

ÍNDICE

Índice de Tablas y Gráficos.....	v
PRÓLOGO. <i>Robert M. Fishman</i>	1
PRÓLOGO. <i>Víctor Fco. Sampedro Blanco</i>	4
CAPÍTULO 1	
PRE-CAMPAÑA Y GESTIÓN DE LA AGENDA ELECTORAL	
CAROD ROVIRA Y LA TREGUA CATALANA DE ETA	
<i>Víctor Fco. Sampedro Blanco y J. Manuel Sánchez Duarte</i>	12
Introducción.....	12
1. Marco teórico y caso de estudio	12
2. (Pseudo)eventos antiterroristas. Nuevos adversarios y viejos enemigos: Carod Rovira y ETA en la campaña electoral permanente	16
2.1. Filtración del encuentro Carod-ETA y Congreso Internacional de Víctimas del Terrorismo. 26 de enero.....	18
2.2. ETA anuncia una tregua parcial en Catalunya, 18 de febrero de 2004	21
2.3. Detención en Cañaveras (Cuenca) de una furgoneta con explosivos pertenecientes a ETA, 29 de febrero de 2004.....	23
3. Fabricando noticias y enfoques: “información” y arietes discursivos.....	24
3.1. Arsenal discursivo.....	24
3.2. Análisis de las fuentes y sus argumentos.....	26
3.3. Análisis de la opinión	29
3.3.1. Marcos discursivos del PP. Ataques al tripartito y al PSOE	31
3.3.2. Marcos discursivos de respuesta al PP y al Gobierno	35
3.3.2.1. Uso electoral del CNI y de la lucha antiterrorist	36
3.3.2.2. Diferencias en la agenda catalana: marcos discursivos y alineamientos político-editoriales.....	36
4. Conclusiones.....	40
Referencias Bibliográficas.....	43
Anexo	46

CAPÍTULO 2

LA CAMPAÑA TELEVISIVA: AGENDAS Y ALINEAMIENTOS ELECTORALES DE LAS EMISORAS

<i>Víctor Fco. Sampedro Blanco, Óscar G. Luengo y Ariel Jerez</i>	47
Introducción.....	44
1. Metodología, cadenas analizadas y la perspectiva de la construcción de la agenda	44
2. Los temas de la agenda televisiva.....	46
3. Agendas televisivas y alineamientos de las cadenas	50
4. Personalización, atribución e iniciativa discursiva.....	57
5. Apuntes cualitativos sobre enmarcamientos discursivos.....	64
Conclusiones.....	67
Referencias Bibliográficas.....	68

CAPÍTULO 3

NEGATIVISMO Y CONFRONTACIÓN EN TELEVISIÓN

Óscar G. Luengo

Introducción.....	73
1. El negativismo de la información política: una mala noticia es una noticia	74
2. El negativismo de la información política en España; una aproximación empírica	76
2.1. El Negativismo en la Televisión.....	77
2.2. Una breve comparación con la Prensa Escrita.....	83
3. Conclusiones.....	85
Referencias Bibliográficas.....	87

CAPÍTULO 4

ESTRATEGIAS POLÍTICAS, CONSTRUCCIÓN MEDIÁTICA Y OPINIÓN PÚBLICA EN EL 11-M. UN “CASO EXCEPCIONAL”

Andreu Casero Ripollés

Introducción.....	89
1. La teoría del “caso excepcional” durante el 11-M	90
1.1. La lógica de construcción mediática del 11-M.....	91
1.2. Suspensión y alteración del tiempo mediático	93
1.3. Estrategias políticas de las cadenas de televisión en el 11-M: la función de	

selección informativa y la clasificación comunicativa de los atentados	96
1.4. La ruptura de la dependencia cognitiva: el público como consumidor y constructor de la realidad política excepcional durante el 11-M	99
1.5. Multiplicación de la acción política y estrategias de control del mercado político: la gestión informativa del gobierno durante el 11-M	101
1.6. ETA versus Al Qaeda: dos universos simbólicos de lucha	104
2. Conclusiones.....	107
Referencias Bibliográficas.....	108

CAPÍTULO 5

ESPIRAL Y RUPTURA DE LA MENTIRA PRUDENTE

LA CRISIS DEL 11-M AL 14-M

Rafael Durán Muñoz

Introducción.....	111
1. Homogeneidad discursiva: la espiral de la mentira prudente	114
2. Críticas y fisuras del discurso dominante: libertad de voto y ruptura de la <i>espiral de la mentira prudente</i>	119
3. Conclusiones.....	129
Referencias Bibliográficas.....	130

CAPÍTULO 6

“LAS OTRAS CAMPAÑAS”

