7	25	<b>92</b>

Como se observa, el diario *El Mundo* otorga más protagonismo a Rosa Díez, en detrimento del propio partido. Por el contrario, *El Correo* menciona en más ocasiones a *Unión Progreso y Democracia* que a la líder del partido. En *El País* y *La Vanguardia* el número de menciones a ambos agentes es más parejo que en los otros dos diarios.

### 7.1.1. INFORMACIÓN PROTAGONISTA

En esta primera campaña electoral, no todos los diarios analizados van a otorgar la misma importancia a las informaciones concernientes a *Unión Progreso y Democracia*. En *El Mundo* y *El Correo* se localizan siete y seis noticias protagonizadas por *UPyD*, respectivamente, mientras que en *El País* sólo se le dedica una información de este tipo y en *La Vanguardia* ninguna.

Entre las informaciones de *El Mundo*, se encuentran dos entrevistas realizadas a Rosa Díez y Álvaro de Marichalar, dos de los miembros más conocidos de la agrupación política. Sendas entrevistas se extienden a lo largo de toda una página del diario. Por su lado, *El País* dedica su única información protagonista de *UPyD* a una entrevista a la líder del partido, Rosa Díez. Sin embargo, el espacio que este diario dedica a la entrevista es inferior al que se le dedica en *El Mundo*, ya que esta sólo ocupa media página.

*El Correo* también recoge en su versión digital una entrevista bastante extensa a la líder y portavoz de *Unión Progreso y Democracia*, Rosa Díez. Además, el partido protagoniza otras informaciones de extensión considerable durante cinco días diferentes. Por su parte, *La Vanguardia* durante los quince días que dura la campaña electoral no le dedica en exclusiva ninguna información.

El cuanto a la forma de titular los textos, los cuatro diarios analizados reparten la mayoría de sus titulares entre los informativos y los de acto de habla. El tipo de titular más usado en las informaciones es el informativo, ya que se encuentra hasta en siete noticias diferentes.

*Mario Vargas Llosa retira su apoyo al PP y respalda a UPyD*<sup>46</sup>

*Rosa Díez debate con los ciudadanos en plena calle*<sup>47</sup>

Sin embargo, no sólo aparecen informativos sino que también lo hacen titulares de acto de habla, tanto en forma de cita textual como de cita indirecta o mixta. Estos titulares suelen encabezar las entrevistas.

*Queremos obligar a PP y PSOE a actuar como partidos nacionales*<sup>48</sup>

*“Confío en no salir de senador”, confiesa el candidato de UPD, Álvaro Pombo*<sup>49</sup>

El nombre de Rosa Díez aparece en el titular en seis de las siete informaciones que UPyD protagoniza en el diario *El Mundo*. Incluso en una entrevista que se le realiza a otro miembro del partido, como es Álvaro de Marichalar, el nombre de la líder aparece en el titular.

*Rosa Díez es como una piraña*<sup>50</sup>

*El País*, al igual que *El Mundo*, dedica su titular a una cita directa de Rosa Díez. Por su parte, *El Correo* otorga más importancia en sus titulares a UPyD, en detrimento de la líder.

*UPyD aboga por la equiparación salarial de los funcionarios de Justicia*<sup>51</sup>

*UPyD ataca las posiciones regionalistas en la política hidráulica*<sup>52</sup>

---

<sup>46</sup> El Mundo, 28 de febrero de 2008. Página 18

<sup>47</sup> El Correo, 29 de febrero de 2008

<sup>48</sup> *El País*, 26 de febrero de 2008. Página 24

<sup>49</sup> El Correo, 2 de marzo de 2008

<sup>50</sup> El Mundo, 22 de febrero de 2008. Página 19

<sup>51</sup> El Correo, 25 de febrero de 2008

<sup>52</sup> El Correo, 2 de marzo de 2008

La autoría de las informaciones se reparte de manera desigual entre los diarios. En *El País* la única información sobre *UPyD* aparece firmada por Vera Gutiérrez Calvo. Con estos datos, no se puede sostener que *El País* tenga a algún periodista a cargo de la información del partido.

En el caso de *El Mundo*, el redactor Luis Ángel Sanz firma tres de las noticias dedicadas a *UPyD*. Este hecho puede ser contemplado como un amago de especialización pero tampoco termina de ser concluyente pues el número de documentos es reducido. Por su parte, en *El Correo* las noticias se ofrecen bajo la firma de la redacción o bien de alguna agencia.

El protagonismo de Rosa Díez no se limita simplemente a los titulares, sino que también se puede observar en el cuerpo de las informaciones e incluso, en las fotografías. Durante toda la campaña, *El País* sólo dedica una fotografía a *UPyD*, pero esta es protagonizada en exclusiva por Rosa Díez.

Por su parte, *El Mundo* dedica un total de seis fotografías a la agrupación política, de las que cuatro son protagonizadas en exclusiva por Rosa Díez, mientras que en las otras dos comparte plano con otros miembros de *UPyD*.

El protagonismo que Rosa Díez adquiere en las fotografías, se desvanece en el cuerpo de texto. La líder protagoniza la única información acaecida en el diario *El País*, mientras que en *El Mundo* acapara tres textos y en *El Correo* tan sólo una entrevista. El resto de informaciones de los tres diarios, se centran bien en Unión Progreso y Democracia o en algún miembro de la agrupación.

El número de menciones a Rosa Díez y a *UPyD* variará dependiendo del diario que se analice. En *El Correo* se le otorga más importancia al partido que a la propia líder, ya que es mencionado en muchas más ocasiones que Rosa Díez, mientras que en *El Mundo* se nombra un poco más a la líder que al partido. Por su parte, en *El País* se menciona en más ocasiones a *Unión Progreso y Democracia*, pero en esta ocasión se debe advertir que los datos

proviene de una entrevista realizada a Rosa Díez. A continuación, se pueden observar los datos desgranados por diarios:

	EL PAÍS	EL MUNDO	LA VANGUARDIA	EL CORREO	TOTALES
<b>ROSA DíEZ</b>	2	36	----	7	<b>7</b>
<b>UPyD</b>	7	31	----	17	<b>17</b>

### 7.1.2. OPINIÓN

En cuanto a los géneros de opinión, *El País* destaca con catorce textos que hacen referencia a *Unión Progreso y Democracia*, frente a los seis de *El Mundo* o un único texto en *La Vanguardia*. Sin embargo, aquí se debe hacer una pequeña advertencia ya que durante el proceso de selección no sólo se han recogido los textos que aludían a *UPyD* sino que también aquellos que estaban firmados por alguno de los miembros de la agrupación política.

Hecha esta aclaración, se debe mencionar que de los catorce textos de opinión que aparecen en *El País*, trece de ellos pertenecen a miembros manifiestos de la agrupación como son Álvaro Pombo y Fernando Savater. Esto último, es una gran diferencia con respecto de los que aparecen en el diario *El Mundo* y *La Vanguardia*, ya que los documentos de estos diarios no sólo no van firmados por miembros activos del partido sino que, además, pertenecen cada uno de ellos a escritores diferentes.

A priori, podemos pensar que si los artículos recogidos de *El País* y firmados por A. Pombo y F. Savater no versan explícitamente de *Unión Progreso y Democracia*, no son de interés para la presente investigación. Sin

embargo, sí que tienen importancia porque implícitamente sendos autores hacen una defensa velada del partido al que representan.

De todos los artículos que Pombo y Savater firman durante la campaña electoral en El País, tan sólo tres tratan directamente de *Unión Progreso y Democracia*. Estos textos se publican durante los días 28 de febrero y 2 de marzo bajo los siguientes titulares:

*¿Ha roto usted un plato?*<sup>53</sup>

*La utilidad del voto*<sup>54</sup>

*Otra ópera de tres centavos*<sup>55</sup>

En estos tres artículos se defiende a *Unión Progreso y Democracia* como la vía necesaria para acabar con el bipartidismo que ejercen PP y PSOE. Pero, además se pide directamente el voto para el partido magenta como se puede observar en el siguiente fragmento de uno de los textos pertenecientes a Álvaro Pombo:

*(...) Nuestros dos grandes partidos políticos son dos platos de duralex transparente, feos y útiles. Estamos acostumbrados a votarles. No nos gustan del todo, no nos disgustan del todo (...) Elijiéndonos nos ahorramos el miedo a no saber qué hace. Y nos libramos del sentimiento de culpa que amenaza todo cambio de costumbres (...) ¿Por qué no votar a un tercer partido- un nuevo útil parlamentario- en lugar del feo partido de duralex matón de siempre? ¡Rompa usted un plato!, vote lo que yo.*

Como se ha mencionado anteriormente, Álvaro Pombo y Fernando Savater no sólo hacen referencia explícitamente a *UPyD* sino que también lo hacen de manera implícita. Sitúan a su partido como el adalid del cambio político en España a través de la regeneración política.

---

<sup>53</sup> *El País*, 28 de febrero de 2008. Página 22

<sup>54</sup> *El País*, 28 de febrero de 2008. Página 18

<sup>55</sup> *El País*, 2 de mayo de 2008. Página 29

*(...) Queremos ser tenidos políticamente en cuenta. Y estamos en todas partes: en los sindicatos, en las barricadas, en los pisos de alquiler cuidando nietos. ¿Por qué parecen más decisivos los niñatos PP/PSOE con sus lagartos de Lacoste, que cualquiera de nosotros? Somos los exploradores del nuevo voto útil: la tercera vía parlamentaria, la renovación democrática.*

Tanto Álvaro Pombo como Fernando Savater son articulistas asiduos de *El País*, por lo que no es extraño que escriban durante la campaña electoral. Sin embargo, sí que se debe destacar el hecho que gracias a estos dos articulistas y miembros de *UPyD*, dicho partido haya conseguido aparecer casi diariamente en sus páginas. Por lo tanto, se puede intuir que la aparición de *UPyD* en el periódico hubiera sido casi nula sin los textos de sendos articulistas.

Por otro lado, los textos de opinión que aparecen en *El Mundo* no van firmados por ningún miembro de *UPyD* pero igualmente se ubican en una posición favorable al partido. Entre los articulistas, que aluden a la agrupación política, encontramos a Luis María Ansón, Federico Jiménez Losantos o Martín Prieto.

En el caso de *El Mundo*, los textos que se han seleccionado no toman como protagonista a *UPyD* sino que centran su atención en su líder, Rosa Díez. Esto supone otra diferencia cualitativa con respecto a los artículos de opinión acaecidos en *El País*. Con titulares como *Eres una candidata votable*<sup>56</sup> de Luis María Ansón se argumenta por qué sus lectores debían votar a Rosa Díez y, por ende, a *UPyD*.

*(...) Lo que está en juego es el espíritu de la Transición y la unidad de España. Hace falta un partido como el tuyo que sustituya a las ganzúas que no bisagras nacionalistas, tan voraces y anticonstitucionales. Ni el PP ni el PSOE pueden aliarse para gobernar España con los partidos que han fragilizado ya nuestra nación y se manifiestan abiertamente secesionistas. (...) tras escuchar tu*

---

<sup>56</sup> *El Mundo*, 24 de febrero de 2008. Página 7

*intervención, querida Rosa, me preguntó uno de los grandes filósofos españoles actuales: “¿Qué te ha parecido?”. ”Rosa Díez-le contesté- es votable.*

Además, en los artículos de opinión de *El Mundo* se observa como los escritores intentan relacionar a Rosa Díez con el *Partido Popular*, mientras que suelen recurrir al *PSOE* o a alguno de sus miembros para otorgarle el papel de antagonista del texto.

*(...) Lástima de añejos prejuicios sectarios, porque la Sra. Díez hubiera sido una magnífica número dos, del PP, por Madrid. Una futura vicepresidenta rubia y de rojez impactante en los labios (y en las venas) con una incisividad y unas tablas muchos mayores que el fichaje de Rajoy se sacó de la chistera.*

*El gran caimán, Felipe González, se burlo del acoso a Rosa Díez en la Complutense asegurando que a él también le “montaron un escándalo” los estudiantes de la Autónoma y aguantó “sin llorar”. (...) Llorar es de mujeres y no de machotes como Mister X, cuya cara parecía una máscara de tanto negar que conocía la existencia de los GAL y la guerra sucia (...).*

Entre los textos de opinión de *El Mundo* no sólo se encuentran artículos que muestran la opinión individual de su creador, sino que también aparece un texto que expresa la voluntad de todo el periódico. El texto al que se alude es un editorial que apareció bajo el siguiente titular:

*El Mundo pide el voto para el PP y para el partido de Rosa Díez<sup>57</sup>.*

El titular, que es claro y conciso, muestra sin ningún tipo de tapujos el sentir del medio hacia *Unión Progreso y Democracia*. *El Mundo* tiende la mano a esta nueva formación e indica a sus lectores lo que deberían votar. En el texto hace una separación entre votantes de derecha, a los que recomienda votar al PP, y los desengañados con la izquierda actual para los que se adapta bien *UPyD*.

