

La opinión pública medida y mediatizada. La comunicación social en la España democrática¹

MARÍA LOURDES VINUESA TEJERO

mlourdes@ccinf.ucm.es

Universidad Complutense de Madrid

Recibido: 14 de marzo de 2008

Aceptado: 3 de junio de 2008

RESUMEN

Este trabajo se enmarca en una investigación sobre la historia del concepto de la opinión pública. Concretamente del último período, la democracia española (1976- 2008). Ahora bien, el acercamiento que vamos a hacer al concepto de opinión pública será a través de los medios de comunicación, porque los medios son vistos como instrumentos de creación de opinión, de opinión pública. Por ello, vamos a analizar el papel que la prensa ha jugado en la configuración de la formación de la nueva cultura democrática de los españoles, es decir, el papel político que tienen o pueden llegar a tener.

Palabras clave: Opinión pública, Transición, Democracia, medios de comunicación, agendas (políticos, público, medios)

The measured and mediatized public opinion. The social communication in the democratic Spain

ABSTRACT

This article is about the history of the concept of "public opinion" during the last three decades of democratic period in Spain (1976-2008). Our approach focus on the concepts of public opinion we can find published in the mass media because we emphasise that mass media create and develop different concepts of public opinion. We analyze the role of the press to build a new political culture to support democracy and what can be the mass media tasks in order to empower the political culture and democracy.

Keywords: Public opinion, democracy, mass media, political agenda, public agenda, mass media agenda

SUMARIO: 1. Introducción. 2. Metodología. 3. Medios de comunicación y opinión pública en la España democrática (1976 - 2008). 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas. 6 Referencias hemerográficas.

¹ Este artículo forma parte del trabajo de investigación de la autora en el Proyecto de Investigación I+D HUM2006-00566/HIS: *El concepto de opinión pública en la sociedad contemporánea (1860-2005)*. Investigador principal: Gonzalo Capellán de Miguel.

1. Introducción

En una sociedad como la española en la que el crecimiento de los medios es una realidad, no podamos olvidarnos del papel de «transmisor de la información política» que llevan a cabo. De ahí que se considere que los medios han jugado, juegan o pueden jugar un papel destacado como medio de aprendizaje y socialización política. Raúl GABÁS (2001: 183), en un artículo sobre la opinión pública describe la relación entre los medios de comunicación y la opinión pública como un problema difícil de abordar en el momento actual. Pero lo más interesante es cuando afirma que «el que posee la prensa es dueño de la opinión y, consecuentemente, de los votos, ventas y modas».

Por ello, nos hacemos eco de las palabras de María ARROYO y Marta ROEL (2006: 9-11) respecto del papel de los medios en la historia reciente española: « los medios de comunicación se han revelado como factores imprescindibles en la sociedad contemporánea, sobre todo en los últimos treinta años cuando se ha consolidado el sistema democrático en España. Por eso el estudio de la prensa, la radio y la televisión, así como la aparición de una nueva forma de comunicación como Internet, y la presencia de Grupos Multimedia que dominan el sistema mediático, ha adquirido y adquiere un especial interés ayer y hoy [...], de ahí que sea conveniente conocer los entresijos de los medios y sus implicaciones en la sociedad».

Después de la muerte de Franco, la población española tenía que ser instruida en política y los medios de comunicación, junto con otros agentes sociales, contribuyeron a ello. Sin un conocimiento preciso de las opciones que están en juego, sin una información rigurosa de las ofertas electorales que concurren en las elecciones y sin una transparencia comunicativa de las acciones de gobierno, el resultado desvirtúa la razón de ser del sistema, de ahí la necesidad de socializar a los españoles en la nueva realidad política que se inicia a partir del 20 de noviembre de 1975. Ya lo dijo Thomas Jefferson: «Prefiero tener periódicos sin gobierno a gobiernos sin periódicos» (MUÑOZ ALONSO, 1989: 35).

En España partimos de un auténtico subdesarrollo en lo que se refiere a la comunicación política, aunque a partir de 1962 la llegada de Manuel Fraga al Ministerio de Información y Turismo y la promulgación de la que se conoció como La Ley Fraga en 1966, nos introducirá en un aperturismo al eliminar la censura previa. Esta apertura contribuyó al papel político que los medios han jugado desde el establecimiento de la democracia en nuestro país. Tal es así, que los estudios que se han realizado sobre medios de comunicación destacan el papel de la prensa como precursora del cambio en los últimos años del franquismo. Después, durante la transición, fue considerada el motor del cambio y, finalmente, se ha convertido en defensora/ censora (según las ideologías) de los sucesivos gobiernos de la democracia (ALFÉREZ, 1986: 255). En la misma línea se manifiestan quienes han destacado el papel tan importante que tuvo la prensa, justo, hasta la llegada de los socialistas en 1982, cuando se empleaba hasta la saciedad expresiones como *Parlamento de Papel* (CAVERO, 1991: 24).

La consideración de que los medios de comunicación ejercen funciones mediadoras entre la realidad y el ciudadano se muestra cada vez más cierta, porque la prensa, y, sobre todo, la televisión, crean una nueva realidad que se interpone entre el poder político y el ciudadano. Sin embargo, debemos tener en cuenta que no todos los medios tienen la misma capacidad o poder. Si bien es cierto que se acepta la creencia de que las noticias, las informaciones y el debate político capacitan a los ciudadanos respecto de las formaciones de opiniones, también ayudan a las organizaciones e instituciones sociales y políticas a definir la “verdad política”. Configuran, pues, nuestra propia agenda y, también, la agenda institucional.

2. Metodología

Para poder establecer el papel que la prensa ha jugado y juega respecto a la formación de la opinión pública, o lo que es lo mismo, para establecer el papel político de la prensa en la democracia española (1976-actualidad) vamos a dividir dicho período en cinco etapas, aunque el estudio terminará con el inicio de una sexta (legislatura marzo de 2008). En cada una nos vamos a centrar en cuatro ejes: evolución de los medios; temas dominantes que han marcado las agendas de esos momentos; encuestas de opinión sobre la percepción de los ciudadanos respecto de determinadas cuestiones o sobre la intención de voto; y, como no podía ser de otra manera, resultados electorales. Éstos aspectos son los que a su vez permiten entender las relaciones que se establecen entre los tres actores principales de este estudio: medios, políticos y ciudadanos.

La democracia española pasa, pues, por diferentes momentos a los efectos de nuestra investigación:

- El primero abarcaría desde la muerte de Franco hasta el inicio de los años ochenta, esto es la llamada “transición política española”². La llegada de una nueva situación política pilló a los españoles sin los conocimientos necesarios para afrontar la nueva realidad, por tanto, necesitaban conocer el nuevo sistema político que se iba a implantar, necesitan saber cómo actuar, necesitaban instrucciones sobre cuáles debían ser sus pautas de comportamiento político. Necesitaban ser socializados para la nueva realidad política que se iba a instaurar en España. Y, la prensa fue quién jugó un gran papel³ en la transmisión de los nuevos valores, contribuyendo al consenso político y a la reconciliación social durante la transición;

- El segundo llegaría con la crisis de UCD y el triunfo, espectacular, del PSOE en 1982. Muchos son los autores que consideran que la prensa, lejos de perder la influencia que tuvo en la transición, fue la responsable del ascenso del primer gobierno

² Algunos autores prefieren hablar de dos transiciones. Una se iniciaría con la muerte de Franco y llegaría hasta 1977 con las elecciones generales y el triunfo de UCD. Y, la segunda abarcaría de 1977, gobierno de Suárez hasta 1982, triunfo del Partido Socialista. Nosotros vamos a unir las dos, aunque utilizaremos esta denominación en algún momento de la exposición.

