



---

**Universidad de Valladolid**

**CURSO 2015-2016**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**Periodismo Político: Análisis  
comparativo de la información de los  
periódicos *El País* y *El Mundo* sobre las  
elecciones de 2011**

**Alumno: María Álvarez Escalante**

**Tutor: Dra. Margarita Antón Crespo**

**Convocatoria: Junio 2016**



*“Periodismo es difundir aquello que alguien no quiere que se sepa; el resto es propaganda. Su función es poner a la vista lo que está oculto, dar testimonio y, por lo tanto, molestar”*

Horacio Verbitsky



**Resumen:**

En el sistema mediático imperante es realmente complicado conocer hasta qué punto las informaciones que llegan hasta la audiencia están exentas de intenciones que van más allá de ofrecer información veraz. Las líneas editoriales de los medios, así como el papel que juegan los periodistas interfieren en la labor informativa. Es por este motivo por el que es necesario tomar una posición activa y crítica a la hora de informarse. El análisis que se expone a continuación muestra las diferencias y semejanzas que existen entre los medios de comunicación en la cobertura de la información política.

**Palabras clave:**

Sistema mediático, líneas editoriales, periodistas, periodismo, análisis informativo, medios de comunicación



# ÍNDICE

<b>Capítulo 1: Introducción.....</b>	<b>9</b>
1.1 Motivación para la elección del tema .....	9
1.2 Hipótesis.....	11
1.3. Objetivos .....	14
<b>Capítulo 2: Metodología.....</b>	<b>17</b>
<b>Capítulo 3: Marco Teórico.....</b>	<b>21</b>
3.1. Definición de información .....	21
3.2. Sobre la existencia de la objetividad periodística.....	21
3.3. Líneas editoriales .....	23
3.4. Líneas editoriales: el caso de El País y El Mundo.....	25
<b>Capítulo 4: Resultado: descripción y análisis.....</b>	<b>29</b>
4.1. Cobertura que los medios dan a cada partido.....	29
4.2. Jerarquía de los partidos en los medios .....	33
4.3. Carácter de los titulares .....	37
4.4. Tipos de periodismo y géneros.....	38
4.5. Existencia o no de silencios informativos .....	42
4.6. Posicionamiento de los medios.....	44
<b>Capítulo 5: Conclusiones .....</b>	<b>47</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>51</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>55</b>



## Capítulo 1: Introducción

### 1.1 Motivación para la elección del tema

Hace unos años decidí comenzar los estudios de Grado en Periodismo. La imagen que hasta el momento tenía de esta profesión era idílica. El periodismo era para mí el garante de la democracia, sin embargo, en mis años de aprendizaje dentro de la facultad he podido observar que la realidad de los medios de comunicación es muy distinta. En muchas ocasiones estos altavoces de expresión son utilizados en beneficio de los poderes ya sean políticos, religiosos... y con fines que guardan poca relación con el objetivo de ofrecer un servicio público.

Asignaturas como Periodismo Político y Comunicación Política me han ayudado a conocer la estrecha relación entre la política y el periodismo. Pero, sin duda, el elemento que despertó mi espíritu crítico con la profesión fue la lectura del libro *Desinformación* escrito por Pascual Serrano.

Esta obra me abrió los ojos sobre las formas de manipulación utilizadas en democracia. Por primera vez, no se asociaba la censura a regímenes dictatoriales sino a todos los órganos de poder.

Ramonet afirmaba en el prólogo de este libro que la censura ya no funciona por restricción, amputación o por supresión. “La censura ya no es la que nos impide acceder a la información sino que es la propia información –a causa de la sobreinformación imperante- la que actúa como barrera”. Seguía diciendo este autor que estamos tan acostumbrados a consumir tal cantidad de noticias que somos incapaces de darnos cuenta de la ocultación que existe (Ramonet: 2009: 17).

Pascual Serrano también incluye en su libro una cita de Chesterton del año 1917 que bien podría ser retrotraída hasta nuestros días y que afirma lo siguiente:

“Hasta nuestros días se ha confiado en los periódicos como portavoces de la opinión pública. Pero muy recientemente, algunos nos hemos convencido, y de

un modo súbito, que no gradual, de que no son en absoluto tales. Son, por su misma naturaleza, los juguetes de unos pocos hombres ricos. El capitalista y el editor son los nuevos tiranos que se han apoderado del mundo. Ya no hace falta que nadie se oponga a la censura de la prensa. No necesitamos una censura para la prensa. La prensa misma es la censura. Los periódicos comenzaron a existir para decir la verdad y hoy existen para impedir que la verdad se diga”.

Afirma Serrano que los medios simulan que nos están informando de forma “rápida y diligente” cada día. Pero que su función no es informar a la audiencia y fomentar un debate social y político sino decirle a esta lo que debe pensar. Pretende, por tanto, silenciar ese debate. Comprender este hecho, según este autor, es “iniciar un análisis radical de cómo los medios mantienen el paradigma dominante” (Serrano, 2009: 38).

Sin embargo, la solución no se encuentra en rechazar de forma sistemática todos los medios cuya ascendencia no consideramos pura y libre, sino tomar una postura crítica frente a ellos. Serrano invita a la audiencia a “adoptar métodos de interpretación de las informaciones que nos ayuden a conocer con suficiente distanciamiento las situaciones, sin vernos absorbidos por ese agujero negro de formación de la opinión que están creando algunos medios” (Serrano, 2009: 664).

Tras la lectura de esta obra nos planteamos si son ciertas las críticas realizadas por Serrano hacia la prensa. Con este trabajo pretendemos observar hasta qué punto la información política depende de la interpretación del periodista y del medio para el que trabaja. El análisis comparativo que aquí se expone busca las diferencias que pudiesen existir tanto en el aspecto jerárquico, como en los aspectos formales y de contenido. Así, como el posible posicionamiento que pudiese existir a favor o en contra de algún líder o partido político concreto.

## 1.2. Hipótesis:

Como hemos mencionado en el apartado anterior, este trabajo pretende demostrar que existen diferencias observables entre los medios de comunicación a la hora de tratar la información política. Para ello hemos partido de seis hipótesis: las dos primeras hacen referencia al análisis formal del medio y las cuatro siguientes a los aspectos de contenido.

**-Hipótesis 1: El diario *El País*, con una línea editorial paralela al pensamiento del PSOE, da más cobertura a dicho partido político. Por el contrario, el diario *El Mundo* ofrece más informaciones relativas al Partido Popular.**

Numerosos autores señalan que los diarios seleccionados presentan una línea editorial contraria. *El País* desde su nacimiento se mostró un periódico comprometido con el Partido Socialista, hasta tal punto que había quien le consideraba el ‘medio gubernamental’. Por su parte, *El Mundo*, aunque nació como un medio independiente y mostró una actitud beligerante hacia todo y todos, más tarde se tornó un periódico con clara vocación ‘antifelipista’ (Córdoba, 2009: 230-244).

**-Hipótesis 2: *El País* otorga mayor importancia en el orden jerárquico a las informaciones relativas al Partido Socialista y *El Mundo*, por su parte, da mayor importancia a las informaciones del Partido Popular.**

La jerarquía que las informaciones tengan dentro del propio medio constituye un elemento clave para aumentar o disminuir la importancia de esas noticias.

Según la teoría portada/silencio expuesta por Serrano los medios llevan a portada o a un lugar precedente dentro del mismo las informaciones que quieren que formen parte de la agenda social y política (Serrano, 2009: 81). Asimismo, el conocido triángulo de Haas, que explicaremos más adelante, establece el nivel de importancia de las informaciones en función de los estudios de percepción.

Por tanto, partimos de la convicción de que los medios seleccionados hacen uso de estas técnicas para otorgar mayor o menor importancia a las informaciones de los partidos políticos.

**-Hipótesis 3: La mayor parte de los titulares de ambos medios son de carácter valorativo.**

Los titulares son, sin duda, la carta de presentación de la noticia; son el elemento encargado de llamar la atención del lector e invitar a este último a continuar leyendo el cuerpo del texto.

Los titulares valorativos han sido siempre propios de los artículos de opinión o de textos de tipo periodístico interpretativos, sin embargo, cada vez con mayor asiduidad, los medios escritos utilizan titulares valorativos para encabezar todo tipo de piezas, incluso las informativas.

**-Hipótesis 4: La mayor parte de las informaciones publicadas en ambos medios son del tipo periodístico informativo basadas en las declaraciones de los candidatos.**

Numerosos estudios han concluido que los electores decidirán su voto a partir del candidato y no de los programas o propuestas de los distintos partidos. Los medios de comunicación favorecen este fenómeno con el fin de incrementar su audiencia. Por lo que cada vez es más difícil encontrar una noticia sin contenido personal del líder político (Laguna, 2011: 47).

Los partidos políticos son conscientes de este hecho y personalizan su imagen, es decir, colocan una cabeza visible como representación del propio partido. En política lo importante ya no es el programa electoral de cada partido sino la persona que encabeza la lista a unas elecciones y así se muestra en los medios. El objetivo es que el personaje político obtenga la mejor imagen posible para la opinión pública; esa es la forma de obtener votos. Y las campañas electorales se convierten en grandes espectáculos con pocas propuestas y grandilocuentes titulares.

Este fenómeno se conoce como ‘simplificación política’ y se produce como consecuencia de tres factores: la audiencia solicita que los mensajes de los líderes políticos sean simples y sencillos; estos líderes utilizan la técnica del titular en sus mítines y los medios de comunicación se nutren de estos discursos simplistas para sus informaciones.

Serrano afirma en su libro *Desinformación*: “es habitual comprobar que los medios dedican más tiempo a la visita de un presidente al lugar de una catástrofe que a informar de la propia catástrofe” (Serrano, 2009: 74).

**-Hipótesis 5: Existen silencios informativos en ambos medios de comunicación.**

Los estudios de la *agenda setting* concluyen que los medios utilizan una técnica de portada/silencio en función de si tienen interés o no en que un asunto entre en la agenda política y social.

Gironés (1993) afirma que los medios no se distinguen por lo que dicen sino por lo que callan- el silencio- o por lo que matizan, enmascaran o enredan. En este mismo sentido, Serrano (2009) señala que los medios tienen la tarea de aparentar que nos están informando en cada momento de lo que sucede pero que, sin embargo, su función no es informar sino desinformar, no es fomentar el análisis y el debate democrático, sino diluirlo y silenciarlo. Este autor añade, además, que una vez que el lector comprenda esto será capaz de analizar cómo los medios mantienen el paradigma dominante gracias a la desinformación.

En este trabajo de investigación se analizarán las temáticas presentes en cada uno de los medios con el fin de comprobar si existen silencios informativos dentro de los medios.

**-Hipótesis 6: Los medios se posicionan a favor de un determinado partido en función de su línea ideológica a través de sus artículos de opinión.**

Como afirmamos en la primera hipótesis, autores como Córdoba (2009) señalan que los medios seleccionados para este trabajo poseen líneas ideológicas distintas, por tanto partimos de la creencia de que cada periódico se posicionará a favor del partido más cercano a su ideología en sus artículos de opinión.

### **1.3 Objetivos:**

Realizar un análisis comparativo de varios medios de comunicación, sea cual sea su naturaleza, no es un asunto baladí; es más, se trata de una herramienta muy útil que nos acerca a conocer el funcionamiento del sector.

Ramonet señala que entre la sociedad existe una extrema sensibilidad a la manipulación mediática pues son conscientes del poder de los medios para interceder en sus ideología y sus pensamientos. Es por este motivo por el que los ciudadanos se interesan cada vez más por el funcionamiento de las empresas informativas.<sup>1</sup>

Analizar los elementos propios y comunes de cada medio de comunicación y compararlos con los de otros es un trámite obligatorio para conocer los entramados del sistema y para contribuir a lo que Ramonet denomina ‘purificación mediática’.

#### **1.3.1 Objetivo general**

El objetivo principal de este trabajo es determinar qué diferencias y qué semejanzas existen en el tratamiento de la información política en dos de los medios tradicionales más consumidos de este país: *El Mundo* y *El País*.

#### **1.2.2 Objetivos específicos**

Como objetivos específicos podemos establecer los siguientes:

- Determinar qué líder o partido político recibe más cobertura por parte de cada medio de comunicación.
- Concluir si la línea ideológica de cada periódico es acorde a la del partido político que recibe más cobertura por parte del medio.
- Observar la jerarquía de partidos dentro de la información de cada medio.
- Determinar la procedencia de las informaciones publicadas (elaboración propia, noticias de agencia, colaboraciones...) en ambos medios.
- Analizar la existencia de silencios informativos en ambos medios.

---

<sup>1</sup> Ramonet expone estas ideas en prólogo titulado *La censura democrática* de *Desinformación*, el citado libro de Pascual Serrano.

- Comprobar el estilo periodístico de cada medio analizando los tipos de periodismo y géneros utilizados para la cobertura de la información política.
- Examinar la importancia que se da a la opinión dentro de cada medio.



## Capítulo 2: Metodología

Como se ha afirmado con anterioridad el estudio comparativo tiene por objetivo encontrar las posibles diferencias que pudiesen existir entre dos medios de comunicación.

