

## *Urnas y quioscos: dos espejos discordantes*

¿Dónde se refleja mejor la sociedad vasca: en las preferencias que marca el consumo de prensa o en las que arrojan los resultados electorales?

OFA BEZUNARTEA

Catedrática de Periodismo. Universidad del País Vasco

y MERCEDES DEL HOYO

Prof. Asoc. de Periodismo. Universidad del País Vasco

### RESUMEN

Este artículo es el resultado de una investigación promovida por una aparente y llamativa paradoja que se observa en el País Vasco: la ideología dominante en Euzkadi es nacionalista y, sin embargo, los periódicos de mayor difusión ofrecen idearios claramente contrarios a esta postura nacionalista y, además, los índices de lectura de los periódicos son elevados. Las autoras ofrecen en sus conclusiones una respuesta que puede explicar este dilema tan chocante con el mito de la influencia de los medios.

**PALABRAS CLAVE:** Ideología, nacionalismos, influencia social de los medios, sociología del periodismo, análisis sociológico de los medios, País Vasco

### ABSTRACT

#### *Ballot boxes and news stands: two discordant mirrors*

Who reflects more clearly the Basque Society, the press consumption preferences or the electoral results? This article stems from the field research performed by the authors. They verified a paradox observed in the Basque country: the prevailing ideology is nationalist, however, the more widespread newspapers offer an ideology opposed to nationalism.

Besides, the newspapers rates of reading are rather high in Euzkadi. It all turned out differently from what we had expected from the myth of the influence of the media. Likely explanations are offered in the conclusions of the article.

KEY WORDS: Ideology, Nationalism, Social Influence of media, Sociology of journalism, Sociological analysis over media, Basque Country

Los lectores vascos consideran que todos los periódicos tratan en mayor o menor medida de influir sobre ellos. Independientemente de cuáles sean los intereses primordiales del medio, informativos, comerciales o políticos, o cuáles sean los intereses que esos mismos lectores creen descubrir en la prensa que consumen, e incluso habida cuenta de que a la mayoría de las publicaciones se le supone un interés informativo o comercial por encima de la intención ideológica, el porcentaje de lectores que coincide en señalar que los diarios pretenden influir en su audiencia oscila entre el 34% de menciones que acapara *Euskaldunon Egunkaria* y el 60% que acaparaba el desaparecido diario *Egin*.

Estos datos han sido obtenidos en una reciente investigación sobre *Lectorado y electorado en el País Vasco: ausencia de correlación entre el comportamiento de voto y el consumo de prensa*<sup>1</sup>. El núcleo del trabajo consistía en alcanzar explicaciones y respuestas a la siguiente cuestión: ¿por qué en la Comunidad Autónoma Vasca existe tanta falta de sintonía entre las posiciones políticas que reflejan los resultados electorales y las ideologías de los periódicos con mayores índices de lectura? Tal consideración era digna de estudio a la luz de las teorías de la comunicación de masas que sostienen, por una parte, la capacidad de los medios de dirigir a la opinión pública, y por otra, la tendencia de los ciudadanos a ser fieles a la prensa que ideológicamente reafirma sus posiciones personales.

Se partía de varios hechos:

- La ideología dominante electoralmente en Euzkadi era nacionalista
- Los periódicos que acaparan la mayor parte de la difusión responden a idearios no nacionalistas
- Los índices de lectura son muy altos: un 60% de los vascos adultos lee el periódico

---

<sup>1</sup> La mayor parte de los datos que se manejan en el presente artículo se obtuvieron en una investigación financiada por el Gobierno Vasco y desarrollada en el departamento de Periodismo II de la UPV-EHU. El equipo investigador estaba formado por Ignacio Iriarte, Teresa Santos, Mercedes del Hoyo y Ana Urrutia y fue dirigido por la catedrática Oña Bezunartea.

De la vinculación de la audiencia con el periódico que elige, surge el interés por conocer las causas que determinan la lectura de cada periódico, cómo llegan a él los lectores, cómo lo leen, lo valoran y lo utilizan en la vida diaria; en última instancia, qué significa para ellos en una doble referencia: conocimiento del entorno y posición política.

Las hipótesis de partida eran éstas:

1. La mayoría de los vascos que votan nacionalista ni compra ni lee un periódico nacionalista.
2. Muchos de los vascos que leen periódicos no nacionalistas votan a partidos nacionalistas.
3. En el dilema oferta informativa-tendencia de opinión el lector decide sobre la primera.
4. Los lectores actúan como sujetos activos capaces de interpretar por sí mismos dentro de una realidad múltiple y de unas fuentes de información plurales.
5. La política ocupa un lugar secundario entre los intereses cotidianos de los ciudadanos vascos.

## **EL MITO DE LA INFLUENCIA**

Los resultados estadísticos y los que se obtuvieron en los grupos de discusión llevados a cabo, confirmaron cada una de las hipótesis planteadas. Del volumen de información que se consiguió se derivaron reflexiones y conclusiones sobre aspectos muy diversos, pero quizá una de las consecuencias de más valor del estudio ha sido la que ahora pretendemos explicar aquí: la conjugación de determinados datos y sus consiguientes interpretaciones ponía en tela de juicio, si no la influencia en sí de los medios, cuanto menos el grado de poder que se les atribuye sobre el comportamiento del público.

La catalogación ideológica de los periódicos, que supuestamente generan o canalizan las opiniones políticas, es el punto de partida imprescindible para establecer el marco de comparación con las ideologías que mueven a la opinión pública y, en definitiva, los votos. Esta catalogación ideológica permite muchos matices, sobre todo en los medios menos politizados. Máxime cuando se obtienen datos como que un periódico sea nacionalista vasco para unos y no para otros, o incluso que el mismo periódico sea de izquierdas para unos y de derechas para otros.

Sin duda existen, al menos, dos estereotipos que no siempre circulan en paralelo: la ubicación ideológica que otorgan sus lectores a cada medio y las que le confieren los que no lo son. Tal calificación no depende sólo de datos objetivos, por ejemplo, la definición que cada periódico hace de sí mismo o la que hacen de él los analistas teóricos, sino de la perspectiva del propio lector, de modo que un lector de Egin puede hacer una catalogación radicalmente distinta de la que hace un lector de El Correo o de El País.

En el País Vasco al convencional alineamiento izquierda-derecha hay que sumar otro de especial fuerza en esta comunidad: nacionalista vasco-españolista. Los datos que nos permiten saber qué periódicos son sentidos de izquierdas y qué periódicos piensan los lectores vascos que son de derechas exigen una cautela previa, por el alto porcentaje que la casilla 'no sabe' alcanzó entre los encuestados como un desconocimiento explícito de la ideología de la prensa vasca o, al menos, de una gran parte de ella, de lo que se seguiría que la posición de muchos medios en este punto es menos clara para el lector medio de lo que pueda parecer para el estudioso del fenómeno. Esto significa que cuando tenemos en nuestras manos un dato como el siguiente: para un 15,6% de los lectores vascos *El Mundo* es un periódico de derechas, hay que pensar que lo destacable no es que ocupe el segundo lugar en el ranking imaginario de diarios de derechas, sino que, aun sumando a ese 15,6% el poco más de 3% que lo llega a clasificar de izquierdas, todavía queda más de un 80% de lectores que no saben dónde situarlo ideológicamente.

Y no se puede alegar desconocimiento, ya que si tomamos como ejemplo el periódico más leído, *El Correo*, la situación es prácticamente similar: un 14% del lectorado lo considera de derechas y un 4,4%, de izquierdas, la conclusión se repite: más de un 80% del lectorado no sabría cómo clasificarlo. Cuando se pide a los lectores que opinen sobre qué periódicos son 'de izquierdas' o qué periódicos son 'de derechas' (véanse gráficos correspondientes), sólo en casos muy paradigmáticos, como *ABC* o *Egin*, prácticamente la mitad del lectorado no tiene problemas para ubicarlos respectivamente en la derecha y en la izquierda.

Si la ideología de los diarios vascos resultaba difícil de determinar para un importante número de lectores, los intereses que les mueven es también para muchos una incógnita. Esta incógnita alcanza el 28% a la hora de determinar si detrás de un periódico hay intereses básicamente políticos, también al determinar si sus intereses son informativos y llega al 48% cuando se trata de descubrir si esos intereses son fundamentalmente comerciales.