³ Aunque no tuvo la exclusiva, sin que otros agentes sociales también contribuyeron a la socialización política de los españoles (Universidad, Iglesia, Movimiento Obrero, etc..)

de la democracia española en 1982, aunque como luego comentaremos, también, será responsable del fin de la hegemonía socialista con la llegada de los años noventa;

- El tercer momento se inicia con la crisis del PSOE, a finales de los ochenta y principios de los noventa, y se materializa con la entrada en escena de un nuevo medio de comunicación como fue *El Mundo del Siglo XXI* y una agenda mediática muy agresiva con el Partido en el poder. (VINUESA TEJERO, 1997)

- El cuarto, comprendería el período que va de 1996 con el triunfo del Partido Popular hasta el año 2004 en que vuelve a ganar el PSOE. Dos legislaturas bajo el PP, por tanto, haremos algunas diferenciaciones entre ambas, ya que de 1996 al 2000 fue un gobierno en minoría con lo que eso implica respecto a la relación entre medios, políticos y ciudadanos, mientras que en el año 2000 obtuvieron la mayoría absoluta.

- El quinto (2004-2008), como no podría ser de otra manera, tiene relación con lo ocurrido el 11 de marzo y la derrota del PP en las urnas tres días después (14 de marzo). Y se correspondería con la llegada al poder de Zapatero, PSOE, y la existencia de dos bandos en el panorama mediático, claramente diferenciados al inicio de la legislatura. Aunque la aparición del diario *Público*, casi al final, ha introducido matices.

- El último se acaba de iniciar (Elecciones Generales de marzo de 2008) con lo que no contamos con datos para poder llevar a cabo un análisis en los términos que requiere este estudio.

Este estudio se centrará especialmente en la prensa, aunque también se aludirá a otros medios de comunicación

3. Medios de comunicación y opinión pública en la España democrática (1976-2008)

3.1. 1975-1982

Durante los dos años que pasan entre el asesinato de Carrero Blanco y la muerte de Franco, semanarios españoles como *Cambio 16*, *Triunfo*, *Cuadernos para el Diálogo*, *Índice* o *Sábado Gráfico* levantan banderas de libertad sin volver a mirar atrás. Y eso, a pesar de que los miembros de sus redacciones fueron perseguidos, encerrados, multados o juzgados. Respecto de la prensa diaria la situación era diferente puesto que estaba, mayoritariamente, en manos del franquismo (prensa del movimiento), sin olvidarnos de *ABC* que era monárquico y muy conservador.

En cuanto a la televisión, hay que decir que era el medio oficial del régimen franquista y, aunque, para los españoles era la preferida, lo cierto es que en estos años empiezan a no conformarse con esa única visión y acuden a los semanarios de información general para obtener información sobre las democracias europeas, las libertades, los líderes de la oposición que estaban en el exilio a los cuales se realizaban entrevistas a pesar de estar prohibidas, en definitiva, acceder a la información de apertura política. (PREGO, 1999: 228-229).

Coincidiendo con la muerte de Franco, 1975, la prensa mantiene la actitud de defensa de las libertades y de lucha hacia la democracia, pero siempre desde la serenidad. En enero de 1977 y ante los asesinatos de los abogados laboristas o el secuestro del Presidente del Tribunal Superior de Justicia militar, toda la prensa excepto *El Alcázar* –órgano de la ultraderecha- publica un editorial conjunto pidiendo serenidad, aguante, silencio y decisión a todos los españoles. El 9 de abril se legaliza el Partido Comunista y, aunque el ejército –inmovilista y ultraderechistas- no llega a sublevarse si genera una situación de crisis que lleva, de nuevo, a la prensa a publicar un editorial conjunto que se titula «No frustrar esperanzas», donde se recuerda todo lo que se ha padecido y se refieren a la postura manifestada por los españoles al votar si a la Ley de Reforma Política. Unos hechos que hacen que estemos a punto de alcanzar la democracia, entonces terminaba diciendo “¿Quién podría asumir la responsabilidad de frustrar esta esperanza?”.

Unos meses antes, en 1976, fueron los españoles quienes pusieron de manifiesto sus ganas de alcanzar la democracia. LLevaban callados cuarenta años, y cuando se les presentó la oportunidad de hablar, de participar –el 16 de diciembre de 1976- al ser convocado un referéndum para aprobar La Ley para la Reforma Política, lo hicieron el 78%, votando SI a la reforma el 94 por ciento. Y, si bien, el interés por la política en los primeros años de la transición es, en general, bastante escaso, éste aumenta, considerablemente, al ocuparnos de cuestiones puntuales, como la convocatoria a las urnas. Llamam notablemente la atención los resultados de encuestas que reflejaban bastante interés por la Ley de Reforma Política, máxime si tenemos en cuenta la ignorancia que sobre esos temas reflejaba la sociedad española del momento. Lo mismo sucede en el caso de la Constitución.

Pero ese interés se corrobora, no sólo a través de resultados de estudios de opinión sino en las verdaderas encuestas que representan las primeras convocatorias electorales tras la muerte de Franco: las elecciones de 1977 y la Constitución en 1978. En estas citas electorales, más la del Referéndum de 1976 (ya comentado) se visualizan unas altas tasas de participación. Según H. BISCHOFF (1987) se puede decir que el debate político se produjo en lo que se denominó el Parlamento de Papel, mucho más difíciles de controlar que los medios audiovisuales. La prensa tuvo, pues, un papel destacado en la movilización y concienciación de la población, al presentar a los españoles las opciones democráticas europeas, especialmente las de Francia, Inglaterra y Alemania. La mayoría de las publicaciones, después de haber pedido el cese de Arias Navarro, apoyaron una opción reformista sin ruptura, separando las posiciones extremas y legitimando al nuevo monarca. Con lo que la prensa pasó de ser un elemento dinamizador de la lucha por la democracia a convertirse en un factor estabilizador en el momento en el que accede Suárez al poder. Y, todo ello, explicaría la despolitización de la opinión pública según Bischoff.

