

LA COBERTURA PERIODÍSTICA DE LA CRISIS POLÍTICA DE LOS SOCIALISTAS VALENCIANOS

ENTRE EL CONFLICTO Y LA PERSONALIZACIÓN

ANDREU CASERO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
UNIVERSITAT JAUME I DE CASTELLÓ

Recepció: 20/04/2010; acceptació: 20/09/2010

RESUMEN

ESTE ARTÍCULO ANALIZA CÓMO SE CONSTRUYE UN PROCESO DE CRISIS POLÍTICA EN LAS NOTICIAS PERIODÍSTICAS. PARA ELLO, TOMA COMO OBJETO DE ESTUDIO EL CONFLICTO VIVIDO, A FINALES DE LA DÉCADA DE LOS NOVENTA, POR EL PARTIDO SOCIALISTA DEL PAÍS VALENCIANO (PSPV-PSOE). LA METODOLOGÍA SE BASA EN LA TÉCNICA DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO CUANTITATIVO Y LA MUESTRA ESTÁ INTEGRADA POR CUATRO DIARIOS: *LEVANTE-EMV*, *LAS PROVINCIAS*, *EL PAÍS* Y *EL MUNDO*. LOS RESULTADOS SUGIEREN EL PREDOMINIO DE LOS ENCUADRES DEL CONFLICTO Y LA PERSONALIZACIÓN EN LA COBERTURA EFECTUADA POR LOS MEDIOS Y LA INCIDENCIA DEL FACTOR TERRITORIAL COMO PRINCIPIO CLAVE DE LA PRODUCCIÓN INFORMATIVA.

PALABRAS CLAVE:

PERIODISMO, CRISIS POLÍTICA, COMUNICACIÓN POLÍTICA,
PARTIDO SOCIALISTA DEL PAÍS VALENCIANO (PSPV-PSOE)

INTRODUCCIÓN

Los medios periodísticos desempeñan un papel clave en la construcción de significados y conocimientos compartidos socialmente. A través de sus informaciones enmarcan los acontecimientos a partir de una serie de encuadres (*news frames*) que contribuyen, poderosamente, a definir la realidad social (Entman, 1993; De Vreese, 2005). Esta actividad se deja notar con especial intensidad en el campo de la política. Las noticias estructuran públicamente la percepción ciudadana de los problemas políticos y la imagen de sus líderes. Algo que genera considerables efectos en el terreno cognitivo.

Este artículo se orienta hacia el análisis de esta competencia periodística de construcción de la realidad en un caso concreto: las situaciones de crisis política. Se trata de procesos particularmente significativos porque suponen una ruptura de lo establecido y una alteración de la normalidad que

atrae la atención informativa. Además, en estos momentos, se abre un período, breve pero intenso, de redefinición de los esquemas públicos de representación de la política.

Para investigar empíricamente las características de la cobertura periodística en esta clase de situaciones se toma como objeto de estudio la crisis vivida por el Partido Socialista del País Valenciano (PSPV-PSOE) entre marzo y abril de 1999. En este contexto, a pocas semanas de la celebración de las elecciones autonómicas en la Comunidad Valenciana, el secretario general y máximo dirigente del partido, Joan Romero, presentó su dimisión al sentirse desautorizado en la confección de la candidatura electoral. Se inició, así, un proceso para la designación de un nuevo líder que enfrentó a dos ex ministros socialistas: Antonio Asunción y Carmen Alborch. Una disputa que se resolvió a favor del primero que fue designado cabeza de lista a la

presidencia de la Generalitat valenciana por parte de los socialistas.

MARCO TEÓRICO: LA CONSTRUCCIÓN NEGOCIADA DE LA REALIDAD POLÍTICA

El marco teórico en el que se inserta esta investigación se sustenta en dos grandes pilares: la perspectiva interactiva de la comunicación política y el enfoque de la construcción periodística de la realidad. Según esta última, el periodismo constituye una instancia clave en la articulación del sentido social (Berger y Luckmann, 1968; Schütz, 1995; Berger y Luckmann, 1997; Schütz y Luckmann, 2003). La posición central que ocupa en el proceso de mediación simbólica de la realidad lo convierte en la institución por excelencia encargada de otorgar visibilidad pública (Thompson, 2005) a los diferentes temas y acontecimientos que se suceden cotidianamente. Bajo este punto de vista, las organizaciones periodísticas dan forma a los significados y las imágenes compartidas colectivamente (Grossi, 1985; Saperas, 1987; Rodrigo Alsina, 2005). Esta acción constructora, de creación de esquemas públicos de referencia, ejercida por los periodistas en virtud de competencias socialmente legitimadas, se deja notar especialmente en el terreno de la política (Canel, 2006).

Por su parte, la perspectiva interactiva de la comunicación política sostiene que la información política que llega a los ciudadanos a través de los canales periodísticos es una realidad negociada, fruto de la constante interacción que se establece entre los actores políticos y los mediáticos (Cook, 1998; Ortega, 2003; Casero, 2004; Blumler y Gurevitch, 2005; Grossi, 2007; Sorrentino, 2009). La realidad política resulta de la co-definición de ambos sistemas, obligados a operar incesantes intercambios y transacciones (Casero, 2008).

La información periodística aparece, así, como una arena política donde se articulan y se desarticulan no sólo las representaciones simbólicas y los significados sociales asociados a la política, sino los múltiples alineamientos políticos (Mazzoleni, 2010). Las noticias se configuran como el soporte a partir del cual se desarrollan interacciones cooperativas o conflictivas entre los actores periodísticos

y los políticos, dando lugar a la construcción de la realidad política (Louw, 2010). Y los medios periodísticos dejan de concebirse como un mero canal a través del cuál circulan los mensajes políticos para erigirse en verdaderas infraestructuras funcionales de la política (Grossi, 1987; Cook, 1998). Ésta se conforma, en consecuencia, en un contexto marcado por la mediatización (Mazzoleni y Schulz, 1999; Berrio, 2000; Bennet y Entman, 2001; Schulz, 2004; Strömbäck, 2005), en el que los medios no sólo son actores, sino también proveen el escenario, imponiendo las condiciones del juego.

