



---

**Universidad de Valladolid**

**CURSO 2013-2014**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**UN ANÁLISIS EN *EL PAÍS* Y *EL MUNDO* DE LAS  
GESTIÓN COMUNICATIVA DEL PRESIDENTE DEL  
GOBIERNO, MARIANO RAJOY, EN TRES CASOS:  
EL RESCATE BANCARIO, EL CASO BÁRCENAS Y  
EL REFERÉNDUM ACERCA DE LA  
INDEPENDENCIA DE CATALUÑA (2011-2013)**

**Alumnao: Bárbara Rivas Espina**

**Tutora: Salomé Berrocal Gonzalo**

**Convocatoria: Junio de 2014**

## ÍNDICE

Introducción.....	3
Justificación del tema.....	3
Objetivos y preguntas .....	4
Hipótesis de la investigación.....	5
Metodología.....	5
Estructura.....	6
1. Capítulo 1. El líder político en la nueva comunicación política.	
1.1. El papel de la televisión en la transformación de la comunicación política...7	
1.2. La americanización y la personalización política.....8	
1.3. Características del nuevo líder político Agentes.....10	
1.4. La americanización política en España.....12	
1.5. Planteamientos teóricos para una buena comunicación.....14	
2. Capítulo 2. Contextualización de las informaciones referidas al rescate bancario, el independentismo catalán y el caso Bárcenas según <i>El País</i> y <i>El Mundo</i>	
2.1. Contextualización histórica.....17	
2.2.Contextualización de los diarios seleccionados para el análisis.....22	
3. Capítulo 3. Un análisis en <i>El País</i> y <i>El Mundo</i> de las informaciones referidas al rescate bancario, el independentismo catalán y el caso Bárcenas.	
3.1.Metodología de la investigación empírica.....26	
3.2. Un análisis en el diario <i>El País</i> de las informaciones seleccionadas.....33	
3.2.1Caso Bárcenas.....34	
3.2.2 Rescate bancario.....37	
3.2.3 Independencia de Cataluña.....42	
3.3. Un análisis en el diario <i>El Mundo</i> de las informaciones seleccionadas.....	
3.3.1 Caso Bárcenas.....46	
3.3.2 Rescate bancario.....,50	
3.3.3 Independencia de Cataluña.....55	
4. Conclusiones.....59	
5. Referencias bibliográficas.....65	
6. Anexos.....68	

## **1. Introducción**

Este trabajo que se presenta a continuación pretende analizar mediante los dos diarios de referencia en nuestro país la gestión comunicativa del actual gobierno español. El periodo de estudio abarca tres puntos concretos de la legislatura; el rescate bancario entre el 10 y el 17 de junio de 2012; el Caso Bárcenas entre el 1 y el 6 de febrero de 2013 y la consulta para la soberanía catalana entre el 14 y el 20 de septiembre. La técnica utilizada ha sido el análisis de contenido y el objetivo de este estudio ha sido principalmente analizar el plano de la comunicación política actual desde la perspectiva de la clase política y de los medios de comunicación, así como la repercusión social de estas.

### **1.1 Justificación del tema**

En primer lugar cabe señalar que para esta investigación se ha tenido en cuenta de forma primordial la teoría *Two Step Flow* (Lazarsfeld; Katz, 1955) en la que se afirma que la prensa es una fuente histórica válida para explorar un hecho reseñable dentro de un país. Es por esto que los medios de comunicación nacionales recogen diariamente los movimientos de la clase política española en sus páginas. En ellas, además, critican o alaban la gestión del gobierno de la nación teniendo en cuenta sus actuaciones, decisiones o incluso, la estrategia comunicativa llevada a cabo; cuestión que parece cada día más importante. Desde la investidura de Mariano Rajoy como Presidente del Gobierno, la forma que ha tomado el plan comunicativo del gobierno ha variado con respecto a anteriores mandatos, hasta gestionarse de forma poco habitual. Es por esto que el análisis de algunos puntos concretos de la legislatura, pueden dar luz a cuál es esta estrategia.

Por las características propias de este trabajo fin de grado se han seleccionado únicamente tres de esos acontecimientos importantes del mandato, teniendo en cuenta la importancia de los mismos y la diversidad temática de todos ellos.

En primer lugar se decidió analizar el Caso Bárcenas desde el día siguiente a que el diario *El País* publicara la supuesta contabilidad B de su ex tesorero, el 1 de febrero de 2013; hasta el día 6 de febrero. En los tres casos se han contabilizado 7 días debido a la que los tres temas tienen una inmensa amplitud pero perdían importancia a partir del séptimo día.

Por otra parte, con respecto al rescate bancario se seleccionó el 10 de junio como fecha de inicio por ser donde se recogería el anuncio del mismo. Finalmente, la fecha más difícil de seleccionar fue la referente al debate soberanista catalán. A pesar de esto, y por el aspecto comunicativo de esta investigación se decidió finalmente fijar el 14 de septiembre por ser ese día el que se anuncia la respuesta oficial a la misiva en la que Artur Mas solicitaba una consulta por la independencia catalana.

## **1.2 Objetivos y preguntas que han fundamentado la investigación**

Los objetivos que se quieren alcanzar en esta investigación son:

1. Avanzar en el campo de la comunicación política, acercándose en este sentido a un caso concreto que aun no ha sido analizado desde este punto de vista, comprobando si el tipo de comunicación política llevada a cabo por el Ejecutivo de Mariano Rajoy es efectiva.
2. Analizar hacia dónde se dirigen las estrategias políticas de los líderes políticos actuales.
3. Analizar cuál es el tratamiento periodístico que otorgan los medios, siendo estos actores principales en la creación de la opinión pública e incluso de las decisiones y actuaciones políticas.
4. Conocer cuáles han sido las repercusiones sociales de las actuaciones políticas del Gobierno, tomando como muestra los tres casos analizados.

Otro aspecto a destacar deben ser las preguntas que han fundamentado la investigación y que han derivado en el establecimiento de una serie de hipótesis concretas. Entre estas cuestiones se establecen las siguientes:

1. ¿Cuál ha sido la comunicación política del Partido Popular ante un escándalo de corrupción que apunta directamente al Presidente del Gobierno?
2. ¿Ha reaccionado de forma correcta el Ejecutivo ante la firme declaración de independencia del gobierno de Artur Mas?
3. ¿Es la pasividad el término que define a Mariano Rajoy en su forma de hacer política?
4. ¿Supuso el rescate bancario el inicio de la pérdida de credibilidad del Gobierno?

5. ¿Por qué el PP sigue siendo, en las encuestas, el partido que ganaría las elecciones?

### **1.3 Hipótesis**

En la misma línea de los objetivos y las preguntas expuestas en los puntos anteriores, las cuatro hipótesis formuladas con el objetivo de ser confirmadas o desechadas al final de esta investigación, gracias al análisis de los diarios son las siguientes:

1. *El Mundo* otorgará trato de favor al Gobierno del Partido Popular, mientras que *El País* criticará duramente la gestión del Ejecutivo.
2. Las declaraciones de los miembros del Partido Popular y/o del Gobierno serán mayoritariamente disuasorias en los tres casos estudiados.
3. Mariano Rajoy no es un ejemplo de líder carismático pero otras características llevan al ciudadano a mostrar confianza en su persona.
4. A pesar de todo, la comunicación política que ha llevado el Gobierno en los tres casos ha tenido el efecto deseado.

### **1.4 Metodología**

#### **Análisis de contenido**

Esta técnica es la más utilizada en las investigaciones relativas al campo de las ciencias sociales. Berelson (1952) aseguró que este método sirve para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación.

A pesar de esto, el análisis de contenido entraña otro aspecto que Berelson no menciona en su trabajo que es el perfil cualitativo que puede llegar a entrañar. (Wimmer y Dominick, 1996). Por lo tanto, y teniendo ahora en cuenta a Krippendorff (1990) esta técnica permite por sus características formular, a partir de ciertos datos, deducciones válidas que pueden aplicarse al contexto seleccionado.

Para situar la investigación presente en ese escenario específico hay que ceñirlo tanto a un marco teórico concreto, a partir de una documentación teórica previa al análisis que también se ha llevado a cabo en esta investigación y, por otro lado a un

periodo de análisis de la actualidad de los medios adecuada. En este caso, se ha tomado como punto de partida una noticia puntual relevante y se ha seguido durante una semana, cuando en general estas perdían clara importancia para los medios.

### **1.5 Estructura del trabajo**

Esta investigación se articula en tres partes diferenciadas. En primer lugar, el capítulo 1 se ciñe a un repaso teórico sobre la evolución de la comunicación política desde la aparición de la televisión, como medio transformador del campo de estudio, hasta la actualidad. A lo largo del segundo capítulo se ha pretendido hacer una breve contextualización ideológica de los diarios así como de su tirada y número de lectores actual, para justificar de manera más pormenorizada el porqué de la elección de estas cabeceras y no otras.

También esta continuación ha pretendido contextualizar la situación en la que se han desarrollado los hechos analizados, el rescate bancario, el estallido del Caso Bárcenas y del independentismo catalán. Además de esto, el segundo capítulo de la investigación muestra una explicación pormenorizada de cada uno de los elementos utilizados en la plantilla de análisis.

Los dos capítulos restantes abarcan los resultados provenientes del trabajo de campo realizado, con una exposición de los porcentajes obtenidos con el análisis de las piezas informativas en ambos diarios. Los argumentos, tendencias y prioridades de cada uno de estos periódicos se han expuesto de manera conjunta bajo la misma cabecera para se aprecien de forma clara los diferentes resultados sobre los mismos temas.

En un siguiente término se presentan las conclusiones de la investigación, tomando como prioridad la verificación o refutación de las hipótesis planteadas al inicio. También se han recogido las diferencias más evidentes entre ambos diarios y también una interpretación de la estrategia comunicativa del Gobierno a partir de la información obtenida en *El País* y *El Mundo*. Tras realizar estas consideraciones, se incluye una serie de referencias bibliográficas en la que se ha apoyado este trabajo; como manuales especializados, libros, artículos u otros trabajos de investigación.

## **Capítulo 1. El líder político en la nueva comunicación política.**

### **1.1 El papel de la televisión en la transformación de la comunicación política**

Históricamente el poder y la comunicación han convivido juntos y la importancia de uno sobre otro ha construido una relación que aun perdura en el tiempo. En la actualidad el papel que desempeñan todos los medios de comunicación en relación al poder puede resultar nuevo pero, no hay que olvidar que esa relación procede de una tradición política gestada a lo largo de los siglos y en la cual la libertad de prensa tuvo mucho que ver.

La comunicación política como campo especializado no alcanza su reconocimiento por la comunidad académica hasta las últimas décadas del pasado siglo y Estados Unidos sirve de cuna para el desarrollo de este nuevo ámbito de estudio. La diferente realidad social, política, académica y mediática que vive este país, es lo que hizo a Norteamérica desmarcarse de Europa en este ámbito. La investigación en comunicación política en EEUU se asentaba ya sobre un marco político y mediático consolidado, con una gran complejidad y desarrollo, y una base investigadora en el plano de lo electoral que abrió el camino a la búsqueda de nuevas teorías y explicaciones de los fenómenos que se estaban desarrollando entre la política y la comunicación.

La fecha orientativa de la aparición de este nuevo medio en la política norteamericana data de la campaña electoral de 1936, en la que ya se realizaron experimentaciones muy sencillas, pero en las cuales se llegó a la conclusión de que las apariciones de los líderes políticos en este medio serían lo habitual en un futuro a corto plazo.

Pocos años más tarde, en 1948, solo el 3% de los hogares americanos contaban con un televisor en sus casas pero cuando en 1952, Eisenhower, recurra a la televisión para aumentar su estimación de voto, el porcentaje es ya del 45%. A pesar de todo, este nuevo medio no trajo consigo un efecto importante en los índices de participación como hizo años antes la radio. Estaba claro que los efectos televisivos debían ser encontrados en otros aspectos. Será el enfrentamiento electoral por la presidencia entre Kennedy y Nixon en 1960 traerá consigo un nuevo modelo de comunicación política que aun hoy se sigue llevando a cabo, los debates electorales.

Mientras tanto, en Europa, la televisión fue una víctima más de la II Guerra Mundial y se usó como un mecanismo de propaganda de los gobiernos de las naciones en guerra y su desarrollo en este ámbito fue mucho más lento.

Volviendo a EEUU, la televisión seguía su camino de penetración en la sociedad y los mensajes políticos, que crecían exponencialmente, alcanzaban sectores de la ciudadanía a los que antes no llegaba, consiguiendo ese estatus de principal fuente de información política que aun hoy mantiene. La personalización de la información y por lo tanto, de la política, acabarán con la identificación y lealtad partidista de los ciudadanos provocando desapego político y un nuevo comportamiento electoral más libre. Esta situación cambia la realidad informativa que predominaba hasta entonces para ciudadanos, políticos y periodistas. Es por esto que la presencia de los políticos en los medios se acentúa y su labor será vigilada permanentemente.

Es en torno a los años 90 cuando se produce la expansión de las investigaciones en uno y otro lado del Atlántico basadas en las transformaciones, avances y presencia que los medios habían traído a la democracia, llegando a denominar a este sistema político como “democracia mediática” o “democracia centrada en los medios”. La realidad política y mediática imperante era absolutamente diferente a la de épocas pasadas, en la que la influencia de los medios en la decisión de voto era el problema que traía de cabeza a los investigadores. Poco a poco, la televisión se ha ido situando como epicentro de la comunicación política por ser la que ha exportado e introducido esta nueva forma de hacer política y periodismo en todo el mundo.

## **1.2 La americanización y la personalización política**

El término “democracia mediática” nace del reconocimiento de ciertas similitudes en un gran número de democracias, tratándose de un nuevo tipo de sistema político, alejado del tradicional parlamentarismo y sustentado en los medios de comunicación, especialmente en la televisión. Este nuevo término no debe separarse del de americanización que según (Rospir, 1999:21) “es el proceso recíproco de influencia y de imitación de un estilo de hacer y entender la política y el periodismo nacidos y desarrollados en Estados Unidos”.



Ahora es el conocido como “infoentretenimiento” el que impera como nueva cultura profesional, que hace entremezclarse información política con géneros y formatos procedentes de otras áreas de programación. Esta situación ha traído consigo críticas en las investigaciones sobre comunicación política. Giovanni Sartori con su obra *Homo Videns (1998)*, se refería al “imperialismo de la televisión” diciendo de ella que “produce imágenes y anula conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender” (1998:17). Para Sartori la “videopolítica” instaurada en el mundo actual, pretende “la desconceptualización del discurso político, la transformación de la política en lo que conocemos como *show business*, la dramatización de lo trivial y la manipulación de la cultura democrática. (Sartori, 1998: 78).

Esta política del espectáculo asienta principalmente sus cimientos en el fenómeno de la personalización política. Los líderes políticos pretenden captar la atención de los televidentes como si de una obra teatral se tratase. Schwartzberg en su libro *El show político. Ensayo sobre y contra el star system en política* (Schwartzberg, 1978: 93), habla de que estos candidatos, se dedican a vender su imagen. Para ello, es necesario adecuar los mensajes al medio televisivo para potenciar esa visión de sí mismos y también, en segundo plano, el de su discurso.

La razón de esta adaptación es que la televisión tiene una gran capacidad para simplificar contenidos y presentarlos a gran velocidad así como para determinar quién, cómo y de qué forma se reparte la cobertura de la información política, basada principalmente en el interés humano. La conocida como política de visibilidad expone la idea de que hoy en día la política sin la televisión sería inviable porque proporciona una gran visibilidad y es de obligado cumplimiento para los líderes aparecer en ella para ganarse un espacio en la mente del televidente y notoriedad en la lucha política.

Paradójicamente la democracia era un método que se creía infalible para evitar esta situación que hoy en día se vive, ya que se concebía como el mejor sistema político para luchar contra los totalitarismos, pero en realidad, al caer en este fenómeno de la personalización política, ha fracasado. La democracia actual se sirve de líderes que se exhiben llevando a cabo apelaciones con gran carga emocional, alejados completamente

de esa necesaria argumentación política y chocando con la idea de la participación ciudadana.

Este fracaso democrático está favorecido por una serie de factores que alimentan y mantienen esta situación. Esas circunstancias han sido, tal y como enumera Berrocal (2003: 57) los propios cambios en el sistema político que convirtieron a los medios en constructores de verdaderos regímenes de opinión, encargados de presentar a la sociedad lo que ocurre a su alrededor, simplificando la estructura de los partidos políticos, que han centralizado sus ideas en un símbolo, el candidato. Esta idea podría resumirse en la afirmación “Hoy la política es aquello que hacen o dicen sus protagonistas” (2003:59)

Por otro lado, los ciudadanos también han sido claros colaboradores en la cimentación de la personalización política. La tendencia innata al individualismo del ser humano hace que el ciudadano pretenda vivir la política desde el otro lado de la pantalla del televisor. El ciudadano no suele atender a las argumentaciones políticas complejas y la televisión le ofrece atajos cognitivos que facilitan el entendimiento.