---

<sup>57</sup> *El Mundo*, 5 de marzo de 2008. Página 3

*(...) Frente al patético seguidismo de Llamazares y ante el abandono por parte de Zapatero de las posiciones tradicionales del PSOE, sólo la emergente Unión Progreso y Democracia (UPyD)- que antes o después debería fusionarse con Ciutadans- puede ofrecer una opción atractiva para aquellos votantes de izquierdas comprometidos con la unidad nacional que jamás apoyarán al PP (...).*

A pesar de que *UPyD* se considera un partido trasversal que no cree en los tópicos izquierda o derecha, *El Mundo* ubica al partido cercano a la izquierda. Desde el texto se cree que *UPyD* puede ser una opción considerable para los seguidores desencantados del *PSOE*.

Además, como en el caso de los artículos de opinión de *El Mundo*, que anteriormente hemos analizado, *PSOE* e *Izquierda Unida* aparecen como antagonistas de *UPyD*. Por otro lado, el *Partido Popular* aparece como una agrupación política más cercana ya que a ambos les une la unidad nacional

En el titular del editorial se pide explícitamente el voto para “el partido de Rosa Díez”, con lo que le otorgan a la líder un papel protagonista que es casi más importante que el propio partido. En todo el texto, tan sólo se menciona una vez a *UPyD* y es casi al final del mismo. Además, cuando en el editorial se vuelve a pedir el voto para la formación, no se solicita para *UPyD* sino que se hace para que Rosa Díez entre en el Parlamento.

*(...) Aunque el futuro de ese nuevo partido sea una incógnita, no hay ninguna duda de cuál será el papel que con su valentía y claridad desempeñará en el Parlamento Rosa Díez. Pedimos pues el voto útil, el voto del sentido común, la afinidad programática y el pragmatismo para el PP y el más utópico, idealista y contracorriente para ella (...).*

### 7.1.3. BREVES

Durante la presente campaña electoral, se han localizado un total de siete breves distribuidos entre el diario *El País* y *El Correo* de manera desigual. En *El País* tan sólo se ha publicado un breve, mientras que en *El Correo* se encuentran hasta seis. Por su parte, en los diarios *El Mundo* y *La Vanguardia* no aparece ningún texto de este tipo.

Tanto los breves de *El País* como los de *El Correo* están encabezados por un titular informativo, que se limita a informar sobre *Unión Progreso y Democracia*.

*Rosa Díez subasta cubos de Ibarrola.*<sup>58</sup>

*Propone subir las pensionas.*<sup>59</sup>

A pesar de la semejanza de ambas diarios en la titulación, el protagonismo de la información recaerá de diferente manera. En *El País*, Rosa Díez se alza con el protagonismo del texto, mientras que en *El Correo* el peso de la información recaerá en *UPyD*. Además, en *El Correo* no sólo será protagonista la agrupación nacional, sino que también ceden importancia a las agrupaciones regionales de *UPyD*.

La importancia que *El Correo* otorga a *UPyD*, en detrimento de Rosa Díez, se puede observar en la siguiente tabla que se indica el número de veces que se menciona a la líder y al partido.

	<b>EL PAÍS</b>	<b>EL MUNDO</b>	<b>LA VANGUARDIA</b>	<b>EL CORREO</b>	<b>TOTALES</b>
<b>ROSA DÍEZ</b>	3	----	----	1	4
<b>UPyD</b>	2	----	----	8	10

<sup>58</sup> *El País*, 23 de febrero de 2008. Página 20

<sup>59</sup> *El Correo*, 4 de marzo de 2008

Como se muestra, en *El País* el protagonismo entre ambos agentes es más o menos parejo. Sin embargo, en *El Correo* la diferencia entre las veces que se menciona a *UPyD* y Rosa Díez es cuantitativamente distinta.

La temática que impregna estas informaciones es variada y diversa ya que versa tanto desde la recaudación de fondos de *Unión Progreso y Democracia* o la supresión del cupo vasco hasta temas educativos.

#### **7.1.4. MENCIONES**

Durante la presenta campaña, se han localizado un total de once documentos en los que aparece mencionado bien Rosa Díez o *Unión Progreso y Democracia*. En el diario *El Mundo* encontramos seis de los textos, mientras que en *El País* se localizan dos y en *La Vanguardia* tres.

Estos textos son, principalmente, informaciones en las que se alude a todas las formaciones políticas que concurren en los comicios o sondeos que publican los diarios para informar a sus lectores de las probabilidades que tiene cada partido de conseguir algún escaño.

*Unión Progreso y Democracia* aparece en los sondeos y, esto es un dato a tener en cuenta pues es un partido de reciente creación y que no ha concurrido en otros comicios. El hecho de que *UPyD* aparezca en los sondeos, indica que los diarios le otorgan cierta relevancia.

En la tabla siguiente, se puede observar el número de menciones que Rosa Díez consigue en este tipo de textos.

	<i>EL PAÍS</i>	<i>EL MUNDO</i>	<i>LA VANGUARDIA</i>	<i>EL CORREO</i>	TOTALES
<i>ROSA DÍEZ</i>	5	13	3	----	21
UPyD	1	10	3	----	14

Rosa Díez adquiere mayor protagonismo en *El País* y en *El Mundo*, mientras que en *La Vanguardia* se reparte a partes iguales. En el diario *El País* es destacable la diferencia que existe entre *UPyD* y Rosa Díez, esto indica que para esta publicación la líder tiene más peso que el propio partido.

## 7.2. ELECCIONES AUTONÓMICAS DEL 1 DE MARZO DEL 2009

El 1 de marzo del 2009, vascos y gallegos tenían una cita con las urnas para elegir a los nuevos diputados que les representarían en sus respectivos parlamentos. Estos comicios eran los segundos a los que *Unión Progreso y Democracia* se presentaba y, los primeros en los que su líder y figura principal, Rosa Díez, no concurría.

En el País Vasco consiguieron 22.002 votos y, que su cabeza de lista por Álava, Gorka Maneiro, se hiciera con el acta de diputado. Su entrada en el Parlamento Vasco, asentaba a la agrupación política ya que conseguiría participar activamente en la cámara vasca. Sin embargo, en Galicia no lograron obtener los votos suficientes para entrar en el parlamento, a pesar de que obtuvieron un total de 23.529 votantes.

La campaña electoral, que arrancó el 14 de febrero, tuvo una difusión desigual en los diarios, siendo las elecciones al País Vasco las que despertaron mayor interés en los periódicos generalistas.

Durante esta etapa, se han seleccionado un total de 35 documentos que se reparten entre los periódicos seleccionados de la siguiente manera:

	INFORMACIÓN	OPINIÓN	BREVES	MENCIÓN	TOTALES
<b>EL PAÍS</b>	----	----	----	5	<b>5</b>
<b>EL MUNDO</b>	1	3	----	8	<b>12</b>
<b>LA VANGUARDIA</b>	1	1	1	3	<b>5</b>
<b>EL CORREO</b>	11	----	1	No analizado	<b>12</b>

Como se observa, el número de documentos que se han localizado es sensiblemente inferior que durante la campaña a las elecciones nacionales de

celebradas en 2008. Este hecho se puede deber principalmente a que son unos comicios autonómicos y, que tan sólo se desarrollan en el País Vasco y Galicia. Durante esta campaña electoral, el espacio que los diarios le dedicaban a los partidos políticos era visiblemente inferior que durante las elecciones nacionales. Sin embargo, en el caso de *El Correo* aumenta la dedicación, puesto que el tamaño de las informaciones es superior.

Por otro lado, se puede intuir que los miembros de *Unión Progreso y Democracia* que se presentaban a las elecciones eran poco conocidos y que, por tanto, no contaban con el mismo tirón mediático que su líder, Rosa Díez. Este hecho, puede ser otro de los factores que explique la menor dedicación informativa.

En cuanto al número de veces que se menciona al partido y a la líder, se debe destacar que en esta ocasión se hace más referencia a *UPyD*. A continuación se puede observar como se distribuyen esas menciones.

	<b>EL PAÍS</b>	<b>EL MUNDO</b>	<b>LA VANGUARDIA</b>	<b>EL CORREO</b>	<b>TOTALES</b>
<b>ROSA DíEZ</b>	6	25	11	17	<b>59</b>
<b>UPyD</b>	4	22	12	32	<b>70</b>

### 7.2.1. INFORMACIÓN PROTAGONISTA

Durante la presente campaña electoral, *Unión Progreso y Democracia* protagonizó trece noticias en los diarios analizados. Las informaciones localizadas se distribuyen de manera desigual entre las cabeceras. Mientras que en *El País* no protagonizó ninguna, en *El Mundo* y *La Vanguardia* lo hizo en dos ocasiones y en *El Correo* en un total de once.

El gran protagonismo que obtuvo en *El Correo*, se debe principalmente al radio de difusión de este medio. *El Correo* es un diario regional que se difunde por el *País Vasco*, una de las dos autonomías que concurren en los comicios. Como consecuencia, este medio ofrecerá más información electoral que el resto de periódicos que se dirigen a un público más amplio y divergente.

A raíz del poco protagonismo que *UPyD* obtiene en las páginas de *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*, podemos determinar que los diarios no tenían ningún redactor dedicado en exclusiva a este partido. La noticia de *El Mundo* aparece firmada por M. Vega, mientras que la información de *La Vanguardia* no tiene firma.

Por su parte, *El Correo* ofrece más noticias de *UPyD*, pero esto no quiere decir que tenga a algún periodista encargado de la campaña de la agrupación. Karmen Arriete firma dos de las noticias de *El Correo*, mientras que Lide Aguirre pone su nombre a otras dos. El resto de las informaciones provienen de las agencias Europa Press y EFE.

La forma de titular las noticias difiere entre los tres medios. *La Vanguardia* opta por un titular interpretativo, mientras que *El Mundo* y *El Correo* prefieren usar citas directas e indirectas para titular.

*Un debut sin demasiadas expectativas*<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> *La Vanguardia*, 15 de febrero del 2009. Página 13

*UPyD avisa de que no dará “un cheque en blanco” a López<sup>61</sup>*

*Mikel Buesa pide que se revise el Cupo vasco para que sea “más justo y solidario”<sup>62</sup>*

Los titulares, al igual que el resto del cuerpo de las noticias, no sólo están protagonizados por *UPyD* sino que también aparecen otros protagonistas como pueden ser la líder del partido, Rosa Díez, o el candidato al Parlamento vasco, Gorka Maneiro.

En el caso de *El Mundo*, su noticia está protagonizada por *UPyD* pero recoge declaraciones directas de Rosa Díez. Por otro lado, *La Vanguardia* centra exclusivamente sus datos en Gorka Maneiro y en sus posibilidades de entrar en el Parlamento.

En las informaciones que ofrece *El Correo*, el protagonismo se lo disputan entre Rosa Díez y Lydia Brancas, cabeza de lista de *UPyD* por Guipuzcoa. A pesar, de que Rosa Díez no es candidata en estos comicios acapara cinco noticias, en las que se observa su protagonismo desde el propio titular.

Sin embargo, en *El Correo* no sólo aparece Rosa Díez como parte de *UPyD*, sino que también salen otros miembros menos conocidos a nivel nacional como pueden ser Carlos Martínez Gorriaran, Conchita de la Riva, Marijosé Aranzabal o Marisol Cruz, entre otros. Por su parte, *El Mundo* no muestra a ningún otro miembro del partido, mientras que *La Vanguardia* en su noticia nombra a Fernando Savater.

En cuanto a material gráfico, tan sólo *La Vanguardia* complementa su información con una fotografía del candidato de *UPyD* por Álava, Gorka Maneiro. La imagen es de tamaño pequeño y sólo muestra la cara del candidato.

---

<sup>61</sup> *El Mundo*, 23 de febrero de 2009. Página 12

<sup>62</sup> *El Correo*, 22 de febrero de 2009.

En estos comicios, el protagonismo de Rosa Díez queda bastante relegado, como se puede apreciar en la siguiente tabla que muestra las veces que se nombra a la líder y al partido.

	<i>EL PAÍS</i>	<i>EL MUNDO</i>	<i>LA VANGUARDIA</i>	<i>EL CORREO</i>	TOTALES
<i>ROSA DíEZ</i>	----	4	2	17	23
<b>UPyD</b>	----	4	4	32	40

La temática de las informaciones varía en relación con los textos acaecidos durante las Elecciones generales de 2008. Los temas tratados abarcan controversias más regionalistas como son el nacionalismo vasco y su política lingüística. En *El Mundo* y *El Correo*, los antagonistas son el *Partido Nacionalista Vasco* y el nacionalismo. Mientras que en *La Vanguardia*, se aborda las limitadas expectativas que *UPyD* tiene de entrar en la cámara vasca.

### 7.2.2. OPINIÓN

*El Mundo* dedica tres textos de opinión a *Unión Progreso y Democracia*, mientras que *La Vanguardia* sólo le otorga uno. Por su parte, *El País* y *El Correo* no brindan ningún texto opinativo sobre la agrupación política durante toda la campaña electoral.

Los tres textos de *El Mundo* están firmados por distintos autores como son Josep María Trías de Bes, Fernando Sánchez Drago y Federico Jiménez Losantos. Entre estos autores, destaca la firma de Trías Bes ya que durante la campaña electoral abandonó su militancia en el *Partido Popular* para integrarse en *UPyD*.

El artículo de Josep María Trías de Bes es un claro alegato a favor de Rosa Díez y de su partido. Esta postura cercana del autor hacia *UPyD* se observa desde el propio titular *¿Por qué apoyo a Rosa Díez?*<sup>63</sup> Con este título, Trías de Bes muestra su apoyo a Rosa Díez y, se entiende que por ende a su partido. Sin embargo, el autor incide más en la figura de la líder que en el propio partido.