METODOLOGÍA

La metodología aplicada en este trabajo se basa en el análisis de contenido cuantitativo (Wimmer y Dominick, 1997; Igartua, 2006). Se trata de una técnica que permite describir de forma objetiva, sistemática y cuantitativa el contenido manifiesto de una serie de mensajes comunicativos (Neuendorf, 2002). A partir de los datos obtenidos, es factible formular inferencias reproducibles y generalizables que permiten explicar e interpretar los rasgos esenciales del objeto de estudio (Krippendorff, 1990: 28).

El modelo de análisis se vale de una plantilla de codificación integrada por varios bloques (tabla 1). El primero se centra en el volumen de la oferta informativa sobre la crisis política considerando el número de noticias publicadas y su distribución temporal. El segundo se ocupa de la aparición del conflicto de los socialistas valencianos en las portadas de los diarios que integran la muestra. Así, se puede estudiar la relevancia informativa otorgada al suceso por cada periódico.

Por su parte, el tercer bloque se ocupa del análisis de los temas de las noticias con relación a la crisis política del PSPV-PSOE a partir de cuatro macro-áreas temáticas: los temas de política general (*political issues*), los temas de crisis (*crisis issues*), los temas de políticas públicas (*policy issues*) y los temas de candidatos (*personal issues*). El cuarto se ocupa del estudio de la visibilidad otorgada a los sujetos que participan en el proceso político por parte de los medios periodísticos. Para ello, se toma como referencia la citación de los actores en las noticias

Tabla 1. Modelo de análisis**1. Volumen de la oferta informativa**

- Número de noticias
- Distribución temporal de las noticias publicadas

2. Presencia del proceso político en la portada de los medios estudiados

- Número de aparición de la crisis política en portada

3. Temáticas de las noticias

- A partir de la determinación de cuatro grandes áreas macro-temáticas: temas de política general (*political issues*), temas de políticas públicas (*policy issues*), temas sobre la crisis política (*crisis issues*) y temas de candidatos o de tipo personal (*personal issues*)

4. Análisis de la visibilidad periodística de los actores

- A partir de la citación de los sujetos participantes en las noticias publicadas

5. Análisis de la estructura de fuentes informativas

- Volumen de fuentes informativas empleado
- Tipología de las fuentes informativas utilizadas
- Grupos de actores usados como fuente informativa

publicadas para conocer la atención periodística acaparada por cada uno de ellos.

Finalmente, el quinto bloque analiza la estructura de fuentes informativas empleadas por la profesión periodística para elaborar sus noticias sobre la crisis. En este caso, se han examinado el volumen, las tipologías y los grupos de actores.

Para evaluar la fiabilidad intercodificadores se ha aplicado el coeficiente de acuerdo que mide el grado de acuerdo simple a partir de considerar el número total de acuerdos alcanzados entre dos codificadores sobre el total de unidades analizadas (Igartua, 2006: 221). El nivel de acuerdo alcanzado, tras aplicar este índice a la muestra estudiada en esta investigación, es del 90%, dato que avala la validez de los resultados.

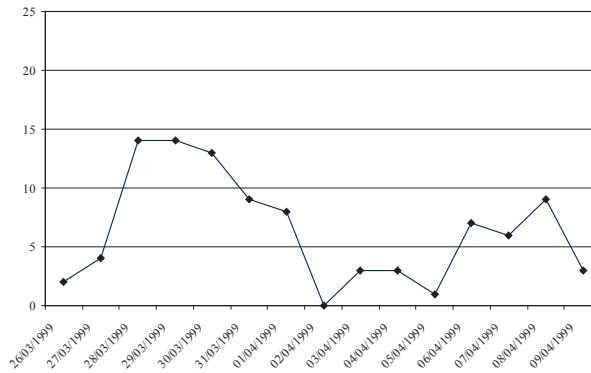
El universo de estudio está integrado por las informaciones publicadas sobre la crisis del PSPV-PSOE entre el 26 de marzo y el 9 de abril de 1999. La muestra la conforman las noticias aparecidas en cuatro periódicos, dos de ámbito regional y dos de cobertura estatal. Se trata de los dos diarios regionales líderes en la Comunidad Valenciana, *Levante-EMV* y *Las Provincias*, y de los dos principales rotativos del mercado español, *El País* y *El Mundo*. Para su selección se ha empleado la cifra

de difusión, es decir, el número de ejemplares vendidos, como criterio rector.

EL CICLO PERIODÍSTICO DE LA CRISIS POLÍTICA

El volumen de la oferta informativa referente a la crisis política del PSPV-PSOE en la muestra analizada asciende a un total 96 noticias publicadas. Éstas se distribuyen a lo largo de 15 días, que es la duración temporal de este proceso político. Consecuentemente, la cobertura periodística de este acontecimiento queda fijada en un ratio de 6,4 noticias publicadas por día. La elevada atención que suscita este proceso político se evidencia al constatar que, únicamente, una jornada incluida en el universo de estudio, que coincide con la festividad de Pascua, no registra información alguna sobre el conflicto de los socialistas valencianos.