CIUDADANÍA Y ACCIÓN COLECTIVA EN PERIODO ELECTORAL

Víctor Fco. Sampedro Blanco, Bruno Carriço Reis, Andrea Reis

Introducción.....	133
1. Corpus empírico y metodología	134
2. Análisis preliminar, hipótesis y resultados preliminares	136
3. Once días de campaña, tres de perplejidad y siete de movilizaciones postelectorales.....	142
4. Variaciones temáticas de la agenda social común.....	147
5. Las agendas “sociales” de cada medio	151
5.1. Campaña electoral (T1)	151
5.2. El Colapso de la esfera pública (T2).....	159
5.2.1. Reacción a los atentados (ediciones especiales del día 11 y día 12)	164
5.2.2. Convocatoria y cobertura de la manifestación institucional	

del 12 de marzo.....	168
5.2.3. La desobediencia civil del 13-M.....	174
5.2.4. Asesinato en Pamplona.....	183
5.3. La semana post-electoral	186
6. Conclusiones.....	190
Referencia Bibliográficas	193
Anexo I.....	195
Anexo II.....	201

CAPÍTULO 7

LAS WEBS DE LOS PARTIDOS: VIRTUALIDAD Y PROPAGANDA, CENSURA Y DESINFORMACIÓN

Víctor Fco. Sampedro Blanco, Fernando Tucho y Ricardo Vizcaíno-Laorga

Introducción.....	202
1. NTIC y procesos electorales.....	202
1.1. Diseño del experimento y estímulos.....	204
2. Deliberación electrónica: apenas un acuse de recibo y manual de campaña....	207
3. Foros bajo control: el “fortalecimiento democrático” del PP.....	212
3.1. Presencia de temas	217
3.2. Censura	224
4. Conclusiones.....	230
Referencias Bibliográficas.....	233

PRÓLOGO

Robert M. Fishman

Las elecciones generales de 2004 –objeto de estudio de los dos excelentes libros de Víctor Sampedro y sus colaboradores– son con probabilidad las más importantes y con casi toda seguridad las más apasionantes de la historia española después de la Segunda República. Estos comicios y las circunstancias que le rodearon sorprendieron a muchos en el resultado final y cambiaron el rumbo del país. Pero esas afirmaciones innegables no agotan el interés e importancia del 14-M. La campaña y el significado viraje dado en las urnas por los ciudadanos fueron afectados no sólo por el ataque terrorista masivo del 11-M, sino también por el conjunto complejo de sucesos que precedieron y siguieron ese trágico atentado. Todo ello acabó en una especie de catarsis colectiva de energías y sentimientos que hasta 2004 se habían quedado al margen de la vida política institucionalizada en torno a las elecciones.

En ese conjunto de sucesos, el centro de interés gira en torno a una suerte de triángulo que conecta los actores institucionales, tales como los líderes de los partidos políticos, con los medios de comunicación y las acciones poco institucionalizadas de los ciudadanos en la calle. En el libro y la Guía Docente cuidadosamente elaborados por Sampedro y otros autores, igual que en los DVD que acompañan esas publicaciones, ofreciendo una ilustración audiovisual de gran interés, el lector encontrará un estudio riguroso y convincente de ese triángulo interactivo. Si para muchos jóvenes y demás ciudadanos la política parece lejana, a veces aburrida y siempre limitada a un círculo reducido de actores institucionales, la historia de estas elecciones y los análisis ofrecidos aquí demuestran claramente que la política es tan cercana como el televisor, el teléfono móvil o un grupo de amigos que salen a la calle a manifestar sus inquietudes.

Las elecciones de 2004 no se pueden entender sin estudiar y constatar la importancia de ese triángulo en el que los políticos pugnan entre sí por influir en el mensaje de los medios, en el que algunos de los medios tratan a diferentes fuerzas políticas de formas bien diferentes causando consternación a quienes buscan en ellos una información fidedigna y ausente de sesgos, en el que los ciudadanos actuando de forma no institucional reaccionan ante las afirmaciones de los políticos y la cobertura de los medios, y en que los políticos y los medios acaban centrando sus miradas y afirmaciones en esos ciudadanos y sus acciones. Ese triángulo interactivo salta a la vista en cualquier intento de entender el proceso político entre el 11-M y 14-M de 2004. Pero de una forma mucho más generalizada la política española lleva años actuando dentro del espacio configurado de esa forma tripolar.

Cuando me planteé analizar el 11M-14M en una ponencia para un congreso académico sobre la objetividad weberiana, celebrado en Montreal durante los últimos días de marzo de 2004, y en la publicación de ese trabajo –primero como Working Paper del Instituto Kellogg y luego como capítulo en un libro de ensayos que surgieron de ese congreso (Fishman 2007)– no había fuentes rigurosas y exhaustivas sobre las interacciones tan decisivas entre medios, políticos y ciudadanos en ese contexto. El análisis del entorno decisivo del voto y la interpretación del 11M-14M tuvo que ser elaborado con una base empírica todavía algo provisional.