Por último, el factor que completa la existencia del fenómeno de la personalización política se encuentra en la propia capacidad del medio audiovisual por excelencia, la televisión, de llegar al telespectador. Los criterios que hacen elegir una noticia por encima de otra, ha provocado la desaparición de la profundidad que necesitan los temas políticos, que deberían ser complementados por otras fuentes. El problema está en que cada vez con más asiduidad renegamos de esa necesaria experiencia directa, fijándonos únicamente en la falsa realidad audiovisual que aumenta la cercanía de todo aquello que vemos. Es por esto que percibimos esa sensación de familiaridad con el personaje político, el cual ve potenciada la necesidad de convertirse en actor, en un “líder electrónico”.

### **1.3 Características del nuevo líder político**

La importancia de este fenómeno de la personalización ha hecho que la imagen sea vital para los protagonistas políticos. Esta idea no es novedosa ya que Maquiavelo, en su obra *El Príncipe*, ya mostraba esa preocupación que debía tener un gobernante

político por mostrar una imagen cuidada que ahora, gracias a este medio, es capaz de llegar a una amplia masa de ciudadanos.

Esto quiere decir que aquel político que quiera tener su necesario hueco mediático, sea de la ideología que sea, deberá saber crear un discurso visual y oral atractivo a los electores e interesante para el medio "para informar, o para proporcionar significados a la información que ya ha sido difundida" (Del Rey, 1989: 120) La televisión suma a esa imagen que pretende transmitir el candidato, una perspectiva del personaje que va directamente al subconsciente del electorado y que hace que se cree una sensación de rechazo o de admiración a ese líder político, lo mencionado anteriormente como mediogenia.

Actualmente, el ciudadano ya no tiene una preferencia hacia un candidato por pertenecer a un sector determinado de población, si no que son las relaciones emotivas o afectivas con el candidato las que determinarán su opinión y comportamiento hacia él. Incluso, cada votante puede reaccionar de distinta manera a los mensajes lanzados por los candidatos, pero hay tres aspectos que ayudan al político a alzarse como un líder perfecto: Las acciones, el discurso y las cualidades personales.

En esta línea, diferentes investigaciones sobre la influencia de la imagen sobre el electorado, aseguran que hay tres valores que se sobreponen por encima de otros para elegir a un candidato: la credibilidad, el atractivo y el poder de la fuente. En cuanto a la primera, la credibilidad, es una condición indispensable para mejorar la comunicación política de un líder político y sus pilares fundamentales; honradez, competencia y dinamismo; suelen ser los más trabajados para su refuerzo (Hovland & Schwartzberg Janis & Kelley, 1953; McCroskey, 1972: 78; Berlo & Lemert & Mertz, 1969)

En segundo lugar, el poder de la fuente según (McGuire, 1969) está compuesta de tres aspectos: la apreciación del receptor de la amplitud con que la fuente puede administrar sanciones positivas o negativas. El segundo elemento es la estimación del receptor de si a la fuente le interesa que él esté o no de acuerdo con ella. Por último, el tercer componente el veredicto del receptor sobre lo probable que es que la fuente pueda observar si la posición que ella prefiere es elegida o no por la fuente. Por último, el atractivo de la fuente marca la diferencia en aquellas campañas igualadas en poder y

credibilidad. Este factor va más allá de ser guapo o vestir bien, sustentándose en la familiaridad, la similitud y el agrado que despierte la fuente en el elector.

A pesar de esto, en muchas ocasiones la imagen que se percibe de un líder no solo se ha construido mediante el marketing político, sino que la tendencia ideológica de los propios medios que difundan esa imagen, también influye en la forma de percibir al candidato/político. Esto hace ver que no solo se necesita proyectar el modelo ideal de candidato dependiendo del ámbito en el que este vaya a desenvolverse, sino que tal y como muestra Berrocal en su trabajo sobre diversos procesos electorales de nuestro país, la imagen proyectada por la televisión puede aumentar o restar fortaleza al candidato (2003: 245-279).

#### **1.4 La americanización de la política en España**

Con el comienzo de la Transición es cuando nuestro país se incorpora a la comunicación política entendida como moderna. Durante su etapa anterior, en la Dictadura franquista, este ámbito comunicativo es inexistente, ya que simplemente se dedicaba a la comunicación desde la institución gubernamental con carácter meramente informativo o propagandístico. En la etapa democrática aparecieron nuevos actores intervinientes en el proceso de transformación política, los partidos. Aunque no tenían mucho rodaje en sus funciones como organismos políticos, pronto se adaptaron a la forma y a los métodos de comunicación existente en países de nuestro entorno, principalmente, al modelo estadounidense.

En España, todos los partidos se interesaron por aparecer en los medios, especialmente en la televisión; pese a que la propia evolución de las campañas electorales españolas no siguieron el ciclo normal de desarrollo de las campañas electorales en función del progreso de los propios medios.

Dader (2000: 351-367) en su investigación al respecto extrae una serie de rasgos que hacen coincidir el modelo español con los aspectos más destacados de la americanización de la política mundial. Estos rasgos son:

1. La utilización de los medios de comunicación como plataforma política de discusión y de lanzamiento de mensajes.
2. La utilización de los medios para obtener popularidad y prestigio.
3. Reconfiguración de las campañas electorales y espectacularización de la información política en cualquiera de sus formas (electoral o institucional).
4. Similitud entre los espacios gratuitos electorales y los *spots* norteamericanos, usando incluso las mismas técnicas.
5. La cobertura que otorgan los medios de comunicación a las campañas políticas y el uso de los sondeos.
6. La pasión que ponen tanto partidos, como periodistas y en menor modo, los ciudadanos, en torno a los debates electorales.
7. La existencia de la llamada “Campaña permanente”.
8. La implantación de partidos “*catch all parties*”.

Esta última característica basada en los partidos políticos desideologizados está presente desde los primeros momentos democráticos, apoyándose en la tendencia hacia la que ya se posicionaba la sociedad española de moderación y centro ideológico. De ahí la explicación de que todos los partidos, desde el PSOE a los de nueva creación, absorbieran objetivos políticos moderados, tomando consciencia de la importancia de los medios en la repercusión electoral, convirtiéndose en los denominados y característicos “*catch all party*” norteamericanos de cara a un buen rendimiento electoral (Gunther y Montero, 1994: 542; Rico Camps, 2002: 25).

En cuanto a la personalización política, España, cuenta en este caso con un régimen parlamentario y no presidencialista como ocurre en EEUU pero existen una serie de aspectos que eliminan la distancia entre ambos sistemas. Muñoz-Alonso (1989), asegura que el sistema de listas español difumina la personalidad de los candidatos al Congreso de los Diputados en favor de partidos y del líder, por quién “se vota” incluso en las provincias en las que no se presenta. Es decir, el votante piensa más en quién será el candidato que ocupará la Moncloa que quién ocupe los escaños de la Cámara Baja.

En conclusión lejos de iniciarse un sistema con cierto retraso, como ha sucedido en muchos otros ámbitos de la sociedad española, la política en términos comunicativos se ha adaptado rápidamente a las tendencias americanas. No obstante, aunque moderno

y homologado con practicas internacionales, la comunicación política española este no carece de particularidades propias.

### **1.5 Planteamientos teóricos de una buena forma de hacer comunicación política desde el poder**

En el siglo XIX se fue configurando poco a poco un nuevo término, denominado opinión pública que desde la teoría y como rasgo característico es quien ofrece legitimidad al poder político de un estado y del sistema de gobierno establecido. También, junto a este régimen de opinión, aparece como fundamental el principio de publicidad. Para uno de los mayores filósofos contemporáneos, Kant, la conexión entre política y moral era imprescindible y su preocupación hacia esto asentó dicho principio de publicidad, por el cual la verdadera política no podía dar un paso sin rendir antes tributo a la moral. Esta responsabilidad finalmente se concretaría en la exigencia de que todos los actos y decisiones políticas fueran públicos.

A pesar de todo, los teóricos que conciben la sociedad actual de forma negativa y pesimista, ven al ciudadano como un individuo inmerso en la sociedad de masas, superficial e irracional, expuesto al control y la manipulación de aquellos que ostentan el poder. “El régimen de opinión como gobierno de masas ha quedado reducido a un rito y a un estereotipo, vacíos de contenido y desconectados de la realidad. La opinión pública real ya no se encuentra en los ciudadanos informados e interesados en los asuntos públicos, sino en sectores minoritarios que hablan en nombre de toda la población. Las técnicas de persuasión y de creación de imagen, unido al poder de los medios de comunicación, han hecho posible que el miedo a las mayorías haya pasado, devolviendo la opinión pública, como en los fisiócratas, a su sentido original: al poder de los que gobiernan y a la sabiduría de los ilustrados” (Canel, 2006: 173).

Lo cierto es que como muchos teóricos han demostrado, la comunicación es fundamental para el poder, pero también cabe señalar que esas técnicas de comunicación de las instituciones se desmarcan de cierta forma de la comunicación política señalada a lo largo de este capítulo. La comunicación desde el poder tiene diferentes emisores, mensajes, objetivos, canales o receptores: (Canel, 2006:175)

1. En este caso los sujetos no aspiran al poder, sino que lo ostentan.

2. La finalidad del mensaje ahora es transmitir decisiones para que éstas sean asumidas por aquellos a quienes afectan
3. También pretenden distribuir el poder; es decir, que las negociaciones que se dan entre aquellos que forman el poder político del estado necesitan de la comunicación.
4. Realizar el bien público.
5. La aplicación no es puntual como lo era la comunicación electoral. Ahora se debe comunicar durante todo el mandato.

Canel asegura que “mientras el candidato de unas elecciones puede prometer y no cumplir (una vez que logró el poder nadie se lo puede quitar hasta los próximos comicios) el que ostenta poder no goza de la misma libertad. La institución que promete y no cumple tienen asegurado el fracaso de su gestión en comunicación”

Es por esto que una institución política, si quiere ser alguien, tiene que comunicar buscando el punto exacto entre lo que se quiere decir y lo que se quiere no-decir”.

Por otra parte, los gobiernos deben construir una infraestructura comunicativa eficiente que se adapte a las necesidades del gabinete. De todo esto, es la imagen presidencial la que, probablemente, gane importancia al haberse establecido como norma el modelo americano basado en la personalización política en los sistemas democráticos mundiales. Por ello, la campaña permanente a la que está sometido un gobierno aporta accesibilidad mutua entre el líder político y sus ciudadanos, convirtiéndole en un ser público, es decir, en alguien cuyas acciones están constantemente sometidas a los focos mediáticos. Y es que un Jefe de Estado o de gobierno es el líder de una nación y este liderazgo depende de la relación particular que tiene con sus seguidores, es decir, de lo bien que se lleve con todos aquellos a quienes tiene que liderar (Nimmo 1970: 8) que no son solo sus votantes.

Esta imagen presidencial, que se construye a través de estrategias específicas de la comunicación política, tiene ciertos efectos en la reputación y popularidad de un líder político.

La curva de popularidad suele encontrarse en alza cuando hay prosperidad económica, acuerdos de paz, seguridad ciudadana, acuerdos con sindicatos; y baja en

situaciones de desempleo, inflación, derrotas militares, acusaciones de corrupción o mentira del presidente.

Finalmente, cabe señalar que la imagen presidencial esta enormemente mediatizada por las diversas perspectivas que tienen de ella los medios de comunicación. Estos otorgan una prioridad de cobertura y una valoración al presidente, que influye en la imagen que los ciudadanos tienen de este y que según Mcombs y Shaw (1997) está determinada por el establecimiento de la agenda-setting. Los medios consiguen determinar los temas sobre los que se valora al presidente e influyen la dirección en la que debe ir esta valoración. Si la cobertura es predominantemente crítica, probablemente y como consecuencia, los medios lograrán que descienda la popularidad presidencial.



## **Capítulo 2. Contextualización de las informaciones referidas al rescate bancario, el independentismo catalán y el caso Barcenas según *El País* y *El Mundo***

En este capítulo se pretende recoger una breve contextualización que relacione la investigación que se presenta en este trabajo fin de grado con su entorno. Para ello, en primer lugar se realiza una exposición histórica previa a los tres acontecimientos analizados. En segundo lugar, serán las líneas editoriales de los diarios y su evolución a lo largo del tiempo los que cerraran este capítulo.

### **2.1 Contextualización histórica**

#### **2.1. El inicio de la crisis y el rescate bancario**

En septiembre de 2008, el anterior Presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero aseguró públicamente que el sistema financiero español era por aquel entonces “el más sólido del mundo”. Lo cierto es que estas palabras del jefe de gobierno español se pronunciaron tan solo días antes de la quiebra del banco de inversión estadounidense Lehman Brothers.

A pesar de que la crisis económica mundial había comenzado en agosto de 2007 para la mayor parte de los analistas económicos, el gabinete socialista aseguraba que esta recesión no se extendería más allá del país anglosajón, ya que los créditos que este banco había utilizado, los *subprime*, no existían en España.

Lo cierto es que ya por esas fechas, en España, la situación económica empezaba a mostrar ciertos síntomas sobre el estallido de la burbuja del ladrillo con el *crash* y la suspensión de pagos de varios grupos inmobiliarios. Por lo que finalmente, y contra todo pronóstico público del gobierno Zapatero, la crisis llegó a España.

Durante el cuarto trimestre de 2008, España entra oficialmente en recesión. Pese a las anteriores afirmaciones políticas del gobierno sobre la solvencia del sistema financiero, este, en realidad, contaba en sus balances con una gran cantidad de activos tóxicos procedentes principalmente del mercado inmobiliario. Esta explosión de la burbuja inmobiliaria española trajo numerosos movimientos en el sistema bancario y financiero de este país.

Durante los primeros meses de 2010 se fueron enlazando diversos aspectos económicos enormemente negativos a nivel mundial. Grecia estaba al borde de la

quiebra y el peligro de contagio a otros países era muy alto. En esta situación, la Unión Europea organizó una cumbre extraordinaria para crear un fondo de rescate para países con dificultades económicas graves. Al mismo tiempo, se exigió a todos los países miembros un mayor esfuerzo para reducir su deuda pública. En este sentido, España se vio obligada a tomar medidas contra el déficit, anunciando recortes en ámbitos sociales, que fueron fuertemente criticadas por la oposición, tanto desde el PP como desde grupos minoritarios como el PNV, IU, ERC o UPyD, que acusaron al Gobierno de hacer pagar la crisis a los más débiles y calificaron el recorte de "injusto", "insuficiente" e "improvisado". A pesar de esto, la Cámara Baja aprobó las medidas, aunque con grandes críticas de todos los grupos políticos hacia la gestión económica del Ejecutivo.

En julio, debido a los profundos problemas económicos y sociales por los que atravesaba el país y la estrepitosa caída de la valoración ciudadana al presidente y su gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero decide anticipar las elecciones generales para finales de ese mismo año. Poco después la prima de riesgo española llegó a superar por primera vez los 400 puntos, sobrepasando la zona de rescate. En esta complicada situación, los dos principales partidos del país, PP y PSOE, acuerdan reformar la Constitución para limitar el déficit público, incluyendo el término de estabilidad presupuestaria. Al tratarse de una reforma por proceso ordinario, no fue necesario un referéndum a la ciudadanía.

El día 20 de noviembre, Mariano Rajoy gana las elecciones generales. Fue después de acabar la legislatura cuando José Luis Rodríguez Zapatero reveló públicamente que recibió tres sugerencias para que aceptara un rescate internacional.

Desde el inicio de la nueva legislatura, el gobierno del partido popular estableció como su objetivo principal reducir el déficit público; implantando una serie de medidas urgentes y decretos para conseguir, sanear el sistema financiero español, aumentar la recaudación pública y reducir el gasto público.

Una de las consecuencias principales de este plan de saneamiento de la banca impulsado por el ministro José Luis de Guindos fue la nacionalización del Banco Financiero y de Ahorros, matriz de Bankia, haciendo que el gobierno se hiciera con las riendas de la entidad, inyectándoles 19.000 millones de euros de dinero público que

finalmente no funcionaron y que hicieron que España comenzara a situarse en el abismo del rescate.

Aunque en la mayor parte de las intervenciones previas a la intervención, Mariano Rajoy niega que la banca española necesite un rescate, pero finalmente el sábado, 9 de junio, el ministro de economía, Luis de Guindos, anuncia que España ha solicitado y obtenido de la Unión Europea un rescate de hasta 100.000 millones de euros.