Además, según recoge este autor alemán, la prensa del franquismo tardío jugó un papel importante en la selección de las élites políticas. Once ministros de los sucesivos

gobiernos de la Transición formaron parte del grupo Tácito (Propagandistas, San Pablo-CEU), que escribe en las diferentes publicaciones de la Editorial Católica entre 1973 y 1976. Añade el autor alemán que en publicaciones como *Cuadernos para el Diálogo*, *Ya*, *Madrid*, *Informaciones* o *Cambio 16* confluyen desde los años setenta destacados miembros de la oposición más o menos radical a la dictadura con representantes de los sectores reformistas del franquismo, y que el entendimiento con ellos preconiza y ayuda a la posterior “reconciliación nacional”. Esta actitud se manifiesta, claramente, en las primeras elecciones generales⁴ dónde ningún partido obtuvo la mayoría absoluta resultado de la moderación del electorado y su apoyo al cambio democrático al recoger la existencia de un equilibrio electoral evidente entre la izquierda y la derecha. El 60 por ciento de los votos fueron para UCD y el PSOE (34, 52% y 29, 20%, respectivamente) y el 20, 89 por ciento se abstuvo.

El triunfo de UCD supuso la confirmación de Suárez como Presidente, aunque su liderazgo no estuvo ausente de críticas. Un artículo de Ricardo de la Cierva calificaba el apoyo a Suárez de “qué error, qué inmenso error” y en una viñeta se comparaba a Suárez con Adolfo Hitler (en la nube de la viñeta aparecía Adolfo (no Suárez) en clara alusión a Hitler. Pero, a pesar de este rechazo⁵, los medios apostaron por el talante de Suárez, incluso y esto puede llamar la atención, Carrillo desde el exilio manifestó su apoyo al Presidente. Respecto de la Constitución, el texto definitivo fue publicado el 6 de noviembre, sometiéndose a referéndum popular el 6 de diciembre de 1978 siendo aprobada por una importante mayoría: votos a favor 88,54 por ciento y 32,9 por ciento de abstención.

En el ámbito mediático destacamos el nacimiento de *El País*, el 4 de mayo de 1976. Apareció ante «la necesidad de lanzamiento de un periódico “independiente” de calidad, con amplia documentación, con vocación de convertirse en periódico estatal, que permita difundir con credibilidad los principales acontecimientos de la vida administrativa y política» (MORAGAS, 1982: 164). Y, acabó convirtiéndose en la revelación periodística al comienzo de la Transición. El periódico planteaba como objetivo la construcción de una democracia plena con una profunda renovación de la sociedad española. Un periódico de izquierdas, afín al partido socialista, laicista y en constante crítica al Magisterio de la Iglesia.

Diario 16, 18 de octubre de 1976, surgió con una firme voluntad de defender con vigor el sistema democrático y realizar un periodismo trepidante y de calidad. Muchos autores consideran a *Diario 16* como el periódico de la transición por excelencia. Su papel en el cambio democrático y su originalidad, creatividad e influencia hacen de él un elemento imprescindible para estudiar la historia del periodismo durante la Transición y primera etapa de gobierno socialista. Respecto de su línea editorial, mostraba una postura de centro, liberal, laica, pero no laicista, por lo que fue respetuoso

⁴ 15 de junio de 1977.

⁵ Sobre todo de los medios del Movimiento, aunque la crítica de Ricardo de la Cierva se corresponde con un artículo que apareció en *El País* cuando el Rey designó a Suárez en el verano de 1976.

con la Iglesia. En los años de la corrupción fue muy crítico con el gobierno socialista.

Otros medios, como *ABC*, *Ya* y *La Vanguardia*, procedían del régimen anterior y, aunque consiguieron adaptarse a los nuevos tiempos, pasaron por diferentes crisis que hicieron que al final sólo sobreviviera *ABC* y *La Vanguardia*⁶. Con la Transición comienza, además, a fraguarse en nuestro país la concentración mediática.

Respecto de los medios audiovisuales, cuyo discurso estaba muy condicionado, debemos recordar el papel tan importante que jugaron, sobre todo en determinados momentos. Destacaríamos el trabajo que se hizo en RTVE de la mano de Rafael Ansón y Arias Salgado al servicio del proyecto político de Suárez. Este medio cumplió su misión de diseño de una buena imagen del nuevo régimen, prueba de ello fueron el resultado del referéndum sobre la Ley de la Reforma Política y el triunfo de Suárez en las elecciones de 1977. Otro de los momentos estelares de RTVE tuvo lugar en 1981 cuando se produjo el intento de golpe de estado⁷. Y es que, la televisión gravó todo lo que estaba ocurriendo en el Congreso de los Diputados, además de retransmitir, más tarde, el discurso del Rey llamando a la calma. Y las imágenes de lo que estaba ocurriendo en el hemiciclo aparecieron a pesar de que los militares entraran en la unidad móvil, metralleta en mano y ordenaran la desconexión, porque el realizador dejó la pantalla en negro sin desconectar la grabación. José María García, cronista de deporte, se echa a la calle y tiene a todos los españoles pendientes de la radio. La radio fue adquiriendo mayor credibilidad y, como consecuencia, aumentando su audiencia⁸. Y, una vez más observamos esa actitud de serenidad, los españoles no se echan a la calle a protestar, se limitan a escuchar la radio o a ver la televisión. Desde la prensa, el diario *El País* lanzó dos ediciones, una de las cuales publicaba un valiente editorial en portada que hacía una gran defensa de la Constitución Española, estando aún los golpistas dentro del Hemiciclo (REIG, 1998: 156).

3.2. 1982-1989

El triunfo del Partido Socialista simbolizó el final de la Transición y la llegada de la democracia a España⁹. Estos acontecimientos hacen que en el Partido Socialista se empiece a tomar conciencia de la posibilidad de ganar las próximas elecciones, una percepción a la que van a contribuir los medios de comunicación, especialmente la prensa porque la televisión sigue siendo afín al gobierno de UCD. Se ha repetido hasta

⁶ *ABC* siguió sin alterar un ápice su línea editorial, que continuaba fiel a la Monarquía, al Magisterio de la Iglesia, a la unidad nacional y a su tradición conservadora. En cuanto a *Ya*, cabecera principal de EDICA, había apostado en los últimos años por un moderado aperturismo hacia la democracia, simbolizado por el grupo Tácito, y traducido en una innegable vinculación con el sector democristiano de UCD. Fue el único que no consiguió un hueco en la España del Cambio. *La Vanguardia*, perteneciente a la familia Godó, padeció una crisis de menor envergadura que la de los otros dos.

⁷ 23 de febrero de 1981.

⁸ Según datos del Estudio General de Medios (EGM), la radio alcanza los 16 millones de oyentes al final de la transición, entre 1975 y 1982 duplica, por tanto, su audiencia.

⁹ La crisis de UCD es evidente: moción de censura (mayo 1980); moción de confianza (septiembre 1980) a los gobiernos de UCD; y, finalmente, la dimisión de Suárez (29 de enero de 1981) y el nombramiento de Leopoldo Calvo Sotelo como nuevo Presidente de Gobierno.

la saciedad que *El País* con sus editoriales y comentarios tuvo mucho que ver con el triunfo del PSOE¹⁰.