El bien documentado libro que prologo –junto con el importante libro anterior de Sampedro y otros autores sobre las movilizaciones ciudadanas durante esos días decisivos de marzo 2004 (Sampedro, 2005)– pone fin a esa provisionalidad para la comunidad científica y para todos aquellos que se interesen por la política. Este libro ofrece estudios exhaustivos y convincentes sobre estas interacciones entre políticos, medios y ciudadanos y sobre los sesgos que demasiado a menudo influyeron en la información recibida por los ciudadanos. La Guía Docente y los DVD que le acompañan ponen esta información al alcance de los estudiantes y demás lectores interesados en la relación entre la política y la verdad, entre las instituciones y los ciudadanos. Además esta publicación y los discos digitales alcanzan ese fin de una forma fácilmente asequible. El material audiovisual destaca por su interés e impacto. Estamos ante una demostración clara del interés apasionante de la política y de su cercanía en última instancia a los ciudadanos.

Hay que decir que la capacidad de algunos medios para orientar la información, y por tanto el debate político, de una forma partidista igual que la estrategia de algunos políticos de polarizar ese debate –en parte mediante su intento de influir en la cobertura mediática– constituyen una dinámica por desgracia muy presente en más de una democracia del mundo actual. La relación compleja y cambiante entre medios, políticos y ciudadanos resulta importante y a veces preocupante no sólo en el contexto de unas elecciones excepcionales como las de 2004 y no tan sólo en España. En el caso de Estados Unidos, algunos estudiosos preocupados por la erosión en la calidad de la democracia hacen hincapié precisamente en el esfuerzo de algunos políticos de distorsionar la cobertura mediática de la política con el fin de polarizar al electorado en torno a temas secundarios y evitar que algunas de las preocupaciones ciudadanas más profundas se reflejen en los resultados electorales y las políticas públicas (Hacker y Pierson, 2005). La relevancia de la interacción entre políticos, medios y ciudadanos para la calidad de la vida democrática es palpable en muchos países. El libro de Sampedro y colaboradores nos ofrece datos y sucesos claves para entender la magnitud de la importancia de ese triángulo interactivo.

La comprensión de la democracia española que este libro aporta nos aleja de la idea de que todo lo que importa en política sea lo que hacen los políticos y, sobre todo, en el seno de las instituciones elegidas. Esa idea limitada de la política resulta insuficiente (aunque no totalmente incorrecta) en cualquier país. Pero el desfase entre la versión institucional y convencional de la política y el pulso real –mucho más amplio– del juego político es especialmente relevante en algunos casos como el de España. Una parte importante de la política es lo que los medios presentan como noticias, lo que los ciudadanos hacen en la calle y cómo los políticos se orientan ante esos dos escenarios. El enfoque empírico de estos libros, centrados en las elecciones de 2004, resulta de gran interés y para muchos apasionante. Pero el alcance de su aportación va mucho más allá de estos comicios. Sampedro y los demás autores nos demuestran que el estudio riguroso de la política ha de incluir los medios de comunicación y las acciones de los propios ciudadanos, sin perder de vista el papel crucial de los líderes y de las organizaciones políticas. Es más, la valoración o el balance que uno puede hacer sobre la calidad de la democracia española no puede resultar convincente sin tomar muy en cuenta el tema y las aportaciones empíricas de este libro.

Otro tema un tanto desolador pero de innegable importancia ha de constatarse al prologar un libro sobre las elecciones de 2004. El impacto trágico del terrorismo en la vida de los ciudadanos de muchos países en el contexto mundial actual trae consecuencias directas e indirectas, pero siempre profundamente lamentables. Las elecciones españolas de 2004 nos recuerdan que si algunos políticos intentan tergiversar la información que ofrecen a los ciudadanos con tal de sacar rentabilidad política de actos terroristas, corren un riesgo muy alto de que esa estrategia resulte contraproducente. Pero estas elecciones también nos avisan de la inmensa capacidad del terrorismo no sólo para acabar con muchas vidas humanas de personas sin relación alguna con las metas y preocupaciones de los terroristas, sino también para incitar una respuesta humana masiva y con una carga emocional muy superior a la que suele producir la vida política convencional. La catarsis colectiva que se produjo en España después del 11-M no puede entenderse salvo como un repudio contra la violencia injusta y cruel de quienes acaban de forma injustificable con la vida humana de otros. Las elecciones españolas de 2004 nos ofrecen pistas importantes para entender no sólo la democracia española actual sino también fenómenos de un interés humano profundo y universal. Este libro ofrece un enfoque empírico muy preciso y relevante, pero su significado va mucho más allá de unas elecciones celebradas en España en marzo de 2004.

Kellogg Institute
University of Notre Dame
Notre Dame, Indiana, EEUU
Octubre 2007

Referencias

Fishman, R.M. (2007) "On being a Weberian (after Spain's 11-14 March): Notes on the continuing relevance of the methodological perspective proposed by Weber" en Laurence McFalls (Ed.) *Max Weber's 'Objectivity' Reconsidered*. Toronto, University of Toronto Press.