## 1.2. La corrupción política azota la política española. Del Caso *Gürtel* al Caso Bárcenas

Lo que se ha calificado como la trama de corrupción más extensa en España cumplía, el pasado mes de febrero, cinco años en su investigación. Según los cálculos de uno de los diarios analizados, *El Mundo*, la cifra de imputados relacionados con la trama, en la que se incluye el Caso Bárcenas, es de unas 187 personas, de las cuales 74 imputados están o han estado relacionados directa o indirectamente con el partido del actual gobierno. Con esta cifra se bate el record de imputados y procesados en una trama de corrupción que había dejado el mediático Caso Malaya.

El origen del caso salió a la luz en febrero de 2009, tras meses de investigación, cuando el juez Baltasar Garzón ordenó las primeras detenciones de la investigación, entre ellas las del cabecilla de la trama, Francisco Correa.

Junto a este, Álvaro Pérez “El Bigotes” y Pablo Crespo llevaron a cabo durante años una gran red de favores y de relaciones con otras administraciones populares para conseguir contratos públicos muy por encima de su precio y quedarse con el dinero sobrante costado por la administración pública. Además de estos, hay imputados de todo tipo; administradores de las empresas del Grupo Correa, imputados los administradores de las empresas del llamado grupo Correa o varios políticos aforados, que hicieron que el caso fuera derivado en parte al Tribunal Supremo de forma directa. Por otro lado, había indicios de que diversos diputados autonómicos de la Comunidad Valenciana, Castilla y León y Madrid habían cometido delitos, por lo que también se dispersó la investigación hacia los tribunales autonómicos correspondientes.

Mientras los primeros pasos de la trama se iban destapando, el PP negó la existencia de corrupción en su partido, estableciendo posturas totalmente opuestas desde su sede nacional, desde Valencia y desde Madrid.

Desde la Comunidad de Madrid la actuación contra los implicados fue clara y enérgica desde el principio. Esperanza Aguirre, por aquel entonces presidenta de la comunidad, consiguió expulsar a varios cargos importantes de su puesto y del partido en cuanto empezaron a ser investigados por corrupción. En las elecciones de 2011 ya no formaron parte de las listas y el caso volvió a saltar del Tribunal Superior de Madrid a la Audiencia Nacional.

En la Comunidad Valenciana no se llevaron a cabo los mismos métodos, al menos mientras Francisco Camps tuvo el mando de la región. De hecho, en las autonómicas de 2011 los imputados fueron en las listas del partido y ganaron con mayoría absoluta. El 20% de los parlamentarios valencianos eran presuntamente corruptos.

Hasta ahora, de todos ellos solo dos han sido condenados en firme y otros dos, Ricardo Costa y Francisco Camps, han resultado absueltos de (en el segundo caso sobre todo) uno de los juicios más mediáticos de la historia de este país.

El PP nacional, por último, ha adoptado actitudes diversas, aunque asegura que ha sido implacable con los corruptos, muchos de ellos han seguido formando parte del partido e incluso recibiendo abultadas nóminas. Además, algunas de las indagaciones del actual instructor del caso, el juez Ruz, apuntan a que hay indicios de que el partido remodeló su sede con fondos en B, que no enviaba al Tribunal de Cuentas.

El caso no ha parado de avanzar con el paso de los años. Un punto de inflexión en la investigación llega al encontrarse indicios de delito contra la Hacienda Pública y de cohecho de Luis Bárcenas, senador y ex tesorero del Partido Popular, y de cohecho en el caso de Jesús Merino, diputado del PP en el Congreso por Segovia.

Los dos miembros del PP dejaron sus actas de senador y diputado respectivamente, haciendo que la investigación recayera en el Tribunal Superior de Justicia de Madrid, donde fue sobreseído meses más tarde por considerar que no existían pruebas del delito que se les imputaba.

A pesar de esto, en marzo de 2012, el juez Pablo Ruz, declaró nulo este auto de sobreseimiento dictado por el tribunal madrileño y volvió a imputar a ambos políticos. El avance en esta investigación derivó precisamente en una nueva pieza angular de la trama de corrupción más grande de la historia de España, el Caso Bárcenas.

1.3. El sentimiento independentista de Cataluña. El Gobierno de Artur Mas y su iniciativa.

Los nacionalismos son corrientes políticas que han formado parte de la historia de España desde hace varios siglos. El independentismo Catalán es precisamente una corriente derivada de este nacionalismo que propugna la independencia del territorio de Cataluña de España; así como su integración libre y directa en la Unión Europea.

El primer partido en promulgar estas ideas fue *Estat Català* en 1922, que planteaba ya la idea de la existencia de la nación soberana de Cataluña, basándose en la interpretación de la propia historia del territorio, del cual les diferencia una cultura o una lengua catalana. Es por esto que, para los sectores independentistas, Cataluña no alcanzará nunca su plenitud como soberanía mientras forme parte de España., nación que, según ellos, les ha oprimido desde la ocupación borbónica en 1714. Esta ocupación trajo consigo los denominados Decretos de Nueva Planta que supusieron para Cataluña la supresión de sus instituciones o la prohibición de su lengua, mientras que Navarra o País Vasco seguían contando con ciertos privilegios de fuero.

Aunque estas ideas siempre han tenido gran fuerza en Cataluña, en los últimos años los medios de comunicación han llenado sus páginas con este polémico tema. Desde que en diciembre de 2010 Artur Mas fuera investido Presidente de la Generalitat Catalana, reivindicó un nuevo modelo de financiación para Cataluña como el gran reto para los próximos años y en su discurso inicial ya proclamó la "transición nacional" de la región basada en el derecho a decidir.

Como señala esta investigación en puntos anteriores, desde 2008, España está sumida en una profunda crisis económica que por supuesto también ha afectado a Cataluña. Esto ha sido, según la cúpula de Convergencia Democrática de Cataluña, el factor determinante para llevar a cabo este giro independentista a favor de la autodeterminación catalana. Otras fuentes, entre ellas alguno de los periódicos

analizados, señalan la probabilidad de que la razón fundamental del giro político sea intentar de distraer la atención de los numerosos escándalos de corrupción en los que CiU está implicado.

El día 11 de septiembre de 2012, tras una masiva Diada bajo el lema *Catalunya, nou estat d'Europa*; se abre una etapa mucho más beligerante de los partidos políticos catalanes de tendencia independentista. Este nivel de reivindicación sólo es comparable a la consecución del Estatuto de Autonomía en 2006. La Diada hizo por lo tanto que el conflicto catalán volviera a la agenda política, tanto que 15 días después Artur Mas decidió convocar elecciones consultivas sobre la soberanía catalana, previa petición al gobierno de Rajoy de una mejora de la financiación catalana a la que el ejecutivo siempre se ha negado públicamente, al igual que en todo lo respectivo a un posible referéndum consultivo.

## **2.2. Contextualización de los diarios seleccionados para el análisis**

### *El País*

Este diario aparece en plena transición, mayo de 1976, cumpliendo con el fenómeno de cambio que se estaba produciendo en el sector de la comunicación; los nuevos conglomerados empresariales y las cabeceras libres de la presencia del franquismo.

*El País* se convierte rápidamente en el periódico más vendido y en el más influyente, al encontrar un público joven ávido de democracia, acorde con sus planteamientos de centro-izquierda.

El compromiso de *El País* con la democracia al posicionarse de manera contraria al golpe del 23-F, el triunfo por mayoría absoluta del PSOE en las elecciones de 1982 y su abierto apoyo al gobierno de Felipe González; hicieron que *El País* se consolidara, durante la década de los 80, como el periódico líder de la prensa española, plantando cara al hasta entonces líder *ABC*, de tendencia conservadora.

Desde los años 90, cierto sector político del entorno de la derecha (Partido Popular) como de los medios de comunicación afines ideológicamente a estos, tacharon a *El País* (y al *Grupo Prisa* en general) de apoyar los intereses del PSOE.

A pesar de este estigma con el que carga desde hace más de dos décadas el diario, durante las legislaturas socialistas de José Luis Rodríguez Zapatero, *El País* ha publicado artículos críticos u opuestos a las políticas socialistas, sobre todo en los momentos previos al adelanto de las elecciones de Noviembre de 2011.

Su ideología, según lo expuesto en párrafos anteriores ha ido evolucionando hacia el liberalismo o incluso el neoconservadurismo incorporando articulistas de este corte ideológico en los últimos años (la ex ministra Popular Ana Palacio) y prescindiendo de otros de ideas progresistas. Este giro se demuestra claramente a través de las posturas críticas que ha tomado la cabecera hacia la izquierda latinoamericana, denominada sistemáticamente como populista o la defensa de la intervención en la Libia Gadafista

También, en los últimos años, el diario ha recibido críticas de algunos profesionales del periodismo por algunas de sus prácticas informativas en las que se han producido fallos en temas como la veracidad o el sacrificio de la objetividad en la información a favor de los intereses empresariales.

Según el resumen de medios que ha realizado el Estudio General de Medios de los meses de Marzo y Abril de este año, *El País* se sitúa líder en el ranking de la prensa generalista con 1770 lectores diarios y segundo en el ranking general después del diario deportivo *Marca*, que con 2.669 lectores al día se sitúa como líder indiscutible de la prensa española.

### *El Mundo*

Este diario, fundado por Alfonso de Salas, Pedro J. Ramírez, Balbino Fraga, Melchor Miralles y Juan González, publicó su primer número el 23 de Octubre de 1989. Lo que pretendía esta nueva cabecera era principalmente seguir el rumbo del anterior proyecto profesional de Ramírez, *Diario 16*; lo que significaba llevar a cabo grandes trabajos de investigación periodística.

En este sentido, el diario siempre apoyó unas líneas editoriales generales muy parecidas al desaparecido *Diario 16*. Así, *El Mundo* se declaró a favor del Gobierno de José María Aznar (PP); aunque cuestionó muchas de sus acciones, como la entrada de España en la Guerra de Irak. Con la victoria de José Luis Rodríguez Zapatero en las

elecciones de 2004, el diario descendió en sus críticas hacia el Partido Socialista, dando un voto de confianza al presidente leonés en su promesa de salir de este conflicto bélico en el golfo pérsico.

El diario *El Mundo* defiende en su libro de estilo una línea editorial liberal. A pesar de esto, el periódico es habitualmente muy crítico con el PSOE, los partidos de izquierda y los nacionalismos periféricos que tratamos precisamente en una parte de este Trabajo Fin de Grado.

Políticamente, por tanto, se encuentra más próximo a las líneas que se defienden desde el Partido Popular pero no ha dudado en algunas ocasiones en ser duramente crítico con algunas acciones de estos o por algunas personalidades que no le resultaban del todo gratas. De hecho, Pedro J. Ramírez fue, probablemente, uno de los más críticos con el actual presidente del gobierno, protagonista fundamental de la investigación aquí expuesta.

Por ese corte liberal que tiene establecido, entre sus colaboradores se encuentran personas muy heterogéneas. Por ejemplo sus artículos de opinión sobre la monarquía, las costumbres conservadoras o los valores católicos que expresan las columnas de Jiménez Losantos, Sánchez- Dragó, Sostres, Ansón o Arcadí Spada bien podía corresponder a posiciones más ultra conservadoras como la de los diarios *La Razón*, *ABC* o *La Gaceta*.

En cuanto al consumo de este diario, cabe destacar que es segundo en cuanto a número de lectores de prensa generalista con 1077 diarios; es cuarto en el ranking general por detrás de otro diario deportivo, en este caso el diario *As*, con 1344 lectores diarios.

Con una amplia distancia de estas cuatro cabeceras se sitúan el resto. Por ejemplo *La Vanguardia* (5º) no llega a los 700 lectores y el siguiente, *Mundo Deportivo* tampoco alcanza esta cifra.

El número total de lectores diarios actualmente se sitúa en los 12.454. Reduciendo la cifra sin aquellos lectores que exclusivamente consumen prensa deportiva o económica, el dato total se sitúa alrededor de los 10.721. Esto supone un 86% del total de lectores diarios. Un gran porcentaje a pesar de la disminución del consumo de prensa soporte papel.



Aunque con historias completamente diferentes, los dos diarios son actualmente líderes de la prensa escrita en España y eso es, junto con la divergencia ideológica sobre el actual gobierno de España y su partido; la razón por la cual se ha realizado el análisis de estos y no de otros diarios.

### **Capítulo 3. Un análisis en *El País* y *El Mundo* de las informaciones referidas al rescate bancario, el independentismo catalán y el caso Bárcenas**

A lo largo de este capítulo se pretende exponer dos aspectos claves extraídos en esta investigación. Por un lado, cuales han sido las actuaciones y los métodos de comunicación política llevados a cabo por el ejecutivo durante el rescate bancario, el Caso Bárcenas y el repunte del movimiento independentista catalán. También y debido al ámbito al que se ciñe este trabajo, es importante conocer además cuál ha sido el tratamiento periodístico que estos dos diarios de referencia en nuestro país han dado al gobierno de Mariano Rajoy en estos tres momentos clave de la legislatura.

#### **3.1. Metodología de la investigación empírica**

El presente estudio analiza el tratamiento que los diarios nacionales de mayor difusión en España, *El País* y *El Mundo* han realizado sobre la comunicación llevada a cabo por el Gobierno de Mariano Rajoy con respecto a los hechos concretos del Caso Bárcenas, el rescate bancario y del independentismo catalán.

Esta investigación aplica una plantilla de análisis<sup>1</sup> para delimitar y examinar de manera pormenorizada aquellas piezas periodísticas seleccionadas. Esta plantilla ha sido confeccionada a partir de otras sobre investigaciones periodísticas similares pero adaptándola a las necesidades concretas de este trabajo y sus objetivos.

La plantilla permite llevar a cabo un análisis tanto cuantitativo como cualitativo de cada una de las unidades seleccionadas, que fueron un total de 91 piezas entre información, interpretación y editoriales de los dos periódicos. Aunque, en una selección final, se decidió dejar fuera los artículos de opinión.

El análisis, ha servido para comprobar el espacio y las localizaciones tanto en el interior del periódico como en portada, de las noticias sobre la comunicación realizada por el gobierno actual. Para ello, se analizó si la unidad está en página impar, en la zona superior, inferior, su número de columnas, la extensión de la pieza o si posee

---

1

Plantilla de análisis que se basa en la utilizada por el equipo de investigación, dirigido por la profesora Berrocal, en el proyecto “La imagen de Castilla y León en la prensa de referencia” (VA-013A10-1)

acompañamiento gráfico. Esta selección de elementos está basado en las reglas del triángulo de Haas.

Según esta teoría, la parte superior de la página es más importante que la inferior, la página impar que la par, el espacio horizontal que el vertical, la zona de entrada que la de salida; excepto en la primera página del diario que es siempre la más importante.

Por otra parte, ambas plantillas (portada e interior) también cuentan con una parte de análisis cualitativo. Con éste se ha pretendido conocer la orientación de las piezas periodísticas, ya que a pesar de que un diario ofrezca una gran cantidad de páginas a una noticia o la coloque en un lugar privilegiado, esta información puede ser crítica y perjudicial para su protagonista.

## **Plantilla de análisis de unidades periodísticas en portada**

### **1. DATOS GENERALES**

Nombre del diario:

Tema al que se refiere:

Día de publicación:

Fecha de codificación:

### **2. ANÁLISIS CUANTITATIVO**

2.2 Colocación de la pieza:

- |                    |              |                                     |
|--------------------|--------------|-------------------------------------|
| 1. Página completa | 4. Izquierda |                                     |
| 2. Zona Superior   | 5. Derecha   | 7. No se puede conocer la ubicación |
| 3. Zona inferior   | 6. Centro    |                                     |

2.3 Numero de columnas que ocupa la pieza:

1 columna	3 columnas	5 columnas
2 columnas	4. columnas	Sin dato

2.4 Extensión de las columnas:

1. Página completa	3. 2/4 de página	5. Sumario
2. 1/4 de página	4. 3/4 de página	6. Sin dato

4. Complementos gráficos que acompañan a la unidad periodística en portada:

1. fotografía
2. Infografía
2. Otro elemento :
3. Nada

\*Si lleva complemento:

1. Actual
2. De archivo
3. Sin datos de su obtención

### **3. ANÁLISIS CUALITATIVO**

3.1 ¿Qué tipo es?

1. Opinión
2. Información

3. Fotonoticia
4. Sumario
5. Otro. Especificar cuál.

### 3.2 Descripción del tema que adelanta

3.3 ¿Aparece la figura del Gobierno o de alguno de sus miembros en el titular, texto o fotografía?

1. En el texto
2. En el titular, antetítulo o subtítulo
3. En la fotografía
4. No aparece

\*Quién aparece:

3.4. Se menciona en portada la información que ha aportado el Gobierno sobre el tema concreto, si ha hecho declaraciones o se ha manifestado de alguna forma?

1. Si
2. No

5. ¿Cómo?