Pese a la solidez y la intensidad de la cobertura informativa, ésta se distingue por su carácter desigual (gráfico 1). Es decir, se observan notables fluctuaciones en los valores asumidos por la curva de la atención periodística, que se caracteriza por estructurarse a partir de tres fases consecutivas y entrelazadas. Cada una de estas etapas se delimita en función del volumen de atención periodística que aglutina. Así, se detectan los siguientes períodos:

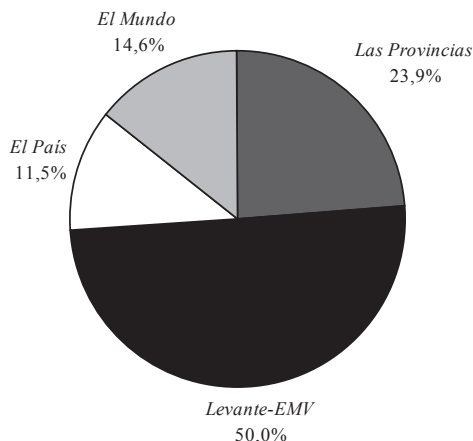
Gráfico 1. Oferta informativa: noticias publicadas. Crisis PSPV-PSOE

[1.^a] *Fase de impacto de la noticia.* Esta etapa, que va desde el 26 de marzo de 1999 hasta el 30 de marzo de 1999, ambos incluidos, corresponde al estallido del conflicto, ya que engloba la acción que desencadena el acontecimiento atípico: la dimisión del secretario general del PSPV-PSOE, Joan Romero. Con un porcentaje del 49% del total de informaciones, éste es el período que acapara el mayor número de noticias publicadas. Consecuentemente, se trata de la fase que acumula un índice de atención periodística más elevado, ya que su oferta informativa alcanza las 9,4 noticias por día.

[2.^a] *Fase de respuesta institucional.* Este período, que comprende desde el 31 de marzo de 1999 hasta el 05 de abril de 1999, es el más amplio desde el punto de vista temporal, pero se caracteriza por un acentuado descenso de la cobertura periodística de la crisis del PSPV-PSOE. Así, a pesar de acumular el 25% del total de noticias publicadas, durante esta etapa, la oferta comunicativa se reduce hasta las 4 informaciones por día. Esta fase aglutina la producción de hechos artificiales dotados de sentido que el ámbito político elabora para contribuir a re-explicitar y re-integrar el acontecimiento atípico de nuevo al orden institucional. Por lo tanto, es, en este punto, donde la interrelación entre la profesión periodística y los actores políticos se hace más evidente, ya que ambos pugnan por definir la realidad informativa derivada del proceso conflictivo.

[3.^a] *Fase de retorno a la normalidad.* Esta etapa, que abraza desde el 06 de abril de 1999 hasta el 09 de abril de 1999, es la de menor duración temporal y supone el cierre del proceso político que culmina, periodísticamente hablando, con la elección de Antonio Asunción como candidato socialista a la presidencia de la Generalitat valenciana. Pese a presentar un nuevo repunte de la oferta informativa, este período no alcanza los niveles de atención periodística registrados en la primera fase. Al no presentar experiencias ni significados atípicos novedosos, la crisis política no es percibida como una amenaza a las definiciones preestablecidas de la realidad. Consecuentemente, la cobertura comunicativa acumula un 26% del total, un porcentaje que se equivale a la publicación de 6,25 noticias por día.

El estudio individualizado de los cuatro rotativos que integran la muestra pone de manifiesto la supremacía de *Levante-EMV* en términos cuantitativos. Este periódico presta una elevada atención a la crisis del PSPV-PSOE, ya que publica el 50% del total de noticias sobre ésta (gráfico 2). El examen de la cobertura periodística de la crisis del PSPV-PSOE desplegada por cada uno de los diarios estudiados pone de manifiesto la diferenciación que se establece entre la prensa local y la estatal. Mientras los representantes del primer grupo (*Levante-EMV* y *Las Provincias*) suman el 73,9% del total de noticias publicadas, los del segundo (*El Mundo* y *El País*) acumulan el 26,1%.

Gráfico 2. Distribución de las noticias publicadas por medios. Crisis PSPV-PSOE**LA CRISIS POLÍTICA COMO ARGUMENTO DE PORTADA**

La oferta de portadas que incorporan como argumento la crisis política del PSPV-PSOE en la muestra analizada asciende a un total de 27. De las 70 primeras páginas potencialmente factibles, la inclusión de este conflicto en este espacio informativo alcanza un porcentaje del 45% de las probabilidades. Además de registrar una presencia considerable en términos generales, la aparición de esta crisis política en portada se encuentra muy repartida a lo largo del período de tiempo examinado. Así, un 80% de los días incluidos en el universo de estudio incorporan la crisis de los socialistas valencianos como tema de portada (tabla 2).

Esta intensa y extendida presencia comporta que únicamente en tres jornadas, una de ellas festiva, el tema no ocupa el espacio de la primera página. Consecuentemente, la oferta de portadas se distingue por un peso cuantitativo notable y por un índice de atención periodística elevado, atendiendo a su aparición espaciada y dosificada.

La distribución de la oferta de portada por cada uno de los diarios examinados muestra, nuevamente, un patrón marcado por una diferenciación en función del criterio territorial. Así, mientras que los dos rotativos locales coinciden en dedicar 10 primeras páginas respectivamente, los medios estatales se sitúan por debajo de esta cifra al publicar cinco portadas en el caso de *El País* y dos en el de *El Mundo*. Este desequilibrio implica que los periódicos más próximos geográficamente al conflicto concentren el 74,1% de la oferta de primeras páginas, mientras que aquellos editados a nivel estatal obtengan un 25,9% del total.