Hacker, J.S., y Pierson, P. (2005) *The Republican Revolution and the Erosion of American Democracy*. New Haven, Yale University Press.

Sampedro Blanco, V. (Ed.) (2005) *13-M: Multitudes online*. Madrid, Los Libros de la Catarata.

PRÓLOGO

Víctor Fco. Sampedro Blanco

La campaña de 2004 mostró a los escépticos de la Comunicación Política, como disciplina académica y como actividad profesional, la importancia de la dimensión mediática de los procesos electorales. El papel jugado por los medios y las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación [NTIC, de aquí en adelante] fue clave. La precampaña gravitó sobre un escándalo periodístico –el “caso Carod”– y la política antiterrorista del Gobierno, ligada a la estrategia electoral del Partido Popular. El atentado del 11-M, acorde con la naturaleza “publicitaria” del terrorismo masivo, consideró los canales mediáticos como posibles altavoces de sus mensajes y empleó los teléfonos móviles como detonadores letales. La confusa reacción del sistema político-informativo a los atentados y el uso que la ciudadanía dio a Internet y a los SMS alteraron los perfiles de la esfera pública hasta ahora conocida. Nos hallamos, por tanto, ante una campaña electoral (en principio, gestionada por políticos, periodistas y publicitarios) que debió encarar “otras campañas” (de actores rivales y hasta antagónicos).

A pesar de la trascendencia de aquellos procesos, la respuesta del periodismo español apenas ha sido analizada con un mínimo de rigor¹. La clamorosa falta de autocritica entre los sectores profesionales, el inexistente control democrático de los medios públicos o el relativo silencio de la academia que se ocupa de estos temas resultan patentes, así como sus nocivas consecuencias.

Las Asociaciones de la Prensa apenas han convocado a sus miembros para debatir sobre estos asuntos, inmersas como están en las luchas mediático-políticas que se libraron entre el 11-M y el 14-M, y que, desde entonces, no han hecho más que recrudecerse. La Comisión del 11-M, incapaz de consensuar una política antiterrorista común, aún lo fue más a la hora de revisar el comportamiento de los medios de titularidad pública. Ni un solo directivo fue llamado a declarar y, menos aún, cesado por un comportamiento que en la mayoría de los casos apenas merecería el calificativo de profesional. Situación que se repite en los medios privados, que parecen haber gratificado (en lugar de purgado) las irresponsabilidades manifiestas de algunas figuras mediáticas hoy en boga. Pertenecientes a bloques mediáticos que se presumen antagónicos, las “estrellas” del periodismo español coincidieron en la exhibición de algunas prácticas que resultan a todas luces condenables, en el plano profesional e incluso legal. Explican su persistencia la falta de (auto)crítica y la consiguiente impunidad, incluso en términos de pérdida de credibilidad y prestigio.

La constancia de lo antes expuesto motivó un libro previo (Sampedro, 2005) en el que dimos cuenta de cómo se generó la cibermovilización de la jornada de reflexión del 13 de marzo. Demostramos entonces que se trató de una reacción autónoma de la ciudadanía, frente a una situación de “colapso de la esfera pública”, que se mostró incapaz de cumplir unas funciones democráticas mínimas. Esta es la tesis que seguimos sosteniendo y que ha sido aceptada por la mayoría de los autores que se han ocupado de

¹ Una excepción a esta afirmación serían los trabajos recopilados por Vara, Virgili, Jiménez y Díaz (2006), volumen en el que colaboramos algunos autores de este libro; o el trabajo de Rafael Durán (2006).

este episodio². El tiempo transcurrido y la profundización de nuestras investigaciones sobre el 13-M nos han permitido, sin embargo, incorporar algunos matices.

La ausencia total de financiamiento y apoyo institucional al trabajo aquí presentado ha sido suplida, como en ocasiones anteriores, sumando esfuerzos personales (y hasta familiares) y ganas. Los capítulos han sido elaborados por investigadores, no siempre asentados profesionalmente y pertenecientes a distintas disciplinas y universidades. Algunos datos han sido recopilados con la ayuda de nuestros alumnos de licenciatura y postgrado (capítulos 1 y 6). Así se lo reconocemos, expresándoles nuestra gratitud cuando recurrimos a ellos y compartiendo la autoría de los textos cuando colaboraron en ulteriores análisis. Otros capítulos se gestaron en foros académicos, como los congresos de la Asociación Española de Ciencia Política, que hemos ido consolidando como puntos de encuentro y debate.

La suma de nuestras investigaciones cubre un periodo amplio con la pretensión de ofrecer una perspectiva contextual. Partimos del análisis de la precampaña en enero de 2004, a tres meses de los comicios, y extendemos el periodo de estudio a la semana post-electoral. Intentamos así mostrarnos sensibles a una comunicación política que, desplegada en los 365 días del año y centrada en influir en la siguiente elección, ha generado campañas electorales permanentes. Además, el dilatado marco temporal nos brinda la ocasión de engarzar las dinámicas aquí detectadas con procesos posteriores a las elecciones de 2004 y que en ellas encuentran gran parte de su razón de ser. Me refiero, en concreto, a la bipolarización antagonista de nuestro sistema político-informativo.