4. Comentarios adicionales sobre el análisis de portada

## Plantilla de análisis de unidades periodísticas en el interior del diario

### 1. DATOS GENERALES

Nombre del diario:

Tema al que se refiere:

Día de publicación:

Fecha de codificación:

### 2. ANÁLISIS CUANTITATIVO

2.1 ¿Cómo se presenta el hecho noticioso?

1. Pagina par                      2. Página Impar

Nº de la página:

2.2 Colocación de la pieza:

1. Página completa	4. Izquierda	7.No se puede conocer la ubicación
2. Zona superior	5. Derecha	
3. Zona inferior	6.Centro	

2.3 Numero de columnas que ocupa la pieza:

1 columna	3 columnas	5 columnas
2 columnas	4 columnas	Sin dato

2.4 Extensión de las columnas:

1. Página completa	4. $\frac{3}{4}$ de página
2. $\frac{1}{4}$ de página	5. Sumario
3. $\frac{2}{4}$ de página	6. Sin dato

2.4 Complementos gráficos que acompañan a la unidad periodística en portada:

1. fotografía      2. Infografía
2. Otro elemento :
3. Nada

\*Si lleva complemento:

- 3.1 Actual
- 3.2 De archivo
- 3.3 Sin datos de su obtención

### 3. ANÁLISIS CUALITATIVO

3.1 ¿Qué tipo es?

- |                |                |                            |
|----------------|----------------|----------------------------|
| 1. Información | 3. Fotonoticia | 5. Otro. Especificar cuál. |
| 2. Opinión     | 4. Sumario     |                            |

3.2 Descripción del tema informativo de la pieza

3.3 ¿Aparece la figura del Gobierno o de alguno de sus miembros en el titular, texto o fotografía?

- |  |                     |
|--|---------------------|
| 1. En el texto                           | 3. En la fotografía |
| 2. En el titular, antetítulo o subtítulo | 4. No aparece       |
- \*Quién aparece:

3.4 ¿Hay declaraciones de algún miembro del gobierno?

- |       |       |
|-------|-------|
| 1. Si | 2. No |
|-------|-------|

3.5 ¿Quién es el personaje que protagoniza las declaraciones?

1. Mariano Rajoy
2. Soraya Saenz de Santamaría
3. María Dolores de Cospedal
4. Cristobal Montoro
5. Esteban González Pons
6. Carlos Floriano
7. Otro. Cuál

3.6 ¿Qué tipo de declaraciones son?

1. Ofrecidas directamente al medio
2. Conseguidas por el medio
3. toman declaraciones ofrecidas a otros medios

3.7 ¿Qué línea tienen las declaraciones?

1. Afronta el tema abiertamente
2. Se escabulle
2. Otro:

3.8 ¿Qué acción política ha llevado a cabo el gobierno en este caso?

3.8 ¿Cuál es la actitud y reacción del medio ante las declaraciones?

3.9 Comentarios adicionales sobre el análisis de la pieza periodística



Este análisis se centró en varios aspectos diferenciados:

1. El tipo de género periodístico utilizado, para saber la perspectiva/enfoque que le concede el diario por un lado y si va más allá que la simple noticia incluyendo además un breve resumen de la pieza.
2. Dónde aparecen los miembros del gobierno dentro de la unidad periodística y quién es el principal protagonista de las mismas. Con esto se pretende conocer la relevancia que se le da a los diferentes miembros del ejecutivo así como la responsabilidad que se le atribuye a cada uno de ellos desde el diario.
3. También era sumamente relevante en esta investigación centrarse en las declaraciones ofrecidas por el ejecutivo, ya que el tema a investigar se centra en la comunicación política del Gobierno. De ahí que se hayan contabilizado cualitativamente quién las ofrece, de que tipo son y qué línea siguen.
4. En esta misma senda, también se han recogido si llevó a cabo alguna acción política y cuál fue en cada caso.
5. Finalmente, se ha considerado relevante también conocer qué opinan los diarios en cada una de esas piezas y cuáles fueron sus reacciones. Esto permite conocer más profundamente aspectos que ayuden a corroborar o desestimar algunas hipótesis.

Una vez completadas las plantillas de análisis, se recogieron todos los resultados en una base de datos. Éstas han servido para poder extraer conclusiones generales de cara a la redacción del trabajo de investigación. Para conseguir este objetivo se crearon ocho bases de datos en las que se recopilaron los números extraídos de las plantillas de análisis y se crearon a partir de ella porcentajes de cada categoría.

Esas bases de datos se dividieron por periódicos y, a su vez, en cada uno de los tres temas a tratar. A mayores, se incluyó una recopilación final de los porcentajes generales de ambos diarios.

### **3.2 Un análisis en el diario *El País* de las informaciones seleccionadas**

Partiendo en primer lugar de los resultados obtenidos del análisis del diario *El País*, durante una semana, tras el anuncio del rescate bancario a España, estos son los datos más relevantes que se han extraído tanto en portada como en el interior del diario.

### 3.2.1 El Rescate Bancario

Refiriéndonos en primer lugar a este aspecto íntegramente cuantitativo en la portada del diario, podemos ver como *El País* lleva a este lugar solo en cuatro (57,14%) de las siete ocasiones posibles el tema del rescate bancario. Los días 10, 11, 14 y 15 de junio de 2013. Son solo los dos días después de anunciar el rescate, 10 y 11 de junio cuando la cabecera usa su portada completa para dar cabida a este tema. El día 10 de junio la portada refleja una pequeña parte de la crónica que Fernando Garea ha escrito sobre la rueda de prensa de Luis de Guindos, además del avance del editorial de ese día, algo poco habitual pero que muestra la importancia que le concede el periódico al tema y a la actuación del Gobierno. El día 11 y 14 de junio *El País* decide dedicar la mitad de la página al comportamiento y a la actitud triunfalista y pasiva del presidente antes el rescate. Mientras tanto, el día 15 de junio solo encontramos un sumario sin foto sobre la crítica situación en la que se encuentra España.

	Portada Completa	Mitad de Portada	Sumario en Portada
<b>EL PAÍS</b>	1	2	1
%	25%	50%	25%

Tabla 1

Tal y como refleja la Tabla 2, a lo largo de la semana se han extraído 18 unidades periodísticas sobre la intervención económica. Estas piezas, dedicadas a la labor del gobierno con respecto al anuncio del inminente rescate bancario, se publicaron a partes iguales en página par e impar indistintamente, repartiéndose el porcentaje a un 50%; algo que no ayuda a discernir la importancia que le otorga la cabecera. A pesar de esto, la relevancia que da el periódico al tema se desprende de otro factor: la extensión de sus piezas. De las 18 analizadas el 50% ocupaban la página completa; más del 30% media página y tan solo 4 piezas ocupaban menos de la mitad del espacio.

	Piezas en par	Piezas en Impar	Página Completa	Mitad de Página	Menos de la mitad
<b>EL PAÍS</b>	8	8	8	6	4
%	50,00%	50,00%	50,00%	33,33%	25,00%
Total de piezas: 18					

Tabla 2

En cuanto a géneros periodísticos usados, en primer lugar cabe señalar que en *El País* la información no se plantea de la misma forma que en el diario *El Mundo*. En este caso, la información se entremezcla con la interpretación y altas dosis de opinión. A pesar de esto, al fin y al cabo publican los mismos datos informativos en ambos casos, ofreciendo muy pocas variables. En primer lugar cabe destacar que de las 18 unidades periodísticas registradas, el 50% eran interpretación (entendido como crónicas, análisis especialmente) mientras que tan solo un 27,77% eran noticias. Cabe señalar también que *El País* dedicó tres editoriales al tema del rescate bancario y su gestión por parte del ejecutivo. Otro aspecto a destacar en este caso es que en *El País* la información se divide entre Nacional, Economía e incluso alguna noticia es situada en la sección de sociedad. Lo que muestra el amplio espectro que abarca el tema de la intervención bancaria, la importancia del tema y la relevancia que le otorga el diario.

	<b>Información</b>	<b>Interpretación</b>	<b>Editoriales</b>
<b>EL PAÍS</b>	5	9	3
%	27,77%	50,00%	16,66%
Total Piezas: 18			

Tabla 3

Debido al matiz económico que tiene el hecho noticioso, se ha podido comprobar a través del análisis de las unidades periodísticas como un elevado porcentaje de las declaraciones ofrecidas por el ejecutivo son del ministro de Economía Luis de Guindos, que se sitúa en segunda posición con un 28,57% del total de 14 declaraciones recogidas por el diario *El País*. En cuanto a Mariano Rajoy, Presidente del Gobierno y cara visible del ejecutivo, el porcentaje asciende únicamente al 35,71%, con tan solo una intervención más que el ministro. Lo cierto es que muchas de las declaraciones recogidas por el medio en este caso son incluso repetidas o recogidas en la misma rueda de prensa en varias unidades periodísticas, es decir, que estas 14 intervenciones públicas fueron en realidad bastantes menos para ofrecer las explicaciones del gobierno a los ciudadanos sobre el inminente rescate bancario.

	Rajoy	Santamaría	De Guindos	Montoro	Floriano	Moncloa
<i>El País</i>	5	2	4	0	1	2
%	35,71%	14,28%	28,57%	0%	7,14%	14,28%

Tabla 4

También cabe exponer cual es el línea de estas declaraciones. En primer lugar comentar que son escasas, tienen todas ellas corte triunfalista, pretenden transmitir éxito y se suelen escabullir de los términos reales sobre las consecuencias del rescate, o incluso, sobre el pronunciar dicha palabra ante los medios. Vemos como el 100% de ellas (tabla 5), tienen esta vertiente.

	AFRONTAN EL TEMA	SE EVADEN
<i>El País</i>	0	14
%	<b>0,00%</b>	100,00%

Tabla 5

En segundo lugar, es llamativo que también el 100% de las declaraciones de los miembros del ejecutivo se hayan conseguido en rueda de prensa o mediante una intervención masiva ante los medios. A pesar de esto, en muchas de las crónicas el diario muestra un gran número de fuentes de Moncloa que les facilitan información extraoficial, pero que en realidad es imposible contabilizar como declaraciones de forma estricta.

A pesar de todo, en *El País* la información se centra también y con mucha importancia en otros aspectos más sociales o internacionales a los que pueda afectar esta decisión. Por ello, usan de manera más habitual las declaraciones de miembros del gobierno o del partido sobre el rescate para elaborar sus piezas, sostener sus argumentos y desautorizar al gobierno. También recurren a la mención de la institución o de alguno de sus miembros en la mayor parte de las unidades periodísticas, en concreto, en los titulares.

	Piezas con declaraciones del ejecutivo	Titulares en los que aparece la institución o alguno de sus miembros
<i>El País</i>	13	14
%	72,77%	77,77%

Tabla 6

Otro aspecto destacable es a quién atribuye el diario el protagonismo de las piezas informativas en cada caso. En este caso el protagonismo se centra también en Rajoy y De Guindos, con un 83,33% y un 66,66% respectivamente de un total de 18 piezas contabilizadas. Esto ocurre también con las fotografías que acompañan a las piezas periodísticas que además en muchas ocasiones cuentan con un alto contenido simbólico. Secundariamente aparecen Soraya Saenz de Santamaría que, en primer término, es la encargada de comparecer ante los medios para dar explicaciones sobre las decisiones del ejecutivo de forma más directa y habitual que el presidente del gobierno.

Por último, mediante la plantilla de análisis se ha contabilizado cuál fue la actitud de este diario frente a la decisión del gobierno de pedir un rescate bancario a España. Doce de las 18 unidades periodísticas analizadas mostraban algún tipo de postura del diario, bien por tener carácter interpretativo o bien por ser editoriales del medio. El resultado total de esto fue de un 100% de piezas críticas con la actitud y la gestión del ejecutivo en este tema.

### 3.2.2 Caso Bárcenas

Con respecto al siguiente tema analizado a través del diario *El País*, el Caso Bárcenas, los resultados obtenidos mediante las plantillas de análisis señalan los siguientes aspectos.

El diario *El País* durante la semana del 1 al 6 de febrero de 2013 lleva a su portada hasta en cinco ocasiones el tema del Caso Bárcenas en relación con el gobierno central (71,42%). El día 1, 3, 4 y 5 de esos siete días. De ellos, se desprende que el punto de mira del diario se centra en Mariano Rajoy otorgándole a este 4 de las 5 portadas. Las informaciones van desde la posible aparición de Mariano Rajoy en la contabilidad B del ex tesorero a su visita a la canciller alemana, su comparecencia para

asegurar la falsedad del asunto, pasando por la defensa de la legitimidad del presidente ante la petición de dimisión del PSOE. A lo largo de estos cuatro días la extensión de estas informaciones ocupa siempre más de la mitad de la página y tan solo el 7 de febrero se reduce a un pequeño sumario recogiendo las palabras de Esperanza Aguirre con respecto a la necesidad de que la Ministra Ana Mato debe dimitir.

	Portada completa	Media portada	Sumario/fotonoticia
<i>El País</i>	0	3	1
%			
Total: 5	0%	60%	40%

Tabla 7

Tal y como refleja la Tabla arriba establecida, a lo largo de la semana se han extraído 19 unidades periodísticas sobre el Caso Bárcenas. Estas piezas, dedicadas a la actitud del gobierno con respecto a la aparición de la contabilidad en B del Partido Popular se publicaron, casi como en el caso anterior, a partes iguales en página par e impar indistintamente, repartiéndose el porcentaje a un 42,10% en par y un 36,42% en impar algo que tampoco dice mucho de la importancia a mayores que le puede otorgar el diario al tema al ubicar estas noticias en página impar. Tampoco la extensión de sus piezas es algo muy llamativo en este sentido ya que aunque 7 de las 19 piezas ocupan página completa, también son 7 las que simplemente se les da una extensión de menos de mitad de página. Tan solo 5 de ellas, el 26,31% se les dedica media página.

	Piezas en par	Piezas en Impar	Página Completa	Mitad de Página	Menos de la mitad
<i>El País</i>	8	7	7	5	7
%	42,10%	36,42%	36,42%	26,31%	36,42%

Tabla 8

En cuanto a los géneros periodísticos utilizados, *El País* apuesta claramente por la interpretación como en el caso anterior, situándose esta con un 52,63% (10 piezas) a la cabeza, seguida de solo 5 noticias únicamente informativas (26,31%) y el llamativo dato de 4 editoriales (21,05%) que es el dato más luz ofrece a cuánta importancia le da

la cabecera a que se hayan destapado estos documentos que perjudican la imagen del ejecutivo.

	Información	Interpretación	Editoriales
<b>EL PAÍS</b>	5	10	4
%	26,31%	52,63%	21,05%%

Tabla 9

Uno de las unidades periodísticas que más llama la atención a lo largo de el análisis del caso es la infografía publicada el día 3, a doble página, en la que el diario expone los resultados de la encuesta de metroscopia sobre el Caso Bárcenas, la intención de voto y la corrupción en la vida pública en la que muestra la gran implicación e interés que tiene el diario sobre el caso. Además de esto, y como suele ocurrir con *El País*, sus fotografías tienen un gran simbolismo como por ejemplo una imagen que muestra un escrito en el que se destaca las palabras M. Rajoy o M.R, otra en la que Cospedal se encuentra compadeciendo y Javier Arenas asoma media cabeza tras una puerta o la imagen del presidente del gobierno hablando a los periodistas a través de una pantalla de plasma.

La aparición del Caso Bárcenas con la publicación de la contabilidad en B por parte del este diario analizado el día 31 de enero, trajo consigo una amplia cantidad de declaraciones por parte de muchos miembros, no solo del Gobierno, sino también de Partido Popular. Esta cabecera recoge concretamente 16 declaraciones de diversos miembros de la organización. El más prolífico en este aspecto es María Dolores de Cospedal con un 31,25% del total y cinco piezas que recogen las declaraciones de la manchega. Mariano Rajoy obtiene un 25% de las declaraciones recogidas situándose en segundo lugar. Mientras tanto otros políticos populares como Santamaría, Pons, De Guindos, Floriano, Montoro o incluso Esperanza Aguirre también cuentan con alguna unidad periodística que recoge sus pensamientos sobre el caso.

	Rajoy	Santamaría	Cospedal	Montoro	Pons	DE GUINDOS	FLORIANO	Otros
<b>EL PAÍS</b>	4	1	5	1	1	1	1	2
%	25%	6,25%	31,25%	6,25%	6,25%	6,26%	6,25%	12,50%

Tabla 10

Como en el rescate bancario, la línea de estas declaraciones son en un 87,50% (14 de las 16 contabilizadas) disuasorias, de negación, con escasa credibilidad, de ataque a la oposición o incluso, llegan a mostrar poca coherencia entre la cúpula del partido. Hay que señalar también que, como en el caso anterior, muchas de las intervenciones de los miembros del ejecutivo son utilizadas para la redacción de varias unidades periodísticas puesto que las declaraciones que se muestran no corresponden de forma proporcional a las veces que se han ofrecido explicaciones públicas a la opinión pública española.