## VOTO Y LECTURA

Recordemos la difusión de los diarios vascos para ver la distribución actual de lectores y diarios:

CUADRO 1  
**Difusión de los diarios en Euskadi (OJD 1997)<sup>2</sup>**

<i>Diarios no nacionalistas</i>		<i>Diarios nacionalistas</i>	
<i>El Correo</i>	133.014	<i>Egin</i>	52.311
<i>El Diario Vasco</i>	93.553	<i>Deia</i>	24.000 <sup>3</sup>
<i>El Mundo del País Vasco</i>	22.857	<i>Euskaldunon Egunkaria</i>	12.229
<i>El País</i>	11.368		
<i>ABC</i>	2.740		
<b>Total ejemplares diarios</b>	<b>263.550</b>	<b>Total ejemplares diarios</b>	<b>88.540</b>

Difusión de diarios no nacionalistas: 74,8 %

Difusión de diarios nacionalistas: 25,2 %

CUADRO 2  
**Audiencia de la prensa vasca**

<i>Diarios no nacionalistas</i>		<i>Diarios nacionalistas</i>	
<i>El Correo</i>	501.000	<i>Egin</i>	102.000
<i>El Diario Vasco</i>	311.000	<i>Deia</i>	59.000
<i>El Mundo del País Vasco</i>	83.000	<i>Euskaldunon Egunkaria</i>	23.000 <sup>4</sup>
<i>El País</i>	31.000		
<i>ABC</i>	7.400		
<b>Total</b>	<b>933.400</b>	<b>Total</b>	<b>184.000</b>

Proporción de lectores de diarios no nacionalistas: 83,5 %

Proporción de diarios nacionalistas: 16,5 %

<sup>2</sup> Fuente: Informe Anual de la Comunicación 1997-1998. Grupo Z

<sup>3</sup> El diario Deia no está incluido en los informes de OJD, su dato se ha estimado sobre el EGM de la misma fuente que le asigna 85.000 lectores diarios, se considera que la media de lectura es de 3,5 lectores por periódico, una cifra tomada como referencia media en los diarios vascos.

<sup>4</sup> En el caso de datos de audiencia, es E. Egunkaria el diario del que no ofrece datos el EGM. La estimación se ha hecho en sentido inverso al efectuado con Deia en el caso de la difusión, siempre sobre los datos del Informe Anual de la comunicación.

La tirada y la difusión señalan cuál es el grado de aceptación que los lectores vascos otorgan a las distintas cabeceras: las urnas, por su parte, constituyen el índice objetivo de las preferencias políticas de los ciudadanos vascos. En las últimas elecciones autonómicas de 1994 y las estatales de 1996 los resultados fueron los siguientes:

CUADRO 3  
Resultados Elecciones Autonómicas 94 y Generales 96

<i>Partidos de ámbito estatal</i>	<i>1994</i>	<i>1996</i>	<i>Los partidos nacionalistas</i>	<i>1994</i>	<i>1996</i>
PP	146.940	231.286	PNV	304.346	315.793
PSE-PSOE	174.682	299.499	EH	166.147	154.853
IU	93.291	116.133	EA	105.130	103.628
UA	25.398	—			
<b>Total</b>	<b>440.331</b>	<b>596.918</b>	<b>Total</b>	<b>575.623</b>	<b>574.274</b>

Así pues, transcurridos más de 20 años desde el cambio político iniciado en 1977, el perfil político de El País Vasco muestra un reparto entre las opciones nacionalistas y estatalistas que roza el 50-50. Es interesante reseñar que se ha mantenido este equilibrio electoral<sup>5</sup> a pesar de que en ese período, de 1977 a 1998, se ha registrado un importante incremento del censo de ciudadanos con derecho al voto: el censo de ciudadanos vascos con derecho a voto ha pasado de 1.363.000 a 1.810.000.

Por el contrario, el panorama mediático, o quizás con más precisión el de la prensa, sí ha constatado una notable evolución. El cambio de los periódicos vascos tuvo un signo contrario al producido en los inicios de la transición: mientras *El Correo* y *El Diario Vasco* se despojaban del lenguaje y la línea informativa que habían mantenido hasta entonces e iniciaban una etapa de pluralidad y asepsia en el ámbito político, intentando incluso ser tribuna abierta para las distintas ideologías, de modernización y ampliación de los contenidos informativos, *Egin* y *Deia* evolucionaron en sentido contrario al hacer más ostensible su vinculación ideológica y al supeditar orientación y contenidos a las servidumbres políticas.

<sup>5</sup> Los últimos resultados, tras las elecciones generales del pasado mes de marzo, han variado un tanto esta situación, donde destaca el aumento de votos del PP, su triunfo en las tres capitales vascas, lo que traduce una polarización más extrema de las posturas nacionalistas y no nacionalistas.

El lectorado no evolucionó al unísono con el electorado. Las tiradas de los periódicos nacionalistas no crecieron en relación con los votos del mismo signo. Por el contrario, creció la diferencia en favor de los diarios menos ideologizados.

CUADRO 4  
Periódico de lectura habitual según voto

<i>Soy lector habitual de... %</i>	<i>Total</i>	<i>EAJ/PNV</i>	<i>PSE-EE</i>	<i>PP</i>	<i>HB</i>	<i>IU</i>	<i>EA</i>	<i>Otros</i>	<i>Abst.</i>	<i>Blanco</i>	<i>NS</i>
<i>El Correo</i>	55,3	51,3	64,4	61,3	26,7	62,4	41,5	56,5	54,9	42,9	71,5
<i>El Diario Vasco</i>	25,6	20,3	26,4	28,0	16,2	26,6	37,3	21,2	33,2	42,2	18,3
<i>El Mundo</i>	8,1	4,4	4,6	6,4	9,5	21,5	20,2	8,3	6,1	11,1	5,4
<i>El País</i>	7,1	3,8	8,8	0,0	1,5	17,1	2,5	16,4	8,8	6,6	9,1
<i>Deia</i>	9,0	30,8	1,6	0,0	2,0	0,0	2,5	16,2	3,9	4,4	5,2
<i>ABC</i>	1,0	0,6	0,4	2,5	0,0	2,4	0,0	8,1	0,6	0,8	1,1
<i>Egin</i>	8,1	0,7	1,2	0,0	60,7	4,1	3,2	0,0	5,2	5,8	4,7
<i>Egunkaria</i>	3,5	1,7	0,4	0,0	17,9	2,4	5,7	0,0	3,0	5,2	2,4
<i>NS</i>	1,3	0,6	2,3	0,0	0,6	0,9	2,5	0,0	2,4	2,3	0,7
<i>Ns/Nc</i>	2,6	2,8	1,6	4,3	2,0	4,3	0,0	6,0	1,6	2,3	3,8
<i>Media Menciones</i>	1,22	1,17	1,12	1,03	1,38	1,44	1,15	1,35	1,20	1,24	1,23

Periódico de lectura habitual según voto (Elecciones Autonómicas de 1994)

Datos ponderados para la C.A.V.

En este cuadro pueden apreciarse los comportamientos divergentes arriba mencionados. Es decir, el hecho de que un lectorado de voto nacionalista consuma periódicos de ese mismo signo ideológico, *Euskaldunon Egunkaria*, *Egin* y *Deia*, no obsta para que una alta proporción de votantes nacionalistas lea diarios desideologizados. Tal conducta sugiere al menos dos reflexiones: en primer lugar, parece que la excesiva ‘ideologización’ de un medio va en detrimento de su capacidad para ofrecer un buen producto informativo, por lo cual sus correligionarios, al no ver cubiertas las necesidades que tienen como lectores, deben recurrir a medios más independientes; en segundo lugar, el grado de interés por la política no es determinante para un número considerable de electores, por lo cual el hecho de apoyar con su papeleta una determinada opción política no supone un compromiso que les obligue a ‘militar’ en el periódico que actúa como ‘guía ideológico’.

Respecto al primer aspecto, hay otros datos que refuerzan las limitaciones que puede imponer a un medio el hecho de que su ideario político se reduzca a límites partidistas. Así cuando se produjo en el PNV la escisión (1986) que provocó la formación de Eusko Alkartasuna, los electores de la nueva fuerza extendieron el divorcio partidista al periódico que entendían su órgano de expresión, *Deia*.

Volviendo al segundo punto, ese escaso interés por la política es corroborado por el escaso interés que suscitan las secciones de opinión e información política, con un 3,4 y un 6,6% de menciones a la hora de señalar a qué secciones dedicaban los lectores mayor atención (muy por debajo del 18,6% que alcanza Deportes, o el 17,4% de la sección de Local, las que gozaban de mayor éxito de público). Estos datos contrastan con la supuesta politización de la sociedad vasca, aspecto invocado con frecuencia por políticos y analistas.

El público es selectivo en el uso de los medios y distribuye su atención en función de intereses, inclinaciones y preferencias muy diversas, y consecuentes por otra parte con sus actitudes vitales. Por consiguiente, no son llamativos los bajos porcentajes que presentan las secciones de Política y Opinión cuando en estudios como *¿Son los vascos diferentes? Euskalherria en la encuesta europea de valores* (Elzo, J; Orizo, A. y otros, 1992) se ponía de manifiesto que en el País Vasco sólo el 6,2% está ‘muy interesado’ por la política, frente a un 43% ‘nada interesado’.