LOS TEMAS DE LAS NOTICIAS SOBRE LA CRISIS POLÍTICA

El análisis de los temas de las noticias en relación a la crisis política del PSPV-PSOE se caracteriza por dos hechos. En primer lugar, pone de manifiesto el predominio de dos ámbitos, que concentran tres cuartas partes del total. Se trata de los temas de candidatos (*personal issues*), que hacen referencia a la trayectoria política o personal de los actores políticos y suponen el 39,6% del total de noticias, y de los temas de crisis (*crisis issues*), específicamente

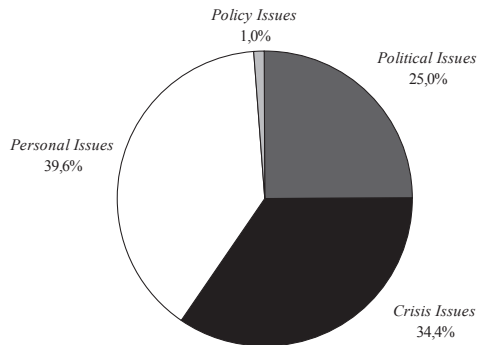
Tabla 2. Días con aparición de la crisis del PSPV-PSOE en portada

	Total días con portada		Total días sin portada		Total días de muestra analizada	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%
<i>Las Provincias</i>	10	66,7	5	33,3	15	100
<i>Levante-EMV</i>	10	66,7	5	33,3	15	100
<i>El País</i>	5	33,3	10	66,7	15	100
<i>El Mundo</i>	2	13,3	13	86,7	15	100
<i>General</i>	12	80	3	20	15	100

centrados en aspectos directamente vinculados al proceso político estudiado, que acumulan un 34,4% del total (gráfico 3). Tras estas macro-áreas se sitúan los temas de política general (*political issues*), que representan el 25% del total.

El segundo rasgo derivado del estudio de los temas de las noticias tiene que ver con la práctica exclusión de los *policy issues* o temas de políticas públicas, que asumen valores marginales. Al obtener una presencia del 1% del total, resultan irrelevantes en la construcción periodística de la crisis política estudiada (gráfico 3).

Gráfico 3. Temas de las noticias. Crisis PSPV-PSOE



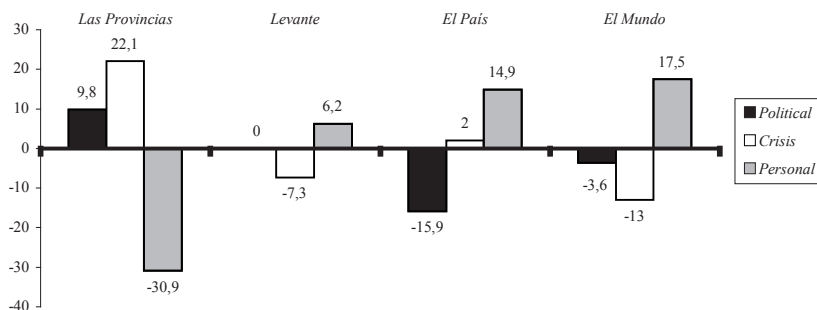
En función de estos datos, la realidad informativa derivada de este proceso político confor-

ma, desde el punto de vista temático, un modelo marcadamente personalista y dotado de fuertes dosis de atipicidad. Esta representación simbólica se sustenta, fundamentalmente, en dos pilares esenciales: la personalización, emanada del peso de los *personal issues*, y la excepcionalidad, resultante de la relevancia adquirida por los *crisis issues*. Todo ello sin olvidar la existencia de una importante porción de autorreferencialidad aportada por los *political issues*, cuya cuota global de presencia es relevante en detrimento de las cuestiones vinculadas al ámbito de las acciones políticas de carácter programático, englobadas dentro de los *policy issues*.

El examen de los temas de las noticias por cada uno de los rotativos que integran la muestra (tabla 3) permite detectar notables variaciones en función de la diferentes estrategias adoptadas a la hora de construir la realidad informativa. Esta circunstancia se traduce en la existencia de oscilaciones muy acentuadas en la distribución de las áreas temáticas por parte de cada uno de los diarios estudiados. Consecuentemente, las desviaciones respecto de la media general que se registran son elevadas, ya que incluso llegan a superar los 30 puntos (gráfico 4). La emergencia de fuertes contrastes entre los periódicos investigados en la articulación temática de la crisis política revela la concurrencia de estrategias mediáticas disímiles y altamente diferenciadas entre sí que se distinguen por su falta de analogía y su carácter heterogéneo.

Tabla 3. Temas de las noticias (porcentajes). Crisis PSPV-PSOE

	<i>Las Provincias</i>	<i>Levante-EMV</i>	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	Media
Temas de política (<i>Political Issues</i>)	34,8	25	9,1	21,4	25
Temas de crisis (<i>Crisis Issues</i>)	56,5	27,1	36,4	21,4	34,4
Temas candidatos (<i>Personal Issues</i>)	8,7	45,8	54,5	57,2	39,6
Temas de políticas (<i>Policy Issues</i>)	0	2,1	0	0	1

Gráfico 4. Desviación respecto a la media. Temas de las noticias. Crisis PSPV-PSOE**Tabla 4. Temas de las noticias por medios. Suma de los porcentajes de los diarios incluidos en cada grupo. Crisis PSPV-PSOE**

	<i>Political issues</i>	<i>Crisis issues</i>	<i>Personal issues</i>	<i>Policy issues</i>
Diarios locales	59,8	83,6	54,5	2,1
Diarios estatales	30,5	57,8	111,7	0

La diferencia de estrategias entre los medios analizados puede apreciarse recurriendo al factor territorial. Así, los diarios locales se inclinan por priorizar los *crisis issues*, especialmente *Las Provincias*, sin olvidar los *political issues*, revistiendo, con ello, de ciertas dosis autorreferencialidad la mediación simbólica que abastecen. Por el contrario, los rotativos estatales optan por potenciar los aspectos más directamente asociados a una concepción personalizada de la política, al otorgar la supremacía a los temas de candidatos (*personal issues*) en las realidades informativas que construyen a partir del conflicto del PSPV-PSOE (tabla 4).