El partido que va a protagonizar los primeros años de la democracia española, el PSOE, no surge al amparo de la nueva situación política sino que tenía a sus espaldas una larga historia política y una fama de defensor de las libertades democráticas.¹¹ Para conseguir sus objetivos, desde las filas socialistas se tuvo claro que había que contar con los medios de comunicación, porque en esos años los medios estaban acercando las ideas de la democracia, del pluralismo y del respecto a las libertades a los españoles. Además, en el PSOE eran bien consciente del papel de los medios como creadores de una opinión pública capaz de participar en los foros donde se toman las decisiones políticas, económicas y sociales (FERNÁNDEZ y SANTANA, 2000: 170-171). Desde 1979, este partido se interesó por las áreas políticas relacionadas con la información y recalcaron en reiteradas ocasiones la importancia de que los ciudadanos estuvieran correctamente informados.¹²

Ese desencuentro entre algunos medios (no la televisión, ahora, órgano de expresión del Gobierno Socialista) y el PSOE se debió a que los socialistas no encajaban bien las informaciones adversas, haciéndose expertos en el arte de obstaculizar el acceso a la información. Muñoz Alonso escribió unos meses después de la llegada de Felipe González al poder: «...El Gobierno ha optado por la opacidad. [...] No han faltado las palabras pero sí las auténticas informaciones.» (*Cambio 16*, 1983, nº 601). Esta actitud hizo que los periodistas se quejaran de la gran proliferación de gabinetes de prensa como instrumento que contribuía a incrementar las dificultades para acceder a las fuentes directas. En 1984, desde el Gobierno se propuso la creación de un Centro Internacional de Prensa –ningún problema–, pero la pretensión de que dependiera de la Oficina del Portavoz del Gobierno no gustó, incluso desde las páginas de *El País* (medio próximo al PSOE) se publicó un editorial donde se decía que “ni Fraga hubiese aspirado a tanto como Ministro de Información y Turismo, pero que lo hicieran los portavoces del cambio no sólo daba risa, sino también pena e indignación”. (*El País*, 1984). Unos meses después, cuando el PSOE empezaba a ser denunciado por algunos medios sobre casos de corrupción, González anunció la creación de una comisión que investigara la financiación de los partidos y el soporte económico de los medios. Esto fue muy criticado desde los medios que vieron una represalia por sus denuncias sobre

¹⁰ De hecho, los socialistas gozaron de unas muy buenas relaciones con los medios durante la Transición y fueron presentados a los ciudadanos como los políticos que introducirían a España en la modernidad y el progreso con lo que esto significaría de mejora de calidad de vida y de desarrollo de las libertades. Muchos profesionales de los medios defendieron contra viento y marea las libertades y la democracia conectando con el mensaje moderado y modernizador de Felipe González

¹¹ Defensa que se hizo más evidente en el Congreso de Suresmes donde los principios marxistas dejaron paso a los de la socialdemocracia al presentarse como un partido más moderado y más integrador de la mano Felipe González y Alfonso Guerra.

¹² Sin embargo y, como veremos en el relato de este período, parece que el PSOE olvidó todas estas propuestas una vez que llegaron al poder, porque este partido y los medios acabaron como “el rosario de la aurora”. A pesar de que poco tiempo después de llegar a la Moncloa, Felipe González dijo a los periodistas que no se dejaran presionar por nadie del PSOE ni del Gobierno.

prácticas irregulares de financiación. Para *El País*, lo que se pretendía desde el Gobierno era paralizar las investigaciones sobre comisiones ilegales y lo calificó de “salida de pata de banco que muestra su confusión entre la esfera de los asuntos públicos y el ámbito de los asuntos privados” (*El País*, 1984).

Otro asunto que empezó a traer cola en estos meses fue el referéndum de la OTAN. En abril de 1985, Felipe González fijó el mes de marzo de 1986 como la fecha probable para la celebración de dicho referéndum. Un intenso clima de precampaña se adueñó del invierno 1985-86 al convertirse un tema de política exterior en tema de agenda de medios, ciudadanos y políticos. Y, esto es especialmente llamativo en el caso de los ciudadanos que según estudios no sólo no suelen estar interesados por política, sino que mucho menos interés tienen por la política exterior, al ser vista como algo muy lejano. Pero la realidad fue que el tema desató el interés de todos: los medios se hacían eco de rumores sobre estrategias para impedir el referéndum; publicaban encuestas sobre la opinión de los españoles respecto a la salida o permanencia en la OTAN. *El País* publicó un sondeo de Sofemasa, el 2 de noviembre de 1985, que recogía el dato de que el 63% de la población española quería un referéndum sobre la OTAN, pero un 46% se mostraba partidario de la salida de la organización, frente al 19% que optaba por permanecer. Este apoyo o rechazo a la OTAN se materializó en los medios: *ABC*, acogió artículos que en su mayoría defendían la abstención; *La Vanguardia*, se inclinó por los favorables a la permanencia en la Organización, o *El País* que prestó su espacio tanto al sí como al no a la OTAN.

El riesgo de derrota era alto, y el Gobierno se movilizó de cara a la campaña electoral. Dicha tarea se realizó tanto a nivel institucional como personal. En primer lugar el PSOE elaboró un documento titulado “Propuesta de una política de paz y seguridad” Y, en el personal, destacó el papel de González que aumentó su número de apariciones en los medios de comunicación. Como muestra de su estrategia valgan las declaraciones que realizó a *El País* el 17 de noviembre de 1985 y que citamos por su importancia en contraste con la postura que había defendido hacía apenas cuatro años: «Creo que los intereses de España se defienden mejor permaneciendo en la Alianza. Nuestra anterior valoración sobre la Alianza y sobre su funcionamiento no era correcta [...] En la Alianza, de verdad, están los países que tienen mayor ejercicio de la soberanía popular del mundo, mayor nivel de desarrollo económico, de democracia, de libertades y de respeto a los derechos humanos y mayor nivel de paz». Desde el PSOE el asunto OTAN se acercó al marco cotidiano de los españoles¹³ destacando las repercusiones en política interior de una salida de la organización.

Como resultado de los esfuerzos del Gobierno se produjo un giro en la opinión de buena parte de los españoles, giro recogido en una encuesta realizada por el Centro de Investigaciones (CIS) en febrero y que mostraba una notable división de la opinión

¹³. Porque según los estudios realizados desde finales de los años setenta hasta la celebración del referéndum, se constaba que el ingreso en la OTAN en un primer momento (último gobierno de UCD) y la permanencia después (1986), no se pueden encuadrar dentro de ese grupo de experiencias cercanas y cotidianas, trascendentes para la vida de los españoles. (VAL CID, 1996: 330)

pública (32 % a favor de la permanencia, 32 % en contra y 36 % que no contestaban). Al final el referéndum se celebró el 12 de marzo de 1986 ganando el “sí” a la permanencia por un 53,09 por ciento. Pero los problemas que acompañaron esta cita electoral quedaron evidentes en el altísimo porcentaje de abstención (40, 58 por ciento): el cambio de actitud del PSOE –ya comentado–; el rechazo frontal de algunos partidos como IU, la poca claridad de otros que estando a favor pidieron la abstención a sus votantes (AP), el papel de las encuestas que hasta muy al final del período de debate predecían más rechazo que aprobación (hemos expuesto algún ejemplo); y el poco interés de los ciudadanos por temas tan lejanos a su cotidianidad, pueden hacernos entender el resultado de esta consulta (MONZÓN, 2005: 58). Lo cierto, es que hubo un vuelco en la opinión porque la opinión publicada en los medios de comunicación actuó como un factor de transformación de la opinión pública, más que como reflejo de la misma. Y, todo ello, porque la permanencia en la OTAN se vendió como necesaria para la gobernabilidad del país. Una gobernabilidad que “sólo” sería posible si se refrendaba el liderazgo de Felipe González.