*(...) A Rosa la conocía desde hace mucho tiempo. Flaca, activa, incansable, inteligente y lista, vasca y sincera. Afronta los problemas de cara y sin tapujos. Su gran activo Su gran activo consiste en anteponer siempre la verdad, aquí, allí y acullá. No pretendo acumular méritos. Es una constatación. Su proyecto o mejor, el de su partido, es sumamente atractivo y más necesario que nunca en este momento político (...).*

Como se observa, Josep María Trías de Bes otorga el protagonismo a Rosa Díez, dedicándole toda una descripción de su personalidad. Además, le atribuye a ella todo el proyecto que defiende *UPyD*, aunque después rectifica y cree que es obra del partido.

Sin embargo, es obvio el papel preponderante que otorga a la líder en detrimento del partido. Esta afirmación se puede certificar si nos atenemos al número de veces que nombra a Rosa Díez y a *UPyD*. A la líder la menciona en el titular y en cuatro ocasiones más, mientras que al partido sólo se refiere en una única ocasión.

A lo largo del texto, Josep María Trías de Bes va argumentando por qué apoya a *Unión Progreso y Democracia*. Entre las razones que esgrime destaca la necesidad de que apareciera un partido nuevo en la escena política nacional y su forma de afrontar los problemas territoriales.

*(...) Creo necesaria la presencia de un partido que se mueva con libertad, introduzca aires limpios y nuevos, ventile la cocina de la política nacional y contagie a todos. Hemos desembocado con el transcurrir del tiempo, en un sistema bipartidista impuro del que extraen provecho los llamados partidos*

---

<sup>63</sup> *El Mundo*, 16 de Febrero de 2008

*mayoritarios y el territorial de turno que con pillería pueda controlar la situación con escasa legitimidad representativa (...).*

Sin embargo, el artículo de Trías de Bes no es el único que destaca positivamente la defensa que *UPyD* hace del territorio nacional en detrimento de los nacionalismos. Fernando Sánchez Drago, al igual que Trías de Bes, hace un recorrido por las virtudes de Rosa Díez y, entre estas, destaca su concepción de nación.

*(...) sólo esa Rosa se atreve a decir que España es una sola nación atomizada por la centrifugadora nuclear de los vivos a Cartagena y una casa de putas y puteros colonizadas por el mejillón cebrado de esa Cosa terrorífica a la que los chulos de la cosa pública llaman Estado de las Autonomías (...).*<sup>64</sup>

El artículo de Sánchez Dragó vuelve a estar protagonizado por Rosa Díez, mientras la figura de *UPyD* se queda algo diluida. A lo largo del texto, no se menciona ni una sola vez directamente al partido político. Se hace hincapié en los valores que defiende Rosa Díez y en la persecución que sufre por parte de los de izquierda que le tachan de *traidora*, mientras que los de derechas la tildan de socialista.

*(...) Cuando en privado, la elogio, me dicen los Hunos, los de izquierda, ¡pero si es una traidora, ¡y yo me acuerdo de lo de la viga en el ojo propio, y exclaman los Hotros, los de derecha, ¡pero si es una socialista! como si eso importara más que la honradez, la convicción y la altura de miras (...).*

A pesar del peso que Rosa Díez tiene en los artículos de opinión de esta campaña electoral, no siempre es ella la protagonista. En el caso del artículo de *La Vanguardia*, que está firmado por Toni Soler, el protagonista es Josep María Trías de Bes.

En el artículo que se titula *Ideologías baratarías*<sup>65</sup>, Toni Soler hace un recorrido por la vida política de Trías de Bes e intenta averiguar a que se debe

---

<sup>64</sup> *El Mundo*, 24 de febrero, página 2

<sup>65</sup> *La Vanguardia*, 21 de febrero, página 22

el cambio de filas. El autor supone que el cambio se debe a que *UPyD* se opone con mayor vehemencia al catalanismo.

*(...) cuesta creer que en la convergencia de los años ochenta y noventa tuviera sitio –y no necesariamente un mal sitio- alguien como Josep María Trías de Bes, este que acaba de anunciar su ingreso en Unión Progreso y Democracia(UPyD) porque considera- es un suponer- que el PP no se opone con bastante firmeza al nacionalismo catalán.*

### **7.2.3. BREVES**

Durante la campaña electoral tan sólo se encuentran dos breves repartidos entre *La Vanguardia* y la versión digital de *El Correo*. Un hecho que se debe destacar es que *El País*, siendo un diario generalista y de ámbito nacional, no dedique siquiera un breve a *UPyD* en toda la campaña. Mientras que el resto de diarios sí que le han dedicado espacio exclusivo de una manera u otra.

Los dos breves, que se han seleccionado, versan exclusivamente sobre los comicios en El País Vasco. A pesar de esto, cada texto pone énfasis en temas diferentes que acaecieron durante esos días, tal y como se indica en sus respectivos titulares. Mientras que *El Correo* hacen referencia a la forma en que reparten propaganda los miembros de *UPyD* en algunas poblaciones vascas, en *La Vanguardia* recogen de manera sintética el cambio de filas de Josep María Trías Bes.

Los titulares de sendos breves son informativos, por lo que no dejan espacio a una valoración personal del periodista. Sin embargo, en el caso del titular de *La Vanguardia* podemos pensar que el redactor ha querido ofrecer cierta intencionalidad.

*Trías de Bes deja el PP y se va con Rosa Díez*<sup>66</sup>

Como se puede observar, en el titular no se indica el nombre del partido en el que va a formar parte. Se prefiere mencionar que *se va con Rosa Díez*, con esta atribución parece que la agrupación política es de ella. En el cuerpo de texto se vuelve a indicar el peso que la diputada tiene dentro de la agrupación.

*(...) ha abandonado la formación popular para integrarse en UPyD, partido liderado por Rosa Díez (...).*

El caso del breve de La Vanguardia es curioso porque la información se deriva del artículo de opinión que Josep María Trías de Bes escribe en *El Mundo* y, que analizamos en el apartado anterior.

#### **7.2.4. MENCIONES**

El País durante la presente campaña electoral tan sólo mencionará a *UPyD* en noticias que comparte con el resto de partidos políticos. En concreto, lo hará en cinco documentos que hacen referencia a las probabilidades que la agrupación política tiene de entrar en el Parlamento vasco. A esto se limita, la campaña electoral de Unión Progreso y Democracia por lo que se puede intuir la poca importancia que el diario otorga a la agrupación.

Por su parte, en *El Mundo* se pueden localizar ocho textos de este tipo y en *La Vanguardia*, otros tres. En estos diarios, los documentos hallados hacen referencia a las posibilidades del partido de conseguir parlamentarios. Además,

---

<sup>66</sup> *La Vanguardia*, 17 de febrero de 2009, página 13

en el caso de *El Mundo* también se incluye en otro tipo de informaciones en la que Rosa Díez actúa como fuente de información.

A continuación, se puede observar de forma desgranada el número de menciones que se realizan a Rosa Díez y UPyD.

	<b>EL PAÍS</b>	<b>EL MUNDO</b>	<b>LA VANGUARDIA</b>	<b>EL CORREO</b>	<b>TOTALES</b>
<b>ROSA DíEZ</b>	6	12	6	No analizado	<b>24</b>
<b>UPyD</b>	4	15	6	No analizado	<b>25</b>

Como se contempla, apenas existen diferencias en el número de referencias a uno u otro agente. En *El País*, se menciona más veces a Rosa Díez, mientras que en *El Mundo* se produce el efecto contrario. En *La Vanguardia* los datos de Rosa Díez y UPyD son parejos.

### 7.3. ELECCIONES EUROPEAS DEL 7 DE JUNIO DEL 2009

La campaña electoral de los comicios europeos se desarrolló en España desde el 23 de mayo hasta el 6 de junio del 2009. Estas elecciones eran las primeras en las que *Unión Progreso y Democracia* concurría a unos comicios europeos. Sin embargo, la líder de *UPyD*, Rosa Díez ya sabía lo que era formar parte del Parlamento europeo puesto que justo antes de integrarse dentro de la agrupación política, fue eurodiputada con el *PSOE*.

La apuesta de *Unión Progreso y Democracia* para intentar entrar en el Parlamento europeo, era el candidato Francisco Sosa Wagner. Estas elecciones eran trascendentales para *UPyD*, ya que dependiendo del resultado podría afianzarse como cuarta o quinta fuerza política o desaparecer como alternativa política.

La gran diferencia que existe entre las Elecciones Europeas con el resto de comicios que se celebran en España, es que en esta ocasión todos los españoles conforman una sola circunscripción. Este hecho es una gran baza para *Unión Progreso y Democracia* porque así, los votos de todas las provincias le suman de igual forma. Los resultados de las elecciones fueron satisfactorios para la agrupación política, puesto que consiguió un total de 451.866 votos que le permitieron a Francisco Sosa Wagner alzarse con el acta de eurodiputado.

Estos comicios no tienen una gran difusión entre los medios de comunicación españoles ya que reciben un tratamiento menor que en otros casos. A pesar de eso, las cabeceras analizadas dedicaron durante la campaña una sección especial para abordar la información relativa a los candidatos y a sus propuestas.

Durante esta campaña, se han recogido un total de 32 documentos que se distribuyen de manera desigual entre los cuatro diarios. A continuación, se

indica el número y el tipo de informaciones que se han recogido en cada periódico:

	INFORMACIÓN	OPINIÓN	BREVES	MENCIÓN	TOTALES
<b>EL PAÍS</b>	3	----	6	2	<b>11</b>
<b>EL MUNDO</b>	9	----	----	3	<b>15</b>
<b>LA VANGUARDIA</b>	3	----	1	1	<b>5</b>
<b>EL CORREO</b>	1	----	----	No analizado	<b>1</b>

Como se puede observar, *El Mundo* con un total de 15 documentos es el diario que más textos publica de *UPyD* durante la campaña electoral. Por su parte, en *El País* se localizan once, mientras que en *La Vanguardia* son cinco los documentos recogidos. En *El Correo* tan sólo se ha hallado un único texto.

Francisco Sosa Wagner formará parte activa de la campaña electoral, ya que él es quién se juega la plaza de eurodiputado. Sin embargo, no sólo la información hace alusión al candidato sino que también se hace mención constante a Rosa Díez. Esta preponderancia de la líder, se demuestra en el siguiente gráfico que refleja las menciones de Rosa Díez y *UPyD*.

	<b>EL PAÍS</b>	<b>EL MUNDO</b>	<b>LA VANGUARDIA</b>	<b>EL CORREO</b>	<b>TOTALES</b>
<b>ROSA DÍEZ</b>	19	27	14	4	<b>64</b>
<b>UPyD</b>	24	39	11	4	<b>78</b>

En el diario *El País*, el protagonismo se le otorga a *Unión Progreso y Democracia* en detrimento de Rosa Díez, mientras que en *La Vanguardia* sucede justamente lo contrario. Por otra parte, en *El Mundo* y *El Correo* también adquiere más protagonismo *UPyD*, aunque los datos están ajustados.

### 7.3.1. INFORMACIÓN PROTAGONISTA

Durante la presente campaña electoral, los periódicos analizados dedicaron alguna información en exclusiva a *Unión Progreso y Democracia*. Sin embargo, no todos los diarios dedicaron el mismo espacio a la agrupación. *El Mundo* fue la cabecera que más dedicación le otorgó a *UPyD*, con un total de nueve textos, entre crónicas, noticias, entrevista e, incluso, fotonoticias.

Por su parte, en *El País* se localizan dos noticias y una entrevista, mientras que serán tres en *La Vanguardia* y *El Correo* tan sólo protagonizará una información.

*El Mundo*, *El País* y *El Correo* recogen en sus páginas una entrevista al candidato al Parlamento Europeo, Francisco Sosa Wagner. En esta ocasión, los medios no dedican ninguna entrevista a la líder de *Unión Progreso y Democracia*, Rosa Díez. Por lo tanto, se puede intuir que los diarios han querido ceder el protagonismo del partido a Francisco Sosa Wagner, en detrimento del de su líder.

En cuanto a los tipos de titulares, que más se han empleado en las informaciones de los diarios, destacan los informativos ya que se pueden contabilizar hasta seis de este tipo.

*Rosa Díez pide en Barcelona el voto crítico con PSOE y PP*<sup>67</sup>

*El partido de Díez aspira a desbancar a IU del tercer puesto*<sup>68</sup>

Los titulares de actos de habla tanto, con citas directas como indirectas, son también muy recurridos por los redactores. Estos titulares se limitan a recoger citas bien de Rosa Díez o de Francisco Sosa Wagner.

---

<sup>67</sup> *La Vanguardia*, 6 de junio de 2009. Página 22.

<sup>68</sup> *El País*, 6 de junio de 2009. Página 16.

*Europa nació contra el nacionalismo*<sup>69</sup>

*Díez: 'PP y PSOE hacen anticampaña' para fomentar la abstención*<sup>70</sup>

A pesar de que son unos comicios europeos y Rosa Díez no concurre en las elecciones, la líder de *UPyD* acapara más titulares que el propio partido o el candidato que sí concurre a los comicios. En concreto, se le alude en seis titulares a través de citas directas o indirectas o simplemente mencionándola. Tres de éstos titulares pertenecen al diario *El País*, y los otros tres se recogen en *El Mundo*.