Los medios elegidos han sido los diarios *El País* y *El Mundo* debido a dos razones. En primer lugar, a que son los dos medios impresos generalistas más leídos según el último Estudio General de Medios (EGM): durante el año 2015 y los primeros meses del 2016 *El País* contó con 1.419.000 lectores diarios y *El Mundo* con 852.000. En segundo lugar, estos periódicos se asocian a dos ideologías políticas distintas: desde sus inicios *El País* situó su línea ideológica en la izquierda manteniendo un apoyo sistemático al PSOE. Por su parte, *El Mundo* nació como un medio crítico, agresivo e inconformista que le ha conducido a mantener una postura de oposición a todo y a todos, aunque varios autores destacan los constantes ataques del diario contra el gobierno de Felipe González (Berrocal y Rodríguez, 1998).

Para realizar este trabajo de investigación se ha seleccionado una fecha clave: la campaña electoral de las elecciones generales del 20 de noviembre de 2011. Dentro de esta campaña, se han seleccionado los últimos siete días, desde el 11 de noviembre hasta el día 18, ambos inclusive.

Con el objetivo de realizar un estudio en profundidad se han elaborado las siguientes tablas, para analizar tanto los aspectos formales como de contenido de las informaciones publicadas. Nos hemos basado en la metodología de análisis de María del Mar Blanco Leal, recogida en su libro *Modelos de análisis para el estudio crítico de la prensa*, pues lo consideramos el que más se adapta al trabajo que vamos a realizar.

Para el análisis de las informaciones publicadas se ha utilizado la siguiente tabla, que recoge tanto datos formales como de contenido.

	<b>Tabla de análisis</b>	
<b>Fecha de publicación</b>		
<b>Periódico</b>		
<b>Sección</b>		
<b>Número de noticias</b>	Partido Popular	
	PSOE	
	Opinión	
<b>Primera noticia</b>	Titular	
	Antetítulo	
	Subtítulo	
	Página	
	Ubicación dentro de la sección (página par o impar)	
	Porcentaje de ocupación en la página	
	Fotografía	
	Autor	
	Tipo de titular	
	Tipo de periodismo	
	Género	
	Fuentes referidas	
	Temática	

La página, la ubicación dentro de la sección, el porcentaje de ocupación dentro de la página y la presencia o no de fotografía o cualquier otro material gráfico son los elementos observados dentro del análisis formal. Por otra parte, el tipo de titular, el tipo de periodismo, el género, las fuentes referidas y la temática son los elementos que nos han ayudado a realizar el análisis de contenido.

Para el análisis de los artículos de opinión ha sido necesario incluir en la tabla anterior varios elementos de análisis de contenido: tesis, argumentos, lenguaje y posicionamiento. Dicha tabla presenta la siguiente forma.

Titular	
Antetítulo	
Subtítulo	
Página	
Ubicación dentro de la sección (página par o impar)	
Porcentaje de ocupación en la página	
Fotografía	
Autor	
Tipo de titular	
Tipo de periodismo	
Género	
Fuentes referidas	
Temática	
Tono	
Tesis	
Argumentos	
Lenguaje	
Posicionamiento	



## **Capítulo 3: Marco Teórico**

### **3.1 Definición de información**

El periodismo y la política están estrechamente relacionados, hasta tal punto que podríamos afirmar que el uno no puede existir sin el otro. Los partidos políticos y sus candidatos necesitan a los medios de comunicación para hacer llegar su mensaje a la ciudadanía. Los medios de comunicación, por su parte, se nutren de las noticias ofrecidas por los partidos para rellenar las páginas de varias de sus secciones.

En primer lugar, conviene pararse a observar qué se entiende por información o noticia. Varios autores simplifican la definición en “aquello que los periodistas recogen en los medios informativos”. Sin embargo, esto nos conduce al problema de que si un medio de comunicación deja de dar información por error, o por el motivo que sea, no es noticia. En resumen y atendiendo a las peculiaridades que recogen la mayoría de definiciones terminan concluyendo que noticia es todo hecho importante, interesante, nuevo y verdadero que la gente necesita conocer (Berrocal y Rodríguez, 1998: 41).

Los anteriores teóricos también señalan que existe un importante grado de coincidencia en la selección de noticias entre los principales periódicos lo que significa que las reglas de selección son bastante uniformes aunque no figuren escritas en ninguna parte. “La competencia entre periódicos fuerza a ofrecer al lector lo más acorde con sus intereses y expectativas, que en la mayoría de los casos son similares entre todos los lectores” (Berrocal, Rodríguez, 1998: 41).

### **3.2 Sobre la existencia de la objetividad periodística**

A pesar de este alto grado de coincidencia en la publicación de noticias en los medios de comunicación, en muchas ocasiones existe una diferencia de enfoque entre las noticias publicadas en un medio y las publicadas en otro. En este punto, surge un debate sobre la influencia que los sujetos, en este caso el periodista, pueden tener sobre las informaciones difundidas.

Numerosos teóricos han investigado sobre la objetividad periodística. Bajo la afirmación, ofrecida por el periodista Scott en 1926, que reza “los hechos son sagrados, las opiniones son libres”, los objetivistas de las décadas de los 60 y 70 defendían que el periodista debía captar la realidad tal cual es y mostrarla al público sin ningún tipo de distorsión y sin que entrase en juego ninguna apreciación de tipo personal (Giménez, 2006: 56).

Estas apreciaciones sobre el proceso comunicativo fueron rebatidas en las décadas posteriores por quienes consideraban que sí existía una relación de influencia entre el periodista y la información.

Entre estas investigaciones se encuentran los autores de la teoría del Enfoque o *framing*. Estos teóricos argumentan que “el profesional, debido a sus experiencias personales, orientación ideológica, política o religiosa e incluso sus gustos o afinidades, interpreta la realidad enmarcándola en unos parámetros que son subjetivos”. Según esta teoría, estos aspectos impiden que el mismo hecho sea contado de la misma forma por dos personas distintas (Giménez, 2006: 56).

En este mismo sentido, Núñez Ladevéze (1991) afirma que desde que sucede un acontecimiento hasta que se pone en conocimiento del público, el periodista actúa de forma interpretativa y va dejando su huella personal. A lo largo de este proceso, el periodista actúa en 4 planos o niveles de interpretación diferentes, que se integran en la actividad periodística: contextual, textual, estilístico y formal.

Ya que el proceso periodístico se basa en la interpretación realizada por el periodista podemos partir de la base de que la objetividad, entendida como “información exacta”, como dicta el Código de Ética de la UNESCO, no es posible en el discurso periodístico (Canel, 1997: 55).

Pero no solo los filtros del periodista condicionan las informaciones difundidas. Giménez (2006) señala que tanto el periodista como la organización que desarrolla su trabajo tienen efecto en los contenidos. “No solo el periodista quien en el acontecer diario establece estos enfoques, la línea editorial de un medio, los intereses empresariales, la ideología del periódico e incluso el número de informaciones que se

encuentren en la redacción de un medio en un día determina la valoración y el encuadre que se le da a esa noticia” (Giménez, 2006: 57).

Para los defensores de la teoría del enfoque en los medios de comunicación nada depende del azar; aspectos como la extensión de los textos, su ubicación dentro de las secciones o las fotografías son formas de encuadrar las informaciones.

### **3.3 Líneas editoriales**

Cada medio de comunicación “encuadra” las informaciones de forma diferente debido a que cada uno posee sus propios principios editoriales o como el profesor Nieto Tamago los denominaba: “principios configuradores”. Estos son las “orientaciones y formas de pensamiento” que cualifican a la publicación, es decir, la “razón de ser” del medio de comunicación (Iglesias y Blanco, 2004: 2). Estas líneas maestras son los cimientos de la empresa y sin ellas el medio de comunicación corre el riesgo de llegar “a un estado de nebulosa en el actuar empresarial: se ignora (se desconoce) qué se quiere difundir y cuáles son las bases del quehacer empresarial” (Nieto, 1977: 175).

Por tanto, es preciso que el editor “ofrezca al público una serie de líneas maestras con el objetivo de facilitar el entendimiento del mensaje que ofrece el producto informativo, y que debe estar en sintonía con los planteamientos intelectuales previos reflejados en la formulación de la empresa” (Blanco, 2008: 50-51).

Ana María Córdoba señala que se debe tener en cuenta la existencia de una relación directa entre la línea editorial y las políticas de cada periódico y su manera de interpretar la realidad. Además, según esta autora y como hemos afirmado en varias ocasiones a lo largo de este trabajo, se trata de un hecho esperado por los lectores, “pues saben que cada periódico responde siempre a unos intereses concretos” (Córdoba, 2009: 226).

Córdoba en su tesis también cita a los autores Aguado y Martínez quienes elaboraron en su obra *Introducción a la comunicación periodística* el siguiente gráfico para explicar la forma en la que los medios de comunicación crean opinión.

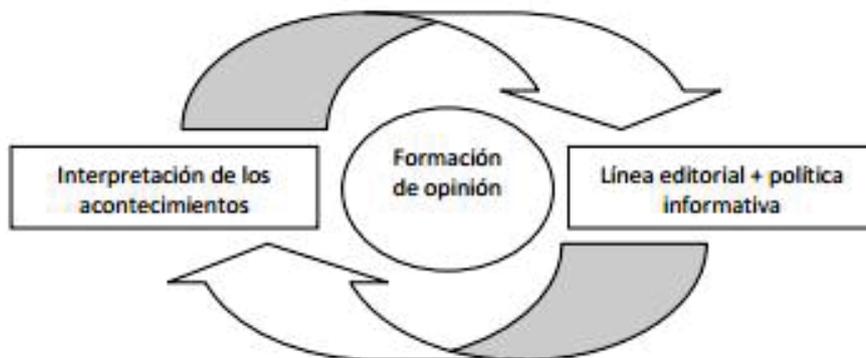


Figura 1: Elementos que interfieren en la creación de opinión

En este esquema, los autores anteriormente citados hacen una distinción entre lo que llaman la línea editorial y la política informativa. Aguado y Martínez entienden la línea editorial como “la filosofía ideológica del medio que comúnmente se hace explícita a través de los artículos editoriales” (Córdoba, 2009: 226).

Separan de esta línea editorial lo que ellos denominan política informativa: “la actitud del periódico con respecto al tratamiento de determinados temas: ocultación, mitigación o su enfatización” (Córdoba, 2009: 227). Es decir, la línea editorial que el medio muestra a través de sus artículos de opinión sumada a la intencionalidad de los periodistas a la hora de seleccionar, jerarquizar e interpretar las informaciones publicadas tiene como resultado la formación de opinión.

Sin embargo, los principios editoriales afectan a todos los ámbitos de la compañía. Por tanto, no se puede utilizar este concepto para referirse únicamente a los aspectos éticos del medio ya que estos abarcan “desde los contenidos de la escritura de constitución hasta los del producto informativo. No solo se refiere a la responsabilidad moral. También, a la gerencial, directiva, económica o política” (Blanco, 2008: 51).

### **3.4 Líneas editoriales: el caso de *El País* y *El Mundo***

A continuación, nos disponemos a señalar a grandes rasgos las líneas editoriales de los medios a analizar, con el fin de contextualizar el presente trabajo.

#### ***El País***

El diario *El País* se publicó por primera vez el 4 de mayo de 1976, después de que José Ortega Spottorno, hijo de José Ortega y Gasset, fundase la empresa Promotora de Informaciones S.A (PRISA).

Córdoba afirma que *El País* es “por antonomasia el periódico de la Transición” pues desde un primer momento nació “enarbolando la bandera de la tolerancia y la libertad de expresión” (Córdoba, 2009: 230).

En su primer editorial, según comenta Córdoba, se exponen las líneas editoriales fundamentales que rigen el funcionamiento del propio medio.

*No son de derechas ni de izquierdas o mejor dicho, y precisamente, son de derechas y de izquierdas, pero ninguno opta por extender patentes de patriotismo, ni piensa que la mejor manera de convivir sea la que desgraciadamente se nos ha querido enseñar en el pasado: la supresión del adversario. Porque nacemos con talante y concepción liberales de la vida- en lo de que actual y permanente tiene la palabra y en lo que significa el respeto a la libertad de los hombres- la tribuna libre El País estará abierta a cuantas gentes e ideologías quieran expresarse en ella, con la sola condición de que sus propuestas, por discutibles que sean, sean también respetuosas con el contrario y propugnen soluciones de convivencia entre los españoles.*

*El país que queremos. Juan Luis Cebrián, 4 de mayo 1976*

A pesar de la claridad con que expresaban en el editorial antes mostrado que *El País* era un medio que no abrazaba ninguna ideología política durante sus primeros años de vida, se produjo en el seno de sus accionistas un tira y afloja en cuanto a su línea editorial. Estos enfrentamientos concluyeron cuando Jesús de Polanco se hizo cargo de la empresa en 1983, tras lo que el medio se decantó hacia posiciones de izquierdas. Cabe destacar la afinidad mostrada por el Gobierno de Felipe González desde que el socialista llegase al poder en 1982; esta simpatía no finalizó hasta que González abandonó el poder, incluso en la legislatura 1993- 1996 cuando la imagen del Partido Socialista y del presidente estaban gravemente deterioradas por los casos de corrupción. Incluso había quien se refería a *El País* como el “periódico gubernamental” (Córdoba, 2009: 232).