	AFRONTAN EL TEMA	SE ESCABULLEN	
<i>El País</i>	0	14	
%	0%	100%	<b>Tabla 11</b>

También en este caso se han contabilizado tanto los titulares en los que aparece la figura del gobierno y las piezas que cuentan con declaraciones del ejecutivo o alguno de sus miembros y los resultados se muestran en la siguiente tabla.

	Piezas con declaraciones del ejecutivo	Titulares en los que aparece la institución o alguno de sus miembros
<i>El País</i>	13	18
%	68,42%	94,73%

Tabla 12

Otro aspecto destacable es a quién atribuye el diario el protagonismo de las piezas informativas publicadas. Curiosamente y no debido a la alta actividad pública del presidente durante esos días, el más mencionado en las unidades periodísticas con el 83,33% es Mariano Rajoy. La mayor parte de estas piezas se dedican principalmente a su forma de gobernar, su actitud como político o su personalidad.

El protagonismo se centra también en María Dolores de Cospedal, con un 55,55% en las que se le menciona, la razón principal fue su rápida comparecencia ante los medios negando la realidad de los hechos y cómo con el transcurso de las horas algunas de sus palabras fueron claramente desacreditadas, incluso por algún miembro del partido como Pío García Escudero. Un dato bastante importante en este caso, que



permite también conocer medianamente cuál es el enfoque que el diario *El País* traza sobre este tema, es el alto protagonismo que gana Ana Mato en las unidades periodísticas analizadas ( 9 apariciones- 50%) en las que se le recrimina su estrecha relación con algunos de los casos de corrupción más sonados y que una de las soluciones que debería plantearse el gobierno para demostrar su firmeza ante la corrupción en sus filas es su expulsión del ejecutivo.

	Rajoy	Santamaría	De Guindos	Montoro	Pons	Floriano	Ana Mato	Cospedal	Otros
<i>El País</i>	15	1	1	1	1	1	9	10	5
%	83,33%	5,55%	5,55%	5,55%	5,55%	5,55%	50%	55,55%	27,77%

Por último, mediante la plantilla de análisis se ha contabilizado cuál fue la actitud de este diario frente al Caso Bárcenas y su relación directa con el gobierno de Mariano Rajoy. Cumpliéndose la misma norma que en el acontecimiento anterior, catorce de las diecinueve unidades periodísticas analizadas mostraban algún tipo de postura del diario ante este caso de corrupción política, El resultado total, como en el anterior, fue de un 100% de piezas críticas con la actitud y la gestión de la comunicación política del gobierno ante la publicación de la supuesta contabilidad B del partido.

	Actitud positiva	Actitud negativa
El País	0	14
%	0%	100%

Finalmente, fue analizado también el periodo entre el 14 y el 20 de septiembre de 2013 en el que a través de las plantillas de análisis se extrajeron aspectos relevantes sobre la independencia de Cataluña y la posición tomada por el gobierno de Rajoy al respecto.

### 3.2.3 Independencia de Cataluña

En primer lugar, los resultados que aportan las portadas aportan bastante información. La figura del gobierno aparece como protagonista de la portada en 4 de los 7 días, a pesar de que el tema de la independencia catalana se trata durante el

85,71% del tiempo, en 6 de las 7 portadas.

El día 14 el periódico coloca como protagonista a Mariano Rajoy, recogiendo que el presidente responderá a la carta que Artur Mas le envió en julio. Su respuesta se basa en la idea de que la consulta no es legal pero invita al dialogo solo sobre cuestiones económicas. Por otro lado, los días 15, 16 y 19 de septiembre el punto de atención lo acapara Artur Mas y sus declaraciones a lo largo de los días sucesivos sobre la acción política del gobierno al respecto.

Cabe señalar en este caso que ninguna de ellas viene acompañada de fotografías, el espacio dedicado es siempre escaso y se va reduciendo incluso más en el transcurso de la semana.

	Portada Completa	Mitad de Portada	Sumario en Portada
<b>EL PAÍS</b>	0	0	4
%	0%	0%	100%

Tabla 15

En cuanto a la ubicación y extensión de las unidades periodísticas a lo largo de la semana se han extraído 10 unidades periodísticas sobre la respuesta de Rajoy a Mas sobre la independencia soberanista. Estas piezas, dedicadas a la labor del gobierno con respecto a la petición del *President*, se publicaron como en el primer caso analizado a partes iguales en página par e impar, algo que nos ayuda a deducir que *El País* no tiene en cuenta este punto para otorgar mayor o menor importancia a sus piezas.

En cuanto a la extensión, de las 10 unidades periodísticas analizadas solo el 40% (4 piezas) iban a página completa, al igual que aquellas que van a cuarto de página o menos, por lo que en este caso parece que *El País* no da excesiva importancia al tema.

	Piezas en par	Piezas en Impar	Página Completa	Mitad de Página	Menos de la mitad
<b>EL PAÍS</b>	5	5	4	2	4
%	50%	50%	40%	20%	40%
Total de piezas: 10					

Tabla 16

En cuanto al aspecto de los géneros periodísticos utilizados en *El País*, este se decanta principalmente y cumpliendo con la norma general por la interpretación (un 70% del total son crónicas o análisis). Esa poca importancia que le da el diario como se exponía anteriormente en esta investigación se muestra también a través de las piezas editoriales, que en este caso se reducen a una en toda la semana. Finalmente, la información pura se reduce a dos (el 20% del total).

	Información	Interpretación	Editoriales
<i>EL PAÍS</i>	2	7	1
%	20%	70%	10%
Total Piezas: 10			

Tabla 17

Continuando con las intervenciones ofrecidas por los miembros del ejecutivo al respecto, cabe señalar que son, con diferencia, las más escasas de los tres casos. Tan solo el diario ha reflejado en sus piezas 7 declaraciones, en algunos casos pertenecientes al mismo momento y emisor.

En este caso además se produce un fenómeno curioso cuanto menos ya que el 57,14% de esas declaraciones son ofrecidas por la Vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, mientras que Mariano Rajoy no se pronuncia en ningún momento a lo largo de la semana ante los medios. Su papel en este sentido se limita únicamente a responder la misiva que tenía pendiente desde hacía varios meses.

	Rajoy	Santamaría	De Guindos	Margallo
<i>El País</i>	0	4	1	2
%	0%	54,14%	14,28%	<b>28,57%</b>

Tabla 18

Otro elemento destacable que se ha desprendido del análisis de los diarios es que debido a que se trata de un tema que abarca diversos ámbitos para el gobierno, tanto el Ministro de Economía, Luis de Guindos; como el de exteriores, Margallo; se han visto obligados a ofrecer su punto de vista ante los medios con un 14,28 y el 28,57% respectivamente del total de las declaraciones.

A pesar de esta escasez de declaraciones, todas ellas siguen la línea habitual del gobierno hasta el momento, escabullirse de la realidad imperante. El 85,71% de las 7 contabilizadas tienen este corte y tan solo una afronta abiertamente el tema, en este caso, esa declaración pertenece a Jesús Margallo, ministro de Exteriores, que puntualizó la preocupación y tristeza que le produjo en su día el éxito de la Diada en contraposición a la despreocupación mostrada por el gobierno al respecto.

	AFRONTAN EL TEMA	SE EVADEN
<i>El País</i>	1	6
	14,28%	85,71%
%		

Tabla 19

En relación a esto, cabe señalar que en este caso algunos miembros del partido sí han hablado públicamente fuera del “protocolo” del gobierno, es decir, en comparecencia o rueda de prensa oficial. El primero fue como hemos expuesto anteriormente la de Margallo y también se ha contabilizado la de Esperanza Aguirre que continuando con su línea polémica y poco dogmática con las líneas de partido, al

	Rajoy	Santamaría	De Guindos	Margallo	Cospedal	Otros miembros
<i>El País</i>	8	1	2	3	1	3
%	80%	10%	20%	30%	10%	30%

afirmar que habrá que revisar el modelo autonómico y catalanizar España.

Por otro lado, y en relación al protagonismo otorgado por *El País* a algunos de los miembros del partido y del gobierno en las piezas periodísticas, los resultados (Tabla 20) son bastante llamativos. El motivo de esto es que a pesar que Mariano Rajoy no aparece públicamente a lo largo de toda la semana, es él quien protagoniza el 80% de las piezas publicadas. Por otro lado, *El País* recoge las declaraciones más polémicas que rodean el tema pronunciadas por sus barones más importantes.

De Guindos y Margallo son, por las carteras ministeriales y por sus posturas polémicas, quienes ocupan un número importante de unidades periodísticas. Junto a

ellos, son los barones autonómicos como Ignacio González, Alberto Núñez Feijoo o la siempre presente Esperanza Aguirre los más combativos con respecto a la posibilidad de beneficiar a Cataluña para que descarte la consulta soberanista.

	Actitud positiva	Actitud negativa
<i>El País</i>	1	7
%	10%	87,50%

**Tabla 21**

Por último, exponer cuál es la postura del diario ante la respuesta del gobierno frente al desafío soberanista. En este sentido

*El País* muestra su postura en 8 de las 10 piezas relacionadas. Tanto en sus editoriales como en los géneros interpretativos, el diario continúa con la línea crítica hacia el gobierno. El 87,50% de las unidades son críticas con la actitud del gobierno (7 de 8) aunque siempre muestran la idea de que hay que acatar los tratados Europeos y Mas debe parar de hacer propaganda equívoca.

En este sentido, denuncian tanto el abuso de poder como el inmovilismo o maquillaje del problema y proponen que el diálogo es la salida. A pesar de que esto se haya producido, *El País* propone una conversación estructurada, que involucre a todas las fuerzas políticas, así como llevar a cabo una serie de medidas que mejoren la confianza perdida. Incluso la idea de revisar la constitución, haciéndola más flexible y no tan restrictiva se deja entrever en sus piezas, para no descartar de antemano una posible solución que puede ser beneficiosa para el consenso y para los españoles.

### 3.2 Un análisis en el diario *El Mundo* de las informaciones seleccionadas

Tras exponer en el punto anterior los datos obtenidos del análisis del diario *El País*, debemos dedicar ahora este punto a desgranar los resultados relevantes obtenidos del diario *El Mundo*. Como en el anterior, también se ha hecho un trabajo de campo a lo largo de una semana de cada uno de los casos y en primer lugar serán tratados los resultados sobre el rescate bancario, para proseguir con el Caso Bárcenas y por último y previo a las conclusiones, cerraremos el capítulo con la disputa soberanista de Cataluña.

En primer lugar, comenzando por la portada del diario cabe señalar como a lo largo de la semana, la figura del gobierno o de alguno de sus miembros en relación al rescate es llevada a portada en tres ocasiones, un 42,85% el mismo dato que el diario *El País*.

<i>EL MUNDO</i>	Portada Completa 0	Mitad de Portada 1	Sumario en Portada 2
%	0	33,33%	66,66%

Tabla 22

Los días 10 y 11 de junio el protagonista es el ministro Luis De Guindos. En primer lugar recogiendo la rueda de prensa del Ministro anunciando que finalmente España será intervenida, pero puntualizando claramente que ese dinero irá directamente a los bancos que necesiten recapitalizarse; teniendo como única condición desde Europa para nuestro país la reforma del sector financiero.

En segundo lugar *El Mundo* lleva a portada, de una manera bastante épica, como el ministro de Economía presionó durante la videoconferencia, según fuentes oficiales, al Eurogrupo para que aceptara sus planteamientos. Mientras tanto, destaca también que Rajoy le envió un sms diciéndole que aguantara la presión de los miembros ya que “España no es Uganda”; frase que fue muy difundida en todos los medios nacionales e internacionales en los días sucesivos.

El día 15, y tras días sin tocar el papel del gobierno, se destaca como España está al borde del abismo y tanto gobierno como oposición piden al BCE que actúen ya. Con la inyección de capital los mercados subirían un 30%.

En cuanto al espacio dedicado al tema, hay que señalar que en ninguno de los tres casos la cabecera dedica la portada completa al tema. De hecho, en el 66,66% de los casos (2 de 3) tan solo es un sumario lo que se encuentra. A pesar de este escaso espacio, es destacable que remarca en grande la frase del sms de Rajoy a De Guindos: “No somos Uganda” a cinco columnas y en letras grandes, y el “rescate sin humillación” del día 10, algo que da muchas pistas de cuál es la postura del diario sobre el tema.

	Piezas en par	Piezas en Impar	Página Completa	Mitad de Página	Menos de la mitad
<i>EL MUNDO</i>	7	9	3	10	3
%	43,75%	56,25%	18,75%	62,50%	18,75%
Total de piezas:					

Tabla 23

Tal y como refleja la Tabla 23, a lo largo de la semana se han extraído 16 unidades periodísticas sobre la intervención económica. Estas piezas, dedicadas a la labor del gobierno con respecto al anuncio del inminente rescate bancario, se publicaron en un pequeño porcentaje mayor, 56,25% frente a 43,75% en página impar, por lo que *El Mundo* podemos decir que sí le ha dado una mayor importancia al tema que la que le dio *El País*. Otro factor destacable es la extensión de las unidades periodísticas en este caso: en el 81,25% de los casos, *El Mundo* dedica la mitad de la página o más al tema.

Como ya quedó especificado al inicio de este capítulo, *El Mundo* no muestra un planteamiento en sus noticias similar al que hace *El País*. Normalmente es el primero quien hace una mejor distinción entre información pura de otros géneros híbridos o con cierto carácter interpretativo. A pesar de esto, al fin y al cabo publican los mismos datos informativos, ofreciendo muy pocas variables. (Tabla 24)

	Información	Interpretación	Editoriales
EL MUNDO	6	7	3
%	37,50%	43,75%	18,75%
Total Piezas: 16			

Tabla 24

A pesar de esto, en el diario *El Mundo* también apuesta por los géneros de la crónica o el análisis en este caso. El 43,75% de las piezas son crónicas, análisis o reportajes y tan solo un 37,50% son noticias. En cuanto a los editoriales, *El Mundo* publica 3 a lo largo de toda la semana.

Mientras que las unidades periodísticas de *El País* se situaban en diversas secciones de la cabecera, en este caso siempre van en la sección España y con un cintillo diferenciador titulado con “emergencia económica”, junto con el tema del que trata la noticia.

Aunque destaca el carácter económico del tema, en este caso y al contrario que en el anterior diario, la mayoría de las declaraciones que recoge *El Mundo* son de Mariano Rajoy (31,25%). A pesar de esto, y lógicamente por el ámbito en el que se enmarca el rescate, es Luis de Guindos quien, con 4 declaraciones se sitúa en segundo lugar con un 25% del total.

	Rajoy	Santamaría	De Guindos	Margallo	Ana Pastor	Cospedal	Floriano	Otros Miembros
<i>El MUNDO</i>	5	2	4	1	1	1	1	<b>1</b>
%	31,25%	12,50%	25,00%	6,26%	6,26%	6,26%	6,26%	6,25%

**Tabla 25**

En este caso ocurre lo mismo que en el primer diario analizado, muchas de las declaraciones publicadas en los medios son en algunos casos repetidas o recogidas de la misma intervención por lo que en realidad, las comparecencias públicas, en este caso del presidente sobre todo, decir, fueron bastantes menos.

Es interesante también conocer la línea de esas declaraciones. En este caso se cumplen unos resultados parecidos al análisis anterior. Moncloa intenta transmitir un mensaje de tranquilidad, restar dramatismo e incluso poner en duda los análisis pesimistas de los expertos internacionales. De hecho, incluso el Presidente del Gobierno aseguró en su día que comparecería en el Congreso cuando todo estuviera cerrado, que no ha dado explicaciones antes porque las negociaciones no deben ser mediáticas y que en ningún momento afectaría a los españoles. Otros, como Luis de Guindos, Margallo o Santamaría aseveraron firmemente que la situación provenía de fuera por dos factores; la inseguridad que producen las elecciones griegas que podrían provocar su salida del Euro y la desunión aparente de Europa ante los mercados, lo que hace huir a los inversores. Cuantitativamente se puede observar como esta línea se confirma, ya que el 93,75% (en El País este dato ascendía al 100%) tienen esta vertiente

	AFRONTAN EL TEMA	SE ESCABULLEN
<i>El Mundo</i>	1	<b>15</b>
%	6,25%	93,75%

Por otra parte, *El Mundo* también centra habitualmente el protagonismo de las unidades periodísticas en la institución o de alguno de sus miembros, en concreto, en los titulares. En este caso y de manera más contundente el protagonismo se centra en Mariano Rajoy que es pieza clave del 75% de las piezas. Para *El Mundo*, Luis de Guindos consigue menos atención, siendo protagonista de tan solo de seis, la mitad que



el jefe de gobierno. Secundariamente aparecen Soraya Saenz de Santamaría que también es representada como la portavoz del gobierno por delante del Presidente.