También las diferencias de criterio a la hora de sopesar cada sección de los diarios y las diferencias de motivación pueden ayudar a entender la situación. Si bien se evidencia que los nacionalistas muestran mayor interés por el deporte y por la información local y regional— en estas dos últimas duplica el interés de los no nacionalistas—, y que, por su parte, los no nacionalistas prefieren la información nacional e internacional, lo cierto es que el desinterés por la sección de Opinión y el escaso interés por Política, con cierta oscilación, les equipara.

Lo que mueve al lector a comprar el periódico marca algunas variaciones. El motivo de compra que más veces arguyeron los lectores fue la costumbre<sup>6</sup>. No es la primera vez que las diferencias se manifiestan en el elemento que ocupa el segundo lugar, esto es, aquí mientras los nacionalistas esgrimían la razón de afinidad política para adquirir un determinado diario (para 15 de cada 100), seguida muy de cerca por el rigor informativo (14 de cada 100), entre los no nacionalistas esta última (con

---

<sup>6</sup> Muchos lectores vascos han cambiado de “costumbre” si nos atenemos a las variaciones de audiencia que se han registrado en los periódicos vascos en los últimos veinte años: mientras unos diarios han disminuido a la mitad sus lectores, otros los han multiplicado por tres; la vida de algunos diarios no sobrepasa los diez años. Más de la mitad de los diarios incluidos en el estudio se caracterizan por su juventud: El País comenzó a publicarse en 1976; *Deia* y *Egin* en 1977, *Euskaldunon Egunkaria* en 1997. El Mundo en 1989. Sólo ABC, El Correo y El Diario Vasco son de principios de siglo. Pero estos dos últimos han experimentado un gran cambio en sus tiradas: El Correo ha pasado de 89.000 ejemplares en 1977 a 132.000 en 1998; El Diario Vasco, en el mismo periodo, de 32.000 a 93.000.



el mismo valor: para 14 de cada 100) ocuparía el segundo lugar, y la afinidad política sería sólo determinante para un 5% de los lectores no nacionalistas.

Así las cosas, cabe pensar que el lector vasco no busca en la prensa un alimento ideológico y que ésta no es un punto de comunión política, o mejor, partidista. De no ser así, no se explicaría, no ya la heterogeneidad del lectorado de los periódicos de mayor tirada, sino tampoco, por ejemplo, que, en porcentajes similares, los votantes de EA, IU, HB y PSE-EE comparten la lectura de *El Mundo*.

Veamos qué periódico escogen los lectores votantes de los distintos partidos. Por cuestiones de orden metodológico, aunque revisaremos primero los resultados totales de la Comunidad y sólo más adelante nos detendremos en los resultados de cada territorio, es necesario explicar que, si bien los datos son homogéneos y representativos en relación a los diarios nacionales (es decir, los editados en Madrid, aunque tengan ediciones especiales para el País Vasco) y a los regionales con ámbito vasco, pierden precisión y, por tanto, deben matizarse en lo que respecta a los locales-regionales: *El Correo* y *El Diario Vasco*. Ambos periódicos despliegan su liderazgo en zonas diferentes: *El Correo* se difunde mayoritariamente en Alava y Vizcaya, en tanto que *El Diario Vasco* se limita casi con exclusividad a Guipúzcoa. Hecha esta aclaración, es más alto el porcentaje de lectores votantes del PNV que leen *El Correo* (47%) que el porcentaje de los que leen *Deia* (35%). La diferencia es aún mayor en el caso de EA, de cuyos votantes, un 41% lee *El Correo* y un 37% lee *El Diario*.

En cuanto a los votantes de HB, una proporción importante, 62 de cada cien, lee *Egin*, pero también hay una alta proporción que son lectores de *El Correo*, 27 de cada cien; de *Euskaldunon Egunkaria*, 18 de cada cien; de *El Diario Vasco*, 16 de cada cien, y de *El Mundo*, 10 de cada cien.

Los votantes de los partidos de ámbito estatal: Partido Popular, Partido Socialista de Euskadi-PSOE, e Izquierda Unida leen casi en exclusiva los periódicos de bajo nivel ideológico, pero siguen prefiriendo los regionales-locales sobre los nacionales. De cada cien lectores votantes del PP, 61 leen *El Correo*; 29, *El Diario Vasco*; un pequeño grupo, dos de cada cien, *ABC*; leen siete de cada cien, *El Mundo*, y no leen *El País*.

Los lectores votantes del PSE-PSOE leen sobre todo *El Correo*, 65 de cada cien; *El Diario Vasco*, 26 de cada cien; prefieren *El País* —nueve de cada cien lo leen— a *El Mundo*, que lo eligen cinco de cada cien, y en muy pequeña medida, 1,6 % *Deia* y 1,2% *Egin*.

Destaca la diferencia de comportamiento de los electores de distintas siglas en relación al número medio de periódicos que leen. Son los votantes de los partidos ideológicamente más extremos, HB e IU, los que más número de cabeceras contrastan: por cada cien votantes de HB, se leen 138 periódicos diarios; por cada cien votantes de IU, se leen 144 diarios; en contraste, el electorado del PP es el que ofre-

ce menores índices: 103 periódicos al día por cada cien votantes, seguido del PSE-PSOE: 112 por cada cien. La importante diversificación de medios a los que accede el electorado de HB, que además tiene su propio medio de comunicación, *Egin*, llevaría a la deducción de que el contraste de ideas les sirve para reforzar las propias.

En el otro extremo, el españolismo de derechas que los lectores atribuyen a ABC no tiene un correlato en el lectorado: si bien es cierto que el índice más alto de lectores del citado diario lo dan los votantes del PP, es muy bajo, dos de cada cien. En general, puede decirse que la incidencia de ABC es escasa: su tirada apenas representa el 0,8% en el total de la prensa vasca<sup>7</sup>.

Todas estas características se reflejan de un modo mucho más expresivo cuando se observan los datos de cada Territorio Histórico y adquieren sus verdaderas dimensiones las cifras de periódicos locales, regionales, nacionales, sin la ponderación obligada y distorsionadora en este caso de la generalización a toda la Comunidad Autónoma Vasca.

## LAS PECULIARIDADES PROVINCIALES

En efecto, analizando por separado Vizcaya, Guipúzcoa y Alava, los datos más significativos son los que proporcionan los votantes de los partidos nacionalistas vascos: las cabeceras más politizadas, directamente vinculadas a los partidos políticos, quedan claramente relegadas frente a las informativas o comerciales. Pues bien, en Vizcaya hay notablemente más lectores del PNV de *El Correo*, 64 de cada cien, que de *Deia*, 42 de cada cien; dos pequeños sectores, cuatro de cada cien, leen *El Mundo* y *El País* respectivamente, y se dan pocos lectores que leen más de un diario, la media de menciones es de 1,15; en Guipúzcoa todavía es más pronunciada la preferencia por el diario menos político para los votantes del PNV, pues 81 de cada cien leen *El Diario Vasco* y sólo 9 de cada cien presta atención a *Deia*, y mientras bajan los lectores de *El Mundo* y *El País* respecto a Vizcaya, tres de cada cien, suben notablemente los de *Egin*, tres de cada cien y, sobre todo, de *Euskaldunon Egunkaria*. Alava también tiene sus peculiaridades, pues sus datos no son idénticos a ninguno de los anteriores: los votantes del PNV leen, sobre todo, *El Correo*, 73 de cada cien, el número de lectores de *Deia* desciende aún más, 5 de cada cien, mientras que dan un índice apreciable de lectura de *El Mundo*, 9 de cada cien y menos relevante los de *Euskaldunon Egunkaria*.

Los votantes de HB, en Vizcaya dan un alto índice de lectura de *El Correo*: 50 de cada cien de los que votaron a la izquierda abertzale, aunque son más los que leen *Egin*, 63 de cada cien, y todavía hay 20 de cada cien que lee *Euskaldunon*

<sup>7</sup> Según el informe anual de Fundesco (1996), la difusión media de la prensa diaria en Euskadi en 1995 fue de 378.712 periódicos diarios, de los que 3.023 correspondieron a ABC.

*Egunkaria*; 13 de cada cien, *El Mundo*, y tres de cada cien, *El País* o *Deia*. En Vizcaya el índice medio de periódicos que declaran leer los votantes de HB es llamativo, alcanzan una media de menciones de 1,57 lo que supone que de cada cien votantes leen 157 periódicos al día. Este índice es algo más moderado, 1,33 en Alava, aunque sigue siendo muy alto. En esta última provincia, 60 de cada cien leen *Egin*; 40, *El Correo*. En Guipúzcoa, la mayoría de los votantes de HB se reparten entre *Egin*, 58 de cada cien; *El Diario Vasco*, 31 de cada cien, y *Euskaldunon Egunkaria*, 17 de cada cien.