Tras la victoria de José María Aznar en las elecciones de marzo de 1996 *El País* se convirtió en un medio de la oposición y continuó con el apoyo al Partido Socialista. “Lo cierto es que, con el cambio de gobierno, la guerra mediática de exacerbó: de un lado PRISA defendiendo a los socialistas y de otro *El Mundo* y *ABC* defendiendo al PP. Fue entonces el turno para que *El País* se refiriese a ellos como ‘periódicos gubernamentales’, hasta que recibiese el nuevo relevo con el triunfo del PSOE en 2004” (Córdoba, 2009: 233).

### ***El Mundo***

El diario *El Mundo* nació el 30 de octubre de 1989, después de que Pedro J. Ramírez fuese destituido de *Diario 16* ese mismo año. Desde esta primera edición el medio publica en su portada una pequeña cita de algún autor. La primera reflejaba el sentir de los profesionales del periódico. La cita de Tácito rezaba: *Es poco atractivo lo seguro, en el riesgo hay esperanza* (Córdoba, 2009: 241).

En su primer editorial, Pedro J. Ramírez mostraba la razón de ser del periódico en función del lema utilizado en la campaña de lanzamiento: “el mundo es suyo”. Como apuntaban Berrocal y Rodríguez el diario *El Mundo* nació como un medio crítico, agresivo e inconformista que le ha llevado a mantener una postura de oposición a todo y a todos (Berrocal y Rodríguez, 1998: 152-159).

*El Mundo no tiene “amo”, y por eso jamás utilizará la información como elemento de trueque u objeto de compra-venta en el turbio mercado de los favores políticos y económicos. Toda noticia cuya veracidad y relevancia estemos convencidos será publicada, le incomode a quién le incomode.*

*Pedro J. Ramírez, 23 de mayo de 1989, El mundo es suyo*

Tras la posterior firma del Estatuto de Redacción, aprobado el 15 de diciembre de 1990, otro editorial volvía a hacer referencia a la independencia del medio, además de señalar su identidad ideológica.

*El Mundo aspira a ser un periódico progresista, comprometido con la actual defensa del sistema democrático, las libertades públicas y los derechos humanos. Ese es el carnet de identidad ideológico.*

*(...) el periódico rechazará las presiones de personas o grupos que traten de poner la información al servicio de sus intereses, (...) la independencia informativa será objetivo básico, y al propio tiempo, derecho fundamental de sus lectores.*

*Pedro J. Ramírez, 15 de diciembre de 1990, “Declaración de independencia”*

En cuanto a un posible posicionamiento político de *El Mundo*; Córdoba, citando al autor Barrera del Barrio, señala que durante la presidencia del Gobierno de Felipe González (1982-1996) se le consideró un medio “antifelipista”. Y recalca, que la lucha del periódico no era antisocialista sino meramente en contra del líder del PSOE.

La actitud de *El Mundo* fue combativa con los numerosos casos de corrupción que salpicaron a los gobiernos de González: el caso Filesa, el caso Ibercorp y la resurrección de la polémica en torno a los GAL, en 1994.

Córdoba afirma que esta crítica al gobierno socialista fue la causa de que se identificase al periódico como un medio de derechas, “aliado de *ABC* y en posición contraria al periódico de izquierda, *El País*. En repetidas ocasiones se tildó a su director de ser ‘la bestia negra de Felipe González’. (...) En esta línea, no fue ninguna sorpresa que en 1996, con la victoria del Partido Popular, *El Mundo* asumiera una actitud de respaldo a José María Aznar y su gobierno” (Córdoba, 2009: 244).

## Capítulo 4: Resultados: descripción y análisis

### 4.1 Cobertura que los medios dan a cada partido

#### 4.1.1 Número de textos analizados:

Durante los siete últimos días de campaña los diarios publicaron el siguiente número de textos. El Mundo, en su sección *Elecciones 20N*, recogió un total de 70 textos en los que se mencionaba al Partido Popular y al Partido Socialista Obrero Español. Por su parte, El País y su sección *Elecciones 2011* sumaron 66 textos.

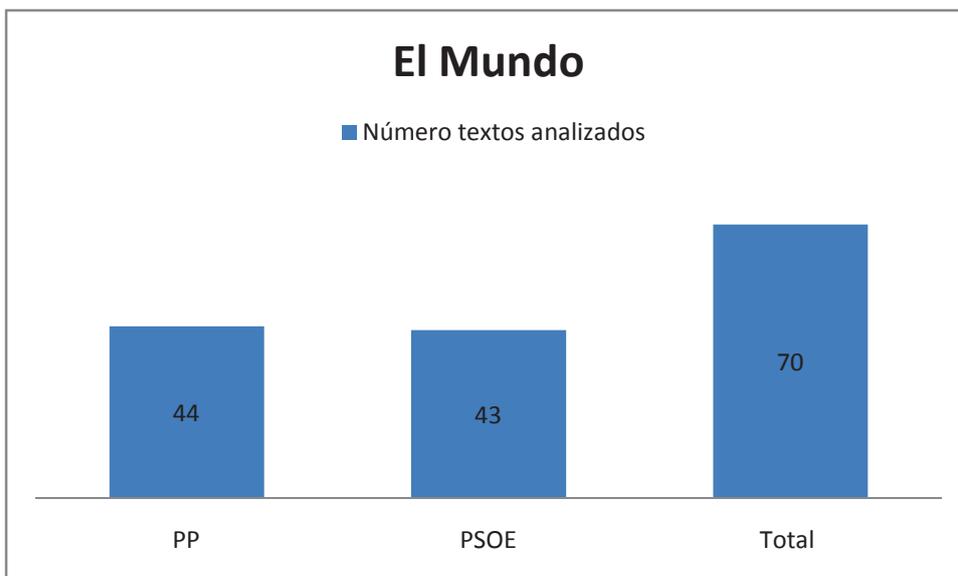


Tabla 2. Fuente: elaboración propia

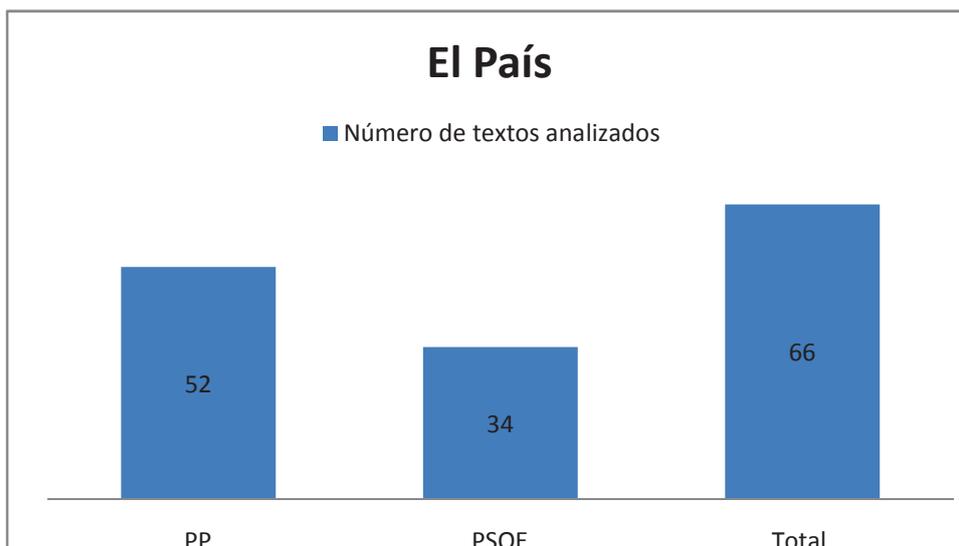


Tabla 3. Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en la *Tabla 2* el número de textos en los que se menciona al Partido Popular (44) y al Partido Socialista Obrero Español (43) en *El Mundo* es prácticamente el mismo. Sin embargo, la *Tabla 3* muestra que en *El País* la cifra del PP (52) supera en 18 textos a la del PSOE (34).

#### 4.1.2. Ocupación en la página:

Con el fin de determinar la relevancia que estos medios de comunicación dan a los respectivos partidos analizados se ha comprobado el tamaño de cada una de las informaciones de las secciones *Elecciones 2011* y *Elecciones 20N*.

OCUPACIÓN EN LA PÁGINA	EL PAÍS			
	PP		PSOE	
	Absoluto	Porcentaje	Absoluto	Porcentaje
Más de una página	2	3'8%	2	5,8%
Página completa	7	13'4%	6	17,6%
50% o más	18	34'6%	13	38,2%
Menos de 50%	25	48%	13	38,2%
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100%</b>	<b>34</b>	<b>100%</b>

Tabla 3. Fuente: elaboración propia

Como puede observarse en la *Tabla 3* en el diario *El País* el 48% de las noticias analizadas relativas al Partido Popular ocupan menos del 50% de la página. 18 noticias ocupan un 50% o más de la página del periódico. Siete de los textos ocupan una página completa y tan solo dos de ellas se establecen en varias páginas.

En este caso sí podemos comprobar que existe una diferencia de tratamiento entre el PP y el PSOE, pues un 38'2% de las informaciones publicadas en *El País* relativas al Partido Socialista ocupan un 50% de la página o más. La misma cifra que las que ocupan menos de un 50% del papel. 6 de los textos llenan una página completa y tan solo 2, al igual que en el Partido Popular ocupan más de una página.

OCUPACIÓN EN LA PÁGINA	EL MUNDO			
	PP		PSOE	
	Absoluto	Porcentaje	Absoluto	Porcentaje
Más de una página	3	6'98%	2	4'55%
Página completa	4	9'30%	2	4'55%
50% o más	15	34'88%	18	40'91%
Menos de 50%	20	51'16%	22	50%
<b>TOTAL</b>	43	100%	44	100%

*Tabla 4. Fuente: elaboración propia*

En el caso de *El Mundo*, al contrario que en *El País*, encontramos resultados muy similares para ambos partidos. En el Partido Popular, la mayor parte de las informaciones analizadas ocupan menos del 50% de la página, en concreto un 51'16% de un total de 43. Le siguen las noticias que ocupan un 50% de la página o más que suponen casi un 35%. Solo 4 noticias ocupan una página completa y 3 se extienden a lo largo de varias páginas.

En el caso de las noticias relativas al Partido Socialista encontramos datos muy similares a los anteriores. La mayor parte de las noticias, un 50%, también ocupan menos de la mitad de la página. Un 40% ocupan más de un 50% y tan solo dos pares ocupan una página o más de una página.

### 4.1.3. Fotografía:

El grado de importancia que un medio da a una noticia también se ve reflejado en si dicha información va acompañada de fotografía u otro tipo de material gráfico. Las siguientes tablas muestran el número y el porcentaje de piezas informativas que hemos analizado y que van asociadas a instantáneas o gráficos.

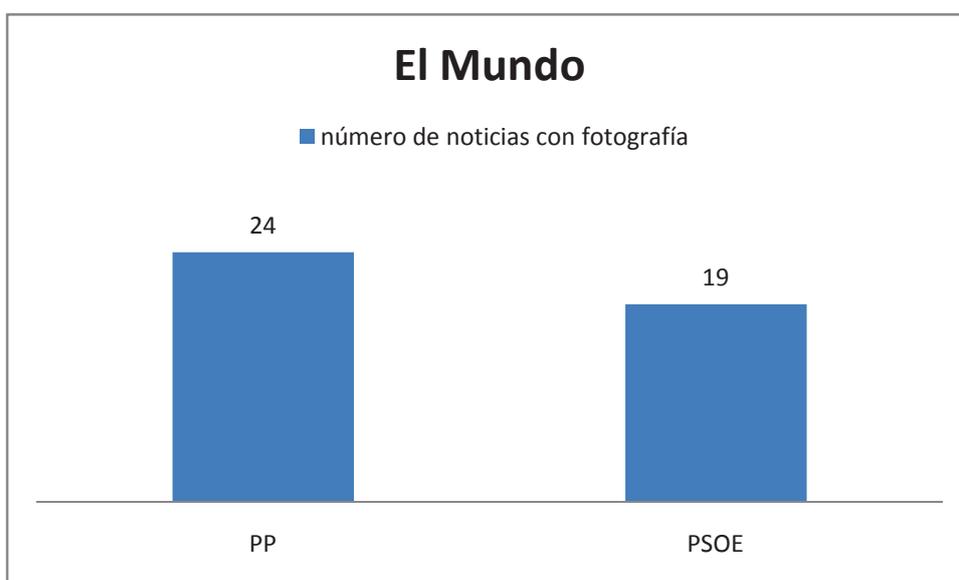


Tabla 5. Fuente: elaboración propia

En el diario *El Mundo*, 24 de las 44 informaciones en las que se menciona al Partido Popular van acompañadas de fotografía, lo que supone más del 55% del total. En el caso del PSOE, tan solo 19 de las 43 noticias en las que se menciona dicho partido incluyen material gráfico, un 43'18% del total.