Unos meses más tarde, junio del 86, los españoles estaban convocados, de nuevo, a las urnas para elegir diputados y senadores. Después del referéndum, estas elecciones fueron la confirmación de que González, que no el PSOE, había sabido reconducir a la opinión pública. En las encuestas sobre intención de voto¹⁴ que se fueron publicando, en diferentes medios unos meses antes de la celebración de los comicios, se puede apreciar este hecho: la intención de voto para el PSOE empieza alta y va disminuyendo hasta remontar –pero sin llegar a los porcentajes que finalmente obtendría- y situarse entorno al 30 por ciento en los días previos a la cita electoral (el PSOE volvió a conseguir la mayoría absoluta con el 44,06% -184 escaños-).

El medio que menos porcentaje le concede es *El País*. Y, significativo es apreciar como las encuestas no recogen la subida que experimentó Alianza Popular, entonces Coalición Popular (25,97%, 105 escaños). Esta subida es, sin duda, resultado del malestar que se empieza a percibir respecto del Gobierno de González, resultante de la publicación de acusaciones por parte de algunos medios. Desde el año 1985 se

¹⁴. Resultado de encuestas, elecciones 1986 (intención de voto):

EMPRESA	FECHA DE CAMPO	PUBLICACIÓN	N	PSC / PSOE %	CP %
EMOPÚBLICA	23-24/4	<i>Cambio 16</i> - 5/5	1200	42,0	13,0
OTR/IS	12-17/5	<i>Tiempo</i> - 9/6	1200	32,3	10,2
DEMOSCOPIA	24-27/5	<i>El País</i> - 1/6	5200	28,0	12,0
LINE-S	29/5-7/6	<i>La Vanguardia</i> - 16/6	8871	23,2	12,0
IOPE.E	3-7/6	<i>El Periódico</i> - 15/6	7209	35,0	18,6
OTR/IS	1-8/6	<i>Tiempo</i> - 16/6	2497	30,9	9,1
GALLUP	2-9/6	<i>Ya</i> - 15/6	6046	29,2	16,6
DEMOSCOPIA	5-8/6	<i>El País</i> - 15/6	5200	24,0	8,0
EMOPÚBLICA	5-11/6	<i>Diario 16</i> - 15&6	6081	31,1	15,1

Fuente: MONZÓN ARRIBAS, C (2005): *Encuestas y elecciones*. Madrid, Tecnos, p. 136

venían publicando actuaciones del Gobierno que parecían ilegales¹⁵.

Desde el Partido Socialista empezaron toda una serie de descalificaciones hacia la prensa, llegando a calificarlos de “gusanos goebbelianos” (en clara alusión al Ministro de Propaganda de Hitler) en la trigésimoprimera edición de sus congresos (enero de 1988), consumándose la ruptura con los medios. El tratamiento que la prensa dio a la utilización de un avión oficial por parte de Alfonso Guerra, para evitar una larga cola y poder llegar, desde Portugal, a una corrida en la Maestranza, fue uno de los casos que, por primera vez, tuvo repercusiones directas sobre las previsiones electorales al producir un fuerte descenso en la intención de voto. Este hecho se reflejó claramente en las encuestas sobre intención de voto que se publican en los días previos a los comicios donde se observa, claramente, esa tendencia descendente en el apoyo al PSOE (21% *El País*; 25,2 % *Diario 16*; 22,2 % *El Independiente*). Para contrarrestar esa campaña de acoso se utilizó a la televisión, medio muy identificado con el poder político y máxima fuente de información para los españoles, al realizar Victoria Prego, en 1987, una serie de entrevistas al Presidente del Gobierno, eso si bajo toda una serie de condiciones (no preguntar sobre determinadas cuestiones o no ser entrevistado por un equipo de profesionales).

Más tarde, por las repercusiones del caso Miystere (ya mencionado) se realizaron conferencias de prensa (Txiqui Benegas); un mitin en Sevilla, feudo socialista y, finalmente, una comparecencia pública de González ante los medios, donde puntualizó que no todos los profesionales eran iguales. El resultado es, de nuevo, un lavado de imagen (al menos así fue percibido por la oposición) que conduce a un nuevo triunfo de los socialistas en las elecciones del 29 de octubre de 1989 (39,6 por ciento -175 escaños-, mayoría absoluta.) Y, todo ello a pesar de las denuncias y de la situación de crisis –huelga general del 14 de diciembre de 1988- que atraviesa el país y el ambiente de crispación con los medios¹⁶. Claro que, según los resultados, algo estaba cambiando porque el PSOE pierde 9 escaños (sus apoyos se reducen en 5 puntos), mientras que el Partido Popular sube 2 (de 105 pasan a 107).

3.3. 1989-1996

La aparición del periódico *El Mundo del Siglo XXI*, en 1989¹⁷, bajo la dirección de P.J. Ramírez, destituido de *Diario 16* por el seguimiento de los GAL, ha sido considerada, por muchos analistas, como el detonante de la pérdida de poder de los socialistas en 1996. Este periódico que buscó el espacio de centro izquierda, entre el gubernamental *El País* y el conservador *ABC*, se hizo eco de numerosos escándalos (caso Juan Guerra¹⁸, Filesa, Ibercorp, caso Palomino,...) y recuperó el caso GAL, a finales de 1994, emprendiendo una campaña contra el Gobierno de Felipe González.

¹⁵ La investigación sobre los GAL que llevaba a cabo *Diario 16*; acusaciones de posibles implicaciones en prácticas de financiación ilegal; o el caso Brouard, son algunos ejemplos.

¹⁶ A tal punto se llegó, que el rey, en su mensaje de Navidad, hizo referencia a los enfrentamientos entre el Gobierno y la prensa.

¹⁷ En 1987 apareció *El Independiente*.

¹⁸ El primer medio que habló de las actividades del hermanísimo fue el semanario *Época*.