Las diferencias de comportamiento de los votantes del PNV con *Deia*, y los de la izquierda abertzale con *Egin*, en cada uno de los tres territorios son dignas de reseñar: mientras que la izquierda abertzale da índices homogéneos en las tres, no ocurre así con los peneuvistas. Existe además un mayor índice de fidelidad de los votantes de HB con su periódico. La diferencia de acogida a *Deia* en uno u otro territorio habría que atribuirlo a razones periodísticas más que políticas: es un diario que ha conseguido un cierto nivel de aceptación como periódico local vizcaíno, pero no así guipuzcoano o alavés, entre los seguidores del PNV. Y es precisamente su déficit como producto mediático, más que como alimento ideológico (las páginas de opinión y de política vasca, española a internacional son comunes) el que causa su peor acogida en determinados enclaves.

Respecto a qué dedican más tiempo en la prensa que leen vizcaínos, alaveses y guipuzcoanos se reproducen de nuevo diferencias importantes, diferencias que reflejan distinta idiosincrasia en sentido político y social. Por ejemplo, el factor Athletic explica que en Vizcaya la sección Deportes sea la que mayor atención despierta en el 20% del lectorado. Sin embargo, Local predomina en Alava y Guipúzcoa, y es que estos dos territorios tienen un carácter más rural, con una distribución de población más homogénea que Vizcaya, donde destacan la capitalidad y el sentido urbano de Bilbao.

Regional y política son secciones fronterizas en el significado que se les da en las secciones de los periódicos: de la centralidad de Vizcaya en la Comunidad Autónoma, se distancian, por motivos opuestos, Alava, que sigue teniendo ciertas reservas sobre la pertenencia a una unidad política vasca, y Guipúzcoa, cuyo distanciamiento de Vizcaya se explicaría por su radicalidad nacionalista. Alava, definitivamente, da la espalda a la Política con un índice muy bajo de interés, el 2%, cinco puntos menos que Guipúzcoa y Vizcaya.

También el interés por Economía denota las diferencias de personalidad que ofrecen los tres territorios: Vizcaya, que durante décadas ha ostentado un puesto de primera línea en el mundo financiero, refleja en el índice de atención a esta sección, el 5% de los lectores, que su interés por este tema es mucho más alto que el de los alaveses, cuyo índice quintuplica (pues en Alava es sólo del 1%), y también que el de los guipuzcoanos, que sólo alcanzan el 1,9%. Hasta la capitalidad cultural que se

le atribuye a Guipúzcoa, dentro de la C.A.V., se percibe en los índices de interés por esta sección, llega al 4,1% frente al 2,7% de Alava y el 2,6% de Vizcaya.

En cuanto al motivo de elección, ya mencionábamos cómo la costumbre encabezaba el número de menciones. El factor costumbre presenta muy ligeras variaciones en los tres territorios. Las diferencias se establecen, aunque de forma poco pronunciada, en torno a 'rigor informativo': los más exigentes parecen ser los vizcaínos con un 14,2 %; seguidos por los guipuzcoanos, 12,8 %, y los alaveses, el 12 %. Se hacen más ostensibles las diferencias territoriales al considerar la motivación política y son consecuentes con los distintos parámetros que se han ido observando: a la mayor politización de Guipúzcoa corresponde un alto índice, 11,8%; Vizcaya muestra un nivel más bajo, el 5,9%; mientras que la despolitización alavesa se pone de manifiesto con el 1,9%. No es casualidad que fuera en Guipúzcoa donde tenía mayor implantación el diario que la encuesta cataloga como más politizado, *Egin*, y que al mismo tiempo en Alava se produjera la menor difusión del mismo diario.

Estos últimos datos encuentran justa correspondencia con la participación en la actividad política que los encuestados declararon. Sólo un 6% de los lectores decía estar afiliado a un partido, porcentaje que se desdibuja completamente en el reparto provincial: alcanza el 8,3% en Vizcaya, baja al 3,6% en Guipúzcoa y aún se reduce más en Alava, con un escaso 1,3%.

La existencia del nacionalismo vasco no sólo se refleja en las opciones políticas sino también en el sentimiento de pertenencia y definición de una hipotética ciudadanía vasca. De este modo, en síntesis, los alaveses y vizcaínos (39,8% y 34,2%) se sienten 'tan españoles como vascos', mientras que entre los guipuzcoanos es predominante el porcentaje de lectores que se consideran únicamente vascos (33,6%). En la hipotética elección de ciudadanía, el 46,2% de los alaveses prefieren la ciudadanía española; el 38,6% de los vizcaínos, la vasca, igual que el 47,1% de los guipuzcoanos.

Estas diferencias provinciales afloran, como era de esperar, en la elección de prensa. Alava sitúa tras *El Correo* (82,9%), y a considerable distancia, al periódico *El Mundo* (13%). Vizcaya, después de *El Correo* (72,8%), prefiere a *Deia* (15,9%), periódico que prácticamente no supera las fronteras de esta provincia. Los lectores de ambos territorios están de acuerdo en dejar en los últimos lugares a *Egunkaria*, *El Diario Vasco* y *ABC*, por ese orden.

En Guipúzcoa, el líder indiscutible es *El Diario Vasco*, que acapara más del 73% de las menciones, y el segundo lugar, con un porcentaje idéntico al que alcanza *Deia* en Vizcaya, es para *Egin* (15,9%). Como vemos, al igual que Vizcaya el segundo diario que más gusta es un diario nacionalista, aunque de distinto signo. La relación la cierra también aquí *ABC*, pero justo antes los guipuzcoanos citan a *Deia*.

Lo que sí es una tónica general en los tres territorios es que el diario que ocupa el primer lugar es claramente dominante, y los demás quedan a considerable distan-

cia. El que cada territorio otorgue el segundo puesto a un periódico diferente no es más que otro de tantos matices en que se manifiesta la peculiar personalidad de cada uno.

CUADRO 5  
Diarios preferentes según provincias

<i>Me gusta mucho...</i>		
<i>RANKING</i>		
<i>Vizcaya</i> 459	<i>Álava</i> 299	<i>Guipúzkoa</i> 414
1 <i>El Correo</i>	1 <i>El Correo</i>	1 <i>El Diario Vasco</i>
2 <i>Deia</i>	2 <i>El Mundo</i>	2 <i>Egin</i>
3 <i>El Mundo</i>	3 <i>El País</i>	3 <i>El Mundo</i>
4 <i>El País</i>	4 <i>Egin</i>	4 <i>El Correo</i>
5 <i>Egin</i>	5 <i>Deia</i>	5 <i>El País</i>
6 <i>Egunkaria</i>	6 <i>Egunkaria</i>	6 <i>Egunkaria</i>
7 <i>ABC</i>	7 <i>El diario Vasco</i>	7 <i>Deia</i>
8 <i>El Diario Vasco</i>	8 <i>ABC</i>	8 <i>ABC</i>

La disparidad entre los tres territorios no es tan notable en el rechazo como lo era en la adhesión a los distintos diarios. Ahora bien, aunque los periódicos que provocan un rechazo más claro sean los más polarizados ideológicamente: *Egin* y *ABC*, las menciones de rechazo de *Egin* en Vizcaya y Álava pasan del 43%, porcentaje que baja a 39 en Guipúzcoa. Con todo, a la hora de decir qué periódicos no le gustan, el lector vasco es menos contundente y la casilla ‘no sabe’ sumada a la ‘no sabe/no contesta’ supera el 25% del total (mientras que en el apartado anterior ni siquiera llegaba al 4,5%). Respecto a *ABC*, los ánimos son más variables y los desfavorables alcanzan su cota máxima en el 33,8 de los guipuzcoanos, y la mínima en el 23,4% de alaveses; Vizcaya ocupa un lugar intermedio con su 28,3%.

*El Mundo* y *Deia* ocuparían el tercero y el cuarto lugar en la lista de diarios que no gustan al lector vizcaíno ni al alavés, mientras que el guipuzcoano rechaza en tercer lugar a *Deia* y en cuarto lugar, por igual, a *El Correo* y *El País*, medios a los que sitúa al mismo nivel en más de una tabla.