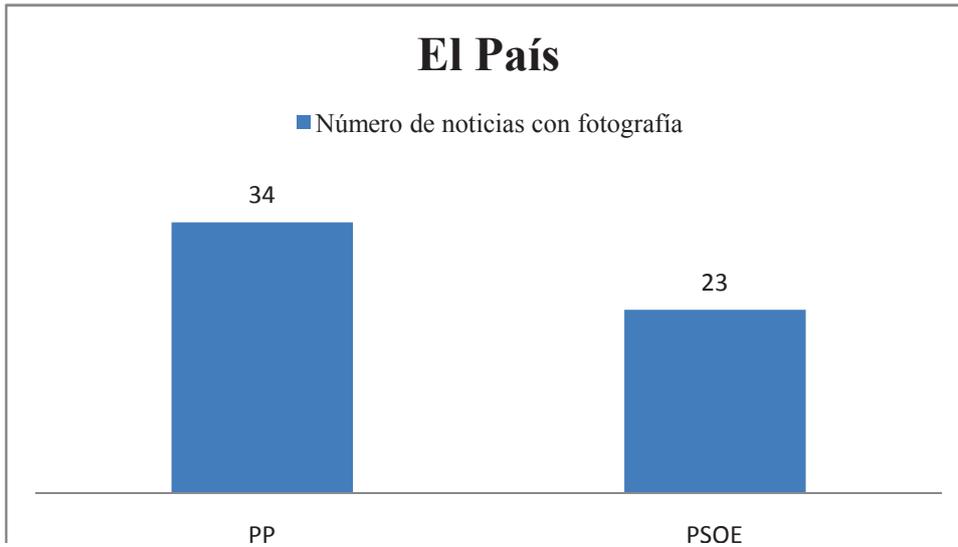


Tabla 6. Fuente: elaboración propia

El caso del diario *El País* es distinto al de *El Mundo*, ya que aunque el anterior gráfico muestre que el número de informaciones del PP que van acompañadas de fotografías (34) es mayor que las del PSOE (23), en términos porcentuales los datos cambian. Un 67% del total de las noticias del PP van acompañadas de fotografía, cifra que en el caso del PSOE asciende hasta un 70%.

## 4. 2. Jerarquía de los partidos en los medios

### 4.2.1. Primera página de la sección:

La primera de las noticias de la sección dedicada a la campaña electoral tiene una importancia similar a la noticia que ocupa un lugar privilegiado en la portada del periódico, por ello hemos analizado en cuantas ocasiones cada uno de los partidos ocupan esta línea preferente.

<b>Apariciones en la primera página de la sección</b>			
<b>EL MUNDO</b>		<b>EL PAÍS</b>	
PP	PSOE	PP	PSOE
7	8	5	5

*Tabla 7. Fuente: elaboración propia*

En este caso las diferencias tampoco son muy notables. Durante los 7 días de campaña analizados en *El Mundo* aparece 7 veces al Partido Popular y 8 al Partido Socialista. Por su parte, en *El País* se muestra 5 veces a cada partido.

#### **4.2.2. Página par o impar**

Según el triángulo de Haas, antes citado, se puede analizar la valoración que el medio hace de una noticia según su ubicación en la página. En concreto, la página impar es preferente a la par debido a que la mirada del lector acude con mayor frecuencia a la página impar. Las siguientes tablas muestran el número de textos de cada partido que se sitúan en estas páginas, en los medios de comunicación analizados.

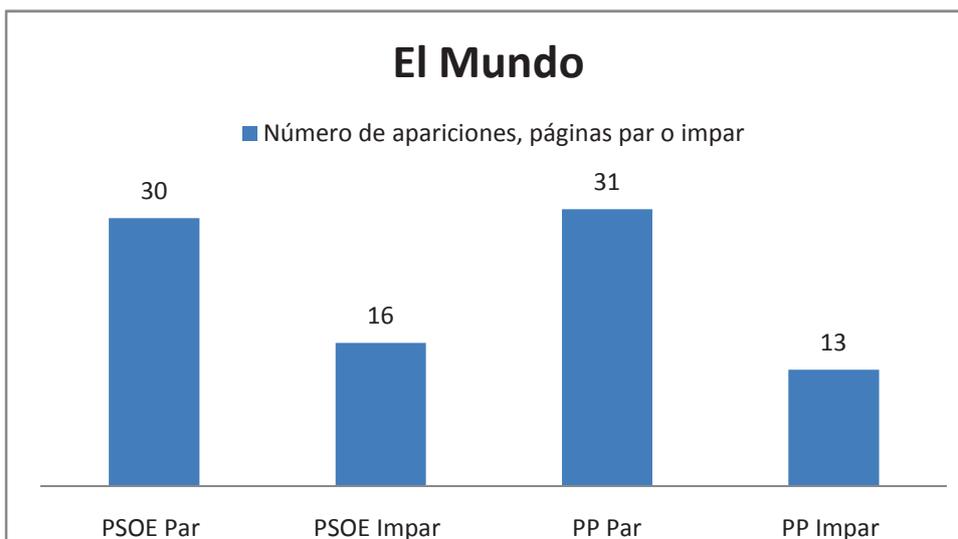


Tabla 8. Fuente: elaboración propia <sup>2</sup>

Como podemos observar en la *Tabla 8* la mayor parte de textos de ambos partidos se sitúan en página par. El Partido Popular es mencionado en 31 ocasiones en dicha página y 13 veces en página impar. Por su parte, el PSOE es mencionado en 30 ocasiones en página par y 16 ocasiones en página impar.

La siguiente tabla establece los porcentajes de las cantidades absolutas mostradas en la *Tabla 8*.

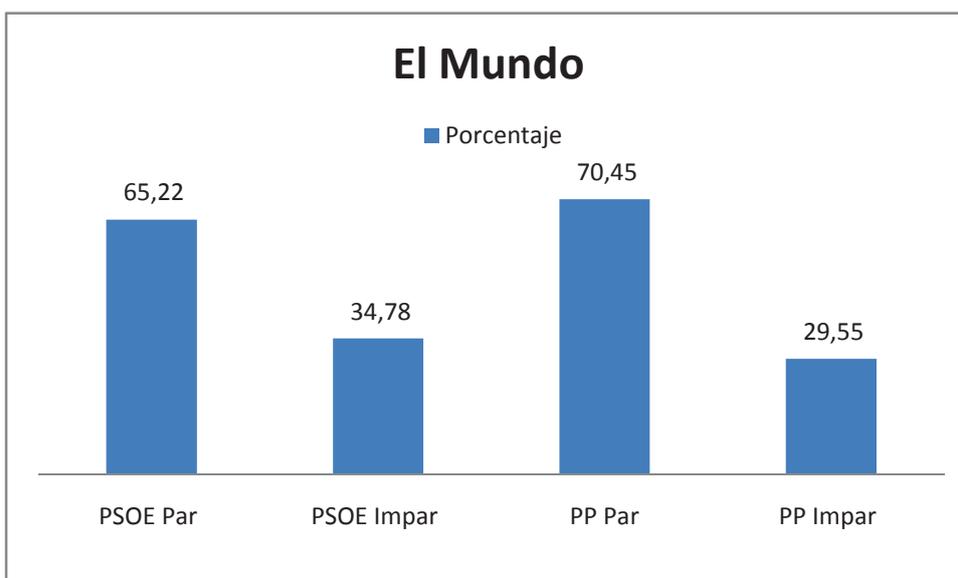
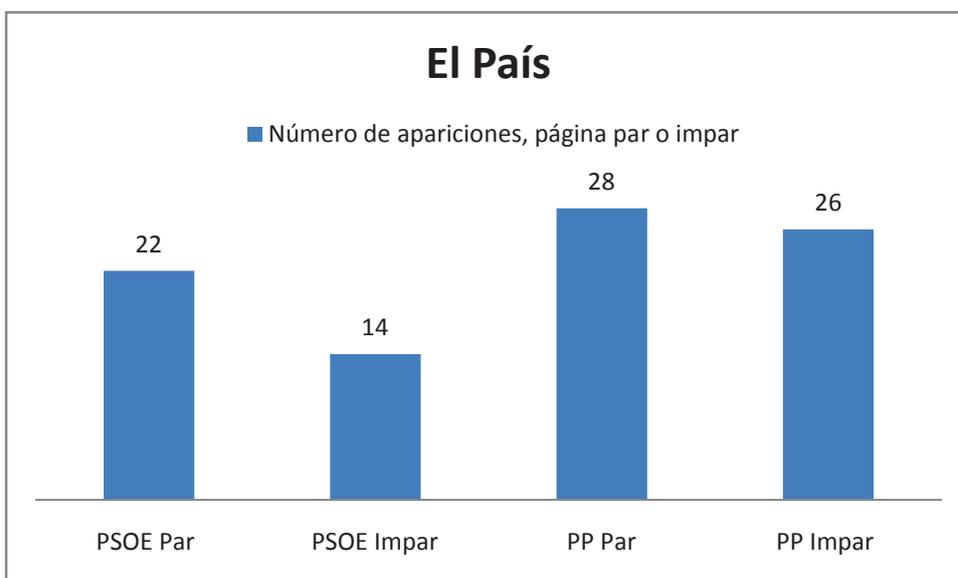


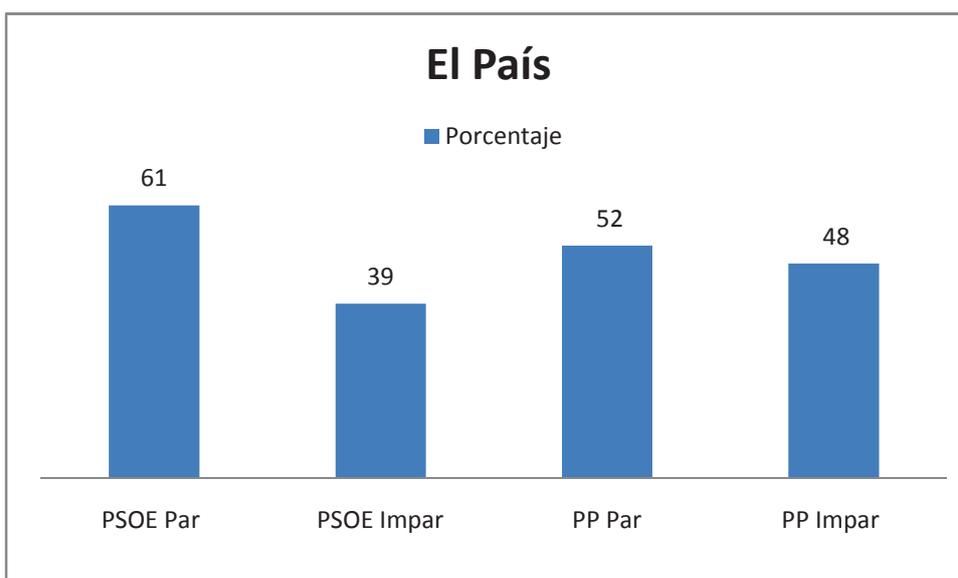
Tabla 9. Fuente: elaboración propia

<sup>2</sup> Si sumamos las apariciones del PSOE en ambas páginas el resultado es superior al total de textos analizados sobre dicho partido; esto se debe a que varias de los escritos ocupan más de una página.

Atendiendo a los porcentajes recogidos en la *Tabla 9*, observamos que la diferencia porcentual entre el PP y el PSOE en cuanto a su ubicación en las páginas par o impar de *El Mundo* no es muy notable. El 65% de las noticias relativas el PSOE está situado en página par; lo que supone un 5% menos que los textos el PP situados en página par (70%). Un 34'7% de los textos el PSOE están en página impar; un 29'5% en el caso del PP.



*Tabla 10. Fuente: elaboración propia*



*Tabla 11. Fuente: elaboración propia*

Las tablas anteriores muestran el total de ubicaciones en página par o impar en el diario *El País* de los partidos políticos analizados, tanto en cifras absolutas como en porcentuales.

En esta ocasión las noticias de ambos partidos se ubican principalmente en páginas pares; el PSOE aparece en 22 ocasiones en página par, lo que supone un 61% del total y el PP en 28, un 52% del total.

Cabe destacar que la razón por la que en estos diarios la mayor parte de las noticias analizadas se sitúan en página par es que las páginas impares suelen contener anuncios publicitarios.

#### 4.3. Carácter de los titulares

Junto con las fotografías, los titulares son el primer elemento que un lector observa dentro de la noticia. Es, por tanto, lo que capta su atención y le lleva a continuar leyendo.

La siguiente tabla muestra los datos obtenidos en el análisis de titulares.

#### Titulares valorativos y titulares informativos

	El Mundo		El País	
	Absoluto	Porcentual	Absoluto	Porcentual
Valorativo	45	64'29%	42	63'6%
Informativo	25	35'71%	24	36'4%

Tabla 12. Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en la tabla en ambos medios la mayor parte de los titulares son de carácter valorativo. En *El Mundo* un total de 45 de los 70 titulares analizados son de este tipo, como por ejemplo, una noticia publicada el día 16 de noviembre titulada *Demasiado fácil para el PP* en la que analizaba encuestas electorales u otra información publicada en el mismo medio el día 14 de noviembre cuyo titular reza *La izquierda sigue sin ver el final del túnel*.