Abarcamos un amplio abanico de medios. Nos ocupamos del papel jugado por los periódicos de referencia (capítulos 1, 3, 5 y 6), las televisiones públicas y privadas (capítulos 2, 3, 4, 5) y las NTIC (capítulos 4 y 7). Consideramos que los periódicos difunden los flujos de comunicación hacia el sector del público más atento; siendo los diarios de alcance nacional la principal referencia para las agendas de los medios audiovisuales; al menos, en lo que se refiere a los grandes temas electorales. Las televisiones nos ofrecen el discurso electoral dominante y más accesible al público menos interesado. La inclusión de los medios de alcance autonómico o regional (capítulos 1 y 5) garantiza una mirada más amplia del sistema informativo español. Y, finalmente, las versiones digitales de los medios convencionales, las webs y los correos electrónicos de los partidos (capítulos 4 y 7) han sido examinados para desvelar si sirven para establecer flujos dialógicos entre los votantes más informados y participativos y los candidatos.

No menos importante, atendemos a la doble dimensión de los medios como motores y/o reflejo de la opinión pública “agregada” y “discursiva” (Sampedro, 2000). Es decir, consideramos al público como futuro cuerpo electoral (cuyos votos serían agregados en la votación del 14 de marzo), pero añadimos su papel como actor social (capítulo 6). Así analizamos los procesos deliberativos que pudieron haberse generado tanto en los

² Lo cual resulta cierto, incluso en aquellos autores que se muestran más escépticos –aunque sin aportar pruebas empíricas contrarias ni argumentos alternativos bajo una lógica científica– frente a nuestro libro; véase, por ejemplo, Dader (2006). Véase, en cambio, el refrendo a nuestro trabajo brindado por Seoane (2006), García Luengo (2006) en revistas académicas de referencia; o las reseñas de Gil Calvo (2005), Sarabia (2005) y de Lucas (2005) en los suplementos literarios de medios con líneas editoriales contrapuestas.

medios convencionales (capítulo 6) como a través de los nuevos dispositivos tecnológicos empleados en campaña (capítulo 7). Los marcos teóricos y las herramientas metodológicas que aplicamos han sido desarrollados en trabajos previos.

Hemos puesto a prueba el potencial heurístico de varias nociones expuestas en el libro *Opinión pública y democracia deliberativa* (Sampedro, 2000). Entendemos la agenda mediática como expresión de la agenda pública que acabarían asumiendo los votantes antes de acudir a las urnas. De ahí que concebimos el control de la agenda informativa como uno de los objetivos más importantes de toda estrategia electoral. Al fijar la atención de los ciudadanos en unos cuantos temas y enmarcarlos con determinados argumentos políticos (*frames*), los periodistas habrían destacado ciertas debilidades y/o virtudes de los candidatos en liza (*priming*), primando así la posible victoria de alguno de ellos. La agenda mediática, cuya construcción detallamos en varios capítulos, fue disputada por las elites políticas y periodísticas, los terroristas y la propia ciudadanía. De modo que estas elecciones se manifiestan como un excelente banco de pruebas para testar el poder mediático de cada uno de estos actores y la eficacia de sus estrategias para “establecer” una agenda electoral propia, “redefinir y bloquear” las de sus adversarios (Sampedro, 1997).

Esta competencia se libra en una “esfera pública central”, representada en nuestros estudios por la prensa diaria de referencia y los canales televisivos en abierto de alcance nacional. En las “esferas públicas periféricas” se encuentran los medios regionales, la acción colectiva del tejido social, los medios no convencionales, las herramientas telemáticas y los dispositivos tecnológicos de la ciudadanía. Creemos que esta doble mirada da cuenta de la complejidad de un sistema informativo que ha dejado de estar monopolizado por los medios madrileños de ámbito estatal y por los flujos partidarios o corporativos.

Por ello hemos comprobado la “estructura de oportunidad mediática” que se les ofrecía a los actores que pugaban por imponerse en las plataformas centrales y periféricas de la esfera pública española. Adaptamos ese concepto, procedente de la literatura de los movimientos sociales, para referirnos a las condiciones que le permiten a la sociedad civil intervenir en los mensajes mediáticos con autonomía y ejerciendo cierto control sobre la representación periodística de sus intereses.