Francisco Sosa Wagner es el otro gran protagonista los titulares durante la campaña electoral, ya que protagoniza de manera directa o indirecta cinco titulares.

*A veces soy socialdemócrata, otras veces soy liberal*<sup>71</sup>

Sin embargo, el protagonismo que adquieren Rosa Díez y Francisco Sosa Wagner durante estos comicios no se limita a los titulares sino que también se observa mediante el material gráfico. Durante la campaña aparecen un total de ocho fotografías, que se reparten de manera desigual entre los diarios.

En *El Mundo* aparecen siete fotografías que complementan a las informaciones, mientras que en *El País* tan sólo encontramos una y en *La Vanguardia* ninguna. Con la existencia o no de imágenes en las informaciones, se puede determinar la importancia que el diario otorga a los textos que protagoniza *UPyD*.

El hecho de que el diario *El Mundo* ilustre siete de sus nueve informaciones sobre *Unión Progreso y Democracia* con fotografías, nos indica

---

<sup>69</sup> *El Mundo*, 30 de mayo de 2009. Página 6.

<sup>70</sup> *El Mundo*, 5 de junio de 2009. Página 6.

<sup>71</sup> *El País*, 1 de junio de 2009. Página 14.

que le otorga cierta importancia a estos textos. Mientras que *El País* tan sólo ilustra una información y porque es una entrevista.

Las fotografías de *El Mundo*, al igual que los titulares, están protagonizadas por Rosa Díez y Francisco Sosa Wagner. Sendos políticos aparecen juntos en tres fotografías. La líder de *UPyD* protagoniza otras tres ilustraciones, mientras que el candidato al parlamento europeo tan sólo aparece en solitario en la imagen que ilustra la entrevista de este diario.

En cuanto a los redactores que firman las informaciones de esta campaña electoral, se puede decir que existen algunos periodistas que empiezan a especializarse en los temas relativos a *UPyD*, tanto en el diario *El País* como en *El Mundo*.

En *El País* resalta la figura de Vera Gutiérrez Calvo que firma tres de los cuatro textos que protagoniza *UPyD* y, entre lo que se encuentra la entrevista a Sosa Wagner. Además, esta redactora ya firmó una entrevista a Rosa Díez durante la campaña electoral de 2008 y, que fue analizada anteriormente.

Por su parte, en *El Mundo* destaca Luis Ángel Sanz firmando cuatro de las nueve informaciones perteneciente a *Unión Progreso y Democracia* y, entre las que podemos encontrar algunas crónicas y la entrevista al candidato. Además, Luis Ángel Sanz, al igual que la redactora de *El País*, firmó algunas informaciones de la formación política durante la campaña de marzo del 2008.

Con estos dos redactores, podemos afirmar que existen un cierto grado de especialización ya que siguen de alguna forma los movimientos del partido durante la campaña.

Pero Rosa Díez y Sosa Wagner no son los únicos miembros del partido que aparecen en los diarios. En *El Mundo* se hace referencia a otras personas como Mikel Buesa, Fernando Iwasaki, Fernando Savater o Mario Vargas Llosa, entre otras.

Sin embargo, tan sólo *El Mundo* hace referencia a estos miembros de *Unión Progreso y Democracia* en sus páginas. En el resto de diarios, el protagonismo se limita a Rosa Díez y Sosa Wagner y, especialmente, en la líder del partido.

	<b>EL PAÍS</b>	<b>EL MUNDO</b>	<b>LA VANGUARDIA</b>	<b>EL CORREO</b>	<b>TOTALES</b>
<b>ROSA DíEZ</b>	4	21	12	4	<b>41</b>
<b>UPyD</b>	7	33	8	4	<b>52</b>

Como se puede observar en la tabla anterior, Rosa Díez es mencionada en 40 ocasiones frente a las 52 que se nombra a Unión Progreso y Democracia. De estos datos podemos extraer que *El País* y *El Mundo* en esta campaña prefiere otorgar el protagonismo a *UPyD* antes que a su líder.

Por otra parte, en *El Correo* el peso de las informaciones recae principalmente en Rosa Díez. Estos datos demuestran el peso que la líder tiene ya que aparece mencionada una gran cantidad de veces, y eso que no es la candidata.

### **7.3.2. OPINIÓN**

Durante las Elecciones Europeas, Unión Progreso y Democracia no protagoniza ningún artículo de opinión, columna o editorial en los diarios que hemos seleccionado. Los comicios al Parlamento de Europa no son muy seguidos en España y, por ello, tradicionalmente los periódicos no suelen difundir muchas informaciones concernientes a estas elecciones.

La poca difusión de estas elecciones unido a que *UPyD* aún en 2009 era un partido muy minoritario y poco asentado, puede explicar por qué no se encuentran textos de opinión que hablen de esta agrupación política.

### **7.3.3. BREVES**

Entre los documentos que se han seleccionado, hay un total de diez breves que se distribuyen de manera desigual entre los diarios. En este caso, el periódico *El País* es el que cuenta con más documentos de este tipo, ya que aparecen un total de seis breves durante la campaña. *El Mundo* otorga tres breves a *Unión Progreso y Democracia*, mientras que en *La Vanguardia* hallamos otro más y en *El Correo* ninguno.

Los titulares que predominan en estos textos son los informativos ya que hay que condensar mucha información en el poco espacio que existe. Sin embargo, también se pueden encontrar titulares de acto de habla, tanto en forma de citas directas como en citas indirectas.

Por otro parte, *UPyD* es el protagonista mayoritario de los textos ya que se centran en hechos muy concretos que le han ocurrido a la agrupación o bien hace referencia a alguna propuesta del partido. En concreto, *Unión Progreso y Democracia* protagoniza un total de cinco titulares mientras que los otros cinco se reparten entre Rosa Díez y Sosa Wagner. La líder acapara tres titulares, mientras que Francisco Sosa Wagner protagoniza los otros dos.

El protagonismo en solitario que alcanza el partido en este tipo de textos, se puede observar también en el número de referencias que se hace a *UPyD* en detrimento de las menciones a Rosa Díez.

	<i>EL PAÍS</i>	<i>EL MUNDO</i>	<i>LA VANGUARDIA</i>	<i>EL CORREO</i>	TOTALES
<i>ROSA DÍEZ</i>	10	4	----	----	14
<i>UPyD</i>	15	3	2	----	20

Como se observa, el protagonismo recae claramente en *Unión Progreso y Democracia*, ya que las referencias a éste son mayores que las que aluden a la líder en todos los diarios. Aunque es especialmente destacable en *El País* ya que la diferencia es grande, mientras que en *El Mundo* se sigue mencionando más a Rosa Díez que al propio partido.

En cuanto al contenido de los documentos, encontramos grandes diferencias entre los diarios. Mientras que en *El País* y *La Vanguardia* se recogen temas de cierta importancia, *El Mundo* prefiere dedicarlas a informaciones más flojas como a problemas menores en la campaña.

En los breves de *El País* se recoge la postura que *UPyD* muestra ante el bipartidismo y los nacionalismos. Este es un hecho destacable ya que las elecciones son a nivel europeo y, por tanto, se presupone los problemas y programas serán otros. Con esto se puede intuir que *Unión Progreso y Democracia* sigue sosteniendo los mismos argumentos independientemente del tipo de comicios a los que se enfrente.

### 7.3.4. MENCIONES

Durante la campaña electoral de mayo de 2011, Unión Progreso y Democracia aparece mencionada en un total de 16 documentos. En *El País* se localizan cuatro, mientras que en *El Mundo* son nueve y en *La Vanguardia* tres.

Estas menciones se localizan en informaciones que hacen referencias a sondeos, pero también en otras noticias en las que se recoge propuestas de los distintos partidos políticos que se presentan a los comicios.

En los comicios europeos, el peso de la líder se diluye en favor del candidato. Esto se observa claramente en la siguiente tabla:

	<i>EL PAÍS</i>	<i>EL MUNDO</i>	<i>LA VANGUARDIA</i>	<i>EL CORREO</i>	TOTALES
<i>ROSA DÍEZ</i>	5	2	2	----	9
UPyD	3	15	3	----	21

*Unión Progreso y Democracia* adquiere mayor protagonismo que Rosa Díez en *El Mundo* y, en *La Vanguardia*. Mientras que en *El País*, la líder es en más ocasiones nombrada que el propio partido político.

## 7.4 ELECCIONES AUTONÓMICAS Y MUNICIPALES DEL 21 DE MAYO DEL 2011

Desde el 6 al 21 de mayo de 2009, *Unión Progreso y Democracia* desarrolló su campaña electoral para afrontar unos comicios autonómicos y municipales. Estas elecciones decidían los nuevos alcaldes de los ayuntamientos del territorio nacional, pero también la formación de los parlamentos autonómicos en Aragón, Asturias, Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla- La Mancha, Castilla y León, Extremadura, Madrid, Murcia, Navarra, La Rioja y Comunidad Valenciana.

Las elecciones se celebraron el 22 de mayo y el resultado para Unión Progreso y Democracia se saldó con ocho diputados en la Comunidad de Madrid y más de 150 concejales repartidos por los distintos municipios del territorio nacional.

La campaña electoral de *UPyD* estuvo marcada por la legalización de Bildu y, por ende, su posibilidad de concurrir en los comicios. Las críticas que desde *UPyD* se lanzaron a la decisión del Tribunal Constitucional de considerar legal la concurrencia de Bildu a las elecciones, ocupan muchos de los documentos dejando de lado las propuestas de *UPyD*. Durante los quince días de la campaña electoral se han recogido un total de 48 documentos que se reparten de manera desigual entre los diarios analizados.

	INFORMACIÓN	OPINIÓN	BREVES	MENCIÓN	TOTALES
<b>EL PAÍS</b>	1	----	1	4	6
<b>EL MUNDO</b>	7	1	3	9	20
<b>LA VANGUARDIA</b>	----	----	----	3	3
<b>EL CORREO</b>	11	----	6	No analizado	17

Como se puede observar, el diario *El Mundo* es el diario que más documentos de distinta índole ha dedicado a Unión Progreso y Democracia, ya que se han seleccionado un total de 20 textos. Tras *El Mundo*, se ubica *El Correo* que otorga 17 documentos a la campaña de la agrupación política. Durante algunos de los días de la campaña, sendos diarios dedican incluso un mismo día varios documentos a la formación.

Por su lado, en las páginas de *El País* tan sólo se encuentran seis documentos que versen sobre Unión Progreso y Democracia, mientras que *La Vanguardia* cuenta con tres.

En cuanto a las menciones que se realizan a los ítems Rosa Díez y Unión Progreso y Democracia/ *UPyD*, en general, las referencias al partido son mayores que las que se hacen a la líder del partido.

	<i>EL PAÍS</i>	<i>EL MUNDO</i>	<i>LA VANGUARDIA</i>	<i>EL CORREO</i>	TOTALES
<i>ROSA DíEZ</i>	14	27	2	12	55
<b>UPyD</b>	10	41	3	41	95

En el diario *El País*, los ítems Rosa Díez y *UPyD* son mencionados de manera casi pareja. Por su lado, en *El Correo* las referencias a uno u otro ítem son abismales, ya que mientras que al partido se le nombra en 41 ocasiones a la líder tan sólo se hace referencia 12 veces.

Por otro lado, en *El Mundo* el nombre de la agrupación también es más mencionado que el de la líder. Aunque existe menos diferencia que en el caso de *El Correo*, en *El Mundo* destaca la figura del partido por encima de Rosa Díez. Esto se debe principalmente al carácter de los comicios que son autonómicos y municipales y, en los que el peso del líder nacional se ve diluido a favor de otros más cercanos.

### 7.4.1. INFORMACIÓN PROTAGONISTA

En la campaña electoral de mayo del 2011 se han seleccionado un total de 19 documentos que están protagonizados por Unión Progreso y Democracia. La amplia mayoría de estas informaciones se han recogido de la versión digital de El Correo, en concreto, pertenecen a este diario once documentos. *El Mundo* le dedica un total de siete textos, mientras que El País tan sólo recoge en sus páginas una única información de la agrupación política.

En esta ocasión, entre los documentos que se han seleccionado no se encuentran ninguna entrevista a los candidatos de *UPyD*. Sin embargo, sí que encontramos otros tipos de géneros como noticias, análisis, crónicas y fotonoticias.

Los titulares que predominan en dichas informaciones son lo de actos de habla y los informativos, ya que entre ambos tipos acaparan la mayoría de los titulares que se han seleccionado.

*Díez quiere eliminar las diputaciones*<sup>72</sup>

*Rosa Díez: 'UPyD es un partido raro'*<sup>73</sup>

En *El Mundo* y El País la gran protagonista de los titulares es Rosa Díez. La líder del partido aparece en siete titulares de ambos diarios, ya sea a través de citas de la diputada o simplemente mencionándola. Por su parte, los titulares de El Correo otorgan todo el peso a *UPyD*, puesto que la agrupación aparece mencionada en un total de ocho titulares.

*UPyD cree que la 'gente está harta del bipartidismo y pide partidos nuevos'*<sup>74</sup>

*UPyD pide el voto a 'todos los ciudadanos hartos y que quieren un cambio'*<sup>75</sup>

---

<sup>72</sup> El País, 15 de mayo de 2011. Página 4.