PERSONALIZACIÓN Y VISIBILIDAD MEDIÁTICA DE LOS ACTORES EN LA CRISIS POLÍTICA

La visibilidad adquirida por los actores políticos en la realidad informativa derivada del proceso político se analiza, aquí, a partir del estudio de las citaciones de los sujetos en las noticias referentes a la crisis del PSPV-PSOE. En total, aparecen en las informaciones 40 actores políticos, citados al menos en una ocasión. La cifra de citaciones que acumulan estos sujetos asciende a un total de 577.

Atendiendo a este dato, se constata que, en cada una de las informaciones sobre este proceso político, son referenciados una media de seis individuos y que, cada día, hacen su aparición en las noticias una media de 38 actores teniendo en cuenta los cuatro diarios que conforman la muestra.

Esta presencia elevada de actores en la realidad informativa, que sugiere un alto índice de personalización, no se efectúa de manera equilibrada. Al contrario, los sujetos son citados en las noticias en diferentes gradaciones y por ello obtienen diversos niveles de visibilidad mediática. Así, en función del volumen y la frecuencia de aparición en las informaciones, los individuos pueden clasificarse en tres grandes grupos (tabla 5). Éstos se corresponden con las principales modalidades de visibilidad atendiendo a su mayor o menor intensidad.

El primero de estos tres tipos corresponde a la visibilidad mediática alta, que se distingue por englobar actores que atesoran al menos diez apariciones por cada uno de los cuatro medios estudiados, es decir, por acumular un mínimo de 40 citaciones. La característica básica de esta modalidad, en la muestra analizada, estriba en que un número

muy reducido de individuos copan una elevada cifra de apariciones. Así, cinco sujetos concentran el 53,4% del total de citaciones, por lo que obtienen la máxima exposición detectada en la realidad informativa derivada del conflicto político de los socialistas valencianos (gráfico 6). En el seno de este grupo, se observan diferencias tangibles pero moderadas, siendo la más llamativa la existencia de una distancia de más del doble de citaciones entre el actor con mayor volumen de apariciones (Joan Romero) y el que concentra un número menor (Joan Lerma) (gráfico 5).

Las dos características comunes que unen a los cinco sujetos políticos revestidos de visibilidad mediática alta en las noticias radican, por un lado, en su pertenencia al PSPV-PSOE y, por otro, en la rele-

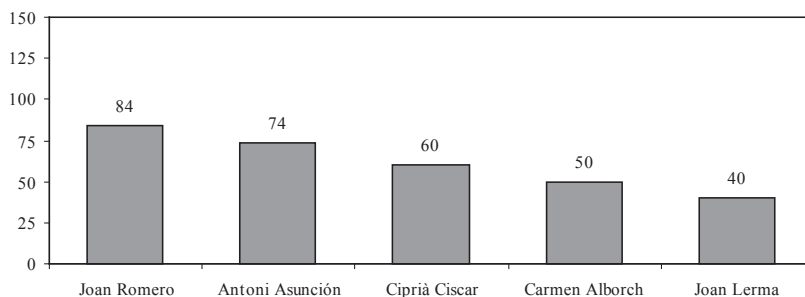
vancia de sus cargos orgánicos o de su trayectoria política¹. Es decir, constituyen, en el momento en el que se desencadena el proceso político estudiado, la elite dirigente del partido socialista valenciano. Consecuentemente, la atribución periodística de visibilidad en la realidad informativa responde, en este caso, al estatus y la relevancia institucional de los actores políticos.

La segunda clase de visibilidad mediática agrupa a actores que alcanzan una presencia moderada en la realidad informativa, ya que acumulan entre 5 y 39 apariciones. En el caso de la crisis de los socialistas valencianos, bajo esta modalidad se agrupan 15 actores que concentran el 40,9% del total de citaciones en las noticias (gráfico 6). Finalmente, la tercera modalidad de visibilidad me-

Tabla 5. Tipos de visibilidad de los actores en las noticias (por volumen de citaciones). Crisis PSPV-PSOE

	<i>Citaciones</i>		<i>Actores</i>	
	N.º	%	N.º	%
Visibilidad alta	308	53,4	5	12,5
Visibilidad media	236	40,9	15	37,5
Visibilidad baja	33	5,7	20	50
<i>TOTAL</i>	<i>577</i>	<i>100</i>	<i>40</i>	<i>100</i>

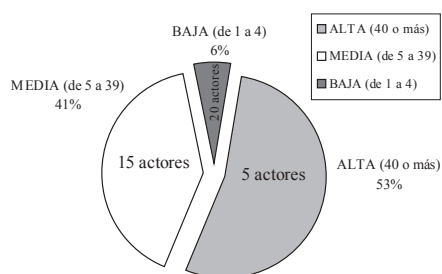
Gráfico 5. Actores políticos con visibilidad alta en las noticias (por volumen de citaciones). Crisis PSPV-PSOE



¹ Joan Romero ocupaba la secretaria general del PSPV-PSOE en el momento de su dimisión. Carmen Alborch y Antonio Asunción fueron ministros de Cultura e Interior respectivamente en el Gobierno de España bajo la presidencia de Felipe González. Idéntico cargo, aunque en el Ministerio de Administraciones Públicas, ocupó Joan Lerma, que fue presidente de la Generalitat valenciana desde 1983 hasta 1995, siendo, paralelamente, secretario general del PSPV-PSOE. Finalmente, Ciprià Ciscar fue, entre otros cargos, *conseller* de Cultura de la Generalitat valenciana y, durante el proceso político aquí estudiado, ostentaba la secretaria de organización del PSOE.

diática, que se caracteriza por equivaler a un índice bajo, agrupa a actores que acumulan entre una y cuatro apariciones en la muestra analizada. Se trata del conjunto más numeroso de sujetos, formado por 20 componentes, que, paralelamente, concentra el volumen más reducido de aparición en las informaciones, únicamente el 5,7% del total (gráfico 6). El 65% de los integrantes de este grupo aparecen sólo en una información. Además, el 40% de individuos dotados de visibilidad reducida son miembros de formaciones que integran la competencia política del PSPV-PSOE.