Quizás revistan especial interés teórico y empírico, por su novedad, los análisis guiados por determinados autores. Consideramos estas elecciones como un “caso excepcional”, en la estela del profesor Giorgio Grossi (1985), para imprimir profundidad analítica y perspectiva sistémica a los resultados aquí expuestos. De este modo, el contexto de crisis que analizamos revelaría las dinámicas más profundas y asentadas de nuestro sistema político-informativo. Cuando testamos el nivel de “negativismo” de los medios audiovisuales e impresos, comprobamos también sus posibles efectos sobre el crecimiento del cinismo o la desafección política de los televidentes frente a los lectores de diarios. Aplicamos también la noción de “media event” de Dayan y Katz (1995) a determinados procesos de construcción y control de la agenda mediática. Enfatizamos así la dimensión durkhemiana de la comunicación política, que no sólo recurre a argumentos racionales, sino también (y de modo creciente) a promover rituales simbólicos de cohesión social. Las estrategias empleadas en la construcción del escándalo centrado en el caso Carod y la manifestación institucional del 12-M pueden considerarse ejemplos paradigmáticos.

Por último, aplicamos también por primera vez en España (hasta donde alcanza nuestro conocimiento) la teoría de “la mentira prudente” de T. Kuran. Un autor que ya habíamos postulado en nuestras críticas a la hegemonía académica que sigue gozando la “espiral del silencio” formulada por E. Noelle-Neumann (Sampedro, 2000: 100-107; 140-152) y cuya aplicación empírica ya avanzamos (Sampedro, 2005: 229-278). La conocida autora alemana no habría podido explicar por qué las ciberconvocatorias del 13-M rompieron la espiral de silencio pretendida por el *media event* de la mayor manifestación (la del 12-M) jamás celebrada en España. El asesinato en Pamplona de una persona disidente con el mensaje de condena a ETA no podía elevar más la amenaza de sanción a la “minoría” discrepante con la versión oficial. Confiamos en haber alcanzado una explicación de lo ocurrido cuando, en lugar de silencios, analizamos la evolución de las mentiras prudentes que los políticos y periodistas profesionales emitieron durante aquellos días. Y, no menos importante, avalamos el papel democrático desempeñado por los desobedientes civiles que irrumpieron en la jornada de reflexión.

Las metodologías desplegadas son múltiples, combinan la aproximación cuantitativa y cualitativa. Abordamos el análisis de textos escritos, audiovisuales y digitales³; así como las cuotas de audiencia de los distintos medios. El análisis de contenido ha servido para identificar los temas (*issues*) de la agenda, sus *promotores* informativos y las *fuentes* periodísticas, constatando si figuraban como atribuyentes o atribuidos –según su grado de iniciativa discursiva–; y si el enfoque negativo primaba sobre otros más propositivos y menos episódicos. Hemos recurrido al análisis de discurso, sobre todo, para identificar los marcos discursivos imperantes; en la línea que señalábamos en trabajos anteriores (Sampedro, 1997: 37-47; 2000: 70-74). También hemos recurrido al diseño experimental y a la observación participante en lo que respecta al estudio de las webs y los foros de los partidos.

Cada uno de los seis capítulos puede leerse de forma independiente, sin embargo, sumados componen un argumento común y secuencial, fruto de la coordinación de nuestros análisis.

El capítulo primero aborda la construcción mediática del “caso Carod”, que revela el férreo control de la agenda de la prensa de Madrid y Barcelona por parte del Gobierno. Este es el punto de partida de la espiral de silencio que se quiso imponer a partir del 11-M. Entonces, las condenas a ETA –aunque se supiese o dudase de que no era la responsable de los atentados– se convirtieron en prerequisite de éxito electoral. No hubiera sido así si el contexto discursivo anterior a las explosiones no estuviese dominado por los temas proyectados por el caso Carod y que favorecían la estrategia electoral del Gobierno.

El capítulo segundo desvela el alto grado del control mediático ejercido por el PP. Durante los diez días de campaña oficial logró destacar y enmarcar en las televisiones tres temas muy interrelacionados: Unidad de España, Terrorismo y Coaliciones de

³ El número de textos analizados es 779 piezas informativas y de opinión de *El País*, *Abc*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *El Periódico* (cap. 1); 280 noticias de los telediarios de TVE1, Antena 3, Tele 5 y Canal + (caps. 2 y 3); casi cien referencias a noticias de TVE1, Antena 3, Tele 5, Canal +, ETB2, Canal Sur, *La Vanguardia*, *El Mundo* y *El País*; 675 piezas informativas y de opinión de *El País*, *Abc* y *El Mundo* (cap. 6) y unos 400 mensajes del foro del Partido Popular (cap. 7).

Gobierno. Los tres asuntos reverberaban entre sí y se asentaban sobre el precedente del caso Carod, intentando deslegitimar al PSC-PSOE y sus posibles socios de gobierno. Observamos también que aunque las televisiones proyectaron agendas coincidentes, ofrecían rasgos distintivos que señalaban su filiación partidaria en torno a los dos grandes partidos.