El resultado de estas actuaciones fue el deterioro de la imagen del ejecutivo y del partido Socialista. Al mismo tiempo que se permitía a los ciudadanos tener informaciones sobre algunas actuaciones del poder. Y, todo ello con la pretensión de crear un clima de opinión que condujera a un cambio en la intención de voto. Estas informaciones hicieron que las relaciones Gobierno-medios fueran a peor. De hecho, los medios formaron un grupo encabezado por *El Mundo*, *ABC*, la *Cadena COPE*, *Diario 16*, *Tribuna*, *Panorama*, *Cambio 16*, *El Independiente* hasta su desaparición (1991), en el que, incluso, en algunos momentos podríamos incluir a *El País*, uno de los primeros en sufrir las iras del PSOE por el caso Brouard. Las malas relaciones con algunas cabeceras eran tan evidentes que desde el Gobierno se llegó a calificar a los profesionales que le criticaban de “sindicato del crimen”¹⁹. *El Mundo* siguió investigando y publicando todo aquello que tenía que pudiera sacar los colores al ejecutivo. *La COPE*²⁰, fue otro de los medios, que no dejó de criticar los aspectos negativos de la labor del Gobierno. *El País*, por su parte, se preocupó, especialmente, por la política informativa del ejecutivo, siendo, en algunas ocasiones, muy crítico desde sus editoriales con las actuaciones del Gobierno (la manipulación televisiva, los distintos directores de RTVE, la no voluntad de reforma del Estatuto de la Radio y la Televisión, la opacidad informativa, los distintos proyectos de ley de la televisión privada, etc).

Estas agendas de los medios condujeron a la creación de un clima de opinión²¹ que empezaba a ver con buenos ojos el cambio de gobierno. Las encuestas²² que se publican a finales de los ochenta y principios de los noventa reflejan, claramente, esa tendencia que, según algunos analistas, a punto estuvo de costarles las elecciones a los socialistas en 1993, elecciones que se adelantaron al agudizarse el proceso de quiebra entre renovadores y guerristas como consecuencia del caso Filesa (1991). Según SINOVA (1995), si el PP hubiera mantenido una actitud más agresiva durante la campaña, en especial con lo referente a la corrupción socialista, hubiera podido ganar. Pero, al margen de eso, lo realmente importante es que todos los datos empezaban a presentar a la formación de Aznar como una auténtica alternativa de gobierno

¹⁹ Pedro J. Ramirez (*El Mundo*), Pablo Sebastián (*El Independiente*), Jiménez Losantos (*La COPE*)

²⁰ Cuando Antena 3 fue absorbida por PRISA, la mayoría de los profesionales de esta cadena de televisión se marcharon a la COPE.

²¹ Para más información pueden consultar VINUESA TEJERO, M.L (1997): *Opinión pública y cultura política en la España democrática. Un estudio empírico de las elecciones generales de 1993.*, Madrid, Servicio de publicaciones de la UCM. Se trata de un análisis de medios prensa y medios televisión durante la campaña de 1993. En los resultados se aprecia claramente el papel de los medios de comunicación como creadores de opinión pública.

²² Encuestas Publicadas. Intención de voto 1993

EMPRESA	FECHA CAMPO 1993	PUBLICACIÓN 1993	N	PSC PSOE %	PP %
DEMOSCOPIA	8-10/5	<i>El País</i> (16/5)	2500	23,1	14,3
ABACO	14-16/5	<i>El Correo</i> (23/5)	14900	19,9	21,5
IS	15-19/5	<i>El País</i> (28/5)	2500	24,1	24,1
DEMOSCOPIA	20-26/5	<i>El País</i> (30/5)	11000	23,2	15,4
GALLUP	22-27/5	<i>Ya</i> (30/5)	6050	22,5	23,2

Fuente: MONZÓN ARRIBAS, 2005: 142

Los resultados electorales pusieron de manifiesto que los votantes captaron el mensaje de necesidad de cambio, pero no hasta sus últimas consecuencias. Las encuestas reflejaban desde el triunfo del PSOE (sin mayoría absoluta) al triunfo del PP (sin mayoría absoluta) pasando, incluso, por un posible empate técnico, pero la realidad fue que el Partido Socialista volvió a ganar (38, 78%, 159 escaños), aunque al perder la mayoría tuvo que contar con otras fuerzas políticas para poder gobernar: CIU, PNV y Coalición Canaria. Entraron en escena los pactos de gobernabilidad a los que hoy estamos tan acostumbrados. Y, el PP, fortalecido por los resultados (34, 76%, 141 escaños) empieza a centrar su labor de oposición en denunciar la situación en que se encuentran los medios de comunicación públicos²³.

Y serán las encuestas²⁴ las encargadas de mostrarnos la presión que se está ejerciendo desde diferentes ámbitos (agendas). Como ya hemos señalado, desde principios de los años noventa se demanda un cambio de gobierno –especialmente desde la clausura de los Juegos Olímpicos y la Expo de Sevilla– y como no se consigue en las elecciones de 1993, la presión aumenta para que el electorado se percate de la necesidad de cambio²⁵ (MONZÓN, 2005: 189).

Las elecciones de 1996 recogen la necesidad de alternancia política: el PP gana las elecciones con el 38,79 por ciento de los votos frente al 37,63 por ciento que obtiene el PSOE y, aunque la diferencia es muy reducida²⁶ se ha conseguido el cambio. La implicación de los ciudadanos se refleja, claramente, en los porcentajes de participación. A lo largo de los tres períodos que llevamos explicados hemos podido comprobar como en aquellos momentos importantes para la sociedad española, al menos ese fue uno de los temas de agenda de los medios, el porcentaje de abstención disminuye: 1977 (20, 89 por ciento); 1979 (31, 70 por ciento); 1986 por ciento); y 1996 (22, 62 por ciento)²⁷. Si nuestra abstención se ha venido situando 2 (19, 82 por ciento); 1986 (29, 69 por ciento); 1989 (30, 08 por ciento); 1993 (22, 8 entorno al 30 por ciento, en las elecciones claves (llegada de la democracia, crisis del gobierno de UCD y desgaste del Gobierno Socialista), el porcentaje desciende situándose en entorno al veinte por ciento.

²³ Este es un tema que formaba parte del programa electoral con el que se presentaron a las elecciones de 1993.

²⁴ Encuestas publicadas. Intención de voto 1996

EMPRESA	FECHA DE CAMPO	PUBLICACIÓN	N	PSC / PSOE %	PP %
DEMOSCOPIA	8-11/1/6	<i>EL PAÍS</i> 14/1	2500	20,4	27,4
DEMOSCOPIA	4-7/2/6	<i>EL PAÍS</i> 11/2	3500	20,4	29,0

Fuente: MONZÓN ARRIBAS, 2005:145

²⁵ Luis María Ansón en una entrevista a la revista *Tiempo*, en 1988, implica a *El Mundo* en una supuesta conspiración mediática –en la que participaron otros directores, como el del desaparecido *El Independiente* para acabar políticamente con Felipe González y facilitar el camino hacia La Moncloa del Partido Popular (BARRERA, 2005).

²⁶ Lo que no se corresponde con los resultados de las encuestas que vaticinaban un apoyo masivo al PP, al dejarse llevar los encuestados por el clima de opinión favorable a ese partido.