CUADRO 6

**Diarios nacionalistas vascos o españolistas según provincia**

	<i>Es nacionalista vasco ()</i>			<i>Es españolista</i>		
	<i>Álava</i>	<i>Vizcaya</i>	<i>Guipúzcoa</i>	<i>Álava</i>	<i>Vizcaya</i>	<i>Guipúzcoa</i>
<i>El Correo</i>	9,40	3,70	1,90	7,40	21,80	25,10
<i>El Diario Vasco</i>	8,70	7,00	19,30	1,70	7,20	13,00
<i>El Mundo</i>	1,00	0,40	0,50	8,40	20,70	21,30
<i>El País</i>	1,00	0,40	0,00	6,70	24,80	30,00
<i>Deia</i>	22,70	71,70	45,90	0,70	1,50	3,40
<i>ABC</i>	0,70	0,70	1,90	25,10	51,50	58,70
<i>Egin</i>	24,40	35,70	46,90	1,00	0,90	0,20
<i>Egunkaria</i>	8,00	14,80	28,00	0,00	0,90	0,70
NS	41,10	9,80	16,40	48,20	17,60	20,50
NC	11,70	2,60	2,40	11,40	4,10	3,90

CUADRO 7

**Diarios de izquierdas o de derechas según provincia**

	<i>Es de izquierdas</i>			<i>Es de derechas</i>		
	<i>Álava</i>	<i>Vizcaya</i>	<i>Guipúzcoa</i>	<i>Álava</i>	<i>Vizcaya</i>	<i>Guipúzcoa</i>
<i>El Correo</i>	9,70	5,00	1,20	7,40	13,50	17,60
<i>El Diario Vasco</i>	0,30	0,70	5,80	0,70	4,10	13,80
<i>El Mundo</i>	3,00	3,50	4,10	10,00	18,30	13,30
<i>El País</i>	10,00	13,90	16,20	3,00	10,90	11,10
<i>Deia</i>	1,70	2,20	4,30	3,30	10,70	11,10
<i>ABC</i>	0,70	0,90	1,70	28,40	53,40	55,10
<i>Egin</i>	19,70	50,10	57,00	1,00	1,10	1,00
<i>Egunkaria</i>	3,30	7,80	14,50	0,00	0,40	0,70
NS	48,80	28,80	24,40	47,80	24,60	23,70
NC	12,00	6,30	2,90	10,40	3,90	2,90

Estos datos encuentran fácil explicación en otros de los que se deduce cómo ven a los periódicos según la clasificación izquierda/ derecha, nacionalista vasco/ españolista. Así, una sociedad más abertzale, como la guipuzcoana, prefiere diarios que siente más próximos y locales, como *El Diario Vasco*, o los que pueden integrarse en un nacionalismo radical como *Egin*, o incluso *El Mundo* que coqueteó con la izquierda abertzale desde su salida, mientras rechaza con más fuerza que otros territorios a los periódicos que siente como españolistas. Por su parte, que el perfil político del lector alavés es mucho menos acusado se pone en evidencia en datos tales como que un 50% no sepa si sus periódicos son españolistas o no, que un 25% se pronuncie por el españolismo de *ABC* (frente al 51,2% de los vizcaínos y al 58,7% de los guipuzcoanos que le daban este calificativo), o que poco más de un 9% califique de este modo a *El Correo*, *El País* o *El Mundo*, mientras que más de un 20% de sus vecinos considera españolistas a estos tres diarios.

## LA DOBLE OPTICA DEL LECTORADO

Como ya apuntábamos al principio, los lectores son recelosos y, a pesar de que perciban el interés por la información, incluso sobre el negocio, por encima de los intereses políticos, lo cierto es que en una alta proporción creen que los periódicos tratan de influir sobre ellos. Pero, resultan más recelosos los lectores nacionalistas y lo son con relación a toda la prensa, aunque distinguen a *Egin* en cuanto a su intención de influencia y en tono menor a *Deia*. Pero también los no nacionalistas y los abstencionistas consideran en buen número que los periódicos tratan de ejercer su influjo sobre los lectores.

Que los medios tienen interés en inducir en uno u otro sentido a la gente es tenido como un axioma consustancial a la propia razón de ser de los medios, lo que no significa que lectores o audiencia puedan concretar de qué género de influencia se trata, en qué sentido. Así, en el caso de la encuesta, por ejemplo, son sintomáticas las altas cifras de respuestas afirmativas a la pregunta sobre si los periódicos tratan de influir en el lector. Pero son incongruentes con otros datos, en relación a los periódicos de bajo perfil ideológico, cuando se observan las respuestas a cuestiones concretas en las que se debería plasmar el sentido de la supuesta intencionalidad. En cuestiones tan indicativas como '*me molesta el trato a los presos*' o '*da poca importancia a los grupos pacifistas*' o '*no me gusta el trato en lo referente al País Vasco*', la casilla de valores más altos corresponde a '*no sé*', tanto entre los lectores nacionalistas como entre los no nacionalistas.

También aparecen altas cifras en el mismo concepto cuando la pregunta es si '*es de izquierdas*' o '*es de derechas*'. Es obvio que objetivar estas posiciones no es posible y que la clasificación de la posición de cada periódico depende de la del lector que se pronuncia: para uno de extrema izquierda todos son de derechas; para uno

de derechas, todos son de izquierdas. Pero aun así, son mucho más bajas las cifras que califican a los diarios de 'izquierdas' o de 'derechas' que las que se pronuncian sobre la intención de influencia.

En el caso de los lectores nacionalistas la justificación podría encontrarse en la consideración de que crean que los diarios menos ideologizados intenten fomentar el antinacionalismo; pero, esa razón no serviría para los no nacionalistas, que también comparten sus temores de ser objeto de intentos de manipulación de los medios. Todos, en suma, se creen manipulados, aunque no sepan contestar cómo y para qué.

CUADRO 8  
Intereses de la prensa vasca según voto (I)

<i>Según voto en elecciones Gen. 1996</i>	<i>Nacionalista</i>	<i>No nacionalista</i>	<i>Abst. y Blancos</i>	<i>Otros</i>
<i>Sus intereses son básicamente políticos</i>	%	%	%	%
<i>El Correo</i>	23,10	9,30	18,40	21,50
<i>El Diario Vasco</i>	20,90	9,30	17,70	12,20
<i>El Mundo</i>	27,10	17,10	22,40	21,50
<i>El País</i>	25,20	12,10	20,00	21,50
<i>Deia</i>	28,20	22,20	26,00	30,80
<i>ABC</i>	32,90	18,20	23,30	6,10
<i>Egin</i>	56,60	53,20	52,10	46,30
<i>Egunkaria</i>	18,80	8,30	16,60	12,20
<i>NS</i>	26,40	27,50	30,90	10,40
<i>NS/NC</i>	4,10	4,40	6,50	9,30
<i>Según voto en elecciones Gen. 1996</i>	<i>Nacionalista</i>	<i>No nacionalista</i>	<i>Abst. y Blancos</i>	<i>Otros</i>
<i>Sus intereses son fundamentalmente comerciales</i>	%	%	%	%
<i>El Correo</i>	33,40	20,90	27,70	24,70
<i>El Diario Vasco</i>	21,70	14,10	20,20	6,10



## CUADRO 8

**Intereses de la prensa vasca según voto (II)**

<i>Según voto en elecciones Gen. 1996</i>	<i>Nacionalista</i>	<i>No nacionalista</i>	<i>Abst. y Blancos</i>	<i>Otros</i>
<i>Sus intereses son fundamentalmente comerciales</i>	%	%	%	%
<i>El Mundo</i>	26,10	20,70	25,80	15,40
<i>El País</i>	22,60	22,60	23,50	24,70
<i>Deia</i>	18,90	13,10	20,10	6,10
<i>ABC</i>	19,00	14,60	20,40	6,10
<i>Egin</i>	16,80	13,60	18,20	6,10
<i>Egunkaria</i>	16,50	12,20	19,10	6,10
NS	45,10	50,40	50,00	56,70
NS/NC	5,50	5,60	9,40	9,30
<i>Según voto en elecciones Gen. 1996</i>	<i>Nacionalista</i>	<i>No nacionalista</i>	<i>Abst. y Blancos</i>	<i>Otros</i>
<i>Sus intereses son fundamentalmente informativos</i>	%	%	%	%
<i>El Correo</i>	34,90	40,70	40,50	62,00
<i>El Diario Vasco</i>	26,70	27,40	31,40	21,50
<i>El Mundo</i>	23,00	19,80	27,50	49,50
<i>El País</i>	23,00	23,80	28,00	34,00
<i>Deia</i>	27,40	11,90	21,10	15,40
<i>ABC</i>	18,50	11,30	20,20	15,40
<i>Egin</i>	24,10	10,50	19,30	15,40
<i>Egunkaria</i>	22,40	10,50	19,70	15,40
NS	27,60	25,30	31,10	16,50
NC	7,60	6,80	8,60	9,30

En lo tocante a intereses, ideología y actitud crítica hacia el gobierno central, hay algunas diferencias estimables según sean lectores que en las Elecciones Generales de 1996 dieron el voto a partidos nacionalistas o no. Los nacionalistas se

inclinan más a ver intereses políticos en todos los medios que los que no lo son<sup>8</sup>. Son más los que ven intereses comerciales en *El Correo*, menos los que los ven en *El Mundo* y menos en *El País*. Los no nacionalistas los verían mejor en *El País*. En unos y en otros *El Correo* se lleva el porcentaje más alto de opiniones que estiman fundamentales para él los intereses informativos; pero, mientras para los nacionalistas le seguirían en la lista *Deia*, *Diario Vasco* y *Egin*; para los no nacionalistas, como para los abstencionistas y para quienes votaron en blanco, estarían *El Diario Vasco*, *El País* y *El Mundo*. Más de acuerdo se muestran al valorar cuáles son muy críticos con el gobierno central, aunque lo hagan en diferente proporción: *Egin* (69% de los votantes nacionalistas y 52% de los no nacionalistas) y *Deia* (19% de los primeros y 14% de los segundos), si bien este último alcanza entre los no nacionalistas el mismo porcentaje que *El País* (14%).