El capítulo tercero completa el análisis de los alineamientos político-editoriales evidenciados en las agendas televisivas. Añade que el negativismo primó en la televisión, sobre la prensa escrita. La agenda televisiva común concentraba el tono negativo en la tríada de *issues* que tanto favorecían al PP y en los medios hostiles a este partido se reproducía dicho negativismo. Confirmamos así la “polarización pluralista”, que según D. Hallin y P. Manzini (2004) caracteriza nuestro sistema mediático⁴, pero la reformulamos como “bipolarización antagonista” entre los medios alineados con el Gobierno y los que se inclinaban hacia el principal partido de la oposición.

El capítulo cuarto se centra en analizar cómo el 11-M responde a la tipología de “caso excepcional”, evidenciando las dependencias político-mediáticas y las rutinas profesionales más asentadas del sistema informativo español. Este desembocó en un colapso de la esfera democrática con el “evento mediático” de las manifestaciones oficiales del 12-M; que pretendían publicitar la agenda electoral del PP y que fue cuestionada por las auto-convocatorias del 13M.

El capítulo cinco se centra en la información difundida entre el 11-M y el 14-M. Detalla cómo los flujos dominantes respondieron a una espiral de “mentiras prudentes”; ya que inicialmente los políticos y los periodistas con mayor visibilidad fueron incapaces de condenar a ETA como autora de los atentados y no denunciaron la estrategia de desinformación del Gobierno. Las protestas ciudadanas de los días 12 y 13 se perfilan como factores clave para que los partidos y medios de la oposición rebajaran sus “umbrales” para expresar su disidencia y percibieran la utilidad de publicitarla, en lugar de las mentiras prudentes que antes emitieron.

El capítulo sexto analiza la agenda ciudadana o social; es decir, los temas y asuntos públicos promovidos por las acciones y movilizaciones colectivas de la sociedad civil. Su mayor extensión obedece al intento de detallar paso a paso en qué medida fueron recogidas por la prensa sus demandas. Probamos que en campaña cada diario de referencia intentaba promover las agendas electorales de los partidos afines a cada medio. Entre el 11-M y el 14-M primó el retrato más sensacionalista (como víctimas y los duelos posteriores), menos politizado y más reactivo (el voluntariado) de la sociedad civil. En principio la campaña oficial se suspendió en la mañana del 11 de marzo. Pero los marcos discursivos referentes a los atentados, la convocatoria y cobertura de las manifestaciones del 12-M, la del asesinato en Pamplona y la del 13-M se revelaron de forma progresiva como apoyos electorales que cada medio brindaba a su aliado partidario. Por último analizamos la semana postelectoral, mostrando cómo tras el 14-M el PP logró visibilizar e impulsar mediáticamente el ciclo de movilización que mantuvo frente al nuevo Gobierno salido de las urnas.

⁴ Autores que para avalar esa etiqueta recurren al trabajo previo de Sampedro (1997) sobre el movimiento contra el servicio militar y los medios de comunicación, desde el franquismo hasta las últimas legislaturas socialistas.

El capítulo séptimo y último se ocupa de las webs y foros de los partidos en campaña. Señala que sólo en un sentido muy limitado sirvieron de plataforma para la expresión y el debate entre votantes y candidaturas. No se sostiene, por tanto, el modelo de la democracia deliberativa con el que se intenta avalar el uso electoral de las NTIC. Dichas herramientas telemáticas o no estaban activas o, como en el caso del PP, sirvieron para transmitir una falsa impresión de apertura, no exenta de censura y desinformación.

Unos cuantos datos de este libro ya han visto la luz en algunas publicaciones. Los gráficos de la evolución del Caso Carod fueron reseñados en *13-M Multitudes online* (Sampedro, 2005: 234 y 270), aunque apenas los analizábamos. Una parte del capítulo de las agendas televisivas fue seleccionada para figurar en una obra colectiva reciente (Vara, Virgili, Jiménez y Díaz, 2006: 207-223), tras presentarla en el XIX Congreso Internacional de Comunicación en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. Fue fruto de una colaboración inicial con el GICE (Grupo de Investigación sobre Campañas Electorales) que, muy a pesar de ambos equipos, no cuajó en posteriores trabajos. Finalmente, una versión muy abreviada de los dos primeros capítulos (y que los compendia sólo en parte) formará parte de un volumen del CIS, centrado en las elecciones de 2004⁵ y que pretende realizarse tras cada comicio legislativo. Son pruebas adicionales de nuestro intento de realizar un análisis pegado a la realidad, casi en tiempo real, de un panorama comunicativo que tanto nos interesa como investigadores y ciudadanos.

Por no haber contado con ningún proyecto ministerial ni formar un grupo de investigación consolidado, los autores quisiéramos agradecer a la Universidad Rey Juan Carlos y a la Universidad de Granada el apoyo recibido de ambas instituciones, en sendas convocatorias de los programas internos de fomento a la investigación y a la innovación docente. Recursos que se destinaron, sobre todo, a la edición de los DVD que ofrecemos como regalo y que acompañan el Manual Didáctico de *Televisión y Urnas. 2004*. Este segundo libro aporta ejemplos de análisis, sencillos y pedagógicos, sobre las imágenes televisivas de varias temáticas abordadas aquí.