Gráfico 6. Tipos de visibilidad de los actores en las noticias (por volumen de citaciones). Crisis PSPV-PSOE



LOS ACTORES POLÍTICOS COMO FUENTE INFORMATIVA EN LA CRISIS POLÍTICA

Las fuentes informativas incluidas en las noticias sobre la crisis política del PSPV-PSOE ascienden

a una cifra total de 199 en la muestra analizada (tabla 6). Este dato equivale a que, en cada una de las piezas informativas estudiadas, se utiliza una media de 2,07 fuentes (tabla 7).

La distribución del uso de fuentes informativas por medios se distingue, en términos absolutos, por la supremacía de la prensa local, que acumula en sus páginas el 73,8% del total. A reafirmar esta característica contribuye notablemente *Levante-EMV*, que acapara el 41,7% de las fuentes (tabla 7). Por su parte, los diarios estatales ofrecen un escaso peso en cuanto a volumen se refiere, pero presentan altos índices de utilización si se atiende a la ratio de fuentes por noticia publicada. Así, en *El País* esto se traduce en la inclusión de 2,18 fuentes por información, cifra que baja ligeramente hasta ubicarse en 2 en el caso de *El Mundo*. Consecuentemente, la mayor presencia cuantitativa de fuentes en la realidad informativa no tiene una correlación directa con el uso más intenso de éstas. El mejor ejemplo lo encontramos en *Levante-EMV*, que, pese a ser el periódico con más cantidad de fuentes, es el que menos número inserta en cada una de sus noticias obteniendo una ratio de 1,74. En función de este criterio, *Las Provincias*, con 2,78 fuentes por información, es el rotativo que presenta un valor más elevado (tabla 7).

En cuanto a la modalidad bajo la cual se presentan las fuentes informativas en la muestra referente al conflicto de los socialistas valencianos, destaca la preponderancia, tanto por volumen como

Tabla 6. Utilización de fuentes informativas. Crisis PSPV-PSOE

	<i>Las Provincias</i>	<i>Levante-EMV</i>	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	TOTAL
Total fuentes informativas	64	83	24	28	199
Total fuentes identificadas	41	62	13	17	133
Total fuentes genéricas	23	21	11	11	66
Actores utilizados como fuente informativa	23	30	10	12	37
Total artículos publicados	23	48	11	14	96

por ratio de utilización, de las fuentes identificadas. Éstas, que se caracterizan por estar directamente atribuidas a un sujeto individual, concentran un 66,8% del total, mientras que su índice de aparición por noticia queda fijado en 1,38. La segunda tipología corresponde a las denominadas fuentes genéricas o *backgrounders*. Éstas, que se distinguen por conservar el anonimato del informante, atesoran el 33,2% del total y su empleo se limita a 0,69 fuentes por información (tabla 8).

La distribución de las fuentes informativas por modalidades releva que la prensa estatal privilegia el uso de las fuentes genéricas en sus noticias. Esta tendencia, que sugiere la articulación de estrategias que priman el rol político de la profesión periodística en la construcción de la crisis política, es especialmente acusada en *El País*, que recurre a esta clase de fuentes en un 45,8% de sus informaciones. En el extremo opuesto, el empleo más escaso de éstas lo ofrece *Levante-EMV* (tabla 8). Paralelamente, este rotativo se configura como el que otorga una mayor supremacía a las fuentes identificadas cuyo volumen de aparición alcanza un porcentaje del 74,7%. No obstante, atendiendo a la ratio de utilización de fuentes por noticia publicada, tanto en lo referente a las identificadas como a las gené-

ricas, *Las Provincias* se impone al resto de medios englobados en el universo de estudio.

En las noticias que conforman la muestra participan un total de 37 actores como fuentes informativas. Éstos se caracterizan por su naturaleza común, ya que se detecta un monopolio de los sujetos originarios del ámbito político, que copan la totalidad de las 133 fuentes identificadas observadas. Consecuentemente, la realidad informativa queda desprovista de actores alternativos externos al mundo de la política, cuya ausencia es uno de los rasgos del sistema de fuentes de esta crisis política. La hegemonía adquirida por las fuentes oficiales e institucionalizadas alcanza, así, sus cotas más altas de expresión.