<sup>73</sup> El Mundo, 15 de mayo de 2011. Página S5.

<sup>74</sup> El Correo, 19 de mayo de 2011

<sup>75</sup> El Correo, 20 de mayo de 2011.

Con estas diferencias en el protagonismo de los titulares, se puede observar como cada diario enfoca las informaciones de manera diferente pues difieren en el agente al que le prestan atención.

Otro punto en el que se diferencian los diarios es en la autoría de las informaciones. Mientras que en *El Mundo* destaca el redactor Luis Ángel Sáenz firmando cuatro de los siete documentos de este diario, en *El País* es el propio periódico el encargado de firmar la única información que se ha recogido.

En *El Correo* no destaca ningún redactor ya que aparece con dos firmas S. Echeazarra y M. Zabaleta y Ramón Gorriarán con una cada uno. El resto de las informaciones se reparten entre distintas agencias de información y la propia redacción del diario.

Por tanto, se puede determinar que *El Mundo* sí que existe una especie de redactor encargado de seguir de cerca la campaña electoral de *UPyD*, ya que Luis Ángel Sáenz firma más de la mitad de los documentos que protagoniza la agrupación política. Además, éste redactor fue el que firmó más informaciones en las tres elecciones anteriores que ya se han analizado.

Por su parte, *El Mundo* también es el diario que más material gráfico dedica a la agrupación política. Durante la campaña se encuentran dos informaciones que van complementadas con una fotografía y una fotonoticia. La única noticia que se ha recogido de *El País*, posee también una imagen perteneciente a Unión Progreso y Democracia.

En las fotografías de sendos diarios la protagonista indiscutible es Rosa Díez ya que acapara las cuatro imágenes. La líder aparece bien en solitario o acompañada por grupos de simpatizantes que le muestran su apoyo.

Sin embargo, el protagonismo de la líder no se limita a los titulares o fotografías sino que también se puede observar en los cuerpos de textos de las informaciones.

	<i>EL PAÍS</i>	<i>EL MUNDO</i>	<i>LA VANGUARDIA</i>	<i>EL CORREO</i>	TOTALES
<i>ROSA DÍEZ</i>	4	23	----	11	<b>38</b>
<b>UPyD</b>	4	18	----	32	<b>54</b>

Como se puede observar en la tabla anterior, la líder aparece mencionada un total de 38 veces, frente a las 54 ocasiones que se nombra a Unión Progreso y Democracia. Estos datos pueden hacernos pensar que la presencia de un ítem u otro es equilibrada, pero esto no es del todo así si analizamos cada diario de manera independiente.

En *El País* la presencia de Rosa Díez y de *UPyD* sí que está equilibrada ya que aparecen el mismo número de veces. Sin embargo, en *El Mundo* o en *El Correo* observamos que los datos que se obtienen son bastante dispares. *El Mundo* le otorga todo el protagonismo a Rosa Díez, nombrándola hasta en 23 ocasiones mientras que a la agrupación política sólo la menciona 18 veces. Estos datos van en consecuencia con los que se han tras analizar los titulares y de los que se desprendían que el diario otorgaba más importancia a la diputada que al propio partido.

Por otro lado, *El Correo* hace todo lo contrario que el diario *El Mundo* ya que pone su énfasis en *UPyD* en detrimento de Rosa Díez. El diario regionalista menciona un total de 41 veces a la formación política mientras que a la líder sólo se refiere en once ocasiones.

Por tanto, se puede intuir que para *El Correo* lo verdaderamente importante es el partido y no tanto quién esté en el mando. Por ello, el diario incluso da voz a otros miembros del partido e, incluso llegan a protagonizar algunos cuerpos de textos.

El diputado de *UPyD* en Álava, Gorka Maneiro, protagoniza cuatro informaciones en *El Correo*. Pero no es el único miembro que aparece en alguna información con cierto protagonismo, puesto que Fernando García

Ortega, candidato de *UPyD*, protagoniza otros dos textos. Por su parte, Rosa Díez sólo protagoniza dos informaciones en *El Correo* frente a las cuatro del diario *El Mundo*.

En cuanto a la temática de las informaciones, *El País* centra su información en el coste que supone mantener las diputaciones y la propuesta de *UPyD* de eliminar algunas. Mientras tanto, en *El Mundo* se encuentra una variedad temática mayor, ya que se abarca desde las coincidencias ideológicas de la agrupación con el movimiento 15 M hasta la supresión de las diputaciones o la devolución de competencias autonómicas al Estado. En ambos diarios, el papel de antagonista de las informaciones se le otorga al bipartidismo o a *Bildu*.

Por su parte, en *El Correo* se tratan temas de interés nacional como la regeneración democrática o la poca incidencia que *UPyD* obtiene en los medios de comunicación. Sin embargo, también aparecen temas regionales como pueden ser la creación de centros cívicos o propuestas sus candidatos locales.

## 7.4.2. OPINIÓN

El diario *El Mundo* es el único periódico que dedica algún texto de opinión a Unión Progreso y Democracia. En concreto, en las páginas de opinión del diario generalista se puede encontrar un solo documento que verse sobre la agrupación política.

El artículo de opinión aparece firmado por Fernando Sánchez Drago, que decide titular el texto con un título expresivo.

*Elecciones... UF!*<sup>76</sup>

En el texto, Sánchez Dragó defiende la forma de hacer política de Rosa Díez ya que le considera una buena política cuyos mensajes están llenos de propuestas y no vacíos como los de otros partidos.

*(...) ¿Cómo se puede hablar tanto sin decir nada? Es pasmoso. ¿Excepciones? Tres (de otros tantos partidos): Esperanza, Cascos y Rosa (...). No puedo votar por Cascos ni por Esperanza. Por Rosa tampoco. No se presenta (...).*

En el artículo la importancia de Rosa Díez es mayor que la del propio partido, ya que se llega a decir que no puede votar por Rosa porque no se presenta. Esto nos hace intuir que para el escritor sólo merece la pena la líder y no tanto el partido al que no tiene en cuenta.

---

<sup>76</sup> *El Mundo*, 16 de mayo. Página. 22.

### 7.4.3. BREVES

Los cuatro diarios que analizados presentan breves durante la campaña electoral de mayo del 2011. En concreto, se encuentran un total de once documentos que mencionan a *Unión Progreso y Democracia*. *El Correo* con seis breves es el diario que más documentos recoge, mientras que *El País* y *La Vanguardia* con ninguno sólo son los que menos presentan. Por su parte, en *El Mundo* se pueden encontrar hasta tres.

Los breves van presididos en su mayoría por titulares informativos aunque también distinguimos, entre ellos, una cita directa y otra indirecta. El protagonismo se centra principalmente en *Unión Progreso y Democracia*, aunque también aparecen otros miembros sobre los que recae un peso importante.

El partido protagoniza ocho de los breves que se reparten entre los distintos diarios, mientras que la líder Rosa Díez tan sólo aparece como peso importante de la información en un solo breve. En otros dos de los documentos, el protagonismo se lo lleva el candidato de *UPyD*, Carlos Sevillano.

En estos documentos destaca la figura de *Unión Progreso y Democracia* en detrimento de la portavoz del partido, Rosa Díez. La presencia de la diputada se ve diluida y, apenas se la menciona en algunos de los breves pero en otros pasa totalmente desapercibida.

	<b>EL PAÍS</b>	<b>EL MUNDO</b>	<b>LA VANGUARDIA</b>	<b>EL CORREO</b>	<b>TOTALES</b>
<b>ROSA DíEZ</b>	5	2	----	1	<b>8</b>
<b>UPyD</b>	3	15	----	9	<b>27</b>

En cuanto a la temática que se incluyen en los breves se encuentran bastante diversidad pues algunos se centran en aspectos concretos de la campaña mientras que otros aluden a altercados o enfrentamientos. En los cuatro diarios se muestra claramente la oposición de la agrupación política ante

la decisión de que Bildu pueda concurrir en las elecciones. También se recoge el malestar de *UPyD* ante la poca visibilidad que se le ofrece al partido en los medios de comunicación y la utilización que desde el partido hacen de las redes sociales como forma de comunicación con sus posibles electores.

En *El Correo* algunos de los breves versan sobre políticas más municipalistas que abarcan problemáticas muy concretas de algunos municipios. Además, el diario a través estos documentos informa sobre el posibilidad de que los votantes descontentos del *Partido Popular* ofrezcan sus votos a *Unión Progreso y Democracia*.

#### **7.4.4. MENCIONES**

En la presente campaña electoral, se han localizado un total de 16 documentos en las que se menciona de una manera u otra a Rosa Díez y a *Unión Progreso y Democracia*. En el diario *El Mundo* se hallan un total de nuevo documentos, mientras que en *El País* cuatro y en *La Vanguardia*, otros tres.

## 7.5. ELECCIONES NACIONALES DEL 20 DE NOVIEMBRE DEL 2011

Las elecciones nacionales del 20 de noviembre del 2011 estuvieron marcadas por el cese de la violencia de la banda terrorista ETA y la crisis económica que padecía el país. Los comicios estaban previstos para la primavera del 2012, pero tuvieron que ser adelantados por el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero ante la ingobernabilidad que existía.

La campaña de *Unión Progreso y Democracia* estuvo marcada por el fin de la actividad violenta proclamada por ETA el 20 de octubre de ese mismo año. Además, durante estas elecciones concurría *Amaiur* un partido cercano a la banda terrorista y contrario a la ideología de *UPyD*.

Las elecciones fueron satisfactorias para Unión Progreso y Democracia ya que consiguió un total de 1.143.225 votos repartidos por todo el territorio nacional. Con estos datos, la agrupación consiguió que cinco diputados entraran en el Congreso.

Durante estos comicios, se han seleccionado un total de 68 documentos que se reparten de manera diferente entre las cuatro cabeceras analizadas. A continuación, se puede observar como se reparten:

	INFORMACIÓN	OPINIÓN	BREVES	MENCIÓN	TOTALES
<b>EL PAÍS</b>	7	2	2	3	14
<b>EL MUNDO</b>	15	5	4	11	36
<b>LA VANGUARDIA</b>	----	-----	-----	6	6
<b>EL CORREO</b>	12	-----	7	No analizado	19

*El Mundo* es el diario que más espacio dedica a *Unión Progreso y Democracia*, ya que acapara más de la mitad de los documentos totales que se han recogido. Tras *El Mundo*, se sitúan *El Correo* con 19 documentos y *El País* con 14.

En estos comicios *Unión Progreso y Democracia* adquiere mayor protagonismo en los medios de comunicación. Además, el partido como ente será también más protagonista que la líder del partido, Rosa Díez. En la tabla siguiente se puede observar el número de veces que se menciona a cada agente:

	<b>EL PAÍS</b>	<b>EL MUNDO</b>	<b>LA VANGUARDIA</b>	<b>EL CORREO</b>	<b>TOTALES</b>
<b>ROSA DíEZ</b>	44	69	4	38	<b>155</b>
<b>UPyD</b>	52	80	10	52	<b>194</b>

Como se contempla, Rosa Díez obtiene un número elevado de menciones en los diarios analizados. Sin embargo, *UPyD* es nombrado en más ocasiones en todos los diarios.

### 7.5.1 INFORMACIÓN PROTAGONISTA

En la campaña electoral del 20 de noviembre de 2012, la presencia de *Unión Progreso y Democracia* en informaciones protagonizadas por la agrupación creció considerablemente con respecto a las elecciones nacionales pasadas. Como en los anteriores comicios, *El Mundo* vuelve a ser la cabecera que más espacio dedica a la formación política, ya que aparece protagonizando un total de 16 informaciones.

*El País* también incrementa el espacio que otorga a *UPyD*, puesto que le dedica siete documentos en exclusiva a la agrupación política. Por su parte, *El Correo* protagoniza un total de 12 noticias mientras que en *La Vanguardia* la presencia del partido político se limita tan solo a menciones.

En *El Mundo* la información protagonizada por *Unión Progreso y Democracia* es de muy diversa índole. Se encuentra desde noticias, crónicas, perfiles hasta fotonoticias. Por su parte, en *El Correo* y en *El País* las informaciones se reparten entre noticias y crónicas.

Además, *El País* dedica una entrevista a página completa a la líder de *UPyD*, Rosa Díez. Esta información es relevante porque aunque dedique menor espacio que otros diarios durante la campaña, con esta entrevista le da la oportunidad a Rosa Díez de expresarse como ella quiera. *El Mundo* hace una especie de entrevista a la líder, en la que tan sólo debe contestar con 1, x ó 2. Con esta fórmula no se ofrece libertad para contestar a la entrevistada, ya que las repuestas están dadas de antemano.

La forma de titular también difiere entre los diarios, pues mientras que en *El País* existe un predominio absoluto de los titulares informativos. En *El Mundo* y *El Correo* se decantan, en su mayoría, por las citas textuales aunque también se encuentran titulares informativos. Además, en *El Mundo* también aparecen algunos titulares expresivos.

En el caso de *El País*, el único titular que rompe la homogeneidad de los titulares informativos, es el que se corresponde con la entrevista a Rosa Díez. Para titular esta información, el periodista se decanta por una cita directa de la entrevistada.