Pretende acercar estos estudios académicos a un público general, que abarca desde alumnos de secundaria hasta universitarios. Continúa el precedente de *Televisión y urnas. 2000* (Jerez, Sampedro y Tucho, 2000). del cual distribuimos más de 500 copias gratuitas, y que fue editado por el Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid. Se ha convertido desde entonces en un recurso pedagógico de muchas facultades de Comunicación, Ciencias Políticas y Sociología de España y alguna del extranjero. Receptividad que, esperamos, se repita. Especial gratitud le debemos al director del Servicio de Publicaciones de la URJC, Enrique San Miguel, por su confianza y aliento, incondicionales desde un principio.

Por último y a título personal, quisiera agradecer a los (co)autores de estos análisis su total implicación en este proyecto, al margen de jerarquías y plusvalías académicas. En el caso de Óscar García Luengo y Rafael Durán, su generosidad llegó al extremo de incluir mi nombre como coautor de los textos que ahora firman en solitario. Me permitieron así presentarlos a un segundo ejercicio de habilitación de cátedras, junto

⁵ “Agendas electorales y medios de comunicación en la campaña de 2004” en Montero, José Ramón; Lago, Ignacio y Torcal, Mariano. *El votante español: electores y partidos en las elecciones de 2004*. CIS. Madrid. 2006.

con el resto de trabajos aquí presentados, como investigación original que había coordinado. De nada sirvió el gesto de mis compañeros, excepto como prueba de su talla humana; difícil de encontrar en un contexto universitario que a veces resulta indiferente, cuando no hostil, a iniciativas como esta.

Madrid, junio de 2007.

Víctor Fco. Sampedro Blanco.

www.nodo50.org/victorsampedro

Referencias

Dader, J.L. (2006) “Cibercomunicación y Pseudoperiodismo en el 11-M: Patologías de crisis en una Democracia Débil”, en *Comunicación y Pluralismo* (Universidad Pontificia de Salamanca), nº 1.

Dayan, D. & Katz, E. (1995) *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Barcelona: Gustavo Gili.

De Lucas, J. (2005). “Recensión de *13-M: Multitudes on line*”, en *Le Monde Diplomatique*, mayo, nº 115.

Durán, R. (2006). “La caverna en tiempo de crisis y elecciones. Del 11-M al 14-M en TVE”, en *Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas* (RIPS), primavera, vol. 4, nº 2, pp. 219-39.

García Luengo, Ó. (2006) “Recensión de *13-M: Multitudes on line*” *Journal of Communication*. Nº 21(1). www.nodo50.org/multitudesonline/EJC_20original_20_20recensi_F3n.pdf

Gil Calvo, E. (2005) “Red espontánea contra Aznar”. *El País, Babelia*, 13 de agosto. www.elpais.es/articulo/elpbabens/20050813elpbabens_4/Tes/

Grossi, G. (1985) *Rappresentanza e rappresentazione*. Milano: Franco Angeli.

Hallin, D. y Mancini, P. (2004) *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Jerez, A.; Sampedro, V. y Tucho, F. 2000. *Televisión y urnas, 2000. Políticos, periodistas y publicitarios*. Manual didáctico. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Universidad Complutense de Madrid. Madrid.

Sampedro, V. F. (1997) *Movimientos sociales: debates sin mordaza. Desobediencia civil y servicio militar (1970-1996)*. Madrid. Centro de Estudios Constitucionales.

Sampedro, V. F. (2000) *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Istmo, Ciencia Política, 172.

Sampedro, V. F. Ed. (2005). *13-M: Multitudes on line*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

Sarabia, B. (2005) “Recensión de *13-M: Multitudes online*”, en *El Mundo. El Cultural*. Octubre. www.elcultural.es/HTML/20051006/Letras/LETRAS12855.asp

Seoane, F. (2006) “Recensión de *13-M: Multitudes on line*”, en *Journal of Communication*, Marzo 2006, Vol. 56 Issue 1, pp. 219-222.

Vara, M.; Virgili, J. R.; Jiménez, E. y Díaz, M. Eds. (2006). *Cobertura informativa del 11-M*. Pamplona: EUNSA.

(Co)autores

- Víctor Sampedro, Ricardo Vizcaíno-Laorga, Fernando Vizcaíno (profesores de Comunicación), José Manuel Sánchez Duarte, Bruno Carriço Reis y Andrea Reis (becarios doctorandos) pertenecen a la Facultad de Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.
- Ariel Jerez es profesor de Ciencias Políticas de la Universidad Complutense de Madrid.
- Óscar García Luengo es profesor de Ciencia Política en la Universidad de Granada.
- Rafael Durán es profesor de Ciencia Política en la Universidad de Málaga.
- Andreu Casero es profesor de Comunicación en la Universitat Jaume I de Castelló.