²⁷ En negrita hemos resaltado los años y porcentajes que consideramos significativos, al coincidir elecciones claves con disminución de la abstención

3.4. 1996-2004

El período que se inicia con la llegada del PP al poder podría definirse –respecto de las relaciones Gobierno-medios- como de tranquilidad. El triunfo del Aznar en 1996 supuso el apaciguamiento de ese sector mediático que se había enfrentado al Gobierno Socialista, aunque las luchas iban a continuar, eso sí, con cambio de protagonistas. En el poder, el Partido Popular con *El Mundo* y *ABC* como aliados y en bando de la oposición, el *Grupo Prisa* con *El País* como buque insignia. Uno de los temas que, después, suscitarían recelos y que se convirtió en protagonista de las agendas mediáticas fue que en el programa con el que el Partido Popular concurrió a las elecciones de 1996 se prestaba atención a la necesidad de acabar con la politización de algunos medios, especialmente, en el caso de RTVE. Con lo que, cuando llegaron al poder el único problema que podían tener con los medios –además de las posibles diferencias con las líneas editoriales más alejadas- tenía que ver con la necesidad de introducir algunas reformas para evitar la manipulación de y desde los medios públicos por parte del gobierno de turno.

Desaparecen algunas cabeceras como *Ya* y *Diario 16*. El cierre del diario *Ya*, el que fuera, en los años finales del franquismo, el periódico más vendido se produce en 1996. Un año más tarde fue *Diario 16* quien se declaró en quiebra. El *Grupo Voz* lo adquirió en 1998, pero en noviembre de 2001, tras veinticinco años de presencia en los quioscos, y habiendo sido uno de los periódicos referentes de la Transición, dejaba de publicarse. Hubo otros diarios que cambiaron de manos, como señal inequívoca de la consolidación de los grandes grupos de comunicación (PRISA, VOCENTO, etc). E, incluso, los hubo que tuvieron que cerrar por mandamiento judicial: el diario *Egin*, portavoz del grupo terrorista ETA cerró por orden del juez Baltasar Garzón.

Las hipotéticas buenas relaciones entre el Gobierno de Aznar y los medios –ya referidas- pueden corroborarse con los datos sobre intención de voto que recogen algunas encuestas ante la convocatoria electoral de marzo de 2000. En estas encuestas²⁸, publicadas en fechas próximas a la celebración de los comicios se aprecia como los ciudadanos mantienen el apoyo al PP. Estos datos recogen, pues, una idea que se repitió hasta la saciedad en los medios próximos al Gobierno de Aznar y que fue pronunciada por el Presidente: «España va bien». José María Aznar era el líder más conocido y más

²⁸ Encuestas Publicadas. Intención de voto (2000)

EMPRESA	FECHA DE CAMPO	PUBLICACIÓN	N	PSOE %	PP %
DEMOSCOPIA	9/99	<i>El País</i>	-	21,3	23,8
DEMOSCOPIA	15-22/1/00	<i>El País</i>	1500	19,6	26,3
VOX PÚBLICA	11-18/1/00	<i>El Periódico</i>	2300	22,4	33,6
VÓX PÚBLICA	5-8/2/00	<i>El Periódico</i>	2300	21,0	34,3
DEMOSCOPIA	1-10/2/00	<i>El País</i>	2000	21,9	25,9
SONDAXE	21-26/2/00	<i>Diario 16</i>	5455	22,7	28,2
CIS	11-28/2/00	Varios	24040	19,3	29,5
DEMOSCOPIA	18-23/2/00	<i>El País</i>	15000	20,4	26,2
VOX PÚBLICA	28-1/2-3/00	<i>El Periódico</i>	2300	21,8	30,2

Fuente: MONZÓN ARRIBAS, 2005: 148

valorado. Los medios reforzaron esa imagen hablando bien de él en sus titulares.

La sorpresa o no, llegó cuando se supieron los resultados de esas elecciones: mayoría absoluta para el Partido Popular con el 44, 52 por ciento de los votos –ganó 27 escaños), frente al 34,16 por ciento del PSOE quien perdió 16 escaños. La abstención, en este caso, fue del 31, 29 por ciento en consonancia con lo que ya hemos manifestado respecto a que a mayor crispación menor abstención y viceversa. Una vez en marcha la segunda legislatura empiezan los problemas para el Gobierno Popular. Algunos son el desencadenante de actuaciones que vienen coleando desde antes de su primer triunfo en 1996 (politización de los medios públicos), mientras que otros van apareciendo por casualidad (Prestige, Yak- 42) o por la autoconfianza que genera la mayoría absoluta (Trasvase del Ebro, Huelga general, boda de la hija de Aznar, investigación Yak-42, guerra de Irak...). Estos y otros asuntos sustituirán esa agenda donde se destacaban los éxitos policiales contra el terrorismo vasco o la política económica de Rodrigo Rato. Y se convertirán en la nueva agenda que aparecerá en los medios, que será utilizada en los discursos de la oposición y que serán los temas de la opinión pública.

La aprobación de la LOU y la Ley de Calidad de la Enseñanza llevó a miles de jóvenes a protestar en las calles. En marzo de 2002, más de 400000 personas dijeron “no” al trasvase del Ebro. El seguimiento de la huelga general de 20 de junio de 2002 para protestar por la política de protección por desempleo aprobada por el Gobierno destacó una promesa electoral que incluyó el PP en su programa electoral de 1996 y que luego no cumplió. Por aquel entonces, 1996, desde el Partido Popular se utilizó la politización de los medios públicos, especialmente de RTVE, como arma arrojada hacia el Gobierno Socialista. Pero una vez en el poder, el PP no cumplió sus promesas de despolitización, sino que –seguramente conscientes de que no podían perder un aliado de esas características, la manipulación desde TVE fue tan evidente con ellos que el propio Consejo de Europa acusó al ente público de “manipulación informativa”, ya que, por ejemplo, desde TVE nunca existió la Huelga General de junio.

La boda de la hija de Aznar, en septiembre de 2002, llevó a los medios a referirse a la megalomanía del Presidente. La marea negra que provocó el petrolero “Prestige”, puso muy cuesta arriba las expectativas del PP a sólo unos meses de las elecciones de mayo y con la guerra de Irak a las puertas. Pero, unas indemnizaciones a tiempo hicieron que la sangre no llegara al río puesto que mantuvieron sus ayuntamientos en las costas coruñesas y con mayoría absoluta en Fisterre y Muxía, municipios símbolo de la marea negra. En el resto de Galicia, el retroceso del PP sólo se notó en las capitales de provincias y grandes ciudades. En el mismo mes de las municipales tuvo lugar el accidente del *Yak-42* (74 víctimas: 66 militares y 12 tripulantes). Los errores y la falta de información del Ministerio de Defensa desató una guerra de acusaciones entre Gobierno y oposición de la que los medios se hicieron partícipes. Lo que condujo a las familiares a acusar al Ministerio de falsedad de documento público y prevaricación. No olviden que unos meses después del triunfo de Zapatero se supo que sólo se habían identificado, correctamente, 17 cadáveres de 39. Y, al mismo tiempo,

había tenido lugar la Cumbre de las Azores dónde España junto con EEUU, Reino Unido y Portugal anunciaron un ultimátum al régimen de Sadam Hussein.