*¿Estamos dispuestos a que haya tres de todo? Es un Estado elefantiásico*<sup>77</sup>

En cuanto a los autores de las informaciones, vuelven a destacar Luis Ángel Sanz y Vera Gutiérrez Calvo en sus respectivos periódicos. Mientras tanto, en *El Correo* las firmas de los documentos se atribuyen bien a alguna agencia o a la propia redacción del periódico.

En *El Mundo*, Luis Ángel Sanz firma un total de nueve informaciones por lo que se puede intuir que este periodista vuelve a ser el encargado de cubrir la campaña electoral de *Unión Progreso y Democracia*. Además, Pedro Simón y J. Álvarez firman otros tres documentos, que se corresponden con tres perfiles. En el caso de Pedro Simón y J. Álvarez no es que se dediquen a la información de la agrupación política, sino que se encargan de una especie de sección en la que realizan perfiles de diversos candidatos de distintos partidos políticos.

Por su parte, Vera Gutiérrez Calvo firma cuatro de las informaciones protagonistas de *UPyD*, que se recogen en *El País*. En el caso de este diario, aparecen dos informaciones sin firma por lo que se le atribuye directamente a la redacción del periódico. Además, J. L. Aranda y José Marcos firman una información cada uno de ellos.

Durante esta campaña, aparecen un total de dos fotografías en *El País* y otras siete en *El Mundo*. La nota concordante entre las nuevas imágenes, es la presencia de Rosa Díez en todas ellas. La líder de *Unión Progreso y Democracia* acapara todo el protagonismo en las fotografías, aunque en algunas aparece acompañada por otros miembros del partido. Este hecho, pone en evidencia el gran peso que Rosa Díez tiene de cara a los medios de comunicación.

---

<sup>77</sup> *El País*, 19 de noviembre de 2011. Página 26.

	EL PAÍS	EL MUNDO	LA VANGUARDIA	EL CORREO	TOTALES
<i>ROSA DíEZ</i>	31	38	----	32	101
UPyD	38	44	----	39	121

Como se observa en la tabla anterior, *Unión Progreso y Democracia* es mencionado más veces que la líder del partido. Sin embargo, la diferencia entre uno y otro agente es bastante mínima ya que apenas le distan algunas menciones.

## 7.5.2. OPINIÓN

*El País* y *El Mundo* son los dos únicos periódicos que dedican textos de opinión a *Unión Progreso y Democracia*. En el diario *El País* se recogen dos artículos de opinión, mientras que *El Mundo* la cifra asciende a cinco publicaciones.

En el diario perteneciente a Prisa, los autores de sendos artículos son Mario Vargas Llosa y Milagros Pérez Oliva. Estos dos artículos están conectados entres sí, pues el texto de Milagros Pérez se produce como consecuencia del primer artículo ya que es una crítica del mismo y, la escritora ejerce como defensora del lector en *El País*.

Como ya se ha visto anteriormente, Mario Vargas Llosa es simpatizante de *Unión Progreso y Democracia* y, por ello, en su artículo se muestra proclive a las ideas que profesa su formación política. La intención del texto se deja de manifiesto desde el propio titular:

*Una rosa para Rosa*<sup>78</sup>

Con este juego de palabras ya expone sin ningún tipo tapujos su intención de voto que constatará claramente en el cuerpo de texto, ya que indica que votará en las urnas por *Unión Progreso y Democracia*.

*En estas elecciones votaré a UPyD porque sería el aliado ideal para el PP. Es un partido de corte neoliberal que aporta aire fresco, combate el nacionalismo y evitaría aguar las reformas sociales de Zapatero.*

Mario Vargas Llosa indica que comparte las ideas económicas del *Partido Popular* que lideró José María Aznar, aunque no con otras que tienen que ver más con la religión o temas sociales. Por ello, y ante el temor de que el *PP* consiguiera una mayoría absoluta, Vargas Llosa defiende las ideas de *Unión Progreso y Democracia*. Además, a lo largo del artículo el escritor hace un recorrido por las virtudes de Rosa Díez, a la que llega a calificar como la “mejor credencial del partido”.

*La mejor credencial de UPyD es Rosa Díez, su portavoz y fundadora, a quién los ciudadanos españoles suelen dar los mejores calificativos entre los líderes políticos. Esta mujer menudita y de ojos efervescentes tiene convicciones muy firmes y ha demostrado a lo largo de su política, como un puñado de políticos vascos demócratas, un coraje a prueba de terroristas y fanáticos que despierta mi admiración.*

El protagonismo principal lo acapara Rosa Díez, aunque también se resaltan las virtudes que tiene *Unión Progreso y Democracia* para Vargas Llosa.

*Desde que nació como organización política, ha combatido al nacionalismo- a los nacionalismos- con resolución y sin complejos. Y ha sostenido que, tal y como funciona en la actualidad el régimen de las 17 autonomías, aquel riesgo de desintegración se va acentuando. Y que, por ello, debe ser reformado, sin*

---

<sup>78</sup> *El País*, 6 de noviembre de 2011. Página 35.

*poner en peligro la descentralización, pero recuperando el Estado algunas competencias (...).*

El artículo del escritor Mario Vargas Llosa fue publicado el 6 de noviembre en el diario *El País*. Ante las quejas de los lectores, la defensora del lector Milagros Pérez Oliva escribió otro artículo una semana más tarde opinando sobre el artículo del escritor.

*En todas las campañas los candidatos se esfuerzan por conseguir la adhesión pública de famosos y personalidades de la cultura. Conseguir el apoyo de un premio Nobel es todo ya un éxito político, pero lograr que además dedique uno de sus artículos en el diario de mayor tirada supone mucho más que un trofeo electoral.*

Gracias a que Mario Vargas Llosa forma parte de *Unión Progreso y Democracia*, la agrupación ha conseguido una hoja completa de un diario. Además, la página no se limita a dar información de *UPyD* sino que más bien persigue el ensalzamiento de sus valores y, en cierto modo, puede llegar a ser calificada de propaganda política.

Sin embargo, el director de *El País* se defiende en el artículo de la defensora del lector indicando que el texto de Vargas Llosa se limita a valores periodísticos.

*Vargas Llosa es un intelectual muy influyente y su opinión tiene gran peso en la política española y latinoamericana. En este caso, aunque se trate de un artículo de opinión, no hemos hecho nada distinto de lo que hacemos habitualmente: valorar la oportunidad de un texto en función de su interés periodístico.*

### 7.5.3. BREVES

Durante la campaña electoral, se han seleccionado un total de trece breves que se reparten de manera dispar entre los diarios analizados. En El Correo se han localizado siete, mientras que *El Mundo* han sido cuatro y en El País sólo dos. Por su lado, La Vanguardia no ha dedicado siquiera un breve a *Unión Progreso y Democracia*.

Los diarios El País y *El Mundo* utilizan principalmente los titulares informativos para encabezar sus breves. Aunque, *El Mundo* también incluye una cita directa de Rosa Díez en una de las informaciones.

Sin embargo, en El Correo predominan las citas textuales, ya sean directas o indirectas, en los titulares. En concreto, se hallan cuatro citas indirectas y una directa, de las que tres de ellas pertenecen a Rosa Díez.

*Rosa Díez aboga por eliminar el Senado si no se convierte en una cámara territorial.*<sup>79</sup>

*Rosa Díez: “España está intervenida completamente”.*<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup> *El Correo*, 9 de noviembre de 2011.

<sup>80</sup> *El Correo*, 18 de noviembre de 2011.

#### 7.5.4. MENCIONES

Durante la presente campaña electoral, se han localizado un total de 20 documentos que mencionan a *UPyD* o Rosa Díez. En el diario *El Mundo* se hallan un total de once, mientras que en *La Vanguardia* son seis y en *El País*, tan sólo tres.

En estas elecciones, el protagonismo se reparte de manera más o menos equitativa entre la líder y la agrupación. A continuación, se observa como se reparten el número de veces que se nombra a *UPyD* y a Rosa Díez.

	<i>EL PAÍS</i>	<i>EL MUNDO</i>	<i>LA VANGUARDIA</i>	<i>EL CORREO</i>	TOTALES
<i>ROSA DÍEZ</i>	5	11	4	----	20
<i>UPyD</i>	6	14	10	----	30

Como se puede comprobar, *Unión Progreso y Democracia* es nombrada en un total de 30 ocasiones, mientras que la líder acaparará un total de 20 menciones. En el diario *La Vanguardia*, es donde se produce un mayor desequilibrio entre los dos agentes analizados.

## 7.6 ELECCIONES AUTONÓMICAS DEL 25 DE MARZO DEL 2012

El 25 de marzo de 2012 se celebraron las elecciones autonómicas en Andalucía y Asturias. En un primer momento, tan sólo se iban a celebrar las elecciones andaluzas pero ante la ingobernabilidad que residía en Asturias, su Presidente Autonómico decidió adelantar los comicios.

Los resultados electorales que *Unión Progreso y Democracia* cosechó fueron desiguales. En Asturias, *UPyD* adquirió un total de 18.739 votos que le valieron para que Nacho Prendes consiguiera su acta de diputado. Sin embargo, en Andalucía los 129.180 votos obtuvieron, no le sirvió para entrar en el Parlamento andaluz.

En términos generales, el número de documentos que se han seleccionado con respecto a otros comicios es bastante inferior. Esto se debe principalmente a que los diarios han dedicado menos espacio a cubrir la presente campaña electoral, a causa de su carácter autonómico. Aun así, se han seleccionado un total de 19 documentos que se distribuyen de la siguiente manera:

	<b>INFORMACIÓN</b>	<b>OPINIÓN</b>	<b>BREVES</b>	<b>MENCIÓN</b>	<b>TOTALES</b>
<b>EL PAÍS</b>	2	----	----	4	<b>6</b>
<b>EL MUNDO</b>	6	----	----	4	<b>10</b>
<b>LA VANGUARDIA</b>	----	----	----	3	<b>3</b>
<b>EL CORREO</b>	----	----	----	No analizado	----

*La Vanguardia* dedica poco espacios a estos comicios y, como es habitual en este diario, *Unión Progreso y Democracia* no acapara apenas información. Sus apariciones se limitan sólo a menciones en noticias que comparte con las otras formaciones políticas y a sondeos en los que se muestra sus posibilidades de alcanzar algún diputado.

Por su parte, en la versión digital de *El Correo* no se halla tampoco ninguna información sobre la campaña electoral de *UPyD* en Andalucía o Asturias. El hecho de que las elecciones sean autonómicas y el diario sea regionalista, hace que estos comicios tengan poca transcendencia para el diario. Además, *Unión Progreso y Democracia* es un partido minoritario y, por ello, la información que *El Correo* dedica a las elecciones están protagonizadas por otras formaciones.

En estas elecciones el protagonismo de Rosa Díez disminuye considerablemente, en favor de su propio partido. Esto se puede comprobar, si se analiza las veces que la líder y el partido son mencionados en las informaciones. A continuación, se muestra la tabla con los datos:

	<i>EL PAÍS</i>	<i>EL MUNDO</i>	<i>LA VANGUARDIA</i>	<i>EL CORREO</i>	TOTALES
<i>ROSA DíEZ</i>	6	11	2	----	<b>19</b>
<b>UPyD</b>	21	46	4	----	<b>71</b>

Como se observa, *Unión Progreso y Democracia* adquiere mayor relevancia que Rosa Díez. Esto se puede explicar principalmente por el tipo de comicios que se celebran y, en los que se suele prestar más atención a los líderes autonómico, en detrimento de los nacionales.

### 7.6.1. INFORMACIÓN PROTAGONISTA

Durante la campaña electoral del 25 de Marzo, tan sólo dos de los diarios analizados dedicaron informaciones protagonistas a *Unión Progreso y Democracia*. *El Mundo* con seis informaciones volvió a ser el periódico que más informaciones en exclusiva dedicó a la agrupación política, mientras que en *El País* se pueden encontrar otras dos informaciones.

Los documentos de ambos periódicos centran sus informaciones en las elecciones andaluzas. Hecho que se puede deber a que los periódicos analizados pertenecen a la versión que se comercializa en esta comunidad autónoma y, por ello, se centra en la campaña electoral andaluza.

Tanto el diario *El País* como *El Mundo* dedican una entrevista al candidato a la Presidencia de la Junta de Andalucía de *Unión Progreso y Democracia*, Martín de la Herrán. Sin embargo, el espacio que le otorga uno y otra es desigual. Mientras que la entrevista de *El País* ocupa media página, la del diario *El Mundo* es a página completa. El resto de las informaciones que se recogen en ambos diarios se corresponden con noticias.

En cuanto a los titulares, sendos diarios se decantan por la utilización de citas ya sea en su forma textual o indirecta. En total se encuentran entre ambos diarios siete citas que pertenecen a *Unión Progreso y Democracia*.

Las citas directas se reparten entre el candidato, Martín de la Herrán, y la líder del partido, Rosa Díez.

*Upyd pacta políticas, no Gobiernos*<sup>81</sup>

*No queremos colocar a nadie, y por eso descolocamos*<sup>82</sup>

---

<sup>81</sup> *El País*, 19 de marzo de 2012. Página 9.

<sup>82</sup> *El Mundo*, 9 de marzo de 2012. Página 21.

Durante estos comicios, el protagonismo que Rosa Díez adquiere en los titulares se diluye a favor de la propia agrupación política. La líder de *UPyD* protagonizará dos titulares, siendo en ambos casos en el diario *El Mundo*. Por su parte, el partido aparecerá en cuatro de los titulares acaecidos en los medios, mientras que el líder andaluz Martín de la Herrán acaparará otros dos.