Indiscutiblemente, tanto los votantes nacionalistas como los no nacionalistas piensan mayoritariamente que *Egin* es de izquierdas y *ABC* de derechas, pero entre los no nacionalistas alcanza un porcentaje estimable *El País* como periódico de izquierdas, en el segundo puesto de los diarios de derechas se deshace el acuerdo y los nacionalistas mencionan *El Correo*, en tanto que los que no votarían opciones de ese signo mencionan *El Mundo*.

Al hablar de diarios independientes, el desacuerdo se produce en los que ocupan el primer lugar: *Egin*, para los lectores que optan por partidos nacionalistas, *El Correo* para los que votaron a fuerzas no nacionalistas. Ahora es en el segundo puesto donde hay coincidencia: todos se lo otorgan a *El Mundo*. La opinión que considera nacionalistas vascos a *Deia*, *Egin*, *Egunkaria* y *Diario Vasco*, en ese orden de prioridad, es una opinión compartida, al igual que la que califica de españolistas a *ABC*, *El País* y *El Mundo*, con la matización de que estos dos están más igualados e intercambian sus lugares en la lista que confeccionarían los lectores no nacionalistas. En este último punto habría que recordar también la salvedad de que *El Correo*, para un alto porcentaje de lectores que votan nacionalistas, figuraría entre los medios españolistas.

Aunque *El Correo* es el que más veces recibe el calificativo de serio, los nacionalistas son más generosos al conceder este elogio a *Deia* y a *Egin*; por su parte, los no nacionalistas prefieren considerar así a *El Diario Vasco*, *El Mundo* y *El País*. También es *El Correo* a quien se reconoce más a menudo el rigor informativo, pero aquí las matizaciones son imprescindibles: entre los lectores nacionalistas se sitúa

---

<sup>8</sup> Los convocados en los grupos de discusión que eran lectores de diarios muy marcados ideológicamente se mostraban muy inclinados a reconocer oscuros intereses manipuladores en todos los diarios y, por supuesto, un substrato político en todos; los lectores de medios no marcados aducían ese rasgo (su escasa definición ideológica) como motivo de su preferencia y rechazaban a los más definidos por su radicalismo. Las opiniones de un lector de *Deia* y de un lector de Euskadi Información sirven para ilustrarlo: “Los periódicos tienen cada uno su bandera política”, “Todos los periódicos son políticos”.

sólo dos puntos por encima de *Egin* (17,7%); en cambio, entre los no nacionalistas le seguirían, y a distancia, *El Diario Vasco*, *El País* y *El Mundo*, y el diario *Egin* no alcanza ni siquiera el 1% (*El Correo* se distancia aún más en esa primera posición para la abstención y voto en blanco).

Paralelamente, en lo que respecta a la objetividad, los nacionalistas sitúan a poco más de tres puntos del líder de la prensa vasca a *Deia* y a *Egin*, seguidos de *El Diario Vasco*, que recupera su tradicional segunda posición entre los no nacionalistas, muy por delante de *El País* y *El Mundo* que le seguirían, aunque pierden puntos si se compara con la valoración que esos mismos lectores hacían de su rigor.

CUADRO 9

**Influencia de la prensa vasca según voto**

<i>Según voto en elecciones Gen. 1996</i>	<i>Nacionalista</i>	<i>No nacionalista</i>	<i>Abst. y Blancos</i>	<i>Otros</i>
<i>Trata de influir en el lector</i>	%	%	%	%
<i>El Correo</i>	45,9	31,6	36,0	50,0
<i>El Diario Vasco</i>	42,9	25,9	36,9	35,7
<i>El Mundo</i>	44,7	32,6	38,1	35,7
<i>El País</i>	42,9	28,4	36,0	35,7
<i>Deia</i>	43,8	31,2	38,9	35,7
<i>ABC</i>	47,9	33,0	39,4	35,7
<i>Egin</i>	58,9	55,3	53,8	57,1
<i>Egunkaria</i>	36,1	27,0	34,5	35,7
NS	20,4	24,5	30,4	21,4
NS/NC	5,3	6,7	7,0	7,1

En estrecha relación estaría, una vez más, el intento de influir en el lector que éste reconoce o cree reconocer en los diarios. Destacan aquí en ambas opciones los altos porcentajes y la coincidencia en mencionar a *Egin* y *ABC* en los primeros puestos. Son comprensibles al citar *ABC*, y es comprensible que los no nacionalistas mencionen reiteradamente a *Egin*, teniendo en cuenta que prácticamente le negaban el rigor informativo y apenas creían en su objetividad. Más difícilmente se explica esta postura entre los nacionalistas, cuando ellos mismos le otorgaban porcentajes igualmente altos a la hora de considerarlo riguroso y objetivo.

No hay grandes diferencias a la hora de hablar de la oferta informativa, salvo que un 14% de lectores nacionalistas, frente a un escaso 3% de no nacionalistas, juzgan amplia la de *Egin*, aun así por detrás de la de *Diario Vasco*, *El País*, *El Mundo* y *Deia*. La segunda diferencia sería que los no nacionalistas sitúan como amplia la oferta informativa de *ABC*, por delante de la de *Deia*, *Egin* o *Egunkaria*.

Si en la poca importancia que los periódicos dan a los grupos pacifistas parece hallarse el consenso, las diferencias son sensibles al valorar el trato que recibe el tema de los presos y, en general, todo lo referente al País Vasco en las páginas de cada diario. Veamos tales diferencias en cómo molesta el tratamiento dado al tema de los presos según el lector tenga o no simpatías nacionalistas: al 34% de los nacionalistas les molestaba el trato de *ABC*, al 21% el de *Egin* (procedente del voto de la derecha nacionalista) y al 18% el de *El Correo* (alimentaría quizá su visión del españolismo de este medio); mientras tanto un 38% de los no nacionalistas se sentían molestos con *Egin*, sólo un 10% con *ABC* y apenas un 1% con *El Correo*.

La diferencia marca también la pauta de la valoración que los distintos grupos hacen del trato que el medio otorga al País Vasco. Formulada negativamente ('no me gusta el trato en lo referente al...'), esta propuesta es adjudicada por los nacionalistas a *ABC* (44,9%), a *El País* (26%), a *El Mundo* (21,4%) y a *El Correo* (20,1%); mientras los no nacionalistas mostraban su desagrado en primer lugar por *Egin* (32,8%), luego por *ABC* (22,6%), seguido muy de lejos por *Deia* (8,2%). Quienes optaron por la abstención o por el voto en blanco se desmarcan de ambas composiciones (de la nacionalista incorporando a *Egin*, y de la no nacionalista dando cabida a *El Correo*), y establecen un nuevo orden en el que concurren *ABC*, a la cabeza, *Egin* y *El Correo*.

El acuerdo se logra de nuevo, aunque se mantengan algunas diferencias porcentuales, al hablar de la redacción más intelectual de *El País*, *ABC* y *El Mundo* (estos dos últimos invertirían su alineación en la selección nacionalista) o al citar a *Egin* cuando se habla de lenguaje vulgar. También al considerar excesiva la publicidad de *El Correo* o al reconocer la comodidad de su formato o la de su colega guipuzcoano, *El Diario Vasco*. Unos y otros consideran buena la calidad de impresión y comprensible el lenguaje de quien ostenta el liderazgo.