El caso del diario *El País* es similar. En este medio el 63'6% de las piezas informativas contienen un titular valorativo y tan solo un 36'4% se limitan a informar. Un ejemplo, es una crónica publicada en dicho periódico el 15 de noviembre titulada *Rajoy, sobrado en el papel de presidente* u otra crónica en la que se narra lo acontecido en un mitin del PSOE publicado el último día de campaña titulado *Los últimos mimos*.

#### **4.4. Tipos de periodismo y géneros**

##### **4.4.1. Tipo de periodismo:**

Otro de los elementos que hemos analizado, con el fin de determinar la diferencia y funciones de los fines de los mensajes periodísticos en ambos medios de comunicación, han sido los tipos de periodismo más utilizados, así como los tipos de géneros.

Martínez Albertos señala que existen cuatro tipos de periodismo en función de los fines propios de cada mensaje: informativo, interpretativo, de opinión y de carácter literario (Martínez Albertos, 2004: 57).

## Tipos de periodismo

	<b>El Mundo</b>	<b>El País</b>
Informativo	21	19
Interpretativo	27	36
Opinión	22	11

Tabla 13. Fuente: elaboración propia

En los medios de comunicación analizados hemos encontrado tres de los cuatro tipos de periodismo señalados por Albertos. Cabe destacar que el estilo más utilizado en ambos diarios es el interpretativo: 27 piezas en el caso de *El Mundo* y 36 en el caso de *El País*. El tipo informativo es el menos utilizado en el caso de *El Mundo* con tan solo 21 noticias y entrevistas, 19 en el diario *El País*.

En el libro de estilo de *El Mundo*, el diario fundado por Pedro J. Ramírez, se muestran favorables a la utilización del tipo periodístico interpretativo, en especial dan importancia a la crónica, ya que según los autores es el género que mejor define el estilo de un periódico.

Al analizar los datos obtenidos encontramos una diferencia significativa: el diario *El Mundo* utiliza en mayor número de ocasiones géneros de opinión dentro de la sección dedicada a la campaña electoral; 22 piezas de opinión en el caso de *El Mundo* y tan solo 9 en el diario *El País*.

#### 4.4.2. Género:

### Géneros más utilizados

	<b>El Mundo</b>	<b>El País</b>
Noticia	18	11
Entrevista	3	10
Análisis	6	9
Reportaje	2	10
Crónica	15	15
Perfil	4	2
Artículo de opinión	15	8
Comentario	1	0
Columna de opinión	6	2

Tabla 14. Fuente: elaboración propia

En cuanto a los géneros más utilizados en el caso de *El Mundo*, a pesar de que el tipo de periodismo más predominante es el interpretativo, el género que más veces se utiliza es la noticia, un total de 18. En el caso de *El País* el género más frecuente es la crónica, la gran mayoría cubren la narración de mítines políticos y actos electorales.

Como hemos señalado anteriormente, el diario *El Mundo* inserta en su sección *Elecciones 20-N* numerosas piezas de opinión. En el periodo seleccionado para nuestra investigación hemos encontrado 15 artículos de opinión, 1 comentario y 6 columnas. Estas columnas de opinión pertenecen, en su mayoría, a una subsección dedicada a opinar sobre la imagen física de los políticos. En el caso de los artículos de opinión y el comentario, cabe destacar la frecuencia diaria con que escribe el, por entonces, vicedirector del medio Casimiro García Abadillo.

En el periódico *El País* las piezas de opinión tienen menor cabida en esta misma sección y sus redactores son más variados. Sobresalen las figuras de la actual presidenta de la Asociación de Prensa de Madrid Victoria Prego y Jesús Ceberio, quien en aquella época acababa de abandonar la dirección del medio.

#### 4.4.3. Fuentes:

### Fuentes referidas

	<b>El Mundo</b>		<b>El País</b>	
Declaraciones candidatos	30	40%	42	58'3%
Fuentes anónimas	7	9'3%	3	4'1%
Encuestas	18	24%	8	11'1%
Fuentes oficiales	7	9'3%	1	1'3%
Redes sociales	2	2'6%	2	2'7%
Expertos	0	0%	8	11'1%
Documentales (programas)	0	0%	2	2'7%
No consta	11	14'6%	6	8'3%
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>	<b>100%</b>	<b>72</b>	<b>100%</b>

Tabla 15. Fuente: elaboración propia

Cada medio nombra a lo largo de sus noticias las fuentes utilizadas para elaborar las mismas. En ambos diarios casi la mitad de las informaciones provienen de las declaraciones de los candidatos a la presidencia. *El Mundo* también analiza en 18 ocasiones encuestas electorales, tanto elaboradas por la empresa *Sigma Dos* para el propio medio como encuestas oficiales.

Las fuentes anónimas también tienen presencia en ambos periódicos bajo expresiones tales como *fuentes cercanas al candidato*, *fuentes cercanas a la dirección del partido*, etc.

Llama la atención que en *El Mundo* no se utiliza en ninguna ocasión fuentes expertas o documentales. Ni se hace en ningún momento referencia a los programas electorales fuera de las declaraciones de los candidatos.

#### 4.5. Existencia o no de silencios informativos

##### 4.5.1. Temas:

Como ya hemos afirmado con anterioridad en este trabajo, los profesores Berrocal y Rodríguez (1998) señalaban en una primera definición que información era todo aquello que los periodistas recogen en los medios. Sin embargo, más tarde la modificaron para tener en cuenta aquellas noticias que los medios omitían, pero sí tenían relevancia para los lectores. Terminaron concluyendo que noticia es todo hecho importante, interesante, nuevo y verdadero que la gente necesita conocer.

Dichos autores también afirman que el grado de coincidencia de los medios a la hora de elegir informaciones suele ser muy alto, aunque pueden aparecer diferencias.

Con el análisis realizado se busca comprobar si alguno de los medios omite informaciones cubiertas por el otro.

#### Temas tratados en los diarios analizados

	El Mundo		El País	
Caso Blanco	3	3'7%	0	0%
Unión Europea	3	3'7%	9	8'1%
Entrevistas	1	1'2%	5	4'5%
Imagen candidatos	8	10'1%	2	1'8%
ETA	2	2'5%	5	4'5%
Futuro del PSOE	6	7'5%	0	0%
Estrategias electorales	9	11'3%	15	13'5%
Educación	3	3'7%	1	0'9%
Construcción	1	1'2%	1	0'9%
Inmigración	1	1'2%	3	2'7%
Natalidad	1	1'2%	1	0'9%
Encuestas	17	21'5%	5	4'5%
Autonomías	4	5'06%	6	5'4%

Recortes	5	6'3%	9	8'1%
Debate PSOE	1	1'2%	2	1'8%
Economía	7	8'8%	8	7'2%
Política Exterior	1	1'2%	4	3'6%
Zapatero	4	5'06%	0	0%
Reforma Laboral	0	0%	3	2'7%
Futuro Gobierno	8	10'1%	7	6'3%
Pensiones	0	0%	1	0'9%
Francisco Camps	0	0%	1	0'9%
Programa	0	0%	5	4'5%
Crisis	0	0%	7	6'3%
Impuestos	0	0%	6	5'4%
Sanidad	2	2'5%	0	0%
<b>TOTAL</b>	79	100%	111	100%

Tabla 16. Fuente: elaboración propia

Si observamos los datos de la *Tabla 16* podemos comprobar que sí existen silencios informativos en varios medios. *El Mundo* no habla del caso de corrupción del Partido Popular protagonizado por Francisco Camps aunque *El País* sí lo hace. Tampoco nombra algunos de los puntos de los programas electorales que más polémica crearon entre los candidatos: reforma laboral, pensiones e impuestos; temas que sí son recogidos por *El País*.

En el caso de *El País* también existen temas de los que no se hace eco. Sobre todo sucesos relacionados con el PSOE como el Caso Blanco, las batallas internas en el partido socialista y la lucha por su dominio o tampoco menciona al hasta entonces presidente del Gobierno José Luis Rodríguez Zapatero.

## 4.6 Posicionamiento de los medios

### Discursos positivos o negativos en *El Mundo*

	PP	PSOE
Positivo	8	1
Negativo	1	14

Tabla 17. Fuente: elaboración propia <sup>3</sup>

En el apartado *marco teórico* mencionamos que *El Mundo* había destacado por su carácter bélico contra Felipe González y su gobierno e incluso que llegó a respaldar el mandato de José María Aznar tras su llegada a la Moncloa en 1996.

Con este análisis hemos podido observar que casi el total de los artículos de opinión publicados por *El Mundo* envían a los lectores un mensaje negativo sobre el Partido Socialista. Por el contrario, 8 de las 9 piezas relacionadas con el Partido Popular son positivas.

En el primer artículo de opinión analizado, publicado el 11 de noviembre en la primera página de la sección, Casimiro García Abadillo ya marcaba la tendencia del medio. En *Chamuscarse sale gratis* el periodista criticaba la actitud de Rubalcaba en defensa de José Blanco frente su imputación por cohecho y tráfico de influencias. Incluso llega a comparar este caso con la defensa que hizo Felipe González de Mariano Rubio, imputado en el caso Ibercorp.

En varias ocasiones, el medio también nombra a José Luis Rodríguez Zapatero al que acusan de no hacer caso a los expertos y llevar al país a la bancarrota.

*El Mundo* también se posiciona en contra de la estrategia electoral del Partido Socialista. En *Este coco ya no asusta* de Victoria Prego afirman que el PSOE se limita a lanzar un discurso del miedo contra el PP y que esta estrategia “está pinchando en hueso”. García Abadillo también critica la campaña socialista en *All you need is love*,

---

<sup>3</sup> El total de la suma de todas las piezas de opinión del diario asciende a 24, dos más de los que aparecen en la *Tabla 17*, debido a que en dos de las piezas analizadas hablaban de ambos partidos.

artículo en el que acusa a Rubalcaba y a Carme Chacón de “salir públicamente a hacer el paripé”.

El mencionado medio llega a ridiculizar al Partido Socialista en una ocasión, comparando uno de sus mítines de campaña con el estreno de una película de la saga *Crepúsculo*, incluso llega a referirse a Carme Chacón como la Kristen Stewart del partido.

### Discursos positivos o negativos de *El País*

	PP	PSOE
Positivo	3	2
Negativo	7	4

Tabla 18. Fuente: elaboración propia

*El País*, al contrario que *El Mundo*, da poca importancia a la opinión dentro de la sección *Elecciones 2011*, tan solo 11 son las piezas destinadas a persuadir a los lectores.

El diario *El País* nombra en 10 ocasiones al Partido Popular de las cuales 7 son para hablar en negativo y 3 para alabar a los populares. El periódico culpa a Rajoy de ocultar sus verdaderas intenciones. En *No respondo de vosotros*, publicado el 12 de noviembre, se afirma que “solo Iker Jiménez en su programa Cuarto Milenio puede ser capaz de arrancarle su programa oculto” e incluso en otro artículo titulado *Campaña*, publicado el día 14 de noviembre, se preguntan si Rajoy “continuará manteniendo su falta de transparencia cuando gobierne tras en 20N”.

De otro artículo de *El País*, titulado *La victoria del PP ya está amortizada* podemos extraer el siguiente fragmento: “el cambio de Gobierno por sí solo no garantiza nada. Y los silencios de Rajoy empiezan a pasarle factura. ¿Cómo los mercados pueden apostar su dinero a favor de un Gobierno que no se sabe qué va a hacer?”.

Asimismo, *El País* en *El lado gris de Mariano Rajoy* afirma que la retórica del candidato “asfixia hasta el ahogo, pero no convence demasiado”. O en *¿Soluciones o culpables?*, firmado por Miguel Ángel Aguilar manifiestan lo siguiente: “En las comunidades religiosas y en los establecimientos que regentan, se ahorrarán a los residentes accesos de memoria o de debilidad y les suministrarán la papeleta del PP en sobre cerrado, que solo deberán introducir en la urna mientras exhiben su documento de identidad”.

Sin embargo, a pesar de estas críticas, el medio mencionado anteriormente considera al Partido Popular el único partido capaz de gobernar España y así lo muestra en varias ocasiones, como el día 11 de noviembre cuando exponen que el PP ha ascendido puestos en la lucha electoral por la falta de recursos de sus contrincantes. O el día 13 cuando, en un artículo de Jesús Ceberio, afirman: “el pasaje se ha amotinado y exige nueva tripulación. No acepta como relevo al primer oficial del capitán”.

Por otro lado, 4 de las 6 veces que *El País* menciona al Partido Socialista también son negativas. De Rubalcaba afirman que no ha sabido jugar sus cartas y que la mala gestión que su partido hizo de la crisis (en ningún momento se nombra a Zapatero) ha hundido al PSOE. También culpan a la organización de limitarse a sacar los trapos sucios de su rival y de haber asumido sin luchar los futuros resultados electorales.