	Rajoy	Santamaría	De Guindos	Montoro	Cospedal	Otros
<i>El Mundo</i>	12	1	6	3	1	2
%	75,00%	6,25%	37,50%	18,75%	6,25%	12,50%

**Tabla 27**

Por último, mediante la plantilla de análisis se ha contabilizado cuál fue la actitud de *El Mundo* frente a la decisión del gobierno de pedir un rescate bancario a España. En contraposición a *El País*, son solo 12 las piezas que muestran algún aspecto tendencioso y en este caso, el 80% de ellas se muestran críticas con el gobierno, aunque en este caso se debe puntualizar este resultado.

	Actitud positiva	Actitud negativa
<i>El Mundo</i>	2	8
%	20%	80%

Mientras que *El País* critica sin excepción tanto al gobierno como al presidente con respecto al rescate y su comunicación política; para *El Mundo* hay muchos matices. Por un lado, la comparecencia de Rajoy ante la prensa en la Moncloa fue un acierto, no tenía más remedio que comparecer, pero critican la actitud un tanto pueril de Rajoy negando el rescate.

Con respecto al propio rescate el diario expone diversas perspectivas al respecto. Por un lado, ver el rescate como garantía del saneamiento de nuestro sistema financiero o como descrédito de otro país más en el seno de la Eurozona. Sea como sea, para *El Mundo* Rajoy debe estar satisfecho, ya que ha jugado bien sus limitadas bazas. Es llamativa la frase con la que se refieren a él en uno de los editoriales: “pasar por un vencedor falaz que por un perdedor veraz” (*El Mundo*, 11 junio 2012: 3)

A pesar de todo, *El Mundo* parece haberse precipitado y en sus sucesivos editoriales su postura varía ligeramente. El 12 de junio, con la mala acogida de los mercados que ha tenido el rescate español ha sido para *El Mundo*, en parte por la incertidumbre que rodea a muchos aspectos de Europa y también, por la opacidad sobre algunos términos del rescate bancario, que el Gobierno español se ha encargado de

incrementar con su confusa estrategia de comunicación. Estos mensajes confusos han soslayado lo fundamental del rescate: el Gobierno salvó los muebles el sábado y consiguió la financiación necesaria para limpiar la parte contaminada del sistema bancario.

Por eso es primordial que el presidente del Gobierno comparezca cuanto antes en el Parlamento para explicar los términos del rescate financiero como han solicitado todos los grupos parlamentarios. Sería otro error incomprensible posponer las explicaciones hasta julio como quiere el Partido Popular.

Siguiendo con esta línea contradictoria que muestra el diario en sus editoriales, el 15 Junio. Contradiendo lo dicho hace tres días, *El Mundo* asegura que Rajoy debería haber gestionado más hábilmente los últimos acontecimientos: califican ahora de precipitada la rueda de prensa del domingo, ya que vendió como un triunfo personal la ayuda a la banca diciendo algo erróneo como que no iba a afectar al déficit. Tampoco es una buena idea abrir un conflicto con Bruselas enfrentándose a Joaquín Almunia, por mucho que el comisario español estuviera desafortunado al aludir al cierre de entidades en España.

### 3.2.2. Caso Bárcenas

Continuando por el orden establecido en los anteriores casos, *El Mundo* lleva a portada el Caso Bárcenas en relación con el ejecutivo en 3 ocasiones a lo largo de la semana, un 42,85% del total. Cabe señalar que, en este caso, un tema tan relevante como la corrupción política ocupa en ambos periódicos un gran espacio y gran cantidad de portadas, de hecho incluso un año después aun sigue apareciendo con gran relevancia. A pesar de esto, en la semana analizada para esta investigación, esas tres portadas recogen en diversas ocasiones la situación del gobierno con respecto al tema.

	Portada Completa	Mitad de Portada	Sumario en Portada
<i>EL MUNDO</i>	1	1	1
%	33,33%	33,33%	33,33%

Tabla 29

En primer lugar, el día 1 de febrero, *El Mundo*, destaca en su titular “Bárcenas se burla de la justicia y pone al Gobierno contra las cuerdas”. En esta portada se alude a la

presencia de Rajoy en esa contabilidad, cuestión por la cual el presidente ha convocado una ejecutiva extraordinaria para el día siguiente.

Continuando con el día 3, la portada expone que tras la comparecencia ante la prensa de Rajoy mediante una pantalla de plasma y sin preguntas, (esto último muy remarcado), ha empeñado su palabra en que el PP no ha cobrado ni pagado nunca en dinero negro. Mientras tanto, *El Mundo* incluye junto a esto, la imagen de Luis Bárcenas tomando champán en Francia.

Por último, el día 4 de febrero, *El Mundo* hace una mención al gobierno a través de las palabras de Alfredo Pérez Rubalcaba, en las que aclara que Rajoy no puede dirigir este país porque ni siquiera tiene la capacidad de querellarse contra Bárcenas. En cuanto al espacio dedicado al Caso Bárcenas por *El Mundo* hay que decir que es bastante poco profuso. De esos tres días en los que aparece el hecho va perdiendo importancia y la información se reduce, comenzando por una portada completa para pasar a reducirse a un sumario el día 4. A pesar de esto, es curioso como el diario polariza el protagonismo a dos bandas Bárcenas-Rajoy, que se acrecienta con la polémica comparecencia ante la prensa, en la que no admitió preguntas y se personó a través de una pantalla.

Por otra parte, es destacable que como el día 3 *El Mundo* remarca la idea de que el gobierno se encuentra ante las cuerdas y está llevando a cabo una mala estrategia de comunicación.

	Piezas en par	Piezas en Impar	Página Completa	Mitad de Página	Menos de la mitad
<i>El Mundo</i>	14	4	9	6	3
%	77,77%	22,22%	50,00%	33,33%	16,66%
Total de piezas: 18					

Tabla 30

En cuanto a las 18 unidades periodísticas extraídas del diario, la tabla 30 refleja como se decantaron por las paginas pares para situar esta información, un 77,77% (14) en par frente a un 22,22% (4) en impar. En cuanto a la extensión de las piezas, *El Mundo*, dedica mayor espacio con 15 piezas a media página o página completa; lo que compensa, en parte, la situación de estas unidades periodísticas.

En el diario *El Mundo*, en este caso se apuesta por el género noticia (44,44% del total, 8 piezas), mientras que el género interpretativo, aunque muy completo; tiene solo 5 unidades periodísticas. Por otra parte, *El Mundo* es muy propenso a dar rápidamente su opinión sobre un tema de actualidad y por ello, a lo largo de la semana podemos encontrar 5 editoriales sobre el Caso Bárcenas y la actitud del gobierno de Rajoy.

	Información	Interpretación	Editoriales
<i>EL MUNDO</i>	8	5	5
%	44,44%	27,77%	27,77%
Total Piezas: 18			

Tabla 31

El cintillo con el cual titula el diario estas piezas es “políticos bajo sospecha” algo que muestra bastante bien que para el diario, no es oro todo lo que reluce, si nos referimos a los constantes casos de corrupción en las filas del PP pero también, en otros partidos.

Por otra parte, la mayor parte de las declaraciones que recoge *El Mundo* son en este caso de María Dolores de Cospedal ( 25,92%) y otros miembros del partido que no forman parte del Ejecutivo pero que han dado su opinión sobre el tema; que tienen el mismo porcentaje.

	Rajoy	Santamaría	De Guindos	Cospedal	Pons	Floriano	Otros
<i>El Mundo</i>	6	2	1	7	2	2	7
%	22,22%	7,40%	3,70%	25,92%	7,40%	7,40%	25,92%

Tabla 32

Mariano Rajoy, el presidente del Gobierno, en este caso queda relegado al tercer puesto con un 22,22% del total, pero cabe señalar que en este caso todas ellas se refieren a su polémica comparecencia ante los medios tras la reunión extraordinaria con su gabinete.

Por otra parte vuelve a ser importante conocer la línea de las declaraciones del equipo de gobierno. En primer lugar *El Mundo* publica un 100% de intervenciones que pretenden escabullirse del tema, ninguna de ellas lo afronta abiertamente. Hay que decir

que tras la publicación de los papeles de Bárcenas, los ministros guardaban silencio y en Moncloa pocos contestaban las llamadas. *El Mundo* añade además que se puso en contacto con dos personas de confianza del presidente y, aunque preocupadas, destacaron que él transmitía mucha tranquilidad.

	AFRONTAN EL TEMA	SE ESCABULLEN
El Mundo	0	27
%		

**Tabla 33**

El corte del discurso, tanto del Gobierno como de otros miembros del partido, es medianamente homogéneo frente a las cámaras. Todos niegan su

existencia y exculpan al presidente, usan el contraataque frente a la oposición y tienen “Bárcenas” como palabra tabú. A pesar de esto, el diario señala el doble discurso entre los populares, ya que a micrófono cerrado admiten coincidencias y posibles irregularidades.

De todas las intervenciones que muestran en ambos periódicos cabe destacar dos de ellas que muestran claramente lo desacompañada e incoherente que fue la estrategia comunicativa del Gobierno/ Partido Popular.

1. Rajoy viaja a Berlín y allí ofrece una rueda de prensa respaldado por Merkel. Allí siguió en la línea de todo es falso pero apostilló que en ese «todo» hay excepciones. Además para evadir las preguntas de los periodistas, llevó todas las cuestiones a las reformas que está llevando a cabo el gobierno y que sacarán a España de la crisis.

2. En ese mismo instante, mientras Rajoy estaba en Berlín, Carlos Floriano ofrece una rueda de prensa en la que el PP promete querellarse contra Bárcenas, sin nombrar su persona, cuando días antes el Presidente había descartado esta opción. Para ambos diarios la intención era rebajar la tensión de la visita a Alemania.

	Rajoy	Santamaría	De Guindos	Cospedal	Montoro	Pons	Floriano	Otros
El Mundo	7	1	1	4	1	1	1	2
%	38,88%	5,55%	5,55%	22,22%	5,55%	5,55%	5,55%	11,11%

**Tabla 34**

Por otra parte, el protagonismo de las unidades periodísticas en *El Mundo*, se centra de nuevo en el Presidente del Gobierno. Un 38,88% del total muestran a Rajoy como percha fundamental de la pieza. A bastante distancia (22,22%) se sitúa Dolores de

Cospedal, sobre todo desde su negación rotunda de la veracidad de la documentación publicada por El País, en la que horas más tarde fue desacreditada por el propio Pio García Escudero, que certificaba algunos datos personales como reales.

	Actitud positiva	Actitud negativa
El Mundo	3	7
%	30%	70%

Tabla 35

Por último, mediante la plantilla de análisis se ha contabilizado cuál fue la actitud de *El Mundo* frente a la aparición de la supuesta contabilidad B del PP. En este caso hay mayor diversidad

entre las piezas seleccionadas porque mostraban algún tipo de postura por parte de la cabecera. Por un lado el 70% de ellas criticaban al Gobierno, pero en este caso el porcentaje de apoyo al Gobierno es el más alto de los mostrados hasta ahora con un 30%.

En este sentido, es necesario señalar cuál fue la evolución del diario. A voz de pronto, en su primer editorial, *El Mundo*, expone que Barcenas es un sinvergüenza que está jugando al doble rasero. Por otra parte, aseguran que los documentos publicados son de tal gravedad que exigen una acreditación pública y fehaciente de las fehacientes negaciones de Cospedal. Por ello, la cabecera exige al Gobierno que presente la contabilidad interna y las declaraciones de la renta de todos los dirigentes implicados para que la opinión pública pueda comprobar si cumplieron sus obligaciones fiscales. Es decir, que para solucionar el tema dan por hecho que deben colaborar con la Justicia y hacer un ejercicio de absoluta transparencia.

A pesar de esta aparente confianza inicial hacia el gobierno, *El Mundo* expone tras la declaración de Rajoy que esta no ofreció la explicación clara y nítida que esperaban los españoles y, lo que es peor para el diario, sus afirmaciones categóricas sobre su conducta ejemplar contra la corrupción no se corresponden con su forma de actuar, ya que no ha tomado aun represalias contra la ministra Ana Mato y tampoco espera querrellarse contra Luis Bárcenas.

Tras la verificación de la doble contabilidad *El Mundo* se muestra decepcionado

con Mariano Rajoy, ya que ha querido proteger a sus compañeros antes de empeñarse en la búsqueda de la verdad. Además exponen que el callejón sin salida en el que se encuentra el Gobierno estaría más despejado si admitiera que el PP recibió donaciones opacas, puntualizando en varias ocasiones –como el resto de los partidos- y anunciara una investigación para descubrir si algunos miembros de la cúpula recibieron sobresueldos. Aunque con esto sufriría un coste político, sería mucho menor del que tendría si, e incide sobre el tema, no emprende acciones contra quien presuntamente metió la mano una y otra vez en la caja del PP para engrosar su fortuna.

Por último, en su último editorial *El Mundo* expone que Rajoy dispone de una cómoda mayoría absoluta para llevar a cabo lo que e parezca a pesar de estar siendo golpeado severamente por la corrupción. La idea de que el Gobierno ha encargado al Centro de Estudios Constitucionales un informe para combatir la corrupción, puede traerle a Rajoy una buena ocasión para situarse al frente de estas reformas, que no pueden ser solo cosméticas.

### 3.2.3 Independencia de Cataluña

Por último, los datos analizados en *El Mundo* durante la semana del 14 al 20 sobre la respuesta de Mariano Rajoy a la carta de Mas reclamando la soberanía catalana, han permitido extraer resultados acerca de la estrategia comunicativa del gobierno, así como de la opinión del diario al respecto.

En cuanto a las portadas a lo largo de la semana, *El Mundo* coloca el tema en primera plana en cuatro ocasiones, los días 14, 15, 16 y 18 de septiembre.

	Portada Completa	Mitad de Portada	Sumario en Portada
<b>EL Mundo</b>	0	3	1
%	0%	75%	25%

Tabla 36

El día 14 es importante para el diario que la Diada y Mas pierden fuerzas debido a que Moncloa ha preparado la respuesta a Mas (vía carta) apelando a que de ningún modo permitirá la consulta soberanista. El día 15 se centra en el anuncio del gobierno de contestar la misiva del Presidente de la Generalitat, recibida en Julio. A pesar de esa esperada respuesta, el 16 de septiembre y ante la inconcreción del gobierno en la carta

enviada, *El Mundo* muestra en portada que Mas mantiene como objetivo innegociable la consulta para 2014. Por último, el día 18 la cabecera dirigida aun por Pedro J. Ramírez anuncia como importante que diversos barones del PP reclaman a Rajoy que no haga más concesiones económicas a Cataluña.

En cuanto al espacio dedicado tema, cabe señalar que es escaso. En ningún momento le dedican la portada completa, como sí lo hace *El País* o este diario en otros temas. El 100% de las piezas por lo tanto tienen una extensión de mitad de página o menos.

	Piezas en par	Piezas en Impar	Página Completa	Mitad de Página	Menos de la mitad
<i>EL Mundo</i>	2	8	1	4	5
%	20%	80%	10%	40%	50%
Total de piezas: 10					

Tabla 37

Las unidades periodísticas encontradas en el diario *El Mundo* son 10 y coinciden en número con las del otro diario analizado. En cuanto a la ubicación de las mismas parece que *El Mundo* otorga una importancia mayor al tema y coloca 8 de las mismas en página par (80%). En cuanto a la extensión también es curioso como este diario hace que el 100% de sus piezas tengan entre media y página completa. En cuanto a los géneros periodísticos utilizados en las diversas unidades periodísticas recogidas, *El Mundo* se decanta en un 50% por la noticia y tal solo 3 de ellas se dedican a la interpretación de los hechos mediante análisis, crónicas o reportajes. Por último, como hace normalmente el diario, dedica varios editoriales al tema. En este caso son únicamente 2 (20%) los encontrados a lo largo de los siete días.

	Información	Interpretación	Editoriales
<i>El Mundo</i>	5	3	2
%	50%	30%	20%
Total Piezas: 10			

Tabla 38

Ante estos números, cabe señalar también otro aspecto más subjetivo encontrado en el diario. En *El Mundo* la información referente a este tema se sitúa siempre en la sección España, aunque guarden relación con situaciones de ámbito europeo o



extraterritorial. Además, lo ubican siempre bajo un cintillo diferenciador denominado “desafío nacionalista” acompañado del tema a tratar.