Dentro de los actores políticos, se observa, además, una neta supremacía de los sujetos que pertenecen a la organización afectada por el proceso de crisis. Un 75,7% de los participantes en la realidad informativa como fuente son miembros del partido socialista, bien de la federación valenciana, bien de otros estamentos de la formación. Su predominio en el sistema de fuentes del acontecimiento atípico es notable, ya que acumulan el 83,5% del total de fuentes registradas (tabla 9). Tras este amplio grupo, se sitúan los componentes de partidos

Tabla 7. Utilización de fuentes informativas por volumen y por ratio. Crisis PSPV-PSOE

	<i>Las Provincias</i>	<i>Levante-EMV</i>	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	Media/Total
Volumen de presencia de fuentes (%)	32,1	41,7	12,1	14,1	100
Ratio fuentes por noticia publicada	2,78	1,73	2,18	2	2,07

Tabla 8. Porcentaje de utilización de fuentes identificadas y de fuentes genéricas. Crisis PSPV-PSOE

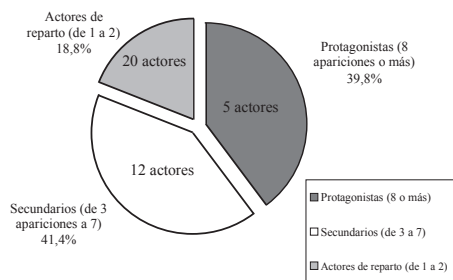
	<i>Fuentes identificadas</i>		<i>Fuentes genéricas</i>	
	Volumen (%)	Ratio utilización por noticia	Volumen (%)	Ratio utilización por noticia
<i>Las Provincias</i>	64,1	1,78	35,9	1
<i>Levante-EMV</i>	74,7	1,29	25,3	0,44
<i>El País</i>	54,2	1,18	45,8	1
<i>El Mundo</i>	60,7	1,21	39,3	0,79
Total (Media)	66,8	1,38	33,2	0,69

Tabla 9. Clases de actores, según su naturaleza, y grado de participación como fuente informativa (número de apariciones como fuente por noticia). Crisis PSPV-PSOE

	<i>Actores</i>		<i>Fuentes informativas</i>	
	N.º	%	N.º	%
Miembros PSPV-PSOE o PSOE	28	75,7	111	83,5
Componentes partidos rivales	9	24,3	22	16,5
Actores no políticos	0	0	0	0
<i>TOTAL</i>	<i>37</i>	<i>100</i>	<i>133</i>	<i>100</i>

rivales cuya aportación al volumen total de fuentes identificadas es del 16,5%. No obstante, el 72,8% de este porcentaje corresponde a los dirigentes del Partido Popular (PP), que se configuran como la principal competencia política del PSPV-PSOE en la realidad informativa al obtener, por parte de la profesión periodística, un índice significativo de acceso a las noticias.

Gráfico 7. Grupos de actores en función de su volumen de aparición como fuentes informativas. Crisis PSPV-PSOE



La participación de los 37 actores políticos que intervienen como fuentes informativas en las noticias sobre el conflicto de los socialistas valencianos no se distribuye equitativamente, como en el caso anterior de la visibilidad. Igualmente, un grupo reducido de sujetos concentra un alto grado de participación como fuente en las informaciones. Así, cinco actores, todos procedentes del PSPV-PSOE, concentran el 39,8% del total de fuentes identificadas. Tras ellos, un segundo grupo de actores secundarios, compuesto por 12 integrantes, acapara el 41,4% de las fuentes. Finalmente, el grupo más

numeroso, con 20 componentes, es el que aglutina a los sujetos con 1 o 2 apariciones como fuente. Éstos suman el 18,8% del total de fuentes aparecidas en las noticias sobre el proceso político.

CONCLUSIONES

El análisis efectuado permite extraer una serie de evidencias empíricas sobre cómo se construye un proceso de crisis política en las noticias periodísticas. La primera tiene que ver con el hecho de que este tipo de procesos políticos se articulan como un relato seriado que se estructura en tres grandes fases: el período de impacto de la noticia, el de respuesta institucional y el de retorno a la normalidad. Así, la cobertura periodística sigue la lógica de un ciclo, en el que la máxima atención informativa se concentra al principio, coincidiendo con la ruptura de lo establecido. Por lo tanto, los medios conceden mayor importancia al conflicto que a su resolución.

La segunda conclusión afecta a los criterios periodísticos que guían la producción de las noticias sobre la crisis política. En este sentido, son varios los aspectos que hay que tener en cuenta. Por un lado, el análisis empírico pone de manifiesto la incidencia del estatus, o notoriedad, como pauta que regula el acceso de los sujetos políticos al espacio informativo, tanto en lo que se refiere a la mera citación (visibilidad) como a su participación como fuentes informativas.

Asimismo, los resultados señalan la importancia que asume la autorreferencialidad en las noticias sobre esta clase de procesos políticos. Fruto de ello, la cobertura periodística de la crisis genera una visión de la política entendida como un mun-

do cerrado dentro de sus propias fronteras y que concierne exclusivamente a sus actores, quedando el conjunto de la sociedad al margen. Con ello, los medios configuran una imagen de política en tanto que un juego estratégico y taticista.

Por otra parte, los datos obtenidos revelan el peso del factor territorial como parámetro de selección informativa. En este sentido, los medios regionales asumen un notable protagonismo en la construcción de la crisis política, mientras que los estatales adoptan un grado de implicación menor. Se afirma, así, que la cercanía de la profesión periodística al contexto sociopolítico en que se inserta el acontecimiento atípico es una variable determinante de primer orden que condiciona su tratamiento informativo.

Finalmente, una última evidencia empírica relevante tiene que ver con los encuadres informativos (*news frames*) a partir de los cuales se construye públicamente la crisis política en los medios periodísticos. El análisis demuestra el peso del conflicto y, especialmente, de la personalización como ejes de la representación mediática de este tipo de procesos políticos. Esta última vertebra el tratamiento informativo y remite a una concepción de la política articulada a partir de una serie de sujetos individuales cuyas actividades dan forma a la realidad política. Las noticias focalizan su atención en un número reducido de individuos, quedando el resto, que son la mayoría numéricamente, en un segundo plano y potencian las temáticas personales (*personal issues*). Igualmente se instaura el predominio de las personas por encima de las instituciones. Así, en este caso, el PSPV-PSOE asume un carácter irrelevante y se ve reducido a aparecer como el marco o el decorado de la acción. Este encuadre conduce la cobertura periodística hacia el predominio de la lógica de la carrera de caballos o *horse race*, centrada en ver quién va ganando la pugna abierta por el control del partido político, sumido en una situación transitoria de ausencia de líder.