A pesar de ser unas elecciones autonómicas, el candidato a la presidencia de la Junta de Andalucía no obtiene un gran protagonismo como sí ocurriera con Rosa Díez en las elecciones nacionales o Sosa Wagner con las europeas.

Sin embargo, Martín de la Herrán sí que comparte protagonismo con Rosa Díez en cuanto a material gráfico. Ambos políticos protagonizan dos fotografías, cada uno de ellos en sus respectivas informaciones. A pesar de que cuantitativamente ambos líderes se reparten el protagonismo de las fotografías, cualitativamente se rompe dicho empate. Las fotografías que Martín de la Herrán protagoniza se corresponden a las entrevistas que los diarios le realizan, mientras que las imágenes que Rosa Díez acapara acompañan a noticias.

Por otro lado, la mayoría de las informaciones que aparecen en sendos diarios carecen de firma del redactor. Tan sólo aparecen firmadas las entrevistas que, tanto *El País* como *El Mundo*, hacen a Martín de la Herrán. En *El Mundo*, J.Caro Romero será el encargado de firmarla, mientras que *El País* se atribuye a Raúl Limón.

El resto de informaciones aparecen bien firmadas por la propia redacción, o simplemente se menciona su localización. Estas carencias en las firmas de las informaciones, se puede deber a que desde ambos diarios no han realizado un seguimiento activo de la campaña electoral de *Unión Progreso y Democracia*, como sí que hicieran en otros comicios. Las posibilidades que la agrupación política tenía de entrar en el Parlamento de la Junta de Andalucía eran mínimas y quizás, por ello, los diarios redujeron el seguimiento a los actos de *UPyD*.

En estas elecciones, Rosa Díez queda relegada a un segundo plano en favor de la agrupación política. A pesar de que sigue manteniendo su protagonismo en los titulares y en las fotografías, las veces que se nombra a la líder en los cuerpos de textos son escasas.

	<i>EL PAÍS</i>	<i>EL MUNDO</i>	<i>LA VANGUARDIA</i>	<i>EL CORREO</i>	TOTALES
<b>ROSA DÍEZ</b>	2	7	----	----	<b>9</b>
<b>UPyD</b>	10	31	----	----	<b>41</b>

Como se puede contemplar en la tabla, en *El País* y *El Mundo* se nombra a *Unión Progreso y Democracia* en un total de 41 ocasiones, frente a las nueve que se menciona a Rosa Díez.

En cuanto a la temática de las informaciones, en *El País* una noticia hace referencia a los buenos datos que el CIS otorga al partido político y a la celebración de estos datos por parte de los miembros de la agrupación. Mientras que la otra información, como ya se ha mencionado anteriormente, es una entrevista realizada a Martín de la Herrán.

Por su parte, en *El Mundo* se hace referencia a temas más autonómicos ya que las informaciones versan desde propuestas de *UPyD* para la regeneración política andaluza o actos que el partido político ha realizado por los distintos puntos de la autonomía, hasta problemas que han tenido con RTVA.

## 7.6.2. MENCIONES

Durante esta campaña electoral se han localizado un total de once documentos que se reparten entre de manera más o menos equitativa. En *El País* y *El Mundo* se localizan un total de cuatro documentos, en cada una de las cabeceras, mientras que en *La Vanguardia* se hallan tres.

En estas elecciones, Rosa Díez adquiere poco protagonismo a causa de que son unas elecciones autonómicas en las que líder nacional cede su preponderancia a los líderes más locales. Esto puede explicar los datos que se observan a continuación:

	<i>EL PAÍS</i>	<i>EL MUNDO</i>	<i>LA VANGUARDIA</i>	<i>EL CORREO</i>	TOTALES
<i>ROSA DÍEZ</i>	4	4	2	----	10
UPyD	11	15	4	----	30

Los diarios le otorgan un mayor protagonismo a *Unión Progreso y Democracia* ya que, tal y como, se observa en nombrado en muchas más ocasiones que Rosa Díez. *UPyD* es mencionada en un total de 30 ocasiones, frente a las 10 que mencionan a la líder.

## 8. REDES SOCIALES

Internet y, por ende, las redes sociales han cambiado las formas de enfrentarse la vida. Cada día, los ciudadanos se valen de estas herramientas para comunicarse e informarse de lo que acontece a su alrededor. En España, se contabilizaron durante 2010<sup>83</sup> un total de 27 millones de internautas, es decir, el 65,4% de la población ha utilizado alguna vez la Red.

Estos datos están en constante evolución, ya que cada vez son más las personas que utilizan frecuentemente Internet para sus quehaceres diarios. Este hecho, no ha pasado por alto para los políticos que han visto en la Red una nueva forma de hacer política.

El éxito que cosechó Barak Obama durante la campaña electoral de 2008 en Internet y, especialmente, en las redes sociales marcó un hito en cuanto a la forma de hacer política a través de la Red. Así, lo explica Antoni Guitérrez Rubí en un artículo publicado en el diario *El País*.

*Hay un gran consenso en que buena parte del éxito de Barack Obama ha radicado en el uso inteligente de las herramientas de la cultura 2.0. Obama ha comprendido la capacidad política de las redes sociales digitales, empezando por su capacidad para movilizar seguidores o para captar donaciones. Él ve las nuevas tecnologías no como un medio más, sino como el reflejo organizativo de una nueva cultura política<sup>84</sup>.*

Las redes sociales permiten un contacto directo de los ciudadanos con los políticos, ya que se produce el feedback entre ambos. Algunos autores, se refieren a este proceso como una nueva democratización de las vías de comunicación, es decir, se brinda la posibilidad a los ciudadanos de interactuar directamente con sus representantes políticos.

---

<sup>83</sup> El Mundo, 12 de diciembre de 2011. (Consultada en su versión digital el día 16 de diciembre de 2012).

<sup>84</sup> El País, 22 de junio del 2008. Página 39.

*Las redes sociales, y entre ellas Twitter de una forma especialmente destacada, han venido a ‘democratizar’ las vías de comunicación entre los ciudadanos y los políticos. Antes, sólo los periodistas podían tener el privilegio de hablar a éstos últimos y preguntarles. Ahora, esta posibilidad está al alcance de todos. Cualquier ciudadano puede controlar el trabajo de los políticos y plantearles críticas, sugerencias o dudas, algo que, sin duda, favorece la transparencia<sup>85</sup>.*

Las ventajas que proporcionan las redes sociales a los políticos no sólo se limitan al contacto directo con los ciudadanos, ya que también les permite lanzar sus propios mensajes. Sin embargo, muchos políticos se equivocan al abrirse cuentas en las redes y después no usarlas o, tan sólo, emplearlas durante lo que dura la campaña electoral.

*Si nuestra estrategia electoral decidió entrar en una red social durante la actividad frenética de una campaña, al desaparecer sin previo aviso o no dar síntomas de actualización constante, estaremos creando un cadáver digital que puede verse como una falta de compromiso con el ciudadano. Internet está sembrado de perfiles, blogs y web de candidaturas abandonadas a su suerte, por lo que si existimos en la Red, debe ser con vocación de permanencia<sup>86</sup>.*

Los problemas que presentan las redes sociales y, especialmente Twitter, cuando se hace política 2.0 es la dificultad para segmentar a los votantes en potencia. Esto impide que los mensajes que los políticos o sus asesores de comunicación emiten desde las redes lleguen al target para el que fueron creados<sup>87</sup>.

---

<sup>85</sup> Diez razones para el uso de Twitter como herramienta en la comunicación política y electoral. Roberto Rodríguez Andrés y Daniel Ureña Uceda.

<sup>86</sup> Manuel David Moreno. *Redes sociales: más allá de la campaña*. Más poder local. 2012.

<sup>87</sup> M. Luz Congosto y Pablo Aragón. *Twitter del sondeo a la sonda: nuevos canales de opinión, nuevos métodos de análisis*. Más poder local. 2012.

## 8.1. TWITTER

La campaña que *Unión Progreso y Democracia* realizó a través de *Twitter* fue la más importante, ya que fue la más activa y la que pretendía lograr un mayor impacto en los ciudadanos. Entre las cuentas @UPyD, @UPyD\_Andalucía, @mdlherran, @UPyD\_Almería, @UPyD\_Cádiz, @UPyD\_Córdoba, @upydgranada, @UPyD\_Huelva, @UPyD\_Jaen, @UPyDMálaga, @UPyDSevilla, @UPyD\_Asturias y @nachoprendes, se difundieron un total de 4.962 *tweets*<sup>88</sup> durante la campaña electoral del 25 de marzo del 2012.

Sin embargo, no todas las cuentas que han sido analizadas han realizado la misma actividad desde sus perfiles. Desde las diversas cuentas no se ha aportado ni la misma cantidad de *tweets*, ni de la misma importancia. En el gráfico inferior se puede observar la actividad de cada cuenta.



Como se observa, los perfiles de @UPyD, @UPyD\_Andalucía, @UPyD\_Jaen, @UPyDMálaga, y @UPyD\_Asturias destacan por encima del resto de las cuentas y, consiguen acaparar entre los cinco el 75% de los *tweets*

<sup>88</sup> Tweet: mensaje de un máximo de 140 caracteres que es enviado a través de una cuenta Twitter y que está a la vista de todos sus miembros.

que fueron enviados durante las fechas analizadas. La cuenta @UPyD\_Andalucía es la que más *tweets* publicó con un total de 937 mensajes, es decir, este perfil envió el 20% de los mensajes que se difundieron durante la campaña.

@UPyD emitió el 17% de los *tweets*, ya que desde su perfil se generaron un total de 826 mensajes. Este perfil es el general de *Unión Progreso y Democracia* y, desde él se difunde información que atañe a toda la agrupación política. Por esto, hay que tener cuenta que no todos los mensajes que se enviaron a través de esta red social estaban relacionados con la campaña electoral del 25 de marzo. Por su parte, @UPyD\_Asturias y @UPyDMálaga emitieron el 13% de *tweets* cada uno de ellos, mientras que @UPyD\_Jaen acapara el 12% y @mdlherreran un 9%.

Por otro lado, las cuentas que menos actividad generaron en *Twitter* son @UPyD\_Cádiz, @UPyD\_Córdoba y @UPyD\_Asturias, ya que entre las tres tan sólo enviaron el 3% de los mensajes.

Hasta aquí se observa los perfiles más activos y cuáles pasan más desapercibido por el número de *tweets* que han difundido. Sin embargo, no todos los *tweets* que se transmiten a través de las cuentas son de elaboración propia, ya que a veces hacen *retweets*<sup>89</sup> de otros perfiles. A continuación, se puede observar los porcentajes de *retweets* que han realizado las cuentas analizadas:



<sup>89</sup> Retweet: es cuando se reenvía un tweet de otra cuenta para que lo vean tus seguidores.

La cuenta @UPyD\_Jaén es la que más *retweets* ha realiza, ya que lo ha hecho en un total de 417 veces. Esto indica que @UPyD\_Jaén tan sólo ha transmitido un 30% de mensajes propios, mientras el resto pertenece a otras cuentas. Por otro lado, @UPyDSevilla sólo ha publicado un 13% de mensajes propios, es decir, de sus 150 mensajes sólo 46 no son *retweets*.

En el lado opuesto se encuentra @UPyD\_Almería, que no ha *retweeteado* ningún mensaje durante la campaña electoral. Esto denota una falta de integración dentro de la campaña, ya que no ha interactuado con el resto de cuentas y, tan sólo, se ha limitado ha transmitir información sin tener en cuenta lo que se dice a su alrededor.

De los datos analizados se extrae que el 13% del total de los *retweets* que han realizado las cuentas, pertenecen a mensajes producidos por @UPyD\_Andalucía. Los *tweets* que se han emitido desde este perfil, han sido más *retweeteados* que incluso los mensajes que se han proferido desde la cuenta central. Esto se puede deber a que las cuentas provinciales de *Unión Progreso y Democracia* en Andalucía, se han abastecido de los *tweets* de @UPyD\_Andalucía.

Por otro lado, un 7% de los *retweets* que se han hecho desde los perfiles analizados pertenece a la cuenta de @UPyD, mientras que el 6% pertenece a mensajes realizados desde el perfil de @mdlherreran. Otra de las cuentas más *retweeteadas* es @UPyD\_Asturias, ya que le corresponden un 4% de *tweets retweeteados*.

Como se observa, las principales cuentas *retweeteadas* se corresponden con los perfiles centrales de Andalucía, Asturias y de la cuenta de Unión Progreso y Democracia a nivel nacional y del candidato andaluz, Martín de la Herrán. Por su parte, Nacho Prendes es *retweeteado* principalmente por @UPyD\_Asturias y sólo acapara un 1% de los *retweets*.

La gran diferencia de *retweets* conseguido entre Martín de la Herrán y Nacho Prendes, se puede deber principalmente al bajo número de *tweets* que

generó el candidato asturiano durante la campaña. Aunque también se debe tener en cuenta que Martín de la Herrán contaba con ocho cuentas provinciales y una central para ser *retweetado*, mientras que Nacho Prendes tan sólo contaba con una.