Los protagonistas de las piezas analizadas en este caso son principalmente Santamaría, con el 50% y dos declaraciones recogidas; Montoro, con el 25% y Margallo con el mismo porcentaje. Es muy llamativo que Rajoy también es uno de los más mencionados (en opinión e interpretación, no en información) pero principalmente porque no ha dado la cara ante el tema salvo por la respuesta a Mas a su carta. Se exponen muy pocas intervenciones por parte del Gobierno con respecto al tema y en ningún caso son de Rajoy, solo de Santamaría (previas al envío de la carta y afrontando el tema únicamente desde la perspectiva únicamente jurídica)

	Rajoy	Santamaría	Margallo	Montoro
<i>El Mundo</i>	0	2	1	1
%	0%	50%	25%	25%

**Tabla 39**

En la mayor parte de las piezas se señala que los ministros se han referido tanto al ámbito económico del asunto que da la impresión de que el gobierno intenta de reducir el problema al plano del dinero cuando el tema de la independencia va mucho más allá. Apelan también en sus declaraciones a que la vía del diálogo está abierta y que trabajaran con la Generalitat para salir de la crisis. También destacar como el Gobierno reincide en que se mantienen firmes a su posición de hace un año basada en el artículo 2 y el 92 de la Constitución.

También señalar que tras el acuse de recibo de la carta el gobierno se dedica principalmente a negar toda la información que ha sido publicada sobre las concesiones a Cataluña, diciendo que si las cosas cambian no será por la presión independentista, para tranquilizar a los barones autonómicos del partido. Aunque en general el gobierno es más de actuar que de declarar y en este sentido el Ministro del Interior apunta a que ante el independentismo llevará a cabo cargas policiales y persecución contra los violentos.

La mayor parte de las declaraciones, que son muy pocas, proceden de ruedas de prensa salvo Cristobal Montoro que aunque ofreció una rueda de prensa, sus palabras más importantes proceden de conversaciones con periodistas a la salida del Congreso. Por otro lado, y en relación al protagonismo otorgado por *El Mundo* la tabla 40 muestra como el 70% de las unidades periodísticas analizadas están protagonizadas por Mariano Rajoy. Junto a este son la Vicepresidenta, Saenz de Santamaría y Margallo quienes co-protagonizan esas piezas con un 30 y un 20% respectivamente. Es curioso que *El Mundo* ofrece muy pocas dosis del resto de miembros y la opinión al respecto.

	Rajoy	Santamaría	Margallo	Montoro	Otros
<i>El Mundo</i>	7	3	2	1	1
%	70%	30%	20%	10%	10%

**Tabla 40**

Por último en este capítulo cabe señalar cuál ha sido la actitud del medio a lo largo de la semana analizada. Tras tabular los resultados, se muestra como también el 80% de las opiniones van en contra de la acción gubernamental y solo una de ellas se muestra favorable al gobierno y su postura.

	Actitud positiva	Actitud negativa
El Mundo	1	4
%	20%	80%

**Tabla 41**

Ante esto cabe señalar los puntos más significativos de la postura del diario. En un primer editorial el día 14 de septiembre, *El Mundo* expresa que Artur Mas no debe ser premiado por lo que califica como chantaje al Estado. A pesar de esto, Rajoy está obligado a negociar un nuevo sistema de financiación con Cataluña, pero no consentir el despilfarro de dinero que se está haciendo hasta ahora en Cataluña.

El día 15, el director del diario, Pedro J Ramírez, recoge en su carta del director este tema. En él advierte de la falta de iniciativas del gobierno y su falta de inacción, concretamente en contra del nacionalismo, ya que considera que una carta no es suficiente (sobre todo si no hay un claro no).

## 4. Conclusiones

De la presente investigación se desprenden una serie de conclusiones relevantes no ya tan sólo para entender el papel del actual gobierno de la nación dentro de la necesaria comunicación política, sino para valorar debidamente la importancia de esta estrategia comunicativa mediante los medios analizados y la transcendencia de esta a la opinión pública.

### 4.1 Hipótesis 1. El Mundo ofrece trato de favor al Gobierno del Partido Popular, mientras que El País criticará duramente la gestión del Ejecutivo.

Tras el pormenorizado análisis durante las tres semanas establecidas de dos diarios que parecían tener hondas discrepancias en su pensamiento hacia el ejecutivo de Mariano Rajoy, los resultados demuestran que ciertamente esta hipótesis es falsa, ya que si atendemos a los resultados, *El Mundo* se mostró muy crítico con la acción gubernamental; de hecho, el 80% de las piezas seleccionadas tienen este corte negativo.

Si es cierto que ante este resultado hay una clara diferencia con respecto al otro diario, *El País*. Esta cabecera tiene un mayor porcentaje de piezas críticas con el gobierno, prácticamente su totalidad, el 97,2%. Este dato muestra el matiz menos radical de la opinión de un diario frente a otro, pero deja bastante claro que *El Mundo* no ha dado trato de favor al gobierno en ninguna de las tres etapas legislativas analizadas.

Puntualizar que fue el Caso Bárcenas el tema que granjeó más opiniones favorables dentro del diario *El Mundo* hacia la ejecutiva, con un 30% del total. Esto tiene una explicación bastante clara al leer las piezas publicadas ya que, con el estallido de este nuevo caso de corrupción en el seno del Partido Popular, el diario *El Mundo* daba cuenta de un posible montaje y una campaña de desprestigio para hacer caer al gobierno como venganza de su ex tesorero, teoría que días después se descartó debido a las pruebas judiciales y abrió la veda a las críticas.

Mientras tanto, la única opinión de apoyo de *El País* hacia el gobierno se daba con respecto a la batalla por la independencia librada por Artur Mas en Cataluña. En esta pieza editorial el diario acusa al gobierno de la *Generalitat* de usar métodos poco legítimos y anima al gobierno central a no caer en chantajes.

#### **4.2 Hipótesis 2. Las declaraciones de los miembros del Partido Popular y/o del Gobierno serán mayoritariamente disuasorias en los tres casos estudiados**

Relacionado con la situación anterior, parte de esas opiniones desfavorables hacia el gobierno tienen su germen en este carácter disuasorio de la mayor parte de las declaraciones oficiales recogidas por ambos diarios. Cabe señalar en este sentido que tan solo seis de las setenta y tres declaraciones contabilizadas en ambos diarios, el 8,2%, afrontan los temas planteados por los periodistas y la opinión pública. Por otro lado, el 91,7% (67 declaraciones) son disuasorias.

#### **4.3. Hipótesis 3. Mariano Rajoy no es un ejemplo de líder carismático pero otras características llevan al ciudadano a mostrar confianza en su persona.**

En enero de 2012, cuando se publicó el primer barómetro del CIS tras la victoria del PP en las elecciones generales, la nota correspondiente a la confianza que aportaba Mariano Rajoy fue de un 4,55 sobre 10. Casi un año después, en octubre de 2013, obtenía una calificación de 2,78. Los últimos datos recabados por el Centro de Investigaciones Sociológicas del pasado mes de abril, rebajan esa nota a un 2,48; consiguiendo la peor nota de la historia de un máximo mandatario español.

.El debate televisado que protagonizó contra Alfredo Pérez Rubalcaba le trajo una gran cantidad de críticas por parte de medios de comunicación y expertos por los graves errores que cometió; como leer durante las intervenciones, no mirar a la cámara con seguridad o una falta de firmeza en sus respuestas cuando su oponente le acusaba de poca claridad en su programa electoral.

Además de esto, Mariano Rajoy ha sido duramente criticado también por ser un mal orador. Entre sus fallos más evidentes se encuentra una mala dicción y la poca cercanía que trasmite al leer sus discursos al pie de la letra. Un claro ejemplo de esto es su comparecencia del 1 de agosto de 2013 en el Congreso de los Diputados. En ella, se pretendía que el Presidente diera cuenta de la situación política y económica del país, así como del Caso Bárcenas.

En esa intervención, Mariano Rajoy citó en numerosas ocasiones frases pronunciadas por otros líderes políticos de la Cámara Baja, principalmente de Alfredo Pérez Rubalcaba, añadiéndoles de forma contundente la famosa coletilla “Fin de la

cita”; que trajo de manera inmediata la sorna de los políticos allí presentes y también de los usuarios de la red social *Twitter*. Esta frase se convirtió de manera casi inmediata en *Trending topic* mundial. Tras este polémico episodio, Moncloa aclaró a los medios de comunicación que esa coletilla venía entre paréntesis en el discurso, es decir, como una anotación que no tenía que leer. En realidad nunca se sabrá si fue una estrategia política o quizá una prueba más de que Rajoy es un líder incapaz de salirse del guión.

Por otro lado habría que hablar de la fama de líder pasivo con la que cuenta el Presidente. Como hemos visto en los tres análisis realizados, los resultados muestran que Rajoy es un hombre de pocas palabras, para quien la comunicación es bastante molesta y por eso espera hasta el límite para compadecer en público, ya que parece que le importa poco la presión de la opinión pública. Aunque Rajoy es el protagonista casi indiscutible de entre el 87 y el 96% de las piezas analizadas en los dos medios, en la gran mayoría de ellas aparece bien por sus polémicas comparecencias o principalmente por la ausencia de las mismas.

Esta ausencia o pasividad puede ser también entendida como una estrategia de control de tiempos, ya que en algunos de los artículos que publican ambos diarios a lo largo de las semanas, se extraen algunas opiniones de periodistas que conocen su forma de actuar. Estos articulistas reflejan a lo largo de las semanas analizadas la capacidad del Presidente de dominar sus acciones, jugar solo las cartas que le interesan y despreciar o posponer aquellas que no lo hacen (caso de la respuesta a Artur Mas) con el objetivo de preservar la poca confianza que desprende como líder, que sabe que es poca. Es decir, se podría decir que Mariano Rajoy basa su gestión política en uno de los puntos clave de “El Príncipe” de Maquiavelo, un gobernante no debe ser “Ni querido ni temido pero tampoco odiado”.

#### **4.4 Hipótesis 4. La comunicación política que ha llevado el Gobierno en los tres casos ha tenido el efecto deseado.**

La situación de España antes de que arrancara la legislatura del actual gobierno no era nada sencilla, la crisis económica y social ya estaba instalada en España. Mariano Rajoy se presentó ya a unas elecciones generales anticipadas en noviembre de 2011 que ganó con cerca de 11 millones de votos; la segunda mayoría absoluta más amplia obtenida por un partido político en España en unos comicios generales.

El lema con el que el Partido Popular pedía el voto a la ciudadanía en dichas elecciones fue “súmate al cambio”, como forma de expresar a la población española que su gestión sacaría a España de la crisis económica. En realidad, al contrario de lo que planteaba este partido en sus inicios de la legislatura la recuperación se convirtió en un empeoramiento de la situación económica de nuestro país como han ido demostrando los principales indicadores de la microeconomía. Este empeoramiento llegó incluso, como hemos visto al inicio de este trabajo de investigación, a que en junio de 2012 el Gobierno español se vio obligado a pedir un rescate a la Unión Europea para sanear el sistema financiero, mientras que la tasa de paro ascendía por encima de los 6 millones.

En estas circunstancias tan dramáticas para un país, lo deseable, recogiendo como base de esto a autores como María José Canel (2007) un Gobierno debería ser proactivo en cuanto a explicaciones públicas, una actuación transparente en la que se admitan errores y se asuman responsabilidades, incluso, remodelar el ejecutivo para sustituir a las cabezas políticas más quemadas.

Uno de los objetivos principales de esta investigación era conocer la eficacia de la estrategia comunicativa del gobierno. Por el momento, a través de estos métodos, el ejecutivo ha conseguido que con el paso del tiempo se disminuyeran las informaciones perjudiciales para ellos, ya que a lo largo de las semanas analizadas este fenómeno se producía. También han conseguido reducir el impacto de algunos temas como por ejemplo el Caso Bárcenas, que solo aparece puntualmente si hay alguna novedad judicial en el caso; la consulta soberanista catalana, que ya no ocupa tanto espacio en los medios de comunicación; o incluso, la situación económica del país, gracias a que el gobierno aprovecha los datos positivos (la bajada de la tasa de paro en los últimos resultados del mes de mayo) para anunciar brotes verdes.

A pesar de esto, el Partido Popular ha bajado su puntuación en los sondeos ciudadanos. Si nos referimos, en primer lugar, al último barómetro del CIS (Febrero 2014); el 82,2% de los encuestados califican la situación política de España como mala o muy mala y el 93,6% de ellos aseguran que esta coyuntura está igual o peor que hace un año. Las previsiones a un año vista no son mucho mejores ya que el 80,3% afirman una circunstancia similar o incluso peor.

Si nos ceñimos ahora a los resultados concretos de aquellos indicadores que manejan los datos del gobierno, también elaborados por el CIS, vemos como tanto la confianza como la valoración de la labor del gobierno han descendido entre 9 y 10 puntos porcentuales desde el inicio de la legislatura hasta los últimos datos registrados, el pasado mes de abril.

#### INDICADORES DEL SISTEMA GOBIERNO/OPOSICIÓN

	abr14	ene14	oct13	jul13	abr13	ene13	oct12	jul12	abr12	ene12
<b>INDICADOR DE CONFIANZA DEL SISTEMA GOBIERNO/OPOSICIÓN</b>	25.1	23.7	23.6	24.7	24.6	26.2	26.4	31.8	35.1	
Tasa trimestral (%)	5.9	0.4	-4.5	0.4	-6.1	-0.8	-17.0	-9.4		
Tasa anual (%)	2.0	-9.5	-10.6	-22.3	-29.9		-6.0	-1.9	10.4	
<b>INDICADOR DE LA LABOR DEL GOBIERNO</b>	25.0	23.3	23.6	24.5	24.9	26.6	25.5	32.5	36.6	
Tasa trimestral (%)	7.3	-1.3	-3.7	-1.6	-6.4	4.3	-21.5	-11.2		
Tasa anual (%)	0.4	-12.4	-7.5	-24.6	-32.0		-0.8	5.5	19.2	

Ilustración 1. Fuente: CIS

En cuanto a la gestión del ejecutivo de Mariano Rajoy, los datos registrados por el CIS muestran resultados similares, como vemos en la siguiente tabla. En ella vemos como han descendido las cifras más favorables y ahora son las opiniones de mala o muy mala quienes han aumentado entre 10 y 20 puntos. Curiosamente, en los últimos datos registrados vemos como ha habido una pequeña recuperación en la valoración hacia el gobierno. También señalar que la mayor pérdida de confianza hasta ahora se registra en los datos de abril de 2013, que fueron los primeros en publicarse tras el anuncio del rescate bancario a España; por lo que este hecho si que tuvo gran importancia en la caída de la credibilidad del gobierno.

#### VALORACIÓN DE LA GESTIÓN DEL GOBIERNO (%)

	abr14	ene14	oct13	jul13	abr13	ene13	oct12	jul12	abr12	ene12
<b>Muy buena</b>	0.8	0.3	0.4	0.4	0.5	0.5	0.4	0.8	1.5	
<b>Buena</b>	7.3	5.6	5.3	6.9	6.0	8.4	6.4	11.7	15.8	
<b>Regular</b>	22.3	21.9	22.7	22.0	23.4	23.4	23.5	28.8	28.8	
<b>Mala</b>	28.7	30.2	29.6	30.1	31.2	30.7	31.4	30.7	27.2	
<b>Muy mala</b>	39.2	40.6	39.8	38.8	37.3	35.3	35.7	25.4	21.1	
<b>N.S.</b>	1.3	1.0	1.3	1.4	1.3	1.4	1.9	2.0	4.7	
<b>N.C.</b>	0.4	0.4	0.9	0.4	0.2	0.2	0.6	0.7	0.9	
<b>(N)</b>	2469	2480	2485	2476	2482	2483	2484	2484	2484	

Ilustración 2: Fuente: CIS

Por último, y quizá como dato más representativo en este caso mostramos la evolución de los datos sobre la intención de voto de la ciudadanía española. En ella vemos como el PP está tocado electoralmente, ya que al comienzo de la legislatura partía con un 30,5% y actualmente ha perdido más de la mitad de votantes. A pesar de

todo, hemos visto en las últimas elecciones europeas celebradas el pasado 25 de mayo, que a pesar del duro golpe al bipartidismo, el partido del gobierno sigue siendo hoy el partido más votado por los españoles.

**INTENCIÓN DE VOTO (%)**

	abr14	ene14	oct13	jul13	abr13	ene13	oct12	jul12	abr12	ene12
<b>PP</b>	13.6	10.8	11.4	13.2	12.5	15.8	16.1	18.2	24.0	30.5
<b>PSOE</b>	13.4	11.8	13.0	12.5	13.7	17.0	17.6	17.1	20.8	18.2
<b>UPyD</b>	4.9	4.6	4.8	4.9	4.1	3.8	4.4	3.5	2.8	3.8
<b>IU-ICV</b>	7.2	7.1	8.5	7.8	7.1	6.4	7.0	6.2	7.0	5.9
<b>Otros</b>	4.3	3.6	3.5	3.2	4.1	2.8	2.9	2.4	2.2	3.8
<b>Voto nulo</b>	0.1	0.5	0.0	.	0.2	0.2	.	0.3	0.1	.
<b>En Blanco</b>	6.9	8.1	7.2	7.0	9.1	6.6	6.9	5.5	4.5	3.6
<b>Abstención</b>	20.2	24.2	22.0	24.0	22.7	21.5	18.8	22.3	17.2	13.4

Ilustración 3. Fuente: CIS

Por lo tanto, cabe señalar la gran capacidad de resistencia política con la que cuenta el Gobierno de Rajoy y el Partido Popular; ya que además de poseer una mayoría absoluta en la Cámara de representantes, han sabido jugar bien sus cartas durante lo que probablemente haya sido la legislatura más dura desde el punto de vista político, social y económico.