Junto a la primacía de la personalización, cuya importancia como *frame* mediático ha sido señalada por otros estudios recientes (Zamora, 2009), el conflicto también asume un papel destacado como encuadre informativo. Su preponderancia se deja

notar en dos aspectos. Por un lado, como avanzábamos al inicio de estas conclusiones, en el hecho de que la dimisión inicial del dirigente político concentre mayor atención y volumen de noticias que la resolución del proceso político, con el nombramiento del sucesor. Y, por otro, en el considerable porcentaje que asumen los temas de crisis (*crisis issues*) en la muestra analizada. En consecuencia, la construcción de la crisis política se plantea, por parte de la profesión periodística, como una desviación relevante de la realidad política, como una ruptura de la normalidad que reclama una notable atención.

En resumen, la cobertura periodística de la crisis de los socialistas valencianos pone de manifiesto la existencia de unas pautas de producción informativa propias y el uso de unos encuadres noticiosos específicos, basados en el conflicto y la personalización. Esto aspectos condicionan, decisivamente, la representación y la definición pública de esta modalidad de procesos políticos en la esfera pública.

BIBLIOGRAFÍA

- BENNETT, L. y R. ENTMAN (eds.) (2001): *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*, Nueva York, Cambridge University Press.
- BERGER, P. L. y T. LUCKMANN (1968): *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu.
- BERGER, P. L. y T. LUCKMANN (1997): *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno*, Barcelona, Paidós.
- BERRIO, J. (2000): *La comunicació en democràcia. Una visió sobre l'opinió pública*, Bellaterra, Castelló, Barcelona, Valencia, UAB, UJI, UPF, UV.
- BLUMLER, J. G. y M. GUREVITCH (2005): "Rethinking the Study of Political Communication", en J. Curran y M. Gurevitch (eds.): *Mass Media and Society*, 4.ª ed., Londres, Hodder Education.
- BORRAT, H. (2006): "Los periódicos, narradores en interacción", en M. Fontcuberta y H. Borrat: *Periódicos, sistemas complejos, narradores en interacción*, Buenos Aires, La Crujía.

- CANEL, M. J. (2006): *Comunicación política. Una guía para su estudio y práctica*, 2.ª ed., Madrid, Tecnos.
- CASERO, A. (2008): “Modelos de relación entre periodistas y políticos: La perspectiva de la negociación constante”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 14, pp. 111-128.
- CASERO, A. (2004): “Medios de comunicación y actores políticos en situaciones de crisis: la producción negociada de la realidad política”, *Zer* 17, pp. 143-164.
- COOK, T. E. (1998): *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*, Chicago, University of Chicago Press.
- DE VREESE, C. H. (2005): “News framing: Theory and typology”, *Information Design Journal + Document Design* 13 (1), pp. 48-59.
- ENTMAN, R. (1993): “Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm”, *Journal of Communication* 43 (4), pp. 51-58.
- GROSSI, G. (2007): *La opinión pública. Teoría sobre el campo demoscópico*, Madrid, CIS.
- GROSSI, G. (1987): “El campo de la comunicación política”, en G. Pasquino (ed.): *Mass media e sistema político*, Milán, Franco Angeli.
- GROSSI, G. (1985): “Professionalità giornalistica e costruzione sociale della realtà”, *Problemi dell'Informazione* X, 3.
- IGARTUA PEROSANZ, J. J. (2006): *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*, Barcelona, Bosch.
- KRIPPENDORF, K. (1990): *Metodología de análisis de contenido*, Barcelona, Paidós.
- LOUW, E. (2010): *The Media & Political Process*, 2.ª ed., Londres, Sage.
- MAZZOLENI, G. y W. SCHULZ (1999): “Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy?”, *Political Communication* 16 (3), pp. 247-261.
- MAZZOLENI, G. (2010): *La comunicación política*, Madrid, Alianza.
- NEUENDORF, K. A. (2002): *The Content Analysis Guidebook*, Thousand Oaks, Sage.
- ORTEGA, F. (2003): “Políticos y periodistas. Una simbiosis compleja”, *Telos* 54, pp. 71-83.
- RODRIGO ALSINA, M. (2005): *La construcción de la noticia*, 2.ª ed., Barcelona, Paidós.
- SAPERAS, E. (1987): *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*, Barcelona, Ariel.
- SCHULZ, W. (2004): “Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept”, *European Journal of Communication* 19 (1), pp. 87-101.
- SCHÜTZ, A. (1995): *El problema de la realidad social*, 2.ª ed., Buenos Aires, Amorrortu.
- SCHÜTZ, A. y T. LUCKMANN (2003): *Las estructuras del mundo de la vida*, 1.ª reimpr., Buenos Aires, Amorrortu.
- SORRENTINO, C. (2009): “Il triangolo imperfetto. La negoziazione fra giornalismo, politica e cittadini”, *ComPol-Comunicazione Politica*, año X, 1/2009, pp. 121-130.
- STRÖMBÄCK, J. (2005): “Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics”, *The International Journal of Press/Politics* 13 (3), pp. 228-246.
- THOMPSON, J. B. (2005): “The New Visibility”, *Theory, Culture & Society* 22 (6), pp. 31-51.
- WIMMER, R. D. y J. R. DOMINICK (1997): *La investigación científica de los medios de comunicación*, Barcelona, Bosch.
- ZAMORA MEDINA, R. (coord.) (2009): *El candidato marca. Cómo gestionar la imagen del líder político*, Madrid, Fragua.