Por otro lado, se han calculado las menciones<sup>90</sup> que los candidatos de Asturias y de Andalucía han recibido por parte de las cuentas analizadas. Destaca Martín de la Herrán con un total de 995 mientras que su homónimo asturiano cosechó 525. Además, se ha contabilizado en cuenta el número de veces que se menciona a Rosa Díez desde los perfiles analizados. A pesar de no tener un perfil en esta red, las cuentas oficiales del partido han mencionado en un total de 384 veces a la líder. Esta cifra es bastante alta si se tiene en cuenta la ausencia de perfil y que las elecciones eran autonómicas.

Durante la campaña electoral se han utilizado múltiples *hashtags*<sup>91</sup> que permitían ubicar los *tweets* y, en algunos casos, tenían la intención de alzarse como *Trending Topic* para mejorar la visibilidad de sus mensajes. Los más activos fueron *#loquenosune*, *#25Mupyd*, *#upydeneldebate* y *#debateRTVA*. A continuación se observa el uso que cada cuenta ha ofrecido a cada hashtag.

	<i>#25Mupyd</i>	<i>#loquenosune</i>	<i>#upydeneldebate</i>	<i>#debateRTVA</i>
<b>@UPyD</b>	144	225	48	44
<b>@UPyD_Andalucía</b>	316	421	57	53
<b>@mdlherran</b>	218	210	49	37
<b>@UPyD_Almería</b>	0	0	0	0

<sup>90</sup> Mención: cuando se quiere nombrar a alguien en un tweet se indica el nombre de la cuenta más la @. Este mensaje le aparecerá a la cuenta nombrada para que tenga la opción de contestarle.

<sup>91</sup> Hagstag: etiqueta que se forma con # más una palabra o conjunto de ellas, para que los mensajes queden aglutinados según sus temáticas.

<b>@UPyD_Cádiz</b>	4	47	0	0
<b>@UPyD_Córdoba</b>	27	14	27	6
<b>@upydgranada</b>	10	246	9	8
<b>@UPyD_Huelva</b>	40	35	0	0
<b>@UPyD_Jaen</b>	85	223	2	1
<b>@UPyDMálaga</b>	222	343	34	30
<b>@UPyDSevilla</b>	29	81	4	3
<b>@UPyD_Asturias</b>	369	207	3	1
<b>@nachoprendes</b>	12	20	1	0
<b>Total</b>	<b>1476</b>	<b>2072</b>	<b>234</b>	<b>183</b>

Como se observa, el empleo de los distintos *hashtags* es desigual entre las cuentas y no todas las etiquetas fueron empleadas por igual entre los perfiles. El *hashtag* que más se empleó durante la campaña electoral fue *#loquenosune*. Esta etiqueta no se creó especialmente para la campaña, ya que es uno de los lemas de *Unión Progreso y Democracia* y suele ser utilizado para etiquetar los mensajes de los perfiles de la agrupación política.

Entre los *hashtags* más utilizados, se encuentran dos que hacen referencia a los comicios andaluces. En concreto, *#upydeneldebate* y *#debateRTVA* recogen *tweets* que aluden al debate electoral que se celebró en Canal Sur el 12 de marzo, y al que *Unión Progreso y Democracia* no estaba invitado. Todos los *tweets* que se recogen bajo estas etiquetas fueron enviados durante el debate electoral, por lo que en esa noche la actividad de *UPyD* en *Twitter* fue bastante activa.

Entre las cuentas, destaca la no presencia de etiquetas en los *tweets* que fueron generados por *@UPyD\_Almería*. Este perfil no emplea ningún *hashtag* en sus *tweets*, por lo que dificultará ver su visualización ya que tan

sólo es visible de forma sencilla para sus seguidores. Además, los mensajes que difunde @UPyD\_Almería serán dispersos ya que no podrán encontrarse bajo ninguna etiqueta. Por otro lado, el resto de perfiles hacen uso contante de las etiquetas ya que su empleo va acorde con el número de mensajes que difundieron.

## 9. CONCLUSIONES

Una vez analizados todos los componentes de la presente investigación y, llegados a este punto, se debe evaluar si los objetivos que se establecieron al comienzo del trabajo se han cumplido o no. Así, que se concluye que:

1. *UPyD* ha mantenido el mismo discurso a lo largo de las seis campañas electorales que se han analizado. Su discurso se ha conformado en torno a cuatro temas claves que se han ido repitiendo durante todos los comicios: la lucha contra el terrorismo de ETA, la necesidad de un cambio de la Ley Electoral, los perjuicios del bipartidismo y la devolución de las competencias al Estado.
2. El protagonismo de Rosa Díez se ha extendido por todos los comicios, puesto que ha sido la gran protagonista en la mayoría de ellos. Sin embargo, durante las elecciones municipales de mayo del 2011 y las autonómicas de marzo del 2012, su figura se diluyó un poco en favor de los líderes más locales.
3. *UPyD* realiza una correcta campaña electoral a través de Twitter, aunque no todas las cuentas que han participado han hecho un buen uso de esa red. Algunas cuentas han hecho poco uso de su perfil durante la campaña electoral y, otras no han empleado hashtags para etiquetar sus mensajes.
4. En Twitter, las cuentas de *UPyD* se centran en lanzar mensajes sobre los actos que los miembros del partido están realizando y en dar opiniones sobre la actualidad. Por su parte, en los medios analizados se emiten mensajes más formales aunque al final el concepto sea el mismo. Por lo tanto, cambia el lenguaje y la forma de interactuar con los ciudadanos.
5. Rosa Díez mantiene su hegemonía de protagonismo en *Twitter*, a pesar de que no cuenta con un perfil en esta red. Los perfiles de *UPyD* tienen

en cuenta a la líder, aunque ésta no les pueda responder ni pueda interactuar con ellos. Por lo tanto, se establece que Rosa Díez disfruta del mismo protagonismo tanto fuera como dentro del partido.

Tras confirmar que se han cumplido los objetivos marcados inicialmente, tan sólo queda saber si las hipótesis sobre las que versa la investigación han sido confirmadas o refutadas. Inicialmente se establecieron dos hipótesis y tras la finalización de la investigación se puede constatar que:

1. Todos los diarios, en mayor o menor medida, han informado de las campañas electorales de *Unión Progreso y Democracia*. Sin embargo, *El Mundo* ha sido el diario que de forma global ha publicado más informaciones sobre la agrupación. Además, en *El Mundo* se puede llegar a considerar que existe un periodista especializado en la campaña electoral del partido, ya que Luis ángel Sanz firma la mitad de los documentos que se han analizado bajo el ítem información.

La postura cercana del diario *El Mundo* con *Unión Progreso y Democracia* ha quedado constada con el editorial que el periódico publicó durante la campaña electoral de marzo del 2008. Como ya ha sido analizado, el diario *El Mundo* pidió directamente el voto para *Unión Progreso y Democracia*.

*El Mundo pide el voto para el PP y para el partido de Rosa Díez*<sup>92</sup>

En el lado opuesto a *El Mundo*, se sitúa *La Vanguardia* que apenas ha informado sobre las campañas electorales de *UPyD*. Por su parte, *El País* y *El Correo* han realizado un tratamiento intermedio en el que no se posicionan abiertamente sobre el partido, aunque sí lo hacen sobre hechos puntuales.

---

<sup>92</sup> *El Mundo*, 5 de marzo de 2008. Página 3

2. Rosa Díez es la gran protagonista de *UPyD* ya que como se ha podido comprobar acapara un gran número de informaciones en las que bien es el agente principal o bien se habla de ella. Esta aura magnética que tiene con los medios de comunicación ha favorecido la presencia de *UPyD* en los diarios analizados.

Sin embargo, el partido también ha sabido aprovecharse de otros miembros que tienen cierto prestigio y trascendencia social para conseguir aparecer en los diarios. Principalmente destacan Álvaro Pombo, Fernando Sabater, Josep Trías de Bes y Mario Vargas Llosa, ya que gracias a estos escritores *Unión Progreso y Democracia* ha contado con páginas para expresar el ideario del partido durante las campañas electorales.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- Bardin, Laurence. *El análisis de contenido*. Akal Universitaria, 1997.
- Barrios, Elena. *Políticos en redes sociales: ¿es posible la conversación?* Más poder local, Nº12, 2012.
- Berganza Conde, María Rosa. *Medios de comunicación, ‘espiral del cinismo’ y desconfianza política: Estudio de caso de la cobertura mediáticas de los comicios electorales europeos*. Zer: Revista de estudios de comunicación, nº25, 2008.
- Berganza Conde, María Rosa. *Las elecciones al Parlamento Europeo como comicios de segundo orden. Estudio de la cobertura informativa en televisión (1999-2004)*. Estudios sobre el mensaje periodístico. 2008, 14.
- Caldevilla Domínguez, David. *Democracia 2.0: la política se introduce en las redes sociales*. Pensar la publicidad: revista internacional de investigaciones publicitarias. Vol.3, Nº 2, 2009.
- Casásus, Josep María. *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona Mitre, 1985.
- Congosto, M. Luz y Aragón, Pablo. *Twitter del sondeo a la sonda: nuevos canales de opinión, nuevos métodos de análisis*. Más poder local. 2012.
- Constitución Española de 1978.
- Cruz, Jacqueline y Zechi. Bárbara. *La mujer en la España actual. ¿Evolución o involución?* Jacqueline Cruz y Bárbara Zechi. Icaria editorial S.A. 2004.

- Díez González, Rosa. *Es lo que hay*. Debate, 2011.
- Díez González, Rosa. La pasión por la política. Foro, Nueva época nº5/2007.
- Eco, Umberto. *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Gedisa. Barcelona, 1985.
- Estatutos de *Unión Progreso y Democracia*.
- Franco, Blanca. *Los partidos políticos según Duverger*. Publicación Madrid, Voz de los sin voz, 1994.
- García, Antonio; García Casado, Isabel; Varona, David. *Incidencia de las redes sociales vs cibermedios, en las elecciones en España 2011*. Enl@ce: revista venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento, Nº2, 2012.
- Kientz, Albert. *Para analizar los mass media: el análisis de contenido*. Publicación Valencia, Fernando Torres. 1974.
- Krippendorff, Klaus. *Metodología de análisis de contenido*. Teoría y práctica. Paidós Comunicación, 1990.
- Lago, Ana. *Redes sociales: Comunicación política y redes sociales*. Revista de comunicación. Nº 15, 2012.
- *Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General (LOREG)*.
- *Ley Orgánica 6/2002, de 27 de junio, de Partidos Políticos*.
- *Libro de estilo de El País*. Madrid: El País, 1990.
- *Libro de redacción / La Vanguardia*. Barcelona : La Vanguardia, 2004.

- Manifiesto fundacional de *Unión Progreso y Democracia*.
  
- Martínez Cuevas, M<sup>a</sup> Dolores. *Régimen jurídico de los partidos políticos*. Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A. Madrid 2006.
  
- Molina, José Luis. *El análisis de redes sociales: una introducción*. Edicions Bellaterra. Barcelona.2001
  
- Moreno, Manuel David. *Redes sociales: más allá de la campaña*. Más poder local. El consultor. 2012.
  
- Navarro Méndez, José Ignacio .*Partidos políticos y 'democracia interna'*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Madrid. 1999.
  
- Nohlen, Dieter. *Sistemas electorales y partidos políticos*. Publicación México. Fondo de Cultura Económica, 2004.
  
- Ortega Reyna, Jaime .*Reseña de "La democracia y los partidos políticos" de Moisei Ostrogorski*. Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial, vol. 6, núm. 1, 2010.
  
- Panebianco, Angelo. *Modelos de partido: organización y poder en los partidos políticos*. Madrid : Alianza, 1990
  
- Rey Morató, Francisco Javier del. *Los juegos de los políticos: teoría general de la información y comunicación política*. Madrid : Tecnos, 1997
  
- Sartori, Giovanni. *Partidos y sistemas de partidos*. Alianza editorial, 1980.
  
- Tejadura Tejada, Javier. *Partidos políticos y Constitución: un estudio de la LO 6/2002 de 27 de junio de Partidos Políticos y de la STC48/2003, de 12 de marzo*. Publicación Madrid, Civitas. 2004.

- Vinuesa Tejero, M<sup>a</sup> Lourdes, Abejón Mendoza, Paloma y Sánchez Calero, M<sup>a</sup> Luisa. *Mujeres y política: Un binomio con baja representación*. Ámbitos, nº 20. 2011.

#### WEBGRAFÍA:

- Blog no oficial de Plataforma Pro: <http://plataformapro.wordpress.com/2007/05/21/plataforma-por-un-nuevo-partido-politico/> (Consultado el 16 de noviembre del 2012).
- Carta abierta de Rosa Díez a José Luis Rodríguez Zapatero. Publicada en [http://www.cuentayrazon.org/revista/pdf/142/Num142\\_004.pdf](http://www.cuentayrazon.org/revista/pdf/142/Num142_004.pdf) (Consultada el 16 de noviembre del 2012).
- Datos electorales obtenidos a través de la web del Ministerio del Interior: <http://www.infoelectoral.mir.es/min/> (Consulta realizada el 16 de noviembre del 2012).
- Datos biográficos de Rosa Díez: <http://www.rosadiez.es/index.php?pag=2> (Consulta realizada el 16 de noviembre del 2012).
- Web de Unión Progreso y Democracia: <http://www.upyd.es/> (Consulta realizada el 16 de noviembre del 2012).