## Capítulo 5: Conclusiones

Con el presente trabajo hemos dado respuesta a las hipótesis y objetivos propuestos, ya que hemos estudiado las diferencias existentes en el tratamiento de la información política de los dos medios impresos generalistas más importantes del país.

**-Hipótesis 1: El diario *El País*, con una línea editorial paralela al pensamiento del PSOE, da más cobertura a dicho partido político. Por el contrario, el diario *El Mundo* ofrece más informaciones relativas al Partido Popular.**

Los datos obtenidos en el trabajo de campo demuestran que el diario *El Mundo* ofrece mayor cobertura al Partido Popular tanto en volumen de noticias como en la ocupación que estas tienen en las páginas de la sección *Elecciones 20N*.

El diario *El País* también ofrece mayor cobertura al PP, incluso en cifras mayores que en el caso de *El Mundo*, tanto en número de noticias (52 relativas al PP y 34 relativas al PSOE) como en la ocupación dentro de las páginas de la sección *Elecciones 2011*.

La hipótesis planteada se confirmaría de manera parcial, pues se cumple en el caso de *El Mundo*, que sí aporta más volumen de informaciones relativas al Partido Popular, pero no el caso de *El País* que también otorga más importancia a dicho partido y deja en un segundo plano al Partido Socialista.

**-Hipótesis 2: *El País* otorga mayor importancia en el orden jerárquico a las informaciones relativas al Partido Socialista y *El Mundo*, por su parte, da mayor importancia a las informaciones del Partido Popular.**

El análisis de los datos obtenidos en el trabajo de campo ha refutado la segunda hipótesis planteada, pues el orden jerárquico que ambos medios de comunicación dan a las informaciones no depende de la línea editorial.

Ambos diarios llevan a la portada de sección analizada a los dos partidos políticos en prácticamente las mismas ocasiones por lo que podemos considerar que ninguno otorga más importancia jerárquica a ninguno de los partidos analizados.

En el caso de la aparición de las noticias en páginas pares o impares, la hipótesis tampoco se cumple, pues la mayor parte de las noticias relativas a ambos partidos se localizan en páginas pares debido a que gran parte de las páginas impares están dedicadas a publicidad.

**-Hipótesis 3: La mayor parte de los titulares de ambos medios son de carácter valorativo.**

La hipótesis número tres queda confirmada con el análisis de los datos obtenidos en el trabajo de campo. Los diarios *El País* y *El Mundo* utilizan con regularidad titulares de carácter valorativo en todo tipo de informaciones, desde piezas de tipo periodístico informativo como interpretativo o de opinión.

**-Hipótesis 4: La mayor parte de las informaciones publicadas en ambos medios son del tipo periodístico informativo basadas en las declaraciones de los candidatos.**

Los datos recogidos en el trabajo de campo confirman la segunda parte de la hipótesis planteada. En ambos medios la mayor parte de las informaciones son basadas en las declaraciones de los candidatos. Sin embargo, los datos han refutado la primera parte, pues estas informaciones no son en su mayoría del tipo periodístico informativo sino interpretativo.

El diario *El Mundo* llega a expresar en su *libro de estilo* que el género que mejor representa el estilo de un periódico es la crónica, incluida dentro del tipo periodístico interpretativo, pues permite al periodista acercar al lector los hechos acontecidos con mayor precisión.

**-Hipótesis 5: Existen silencios informativos en ambos medios de comunicación.**

El diario *El Mundo* no menciona en sus páginas el caso de Francisco Camps quien había presentado ese mismo año su dimisión como presidente de la Generalitat Valenciana o algunos de los asuntos más discutidos durante la campaña electoral como las propuestas de ambos partidos en materia laboral, fiscal o de pensiones. Temas que sí se incluyen en el otro medio analizado.

*El País* tampoco menciona algunos de los temas que tienen cabida en *El Mundo*, como por ejemplo el caso de corrupción en que se estaba viendo envuelto José Blanco, las luchas internas del Partido Socialista o al hasta entonces Presidente del Gobierno José Luis Rodríguez Zapatero.

Podemos afirmar, por tanto, que se ha comprobado la hipótesis planteada, pues los datos recogidos en el trabajo de campo certifican que existen silencios informativos en ambos medios.

**-Hipótesis 6: Los medios se posicionan a favor de un determinado partido en función de su línea ideológica a través de sus artículos de opinión.**

Los datos recogidos en los artículos de opinión publicados en las secciones *Elecciones 20N* y *Elecciones 2011* han confirmado parcialmente la hipótesis.

Se ha comprobado que en las elecciones generales del año 2011 el diario *El Mundo* se posicionaba a favor del Partido Popular y en contra del Partido Socialista, pues envía a sus lectores mensajes negativos hacia el PSOE y mensajes positivos hacia el PP.

Por su parte, el periódico *El País* no se posiciona a favor de ningún partido político concreto, pues aporta a sus lectores mensajes negativos relacionados con el PP y el PSOE. Aunque cabe destacar que el tono es muy distinto en ambos casos: a Mariano Rajoy le acusa de no hablar claro y tener un programa oculto, sin embargo, se dirige a Alfredo Pérez Rubalcaba de forma condescendiente.



## Bibliografía

- Armentia, J. Caminos, J. . (2009). *Redacción informativa en prensa* . Barcelona: Ariel .
- Berrocal, S., & Rodríguez, C. (1998). *Dialnet*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2015, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5219589>
- Blanco, M. d. (2008). *Modelos de análisis para el estudio crítico de la prensa* . Madrid : Ediciones Internacionales Universitarias.
- Canel, M. (1997). La objetividad periodística en campaña electoral: las actitudes profesionales de los periodistas de TVE1 y Antena 3TV en 1996. *Revista de estudios de comunicación* , 55-70.
- Comunicación, A. p. (s.f.). *Estudio General de Medios*. Recuperado el 17 de Mayo de 2016, de <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>
- Córdoba, A. M. (2009). *Línea Editorial de ABC, El País, El Mundo y la Vanguardia frente al conflicto Palestino-israelí 1993-2004*. Navarra: Universidad de Navarra.
- Enguix, S. (2015). *Periodismo político: Fundamentos, prácticos y perspectivas*. Valencia: Universidad de Valencia .
- Giménez, P. (2006). Una nueva visión del proceso comunicativo: La teoría del enfoque (framing). *Comunicación y hombre: revista interdisciplinar de ciencias de la comunicación y humanidades* , 55-68.
- Gironés, J. (1993). *Communication & society*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2015, de [http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art\\_id=243](http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=243)
- Iglesias, F. Nieto, A. (2000). *La empresa informativa* . Barcelona: Ariel .
- Iglesias, F; Blanco, M. (2004). Principios editoriales y principios configuradores en el pensamiento del profesor Alfonso Nieto Tamargo. *Doxa comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales* , 9-26.
- Laguna, A. (2011). Liderazgo y Comunicación: La personalización en política. *Análisi* 43 , 45-57.

- Llano, A. (1988). *La nueva sensibilidad* . Barcelona : Espasa Calpe.
- Martínez Albertos, J. (2004). Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos. En J. S. Cantavella, *Redacción para periodistas: informar e interpretar* (págs. 51 - 75). Barcelona : Ariel.
- Martínez Albertos, J. L. (2004). *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Paraninfo.
- Mundo, E. (1996). *Libro de estilo* . VV.AA Temas de hoy.
- Nieto, A. (1977). Cláusula de conciencia, principios editoriales y empresario de la información. *Persona y Derecho* , 129-245.
- Núñez Ladevéze, L. (1991). *Manual para periodismo*. Barcelona : Ariel.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, I. C. (1983). *Principios Básicos Internacionales de Ética Profesional del Periodismo*.
- País, E. (2002). *Libro de Estilo* . Ediciones El País.
- Serrano, P. (2009). *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo* . Barcelona: Península.
- Periódicos consultados:
- El Mundo*:
- Sección *Elecciones 20N*. 11/11/2011
  - Sección *Elecciones 20N*. 12/11/2011
  - Sección *Elecciones 20N*. 13/11/2011
  - Sección *Elecciones 20N*. 14/11/2011
  - Sección *Elecciones 20N*. 15/11/2011
  - Sección *Elecciones 20N*. 16/11/2011
  - Sección *Elecciones 20N*. 17/11/2011
  - Sección *Elecciones 20N*. 18/11/2011

*El País:*

Sección *Elecciones 2011*. 11/11/2011

Sección *Elecciones 2011*. 12/11/2011

Sección *Elecciones 2011*. 13/11/2011

Sección *Elecciones 2011*. 14/11/2011

Sección *Elecciones 2011*. 15/11/2011

Sección *Elecciones 2011*. 16/11/2011

Sección *Elecciones 2011*. 17/11/2011



## Anexos

### Ejemplo análisis de textos

<b>Tabla 1</b>		
<b>Fecha de publicación</b>	<b>11/11/11</b>	
<b>Periódico</b>	<b>El Mundo</b>	
<b>Sección</b>	Elecciones 20 N	
<b>Número de textos</b>	Partido Popular	2
	PSOE	4
	Opinión	2
<b>Primera texto</b>	Titular	Rubalcaba se 'quema' por Blanco
	Antetítulo	No
	Subtítulo	Dice que pone la mano en el fuego por el ministro portavoz y que es 'un caso electoral'
	Página	Par
	Ubicación dentro de la sección	Primera página
	Porcentaje de ocupación en la página	60,00%
	Fotografía	Sí
	Autor	Manuel Sánchez
	Tipo de titular	Valorativo
	Tipo de periodismo	Informativo
	Género	Noticia de declaraciones
	Fuentes referidas	Declaraciones
	Temática	Rubalcaba defiende a José Blanco

<b>Tabla 1</b>		
<b>Segundo texto</b>	Titular	<i>“Chamuscarse sale gratis”</i>
	Antetítulo	No
	Subtítulo	No
	Página	Par
	Ubicación dentro de la sección	Primera página
	Ubicación dentro de la página	Faldón
	Porcentaje de ocupación en la página	15,00%
	Fotografía	No
	Autor	Casimiro García-Abadillo
	Tipo de titular	Valorativo
	Tipo de periodismo	Opinión
	Género	Artículo de opinión
	Fuentes referidas	Declaraciones Rubalcaba
	Temática	Rubalcaba defiende a José Blanco
	Tono	Negativo
	Lenguaje	Valorativo (“Lo peor de la entrevista de Rubalcaba es que insiste en atribuir a la juez del caso motivaciones políticas”)
	Tesis	Rubalcaba se equivoca al defender a José Blanco
	Argumentos	<p>-Felipe González puso la mano en el fuego por Mariano Rubio que resultó imputo por el caso Ibercorp</p> <p>-Blanco no se atreve a poner la mano en el fuego por nadie</p> <p>-Rubalcaba se olvida de que los hechos que se le imputan a Blanco son</p>

<b>Tabla 1</b>																													
	cohecho y tráfico de influencias																												
Recursos estilísticos	-Utilización de expresiones comunes en el lenguaje hablado (“poner la mano en el fuego”)  -Adjetivación (“aburrída campaña”)																												
Posicionamiento	En contra de la decisión de Rubalcaba																												
<b>Tercer texto</b>	<table border="1"> <tr> <td>Titular</td> <td>Rajoy envía a Europa un mensaje de confianza en clave presidencial</td> </tr> <tr> <td>Antetítulo</td> <td>No</td> </tr> <tr> <td>Subtítulo</td> <td>Promete que con él España tendrá un Gobierno 'serio' y 'cumplirá con sus compromisos’”</td> </tr> <tr> <td>Página</td> <td>Impar</td> </tr> <tr> <td>Ubicación dentro de la sección</td> <td>Segunda página</td> </tr> <tr> <td>Ubicación dentro de la página</td> <td>Toda la página</td> </tr> <tr> <td>Porcentaje de ocupación en la página</td> <td>100,00%</td> </tr> <tr> <td>Fotografía</td> <td>Sí</td> </tr> <tr> <td>Autor</td> <td>Carmen Remírez de Ganuza</td> </tr> <tr> <td>Tipo de titular</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Tipo de periodismo</td> <td>Interpretativo</td> </tr> <tr> <td>Género</td> <td>Crónica electoral</td> </tr> <tr> <td>Fuentes referidas</td> <td>Unión Europea, declaraciones Mariano Rajoy. Fuentes anónimas denominadas “algunas fuentes del partido”</td> </tr> <tr> <td>Temática</td> <td>Jornada electoral Rajoy</td> </tr> </table>	Titular	Rajoy envía a Europa un mensaje de confianza en clave presidencial	Antetítulo	No	Subtítulo	Promete que con él España tendrá un Gobierno 'serio' y 'cumplirá con sus compromisos’”	Página	Impar	Ubicación dentro de la sección	Segunda página	Ubicación dentro de la página	Toda la página	Porcentaje de ocupación en la página	100,00%	Fotografía	Sí	Autor	Carmen Remírez de Ganuza	Tipo de titular	Informativo	Tipo de periodismo	Interpretativo	Género	Crónica electoral	Fuentes referidas	Unión Europea, declaraciones Mariano Rajoy. Fuentes anónimas denominadas “algunas fuentes del partido”	Temática	Jornada electoral Rajoy
Titular	Rajoy envía a Europa un mensaje de confianza en clave presidencial																												
Antetítulo	No																												
Subtítulo	Promete que con él España tendrá un Gobierno 'serio' y 'cumplirá con sus compromisos’”																												
Página	Impar																												
Ubicación dentro de la sección	Segunda página																												
Ubicación dentro de la página	Toda la página																												
Porcentaje de ocupación en la página	100,00%																												
Fotografía	Sí																												
Autor	Carmen Remírez de Ganuza																												
Tipo de titular	Informativo																												
Tipo de periodismo	Interpretativo																												
Género	Crónica electoral																												
Fuentes referidas	Unión Europea, declaraciones Mariano Rajoy. Fuentes anónimas denominadas “algunas fuentes del partido”																												
Temática	Jornada electoral Rajoy																												