## 6. Bibliografía

Bardin, L. (1986). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.

Barranco, F.J; (1982) *Técnicas del marketing político*, Madrid: Pirámide

Barnés, S. (2007) *El candidato ante los medios: Telegenia e imagen política*, Madrid: Fragua

Berrocal, S. (2003): *Comunicación política en televisión y nuevos medios*, Barcelona: Ariel

Canel, M.J. (2006) *Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica*, Barcelona: Tecnos

Canel, M.J. (1999a). *Comunicación política: técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid: Tecnos

Canel, M.J. (2007) *Comunicación de las instituciones públicas*, Barcelona: Tecnos

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

De Cora, J. (1991): *Manual del perfecto político*, Madrid: Espasa Calpe, Crónicas de Hoy

Del Rey Morato J. (1989) *La comunicación política*, Madrid: Eudema

Del Rey Morato J. (2007) *Comunicación política. Internet y campañas electorales*, Barcelona: Tecnos

Maarek, P.J (2009) *Marketing político y comunicación*, Madrid: Paidós ibérica

Muñoz-Alonso, A., Rospir, J.I. (1999): *Democracia mediática y campañas electorales*, Barcelona: Ariel.

Muñoz-Alonso, A., Rospir, J.I. (1995) *Comunicación política*, Madrid: Universitas

Rospir, J.I. (2003). *Introducción a la comunicación política*, Madrid: Tecnos

Panbianco, A. (1990). *Modelos de partido. Organización y Poder en los Partidos Políticos*. Madrid: Alianza Editorial

Pasquino, G. (1990). Liderazgo y Comunicación Política. *Psicología Política*, Recuperado el 5 de marzo de 2014 <http://www.ecpunr.com.ar/Docs/N1-3IMPRESO.pdf>

Pasquino, G. (1995). *Manual de Ciencias Políticas*. Madrid: Alianza Editorial

Saiz, M.D. y Seoane, M.C. (1983). *Historia del periodismo en España*. Madrid: Alianza Editorial.

Sanchis, J.L. y Magaña, M. (1999). *Elecciones: manual del candidato*. Madrid: Alymar, S.L

Sartori Giovanni. (1998) *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid: Taurus

Schwartzberg, Roger-Gérard. (1978) *El show político: ensayo sobre, y contra, el star-system en política*, Barcelona: Dopesa.

Swanson, D. y Mancini, P. (1996). *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. Westport (EE.UU.): Greenwood Publishing Group.

Pérez García, D (2003), *Técnicas de comunicación política*, Madrid: Tecnos

Wimer R.D & Dominick J.R (2001) *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*, Madrid: Ediciones paraninfo

### **III-B) Consultas en Internet**

<http://blogs.elpais.com/micropolitica/> [Última consulta: 6 Junio de 2014]

<http://www.ojdinteractiva.es/> [Última consulta: 1 Junio de 2014]

<http://www.introl.es/> [Última consulta: 1 Junio de 2014]

<http://www.congreso.es/portal/page/portal/Congreso/Congreso> [Última consulta: 20 mayo de 2014]

## 6. Anexos

### 6.1 Ejemplo de plantilla de análisis (Portada)

# Plantilla de análisis de unidades periodísticas en portada

## 3. DATOS GENERALES

Nombre del diario: El Mundo

Tema al que se refiere: Independencia

Día de publicación: 18 de septiembre de 2013

Fecha de codificación: 24 de marzo de 2014

## 4. ANÁLISIS CUANTITATIVO

2.2 Colocación de la pieza:

- |                         |                  |                                     |
|-------------------------|------------------|-------------------------------------|
| 1. Página completa      | 4. Izquierda     | 7. No se puede conocer la ubicación |
| 2. <b>Zona superior</b> | 5. Derecha       |                                     |
| 3. Zona inferior        | <b>6. Centro</b> |                                     |

2.3 Numero de columnas que ocupa la pieza:

- |                  |            |            |
|------------------|------------|------------|
| <b>1 columna</b> | 3 columnas | 5 columnas |
| 2 columnas       | 4 columnas | Sin dato   |

2.4 Extensión de las columnas:

- |                            |                             |
|----------------------------|-----------------------------|
| 7. Página completa         | 10. $\frac{3}{4}$ de página |
| 8. $\frac{1}{4}$ de página | 11. <b>Sumario</b>          |
| 9. $\frac{2}{4}$ de página | 12. Sin dato                |

2.5 Complementos gráficos que acompañan a la unidad periodística en portada:

- |                    |               |
|--------------------|---------------|
| 4. fotografía      | 2. Infografía |
| 5. Otro elemento : |               |
| 6. Nada            |               |

\*Si lleva complemento:

- 6.1 Actual

6.2 De archivo

6.3 Sin datos de su obtención

### 3. ANÁLISIS CUALITATIVO

3.1 ¿Qué tipo es?

6. **Información**

9. Sumario

7. Opinión

10. Otro. Especificar cuál.

8. Fotonoticia

3.2 Descripción del tema que adelanta

Barones del PP reclaman a Rajoy que no haga más concesiones económicas a Cataluña.

3.3 ¿Aparece la figura del Gobierno o de alguno de sus miembros en el titular, texto o fotografía?

1. En el texto

2. **En el titular**, antetítulo o subtítulo

3. En la fotografía

4. No aparece

\*Quién aparece: Rajoy

1.4. Se menciona en portada la información que ha aportado el Gobierno sobre el tema concreto, si ha hecho declaraciones o se ha manifestado de alguna forma?

1. Si

2. **No**

4. Comentarios adicionales sobre el análisis de portada

# Plantilla de análisis de unidades periodísticas en el interior del diario

## 5. DATOS GENERALES

Nombre del diario: El Mundo  
Tema al que se refiere: Independencia  
Día de publicación: 18 de septiembre de 2013  
Fecha de codificación: 24 de marzo de 2014

## 6. ANÁLISIS CUANTITATIVO

2.1 ¿Cómo se presenta el hecho noticioso?

1. Pagina par                      **2. Página Impar**

Nº de la página: 8

2.2 Colocación de la pieza:

1. Página completa	4. Izquierda	7. No se puede conocer la ubicación
2. <b>Zona superior</b>	5. Derecha	
3. Zona inferior	6. Centro	

2.3 Numero de columnas que ocupa la pieza:

1 columna	3 columnas	<b>5 columnas</b>
2 columnas	4 columnas	Sin dato

2.4 Extensión de las columnas:

13. Página completa	16. <b>¾ de página</b>
14. ¼ de página	17. Sumario
15. 2/4 de página	18. Sin dato

2.6 Complementos gráficos que acompañan a la unidad periodística en portada:

7. **fotografía**                      2. Infografía

8. Otro elemento :

9. Nada

\*Si lleva complemento:

9.1 Actual

9.2 De archivo

### 9.3 Sin datos de su obtención

#### 3. ANÁLISIS CUALITATIVO

##### 3.1 ¿Qué tipo es?

- |                        |                 |                             |
|------------------------|-----------------|-----------------------------|
| 11. <b>Información</b> | 13. Fotonoticia | 15. Otro. Especificar cuál. |
| 12. Opinión            | 14. Sumario     |                             |

##### 3.3 Descripción del tema informativo de la pieza

Algunos de los principales barones del PP en las comunidades autónomas han pedido al presidente que no haga más concesiones económicas a Cataluña.

##### 3.3 ¿Aparece la figura del Gobierno o de alguno de sus miembros en el titular, texto o fotografía?

- |   |                     |
|---|---------------------|
| 1. <b>En el texto</b>                           | 3. En la fotografía |
| 2. <b>En el titular, antetítulo o subtítulo</b> | 4. No aparece       |
- \*Quién aparece:

##### 3.4 ¿Hay declaraciones de algún miembro del gobierno?

- |       |              |
|-------|--------------|
| 2. Si | 2. <b>No</b> |
|-------|--------------|

##### 3.5 ¿Quién es el personaje que protagoniza las declaraciones?

8. Mariano Rajoy
9. Soraya Saenz de Santamaría
10. María Dolores de Cospedal
11. Cristobal Montoro
12. Esteban González Pons
13. Carlos Floriano
14. Otro. Cuál

##### 3.6 ¿Qué tipo de declaraciones son?

4. Ofrecidas directamente al medio
5. Conseguidas por el medio
6. toman declaraciones ofrecidas a otros medios

##### 3.9 ¿Qué línea tienen las declaraciones?

- |                                 |                 |
|---------------------------------|-----------------|
| 1. Afronta el tema abiertamente | 2. Se escabulle |
|---------------------------------|-----------------|

3. Otro:

3.8 ¿Qué acción política ha llevado a cabo el gobierno en este caso?

Negociación económica. Ceder y negociar con Mas la financiación de Cataluña.

3.9 ¿Cuál es la actitud del medio ante las declaraciones?

No se desprende actitud ni reacciones del medio, pura información.

3.10 ¿Cuál es la reacción del diario ante las declaraciones?

3.11 Comentarios adicionales sobre el análisis de la pieza periodística



## 6.2 Carta de Artur Mas a Mariano Rajoy



El president  
de la Generalitat de Catalunya

Excmo. Sr. D. Mariano Rajoy Brey  
Presidente  
Gobierno de España  
Palacio de la Moncloa  
28071 Madrid

Apreciado Presidente:

Es conocida la voluntad de autogobierno del pueblo catalán, reiteradamente ejercida o reclamada a lo largo de los siglos. En el último período democrático, iniciado a finales del siglo pasado, dicha voluntad de autogobierno fue canalizada inicialmente a través del Estatuto de Autonomía de 1979.

El Parlamento catalán aprobó en 2005 una nueva propuesta de Estatuto de Autonomía, que fue posteriormente asumida en 2006 primero por las Cortes Generales y finalmente en referéndum por el pueblo de Catalunya. Mi implicación personal, aún sin responsabilidades de gobierno en ese momento, para facilitar un nuevo encaje de Catalunya en España, durante toda la negociación, es de sobras conocida.

La sentencia posterior del Tribunal Constitucional diluyó y en gran parte anuló la voluntad democrática de los catalanes expresada en las urnas, y evidenció la imposibilidad de continuar desarrollando la capacidad de autogobierno de Catalunya por la vía transitada hasta ese momento.

Más recientemente, durante la pasada legislatura, la negativa a cualquier tipo de negociación en referencia a la propuesta de Pacto Fiscal, promovida por el Govern de la Generalitat y aprobada por una muy amplia mayoría del Parlament de Catalunya, evidenció, una vez más, la incapacidad de dar respuesta por parte de las instituciones del Estado a las propuestas presentadas desde Catalunya.

Esta situación de bloqueo y la manifestación más numerosa de la historia llevada a cabo en Catalunya el pasado 11 de septiembre, me llevaron a la conclusión de la convocatoria de elecciones anticipadas para que el pueblo de Catalunya decidiera libremente y democráticamente su futuro político.

Las últimas elecciones al Parlament de Catalunya dieron como resultado un amplio apoyo popular, con una muy elevada participación, la más elevada de la historia en este tipo de elecciones, a aquellas distintas fuerzas políticas que presentaban en su programa electoral la necesidad de ejercer el derecho a decidir.

El Parlament de Catalunya ha manifestado en diversas ocasiones durante la presente legislatura, y a través de mayorías cualificadas, el apoyo al derecho a decidir de los catalanes, y ha establecido el mandato del diálogo y la negociación con el Gobierno de España con el fin de llevarlo a cabo mediante una consulta democrática. La reciente constitución del Pacte Nacional pel Dret a Decidir evidenció, asimismo, el amplio apoyo del que también goza este planteamiento entre instituciones, agentes económicos y sociales, y sociedad civil en toda Catalunya.

J...

Palau de la Generalitat  
Plaça de Sant Jaume, 4  
08002 Barcelona





...

El Consejo Asesor para la Transición Nacional, organismo del que se ha dotado el Gobierno de la Generalitat y del que forman parte destacadas personalidades, argumenta en su primer informe la existencia de vías legales que posibilitan llevar a cabo la consulta. En la medida que se trata de un informe que juzgo de alta calidad y de contenido muy interesante, creo oportuno hacérselo llegar dentro de unos pocos días.

Es por todo lo expuesto que entiendo que se dan las condiciones favorables para plantear la celebración de una consulta en Catalunya: amplio apoyo ciudadano y parlamentario, voluntad de diálogo y negociación y existencia de vías legales para llevarla a cabo.

Entiendo que cuando se dan todas estas circunstancias, fruto seguramente de toda la trayectoria histórica que le describía al principio de este escrito, es deber de los responsables públicos y gubernamentales forjar la voluntad política que permita dar respuesta a la legítima, pacífica, democrática y mayoritaria aspiración de la sociedad, en nuestro caso, la catalana.

En nuestro último encuentro le planteé la necesidad de una respuesta política a la demanda de democracia del pueblo de Catalunya. Hoy se la reitero por escrito, con el mismo espíritu de diálogo y negociación de nuestro último encuentro.

Soy consciente de su posición contraria a la celebración de la consulta, tal como me la manifestó en aquel encuentro. Sin embargo, entiendo que de la misma forma que otros países -también de la UE- encuentran vías para solucionar democráticamente y legalmente este tipo de retos y de realidades, España no debería ser la excepción en sentido contrario.

En consecuencia, le planteo nuevamente la necesidad de abordar el diálogo y la negociación, que permitan de forma pactada la celebración de una consulta al pueblo catalán, en el plazo más breve posible, con los marcos legales que establezcamos.

Cordialmente,



Artur Mas

Barcelona, 26 de julio de 2013



## 6.3 Carta de Mariano Rajoy a Artur Mas

Madrid, 14 de septiembre de 2013

Molt Honorable Sr. D. Artur Mas i Gavarró  
President  
Generalitat de Catalunya  
Palau de la Generalitat  
Pina de Sant Jaume, 4  
08002 Barcelona

Estimado President:

En respuesta a su carta en la que me plantea la necesidad de abordar un proceso de negociación para la celebración de una consulta en Cataluña, y sin perjuicio del exhaustivo análisis que exige el informe jurídico y político que me ha enviado con posterioridad, paso a manifestarle mi criterio respecto a las cuestiones que plantea.

Siempre he sido —y creo haberlo demostrado—una persona comprometida plenamente con el diálogo como forma de resolver las diferencias políticas o de cualquier otra índole.

Este compromiso con el diálogo adquiere su verdadero sentido desde la exigible lealtad institucional y desde el respeto al marco jurídico que a todos nos protege y que a todos nos vincula, en especial a quienes ejercemos responsabilidades de gobierno. Por mi parte, el diálogo no tiene fecha de caducidad cuando se trata de atender al interés general de los españoles y, por ello, de todos los catalanes.

En este sentido, considero que el mejor servicio a la legitimidad democrática que usted invoca es precisamente respetar ese marco jurídico en el que los gobiernos hallan su fundamento y legitimidad y los ciudadanos encuentran la garantía para la convivencia y la concordia.

Estoy convencido de la extraordinaria relevancia que Cataluña tiene para el conjunto de España y de la riqueza, pluralidad y singularidad de la sociedad catalana. Pienso asimismo que los vínculos que nos mantienen unidos no pueden

desatarse sin enormes costes afectivos, económicos, políticos y sociales. Y por supuesto, quiero también transmitirle la firme convicción de mi Gobierno de que hemos de trabajar en el fortalecimiento de esos lazos y huir de los enfrentamientos. Debemos hacerlo desde la lealtad recíproca y el fomento de la corresponsabilidad en las dos direcciones.

Convencido de que juntos ganamos todos y separados todos perdemos, le invito a que ejerzamos responsablemente nuestra función como gobernantes democráticos con lealtad hacia los ciudadanos y las Instituciones que representamos en estos momentos de dificultad económica y social que padece nuestra sociedad.

Desde el profundo afecto que siento por la sociedad catalana en su conjunto y el respeto institucional a la Generalitat de Catalunya que usted representa hoy, quedo a su disposición para trabajar conjuntamente y ofrecer así la mejor respuesta a las necesidades reales de todos los ciudadanos.

Cordialmente,

Mariano Rajoy Brey