En resumen, la primera posición la ocupa entre unos y otros *El Correo*, si bien los nacionalistas predicán con menor intensidad que los no nacionalistas las cualidades positivas y son más exigentes en las negativas: por ejemplo, un 38% le ve buena calidad de impresión y un 45,8% piensa que su lenguaje es comprensible, ambos porcentajes se elevan entre los no nacionalistas y llegan al 50 y al 62,8% respectivamente; sin embargo, cuando hay que tildar de excesiva su publicidad, rasgo que podría catalogarse como negativo, el porcentaje más alto es de los nacionalistas, un 39%, frente al 30% de los que no votan esas opciones.

Las diferencias más marcadas se reservan para los diarios que quedan en los terceros o cuartos lugares. Cuando comportan el reconocimiento de un rasgo positivo, los lectores nacionalistas mencionan en esas posiciones a *Deia* y a *Egin*, en tanto que los no nacionalistas recurren a *El País* y *El Mundo*.

Pero, es en la cuestión de la credibilidad de los medios donde ambos bloques manifiestan de forma más radical su diversidad. Así, aunque en los dos *El Correo* se ponga en cabeza, los no nacionalistas prácticamente duplican las ocasiones en que le mencionan como poseedor de tal cualidad: un 25,8% de los lectores que dijeron votar nacionalista pensaba que dicho periódico tenía credibilidad, pero fue el 50,8% de los lectores de voto no nacionalista los que se la reconocían. Vendrían a coincidir en el porcentaje que le concede crédito a *ABC*, pero una coincidencia relativa, pues mientras entre los nacionalistas es el medio que menos veces se cita, los no nacionalistas aún sitúan por debajo a *Deia*, *Egin* y *Egunkaria*, cuyos índices apenas sobrepasan el 1,5%.

## ALGUNAS CONCLUSIONES

1. No existe una correlación entre el comportamiento de voto y el consumo de prensa en el País Vasco. Los datos son muy explícitos: los diarios de ideología nacionalista sólo reúnen el 25% de la difusión de prensa; y el 16% de los lectores. Además, electores nacionalistas se declaran, en amplias proporciones, lectores habituales de diarios editados en Euskadi o en Madrid. Si los porcentajes son explícitos, aún es más expresivo el reflejo de las cifras absolutas: la difusión de las cabeceras de diarios nacionalistas suma 88.540 ejemplares diarios, frente a los 263.550 de los diarios no nacionalistas. En el análisis sobre la actitud política y elección de periódico se descubre que no existe un lectorado, sino varios: únicamente un sector minoritario elige el periódico porque es afín a sus ideas (coincide con votantes nacionalistas, lectores sobre todo de *Egin* y *Deia* y en menor medida de *ABC* cuya difusión en el País Vasco es casi testimonial). Y es que los lectores asignan con gran claridad grados de politización a las cabeceras: consideran prensa muy politizada, partidista, en primer lugar a *Egin* y *ABC* y en menor medida a *Deia* y *Euskaldunon Egunkaria*, y prensa disociada de compromisos políticos: *El Correo*, *El Diario Vasco*, *El País*, *El Mundo*. Y no sólo eso, sino que las referencias al rigor, la objetividad, la amplitud informativa, la credibilidad y, en suma, la calidad del medio, aparecen asociadas a aquellas cabeceras que califican con la menor carga ideológica o política. Tal distinción obliga a diferenciar, siguiendo el criterio de los propios lectores, entre periódicos de objetivos políticos: *Deia*, *Egin*, *ABC*, *Euskaldunon Egunkaria*, y periódicos cuyos objetivos son sobre todo informativos y mercantiles: *El Correo*, *El Diario Vasco*, *El País* y *El Mundo*.

2. Un dato más que corrobora que el espejo del público en su comportamiento no es igual al de consumidor de medios de comunicación, es el proceder de los lectores respecto al hecho mismo de ir a votar. Presumíamos que debería haber poca abstención entre los que habitualmente leen el periódico: se supone que el acto de la lectura implica una cierta actitud participativa, interesada en el discurrir de la sociedad. Sin embargo, el índice de abstención entre los lectores es prácticamente el mismo que el que, por término medio, se produjo en los comicios un 40%. No obstante, del hecho de la abstención no cabe concluir que quienes la practican tengan un rechazo generalizado al ejercicio de voto; en muchos casos, como lo demuestra la proporción que responde a ‘no quiso’ se trata de una ‘abstención activa’, bien porque no sienten suficiente afinidad a unas siglas o porque desean ‘castigarlas’.

El lector, o el lectorado, parece disociar su faceta de sujeto político de la de consumidor de prensa. Su relación cotidiana con un periódico está al margen de su opción de voto. Su “necesidad” de información está por encima de la satisfacción que sienta al confirmar sus propios criterios o de la sensación de pertenencia al grupo que le pueda reportar un medio partidista. Así lo demuestra el índice de lectores exclusivos de los periódicos menos políticos, mucho más alto del que presentan diarios como *Deia* y *Egin*, a pesar de que éstos supongan una demostración de militancia. Es notable, además, que sean los votantes de HB, después de los de IU, los que más número de periódicos distintos consultan a diario. Coexisten, pues, dos tipos de relación del lectorado con la prensa: a) un sector del lectorado que mantiene un vínculo político con su periódico, la relación no hace sino proyectar la subjetividad del lector, y b) el sector que establece un vínculo con el periódico como producto periodístico, con la intención de trascender a un plano objetivo. Parte del lectorado superpone ambas relaciones. La vinculación política a *Deia* o *Egin* no impide a una parte de sus lectores mantener al mismo tiempo su relación “funcional”, desde el punto de vista periodístico, con diarios como *El Correo*, *El Mundo* o *El País*.

3. Otra conclusión surge asociada a los comportamientos descritos en el lectorado–electorado: la dudosa incidencia de los medios en el alineamiento partidista de la audiencia. Miles de lectores vascos que leen habitualmente, y en exclusiva, la prensa no nacionalista mantienen su fidelidad de voto a opciones abertzales. Una situación seguramente desconcertante para los dirigentes políticos.

Aunque la preocupación de los partidos sea general sobre la posible incidencia de los medios en su imagen, en el caso del País Vasco, se han manifestado inquietudes obsesivas. En concreto, del PNV con relación a *El Correo*, tanto como para promover contra él campañas de boicot, y del MLNV contra todos los medios, en este caso con coacciones y amenazas de ETA incluidas, bajo acusaciones de antinacionalismo o de animadversión a la ‘causa vasca’.

En un periodo de veinte años se ha producido el crecimiento y hegemonía de los medios acusados de antinacionalismo por los nacionalistas, mientras estos últimos, a

pesar de todo, en ese mismo periodo de tiempo, han conservado su cuota de votantes, teniendo en cuenta, además, que a la presencia de la prensa habría que añadir la de los medios audiovisuales. La audiencia de las cadenas autonómicas o locales de inspiración nacionalista aún es más minoritaria respecto a las que emiten desde Madrid.

La escisión que se manifiesta en las urnas no se refleja de manera simétrica en los quioscos. Del hecho de que tanto los lectores nacionalistas como los no nacionalistas sitúen como líder al periódico *El Correo*, cabe la posibilidad de hacer una doble lectura, o mejor una doble interpretación: la más directa, la que lleva a entender este fenómeno como la prueba de que para el lector prima el interés informativo por encima del interés ideológico. Pero puede interpretarse como un fenómeno más complejo. Esto es, el consumidor compra aquel medio que le refuerza sus ideas, como señalan las teorías tradicionales de medios de comunicación y opinión pública, lee aquello que quiere leer y no lee el periódico que le da una visión de los hechos que no comparte; si esto es así, habría que pensar que quizá los lectores vascos, voten o no al nacionalismo, leen efectivamente el medio que les interesa, no sólo porque satisface sus necesidades informativas, sino porque las satisface del modo que a ellos les gusta. Tal conclusión puede matizarse con el bajo perfil ideológico que se predica de los periódicos que están a la cabeza de la difusión en la comunidad vasca, y también con el hecho de que los lectores de voto nacionalista que compran *El Correo* o *El Diario* no otorgan el voto al nacionalismo radical. Si se dejan de lado los matices nacionalistas con que se tiñe un determinado “vasquismo” y un determinado “españolismo”, confluyen respecto a muchas cuestiones, incluso ideológicas, en un centrismo derechista que les identifica más de lo que muchos estarían dispuestos a reconocer y que es lo que explicaría en definitiva muchos comportamientos y muchas actitudes compartidas ante diversos problemas y situaciones de la vida.

Esta segunda interpretación permitiría explicar asimismo que tanto para nacionalistas como para no nacionalistas el diario que se menciona en más ocasiones a la hora de reconocer su credibilidad sea *El Correo*, pues es un contrasentido sostener la credibilidad de un medio si no se comparte su manera de ver las cosas ni su visión o interpretación de esa realidad que lector y medio comparten. Por tanto, habría que plantearse si el color de la sociedad vasca no encuentra un reflejo más fiel en los quioscos que en las urnas.