<b>Tabla 1</b>		
<b>Cuarto texto</b>	Titular	<i>“España vota, seguro”</i>
	Antetítulo	No
	Subtítulo	No
	Página	Par
	Ubicación dentro de la sección	Tercera página
	Ubicación dentro de la página	Faldón
	Porcentaje de ocupación en la página	25,00%
	Fotografía	No
	Autor	Victoria Prego
	Tipo de titular	Valorativo
	Tipo de periodismo	Opinión
	Género	Artículo de opinión
	Fuentes referidas	Declaraciones
	Temática	Entrevistas de Rajoy y Rubalcaba en Antena 3
	Tono	Negativo con Rubalcaba
	Lenguaje	Valorativo
	Tesis	Rajoy salió reforzado de la entrevista y Rubalcaba, por el contrario, salió vencido
	Argumentos	-Rajoy se comportó seguro de que iba a ser el próximo presidente del Gobierno y Rubalcaba se mostró dubitativo  -Rajoy aportó propuestas reales y Rubalcaba propuestas no concretas
	Recursos estilísticos	Adjetivación (“Excelente entrevista”; “mensaje confuso”)
	Posicionamiento	Favorable a Mariano Rajoy

	<b>Tabla 1</b>	
<b>Quinto texto</b>	Titular	“En su defensa”
	Antetítulo	“La imagen del candidato”
	Subtítulo	No
	Página	Par
	Ubicación dentro de la sección	Sexta página
	Ubicación dentro de la página	Columna derecha
	Porcentaje de ocupación en la página	20,00%
	Fotografía	Sí
	Autor	Patrycia Centeno
	Tipo de titular	Valorativo
	Tipo de periodismo	Interpretativo
	Género	Perfil
	Fuentes referidas	Propia periodista
	Temática	Estilo de Carme Chacón

	<b>Tabla 2</b>	
<b>Fecha de publicación</b>	<b>11/11/11</b>	
<b>Periódico</b>	<b>El País</b>	
<b>Sección</b>	Elecciones 2011	
<b>Número de noticias</b>	Partido Popular	6
	PSOE	4
	Opinión	2
<b>Primera noticia</b>	Titular	Los candidatos coinciden contra 'Merkozy'
	Subtítulo	Máxima preocupación por los planes de la Europa a dos velocidades/ Hasta Rajoy critica sin criticarlos a los socios/ Fuera de los focos el PP prepara ya sus

<b>Tabla 2</b>	
	recortes
Página	Par
Ubicación dentro de la sección	Primera página
Ubicación en la página	Toda la página
Porcentaje de ocupación en la página	100,00%
Fotografía	Sí
Autor	Carlos E. Cué
Tipo de titular	Informativo
Tipo de periodismo	Informativo
Género	Noticia de declaraciones
Fuentes referidas	Declaraciones Rajoy y declaraciones de Rubalcaba
Temas	Declaraciones candidatos
<b>Segundo texto</b>	
Titular	<i>El PP pisa fuerte en la escena catalana</i>
Antetítulo	“Punto de vista”
Subtítulo	No
Página	Impar
Ubicación dentro de la sección	Segunda página
Ubicación dentro de la página	Centro
Porcentaje de ocupación en la página	40,00%
Fotografía	Sí
Autor	Jesús Ceberio
Tipo de titular	Valorativo
Tipo de periodismo	Opinión
Género	Artículo de opinión
Fuentes referidas	Ninguna
Temática	Ascenso del PP en la lucha

<b>Tabla 2</b>	
	electoral en Cataluña
Tono	Negativo
Tesis	El PP ha ascendido puestos en la lucha electoral en Cataluña por la falta de recursos de sus contrincantes
Argumentos	-Ciu está dirigiendo su campaña únicamente hacia el debate sobre el pacto fiscal  -El PSC se presenta como la única garantía frente a los recortes sociales sin concretar propuestas
Recursos estilísticos	Valorativo
Lenguaje	Neutral
Posicionamiento	En contra de la estrategia del PP
<b>Tercer texto</b>	
Titular	El PSC gana por la mínima con CiU y PP batallando por el segundo puesto
Antetítulo	No
Subtítulo	Rajoy puede sacar más votos que Convergència por primera vez en Cataluña
Página	Par
Ubicación dentro de la sección	Tercera página
Porcentaje de ocupación en la página	62'5%
Fotografía	No
Autor	Miquel Noguer
Tipo de titular	Informativo

<b>Tabla 2</b>																																	
	<table border="1"> <tr> <td>Tipo de periodismo</td> <td>Informativo</td> </tr> <tr> <td>Género</td> <td>Noticia- informe</td> </tr> <tr> <td>Fuentes referidas</td> <td>Metroscopia</td> </tr> <tr> <td>Temática</td> <td>Encuestas</td> </tr> </table>	Tipo de periodismo	Informativo	Género	Noticia- informe	Fuentes referidas	Metroscopia	Temática	Encuestas																								
Tipo de periodismo	Informativo																																
Género	Noticia- informe																																
Fuentes referidas	Metroscopia																																
Temática	Encuestas																																
<b>Cuarto texto</b>	<table border="1"> <tr> <td>Titular</td> <td><i>La crisis devora a sus hijos (y al nieto)</i></td> </tr> <tr> <td>Antetítulo</td> <td>No</td> </tr> <tr> <td>Subtítulo</td> <td>No</td> </tr> <tr> <td>Página</td> <td>Par</td> </tr> <tr> <td>Ubicación dentro de la sección</td> <td>Tercera página</td> </tr> <tr> <td>Porcentaje de ocupación en la página</td> <td>37'5%</td> </tr> <tr> <td>Fotografía</td> <td>No</td> </tr> <tr> <td>Autor</td> <td>Fernando Vallespín</td> </tr> <tr> <td>Tipo de titular</td> <td>Valorativo</td> </tr> <tr> <td>Tipo de periodismo</td> <td>Opinión</td> </tr> <tr> <td>Género</td> <td>Artículo de opinión</td> </tr> <tr> <td>Fuentes referidas</td> <td>Ninguna</td> </tr> <tr> <td>Temática</td> <td>La mala situación el PSOE</td> </tr> <tr> <td>Tono</td> <td>Crítico</td> </tr> <tr> <td>Tesis</td> <td>La mala gestión de la crisis económica ha hundido el PSOE</td> </tr> <tr> <td>Argumentos</td> <td> <p>-Las encuestas vaticinan que el voto de castigo haga perder al PSOE las elecciones.</p> <p>-Rubalcaba no supo jugar sus cartas en el debate electoral.</p> <p>-Rubalcaba ya no tiene credibilidad.</p> </td> </tr> </table>	Titular	<i>La crisis devora a sus hijos (y al nieto)</i>	Antetítulo	No	Subtítulo	No	Página	Par	Ubicación dentro de la sección	Tercera página	Porcentaje de ocupación en la página	37'5%	Fotografía	No	Autor	Fernando Vallespín	Tipo de titular	Valorativo	Tipo de periodismo	Opinión	Género	Artículo de opinión	Fuentes referidas	Ninguna	Temática	La mala situación el PSOE	Tono	Crítico	Tesis	La mala gestión de la crisis económica ha hundido el PSOE	Argumentos	<p>-Las encuestas vaticinan que el voto de castigo haga perder al PSOE las elecciones.</p> <p>-Rubalcaba no supo jugar sus cartas en el debate electoral.</p> <p>-Rubalcaba ya no tiene credibilidad.</p>
Titular	<i>La crisis devora a sus hijos (y al nieto)</i>																																
Antetítulo	No																																
Subtítulo	No																																
Página	Par																																
Ubicación dentro de la sección	Tercera página																																
Porcentaje de ocupación en la página	37'5%																																
Fotografía	No																																
Autor	Fernando Vallespín																																
Tipo de titular	Valorativo																																
Tipo de periodismo	Opinión																																
Género	Artículo de opinión																																
Fuentes referidas	Ninguna																																
Temática	La mala situación el PSOE																																
Tono	Crítico																																
Tesis	La mala gestión de la crisis económica ha hundido el PSOE																																
Argumentos	<p>-Las encuestas vaticinan que el voto de castigo haga perder al PSOE las elecciones.</p> <p>-Rubalcaba no supo jugar sus cartas en el debate electoral.</p> <p>-Rubalcaba ya no tiene credibilidad.</p>																																

		<b>Tabla 2</b>
		-El PSOE no tomó ninguna medida específica tras el batacazo de las municipales y autonómicas.
	Recursos estilísticos	Comparación (compara a Rubalcaba con Brian Cowen o Sócrates)
	Lenguaje	Valorativo
	Posicionamiento	Neutral
<b>Quinta noticia</b>	Titular	Del rincón a la cabeza de Europa
	Antetítulo	No
	Subtítulo	Rajoy se compromete a que España esté entre los países más importantes, 'los que deciden', y rechaza una Unión Europea a dos velocidades
	Página	Impar
	Ubicación dentro de la sección	Cuarta página
	Porcentaje de ocupación en la página	40,00%
	Fotografía	Sí
	Autor	Fernando Garea
	Tipo de titular	Valorativo
	Tipo de periodismo	Interpretativo
	Género	Crónica electoral
	Fuentes referidas	Propio autor
Temática	Mitin electoral	
<b>Sexto texto</b>	Titular	La receta del gasto contra la crisis
	Antetítulo	No
	Subtítulo	Rubalcaba insiste en la

<b>Tabla 2</b>	
	necesidad de invertir dinero público mientras la Unión Europea augura nuevos ajustes
Página	Par
Ubicación dentro de la sección	Quinta página
Porcentaje de ocupación en la página	55,00%
Fotografía	Sí
Autor	Natalia Junquera
Tipo de titular	Informativo
Tipo de periodismo	Interpretativo
Género	Crónica electoral
Fuentes referidas	Propio autor
Temática	Mitin electoral
<b>Séptimo texto</b>	
Titular	Diplomacia con objetivo económico
Antetítulo	Los populares pretenden evitar giros bruscos. En los últimos meses han venido manteniendo cierta complicidad con el Gobierno de Zapatero en la posición ante la 'primavera árabe', el conflicto en Libia y el escudo antimisiles
Subtítulo	“El PP impulsa un modelo de acción exterior basado en la defensa de los intereses empresariales y en favorecer la internacionalización de las pymes”
Página	Impar
Ubicación dentro de la sección	Sexta página
Porcentaje de ocupación en	87'5%

<b>Tabla 2</b>		
	la página	
	Fotografía	Sí
	Autor	Fernando Garea
	Tipo de titular	Valorativo
	Tipo de periodismo	Informativo
	Género	Noticia de declaraciones
	Fuentes referidas	Dirección del Partido Popular
	Temática	Política exterior/Economía
<b>Octavo texto</b>	Titular	“Hay que convencer a EEUU de que no daremos bandazos”
	Antetítulo	No
	Subtítulo	No
	Página	Impar
	Ubicación dentro de la sección	Sexta página
	Porcentaje de ocupación en la página	12'5%
	Fotografía	Sí
	Autor	Fernando Garea
	Tipo de titular	Informativo
	Tipo de periodismo	Interpretativo
	Género	Entrevista
	Fuentes referidas	Entrevistado
	Temática	Política exterior

• Si uno anecdotal libre se puede quedar a una pobre, tampoco podrá volver a su rica (John F. Kennedy) •

# EL MUNDO

VIERNES 11 DE NOVIEMBRE DE 2011. AÑO XXXI. NÚMERO 7.004. € 0,90 IVA INCLUIDO. PRECIO: 1,20 €.



**¿Fue Shakespeare el autor de sus obras?**  
Entrevista a Eberhard que plantea la polémica en su libro **MITÓLOGO**



**Polanski vuelve con 'Un dios salvaje'**  
Su primera película tras dejar el arresto domiciliario / **EL CULTURAL**



**Curso 'Vaughan Intensive English'**  
Hay el libro nº 11 para continuar practicando

---

## La UE nos exige un ajuste igual a las pensiones de tres meses

Bruselas cifra en 21.000 millones los recortes necesarios para alcanzar el objetivo de déficit pactado para 2012

**JAVIER G. SALASO** | Bruselas  
Corresponsal

España no cumplirá con sus objetivos de déficit, como mínimo con Bruselas de aquí a 2013, cuando se fijaron que el déficit que protagonizó tanto el debate como en el 1% del PIB, el límite que marca el Pacto de Estabilidad y Crecimiento.