Hoy en día, el mundo occidental ha desdibujado las ideologías, la tradicional polarización izquierda-derecha se ha amortiguado hasta tal punto que la mayor parte de los partidos demócratas desarrollan políticas que se sitúan en la zona central de línea continua con ligeras oscilaciones hacia la izquierda o hacia la derecha. El voto se vuelve así más pragmático que ideológico, y a menudo los intereses de los tradicionalmente votantes de izquierdas o de derechas confluyen. El bajo perfil político de los periódicos líderes no haría, en última instancia, más que reflejar el bajo perfil político de una nueva sociedad.

4. Una conclusión clara: no interesa la política. En ello coinciden los lectores cuando se les interroga sobre el grado de atención a las páginas de información política y a las secciones de opinión, y los electores cuando se les pregunta sobre su interés por la política, por la militancia en partidos, la participación en mítines, o la colaboración en las tareas de organización de grupos políticos. A la sección de Política sólo le dedican tiempo seis de cada cien lectores, lo que no hace sino repetir una tendencia que ya se aprecia en el público en general, pues sólo una franja de ciudadanos es la que está directamente involucrada o motivada: ocho de cada cien confiesan tener “*mucho interés*” por la política (lo que significa dos puntos más que los que declaran tener carnet de partido), y quince de cada cien “*bastante interés*”; la proporción de motivados es muy superior entre los nacionalistas. Y existen opciones políticas en las que la actividad partidista, incluye, como organización, disponer de un medio de comunicación, es el caso de HB con *Egin* y el PNV con *Deia*, y como consigna de militancia, ser seguidor habitual del periódico propio. Es posible que este hecho, la falta de interés por la política, explique por sí solo que no exista apenas vinculación entre el comportamiento de los ciudadanos en las urnas y en los kioscos.

La impresión de gran politización y polarización de la sociedad vasca no se refleja en el mercado mediático, porque no existe en la realidad social; es sólo producto de la imagen que genera el vocerío de los políticos y la relevancia y espacio que les dedica la prensa y los demás medios de comunicación. Sólo una pequeña proporción de lectores–electores participa y se siente interesada, el resto no les presta atención.

5. En definitiva, el lectorado parece estar ‘vacunado’ frente a los intentos hipotéticos o reales de dirigir su opinión. Los datos de la encuesta y las impresiones de los entrevistados coinciden en poner de manifiesto que el lectorado está convencido de que es objeto de intentos de manipulación: sufre una especie de síndrome contra el que ha generado ‘anticuerpos’. Y no deja de plantear una cierta incongruencia al considerar en los mismos medios credibilidad, rigor informativo, seriedad, objetivos informativos y que tratan de influir en el lector.

Y todavía es más incoherente la suspicacia cuando el lectorado no sabe distinguir si el intento de manipulación les viene de la izquierda, de la derecha, del nacionalismo vasco o del españolismo. El número de lectores capaces de concretar el tinte político de la prensa de bajo nivel ideológico, es muy pequeño. Notablemente inferior en todo caso al que ofrecen las respuestas a la pregunta de si ‘trata de influir en el lector’ y también de los que se remiten al ‘no sabe’. Por consiguiente, podría decirse que más que influencia de los medios existe ‘psicosis’ de influencia. Otra cosa muy distinta, y que ya escapa a las posibilidades de este estudio, es hallar la respuesta a cómo cada ciudadano llega a formar sus propios criterios políticos.



## BIBLIOGRAFIA

- AGUADO, G.(1996): *OJD y control de la difusión de prensa en España*. Barcelona: Ariel Comunicación
- BENITO, A.(1995): *La invención de la actualidad*. Madrid: Fondo de Cultura Económica
- BEZUNARTEA, O.(1988): *Noticias e Ideología profesional*. Bilbao: Ed. Deusto
- BEZUNARTEA, O. y CANGA LAREQUI, J.(1989): *Los Límites de la información política*. Bilbao: U.P.V
- BEZUNARTEA, O.(1988): *Informadores y poder político en el punto cero. El caso Vasco*. Universidad de Navarra
- BEZUNARTEA, O.(1996): “Uso de las declaraciones en la información política” en *Estudios de Periodística V*. Pontevedra
- BLUMER, J.G. y McQUAIL, D. (1968): *Televisión in Politics*. Londres: Faber
- BOGART, L. (1985): *La prensa y su público*. Pamplona: EUNSA
- BOGART, L.(1991): *Preserving the Press*, New York: Columbia University Press
- BOURDIER, P.(1997): *Sobre la Televisión*. Barcelona :Anagrama
- BRYANT, J. y ZILLMANN, D. (comp.) (1996): *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós
- CANTALAPIEDRA, M. J.(1996): *La información local en los periódicos de Vizcaya*. Bilbao: Ed. UPV-EHU
- COCA, C. y MARTÍNEZ, F. (Coordinadores) (1993): *Los medios de Comunicación en el País Vasco*. Bilbao: Ed. Universidad del País Vasco
- COTARELO, R.(1996): *El alarido ronco del ganador*. Barcelona: Grijalbo Mondadori.
- CURRAN; MORLEY y WALKERDINE (1998): *Estudios culturales de dominación*. Barcelona: Paidós
- DAUTRICH, K., HARTLEY T.H.(1999): *How the News media Fail American Voters; causas, consecuencias and remedies*. Columbia University Press.
- DEFLEURE, M.L. y BALL ROKEACH, S. (1986): *Teoría de Comunicación de Masas*. Barcelona: Paidós. Barcelona.
- DÍAZ NOSTY, (1998): *Informe anual de la comunicación*. Madrid: Grupo Z
- DIEZHANDINO NIETO, P.; COCA, C. y BEZUNARTEA, O.(1994): *La elite de los periodistas en España*. Bilbao: U.P.V
- DIEZHANDINO NIETO, P. y COCA, C. (1997): *La nueva información*. Bilbao: UPV
- ELZO, J. ORIZO, A. y otros (1992): *¿Son los vascos diferentes? Euskalerrria en la encuesta europea de valores*. Bilbao: Universidad de Deusto

- GRABER, D.A. (1999): *Mass Media and American Politics*. Washington: C.Q. Press
- GURRUTXAGA, A.(1985): *El código nacionalista durante el franquismo*. Barcelona: Anthropos
- HALL, S. (1998): “Significado, representación ideología: Althusser y los debates postestructuralistas” en Curran, Morley, Walkerdine, *Estudios culturales de dominación*. Barcelona: Paidós
- IBARRA, P. e IDOYAGA, P. (1998): “Racionalidad democrática, transmisión ideológica y medios de comunicación”. En ZER, Revista de Estudios de Comunicación, nº.5, noviembre
- Kapper J. T.(1960): *The Effects of Mass Communications*. New York: Free Press
- KATZ, E. y LAZARSFELD, P.F.(1979): *La influencia personal*. Barcelona: Ed. Hispano Europea
- KLAPPER, J.T. (1974): *Efectos de las Comunicaciones de Masas*. Madrid: Aguilar
- LENART, S.(1994): *Shaping political attitudes*. California: Sage
- MCCOMBS, M. y SHAW, D.(1972): “The Agenda-Setting Function of Mas Media” en *Public Opinion Quaterly*, primavera de 1972
- MUÑOZ, B.(1996): *Cultura y comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*. Ed. Barcanova
- NOELLE NEUMANN, Elisabeth. (1994): *The Spiral of Silence*. Chicago: University Press.
- ORTEGA, F.(1998): *El ascenso de una nueva clase*. Telos
- PEÑALVA, J.L. y DEL HOYO, M. (eds.)(1997): *De la prensa tradicional al desafío cibernético*. Primeras Jornadas de Prensa Vasca. Servicio Bilbao: Ed. UPV-EHU
- SÁNCHEZ NORIEGA, J. L.(1997): *Crítica de la seducción mediática*. Madrid: Tecnos
- SANTOS DíEZ, M. T.(1999): *La Radio Vasca (1978-1998)*. Bilbao: UPV
- SARTORI, G.(1998): *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus
- SCHUDSON, M. (1995): *The Power of News*. Cambridge:Harvard Press University
- SINOVA, J. (1995): *El poder y la prensa*. Pamplona: Ed. Internacionales Universitarias
- WOLF, M. (1994) *Los efectos sociales de los media..* Barcelona: Paidós
- WORCESTER, R.M. (1991): *British Public Opinion, A Guide to the History and Methodology of Political Opinion Polling*. Oxford: Institute of Contemporary British History

(Artículo recibido el 28 de abril de 2000. Aceptado el 11 de mayo de 2000)