Las previsiones de la Comisión Europea confirman una deterioración de 11.800 millones de euros durante este año y el siguiente, un agujero que herida el próximo Gobierno y que obligará a poner en marcha nuevas recortes con un impacto equivalente a tres mensualidades de las pensiones públicas.

El Gobierno se había comprometido con la UE a reducir la déficit progresivamente entre lo que gasta el país y lo que ingresa con las cuentas públicas. Pero las previsiones de la Comisión confirman que en la segunda mitad económica se necesitan nuevas y consistentes medidas de ahorro para cumplir con lo pactado. [Sigue en página 14](#)



**La Casa Real se desvincula de la defensa de Urdangarin**  
Si es imputado deberá defenderse «como un ciudadano particular más. Es lógico que se ocupe de su vida privada»

**ANTONIO PÉREZ** | Madrid  
No habrá como en los días de Urdangarin tendrá que defenderse, en caso de ser imputado, como un ciudadano particular más», según fuentes cercanas a la Casa del Rey.

Hoy, ahora, la línea oficial de Zarzuela ha sido la del «respeto escrupuloso del procedimiento judicial en curso». De ser necesario que Urdangarin organice un equipo jurídico de defensa, Zarzuela seguirá guardando silencio.

Esta es la primera vez que un miembro de la Familia Real está bajo sospecha ante la posibilidad de haber cometido un delito. [Sigue en página 14](#)

---

## ETA interviene en la campaña para apoyar a sus candidatos

Diez miembros de la banda terrorista explican hoy sus posiciones en un diario 'abertzale' **Pág. 18**



**11-11-11: Loterías, bofas y apocalipsis**  
[Página 51](#)

## Sanidad abortó a los seis días de su detención las autorizaciones a Dorribo

Rubalcaba vuelve a poner la mano en el fuego por Blanco en el 'caso Campeón'

**HERNÁNDEZ** | Madrid  
El expediente estaba en suspenso desde el 21 de mayo por deficiencias sustanciales en el cumplimiento de la normativa vigente sobre autorizaciones de detención por la Guardia Civil. Así consta en el comunicado que realizó ayer el Ministerio de Sanidad en relación a los miembros que Jorge Dorribo, imputado en la operación Campeón, hizo para realizar sus actividades en Ferrolta urcálida. El Ministerio asegura que una vez pasada la investigación por ser imputado el solicitante. [Sigue en página 14](#)

---

**cuenta NARANJA**

**3,30% TAE\***

Sin comisiones.  
Siempre disponible.

Todo lo que un No Abrazador debería saber.

**301 220 240**  
servicio al cliente  
Van tu celular

**ING DIRECT**  
Fresh Banking

\*TAE: variable según tipo de producto y plazo. Información de la oferta en la web de ING DIRECT. ING DIRECT es una entidad de crédito regulada por el Banco de España. ING DIRECT es una entidad de crédito regulada por el Banco de España.

<sup>4</sup> Consultado en Orbyt : [http://quiosco.elmundo.orbyt.es/epaper/epaper.asp?tpu=El%20Mundo&pub=26\\_06\\_2016&edi=Madrid](http://quiosco.elmundo.orbyt.es/epaper/epaper.asp?tpu=El%20Mundo&pub=26_06_2016&edi=Madrid)

# EL PAÍS

EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

www.elpais.com

VIERNES 11 DE NOVIEMBRE DE 2011 | Año XXXV | Número 52.561 | (ISSN 0950-8220) Precio 7,20 euros

**EL VIAJERO**  
Once destinos para celebrar el 11/11  
Viajes con destino del hotel más caro al más barato de la zona. Con la A...



**7 de 11 en su día**, el día a por una gran fiesta de teatro.  
La obra de teatro más reciente de 11 de 11 en su día.  
El día de teatro más reciente de 11 de 11 en su día.



**LA DIVIDIVIERNES**

La literatura que brota en los volcanes  
El Festival de la Literatura en el día de la semana a presentarse en un momento de la vida de Madrid



## España incumplirá los objetivos de déficit si no aplica aún más ajustes

► Bruselas augura un desvío de 41.000 millones entre 2012 y 2013  
► La crisis de la deuda pone a toda Europa al borde de la recesión

**BRUSELAS**

La Comisión Europea ha advertido de que España no cumplirá sus objetivos de déficit si no aplica aún más ajustes. La Comisión Europea ha advertido de que España no cumplirá sus objetivos de déficit si no aplica aún más ajustes. La Comisión Europea ha advertido de que España no cumplirá sus objetivos de déficit si no aplica aún más ajustes.

La Comisión Europea ha advertido de que España no cumplirá sus objetivos de déficit si no aplica aún más ajustes. La Comisión Europea ha advertido de que España no cumplirá sus objetivos de déficit si no aplica aún más ajustes. La Comisión Europea ha advertido de que España no cumplirá sus objetivos de déficit si no aplica aún más ajustes.



## Merkel promete defender la unidad de la eurozona

El Gobierno alemán se comprometió a defender la unidad de la eurozona. El Gobierno alemán se comprometió a defender la unidad de la eurozona. El Gobierno alemán se comprometió a defender la unidad de la eurozona.

El Gobierno alemán se comprometió a defender la unidad de la eurozona. El Gobierno alemán se comprometió a defender la unidad de la eurozona. El Gobierno alemán se comprometió a defender la unidad de la eurozona.

**JACOBO DELORS** Espera desde la Comisión Europea que "Con Francia y Alemania de bomberos no será suficiente para salvar el euro"

**Disponibilidad: palabra espantosa... pero bonita para tus ahorros.**

¡¡¡¡¡¡

¡¡¡¡¡¡

¡¡¡¡¡¡

## "El desarme está en la agenda", afirma ETA en una entrevista

La banda terrorista dice estar dispuesta a "adoptar compromisos"

La banda terrorista ETA se ha comprometido a "adoptar compromisos" en una entrevista. La banda terrorista ETA se ha comprometido a "adoptar compromisos" en una entrevista. La banda terrorista ETA se ha comprometido a "adoptar compromisos" en una entrevista.

## El PSC gana en Cataluña pese a ceder 10 escaños

El PP discute a CiU el título de segunda fuerza, según Manóvillos

El PSC gana en Cataluña pese a ceder 10 escaños. El PSC gana en Cataluña pese a ceder 10 escaños. El PSC gana en Cataluña pese a ceder 10 escaños.

## Rajoy y Rubalcaba recelan de 'Merkozy'

Los candidatos abordan el plan para reformar la UE

## La división ensombrece el día de las víctimas

La Cámara vasca tuvo dos ofrendas del mismo acto

**Papademos: "No va a ser fácil"**  
El ministro de Negocios Exteriores, Papademos, ha advertido de que el proceso de ajuste de la economía griega no va a ser fácil. El ministro de Negocios Exteriores, Papademos, ha advertido de que el proceso de ajuste de la economía griega no va a ser fácil.

<sup>5</sup> Consultado en Kiosko y más : <http://lector.kioskoymas.com/epaper/viewer.aspx?noredirect=true>









Edificio que será dedicado a museo en la Ciudad de la Cultura, en el monte Gaiás de Santiago de Compostela. / ANJO IGLESIAS

## Monumento a la incoherencia

La Xunta lleva invertidos en la Ciudad de la Cultura 400 millones, el triple de lo previsto

FRANCISCO PEREJIL  
Santiago de Compostela

Morel, el personaje del novelista argentino Adolfo Bioy Casares, inventó la inmortalidad. Se arrevió a construir un museo en lo alto

cio", recuerda el arquitecto local Pedro de Llano. "¿A quién se le ocurre construir una biblioteca más grande que la Biblioteca Nacional de Berlín para albergar libros en gallego o sobre Galicia? Si en Alemania, que vienen edi-

dose eternamente de principio a fin. Ahora, en lo alto del monte Gaiás, dentro del edificio que iba a ser hemeroteca y ahora es archivo, uno puede ver proyectada a tamaño natural la figura del arquitecto Peter Eisenman, vestido

hay carteles donde se ruega silencio, pero no había apenas nadie que pudiera perturbar ese silencio, salvo los empleados. Fuera de los edificios apenas se veía alguna pareja de novios. Y todos los consultados convenían en decir

cuatro veces más que aquí. Sin embargo, no hay la misma sensación de derroche porque se abrió y se puso en funcionamiento. El problema es que se iniciaron las obras por los edificios menos representativos y menos útiles. Y

Monumento a la incoherencia. *El País* (12/11/2011)

### La crisis devora a sus hijos (y al nieto)

FERNANDO VALLESPÍN



Dentro de los países más afectados por la crisis del euro hay algo que ya parece inapelable, todos los líderes de los Estados más afectados por ella se han ido o están a punto de salir de sus cargos. Algunos cayeron al verse obligados a convocar elecciones, como le pasó a Brian Cowen y a su partido en Irlanda, o a Sócrates en Portugal. Otros, como nuestro Zapatero, se vieron impelidos a no presentarse a unas próximas elecciones, también anticipadas. Y, en fin, enseguida les toca a Papandreu y Berlusconi por motivos que ya conocemos. Ninguno de los líderes de los PIGS que han gestionado estas turbulencias financieras queda ya en pie, salvo la transitoria y espectral presencia de nuestro presidente, quien, por cierto, ha sido el que al final ha salido más indemne. A expensas de lo que ocu-

rra en Italia, habrá conseguido el gran objetivo que se había propuesto en su última fase de gobierno, que España no sea rescatada. Y, visto con perspectiva, su anticipación de las elecciones ha sido el cortafuegos perfecto que le permite seguir ahí.

Lo que no parece que pueda lograr, sin embargo, es que este malicio no afecte a su sucesor. La contundencia de la derrota del PSOE que anticipaba la encuesta preelectoral del CIS así lo da a entender. El voto de castigo es la explicación más convincente de un resultado que todavía está por producirse, pero que tiene todos los síntomas de una profecía que se autocumple. Es el *fanim* que persigue a todos los que, de una u otra manera, han llevado el timón de la crisis o han sido tocados por ella en puestos de responsabilidad, como le ocurrió a Rubalcaba. Su última —y siempre relativa— baza fue el debate, que, a mi juicio, ganó por desvelar las ambigüedades en el programa del adversario. Pero no lo hizo con la suficiente contundencia como para recuperar los votos socialistas perdidos.

Rubalcaba especificó también con más acierto sus planes de futuro. No supo darse cuenta, sin embargo, o no pudo evitar, que le pasara factura su pasado inmediato. Le faltó un relato que conciliara lo ocurrido estos tres últimos años con lo que es posible emprender para el futu-

ro. Su única oportunidad era limpiar el pasado, justificar lo hecho; sin él toda propuesta se encontraba ya contaminada. No lo hizo, quizá, porque sabía bien que dicho relato ya no tiene credibilidad. Un electorado al que se le exigen sacrificios continuos no se somete fácilmente a un diálogo racional, quiere sangre, exigir responsabilidades a quienes le han llevado a esa situación, aunque sea la misma del resto de los países de nuestro entorno. No soporta que los políticos se pongan las medallas cuando las cosas van

### Las verdaderas sorpresas nos vendrán de Europa y del comportamiento de los mercados

bien y recurran a excusas externas cuando pintan bastos. Necesitan pensar que aquellos a quienes eligen tienen capacidad para cambiar las cosas, que no son meras marionetas de imperativos sistémicos sin rostro. Si no, ¿para qué votar?

Puede que el PSOE pensara que la factura por la crisis ya se le pasó en las últimas elecciones autonómicas y municipales. Grave error, porque el partido no tomó ninguna medida específica que per-

mitiera detectar que había tomado nota. Ninguna dimisión. Los líderes locales imputaron la derrota a Zapatero y este a la crisis. Al final todos se fueron de rositas, y ya sabemos cómo se produjo la elección del candidato, como el resultado de un mero cónclave del partido, no después de un congreso. No provocó catarsis alguna que permitiera romper con lo anterior. Y de aquellos polvos vienen estos lodos. Lo más sorprendente es que, de resultar una derrota severa, no hay nada de lo que Rubalcaba pueda "dimitir" salvo de su condición de diputado, y seguirá sin haber, por tanto, una verdadera asunción de responsabilidades. Al menos en el plano simbólico.

El hecho es que, después del debate, la campaña parece haberse convertido en un trámite vacío, es una campaña sin futuro, un mero ritual que todos esperamos que acabe cuanto antes. Pueden producirse sorpresas, claro está, como que la derrota del PSOE no sea tan abultada como se espera o cuál sea el destino de los partidos pequeños. Pero todos sabemos que las verdaderas sorpresas nos vendrán de Europa y del comportamiento de los mercados. Ahí es donde nos jugamos nuestro futuro inmediato y donde más estamos necesitados de discurso. No deja de ser un misterio que sobre estas cuestiones cayera un espeso silencio en el debate de los dos candidatos.

Monumento a la incoherencia. *El País* (11/11/2011)