El gobierno español apoyó la invasión de Irak en 2003 a pesar de tener a todos los demás partidos políticos y a más del 90% de los ciudadanos en su contra. Se estima que en España se manifestaron alrededor de ocho millones de personas. Hubo también un consenso casi unánime entre artistas y gente del espectáculo. Durante la XVII Edición de los Premios Goya, los actores y directores llevaron chapas diciendo “No a la guerra” y convirtieron el acto en un alegato contra la misma. Posteriormente, algunos de ellos participaron en el conocido ¡Hay Motivo!²⁹. La intensidad de estas manifestaciones también es destacable. A lo largo de la primavera de 2003, algunas sedes del PP sufrieron ataques por parte de grupos radicales contrarios a la guerra. El diario digital *Libertad Digital*, afín al PP, contiene un listado exhaustivo de estas agresiones. Durante ese periodo, Aznar tuvo el índice de popularidad más bajo de toda la legislatura, y las encuestas le dieron momentáneamente una ventaja de cuatro puntos al PSOE. Y llegaron las elecciones del 2004 y con ellas los atentados del 11 de marzo.

Los acontecimientos de esta segunda legislatura fueron disminuyendo la ventaja del PP ante los comicios de marzo de 2004³⁰. Es cierto que antes de la precampaña y la

²⁹ ¡Hay motivo! es una serie de 32 cortometrajes producidos en febrero de 2004 y proyectados a partir del 9 de marzo en los que se critican diversos aspectos de la realidad social española y, sobre todo, al gobierno del Partido Popular en distintos temas sociales y políticos. De acuerdo con los propios realizadores, el propósito esta serie de cortometrajes era propiciar un cambio de gobierno ante las inminentes elecciones generales. Entre los temas de crítica se encuentra la subida del precio de la vivienda, la gestión por parte del gobierno de la crisis que siguió al hundimiento del petrolero Prestige en Galicia, el apoyo del presidente José María Aznar a la invasión de Irak o la supuesta manipulación de la televisión pública. Después de la compilación de la película, los cineastas realizaron un último corto, el que hizo el número 33. *Hay Motivo* no se emitió comercialmente en cines, sino que fue proyectado en universidades y otros lugares que solicitaron expresamente su proyección. También se emitió en canales locales de televisión. Los propios cineastas utilizaron estos canales a fin de difundir la serie tan rápido como les fuera posible, por lo que también animaron a descargar la película por Internet, a través de redes P2P. El efecto de la película en la opinión pública es difícilmente evaluable, ya que los atentados de Madrid del 11 de marzo de 2004, tan sólo tres días antes de las elecciones, supusieron un cambio demasiado brusco en la sociedad y en la política española. Finalmente, la película fue estrenada comercialmente el día 12 de noviembre de 2004 y proyectada hasta el día 25 del mismo mes, último día de exhibición de la cinta. Apenas 496 espectadores se acercaron al cine para verla (datos del Ministerio de Cultura). La recaudación ascendió a 2.831,40 euros. Una de las principales críticas a la emisión de *Hay motivo* es su tinte propagandístico en plena campaña electoral (efecto buscado expresamente por los autores), o el que no se hubiera rodado nada similar sobre los Gobiernos del PSOE, especialmente ante los escándalos que marcaron el final del mandato de 1993-1996. (<http://es.wikipedia.org/wiki/>)

³⁰ Encuestas publicadas. Intención de voto (2004)

EMPRESA	FECHA DE CAMPO	PUBLICACIÓN	N	PP %	PSOE %
VOX PÚBLICA	1/03	<i>El Periódico</i>	1000	27,6	27,8
VOX PÚBLICA	31/3-2/4/04	<i>El Periódico</i>	1503	33,7	20,4
CIS	1/03	<i>El País</i>	2500	23,2	24,4
VOX PÚBLICA	10/03	<i>El Periódico</i>	1500	35,9	29,8
VOX PÚBLICA	19-21/1/04	<i>El Periódico</i>	1501	34,9	33,0
CIS	24-25/2/04	<i>CIS</i>	24140	26,2	22,8
VOX PÚBLICA	1-3/3/04	<i>El Periódico</i>	2071	30,9	27,0

Fuente: MONZÓN ARRIBAS, 2005: 148

campaña electoral, las encuestas vaticinan un triunfo amplio del PP, ahora con Rajoy como líder. Pero, una vez iniciada la campaña, las distancias se reducen. Los atentados del 11 de marzo, el hecho de que éstos se asociaran con el apoyo a la invasión de Irak y, sobre todo, la gestión de la información por parte del Gobierno como agenda única de los medios desde el 11 de marzo hasta el 14³¹ hizo que éste fuera percibido por la opinión pública como interesado a la movilización de un electorado que no suele votar para impedir el triunfo del PP. Las dudas, pues, que recogían las encuestas fueron despejadas al depositar los españoles sus papeletas en las urnas. El aumento de la participación (24,34% de abstención) –se cumple nuestra hipótesis de que a mayor crispación mayor participación– propició el vuelco de los pronósticos que vaticinaban un nuevo triunfo del PP. El resultado fue que El PSOE con Zapatero ganó las elecciones con un 42, 59 por ciento de los votos (164 escaños) frente al 37, 71 por ciento (148 escaños) que obtuvo el Partido Popular. Dos millones de electores que no suelen ser votantes acudieron a los colegios electorales al considerar que el PP no debía ganar por la manipulación sobre la autoría de los atentados. Este incremento de participación, según todos los indicios, beneficia siempre a la izquierda.

El público se vio incitado a acudir a los medios para formarse una opinión respecto a la autoría de los atentados. Los estudios de audiencias efectuados en 2004 (EGM) registran un avance moderado del consumo de prensa. Un aumento mayor en la radio, seguramente debido a su inmediatez (información más novedosa casi de modo instantáneo) y al hecho de que permite complementarse con cualquier otro medio y, puede, consumirse en cualquier sitio. Y, en el caso de la televisión también se aprecia un mayor consumo en los días siguientes al atentado (SOFRES), en beneficio de TVE, aunque descendiendo en liderazgo a favor de Telecinco que sufre un proceso ascendente. Claro que, no debemos olvidarnos de Internet que durante esos días vio aumentado su tráfico de información. De hecho el aumento moderado de la prensa se debió en parte a la utilización de los formatos digitales por la necesidad de adquirir información más rápidamente. Aunque, también, el público optó por otros medios de información correspondientes a la comunicación interpersonal, la comunicación de grupo, tales como los cuadernos de bitácoras, publicaciones de contrainformaciones, foros de debate, o de otros medios menos visibles para el gran público como la prensa internacional.

Pero, el proceso de opinión pública de esos días, también, contó para su desarrollo con las manifestaciones sociales, tanto regladas como la macro-manifestación convocada por los partidos políticos bajo el lema “Con las víctimas. Con la Constitución. Por la derrota del terrorismo” celebrada el viernes 12; como no regladas, las concentraciones que se generaron por la utilización de los mensajes SMS ³² para hacer algún tipo de llamamiento desde los partidos políticos:

³¹ Día de la celebración de las elecciones generales.

³² Durante la jornada de reflexión se cruzaron mensajes a través de teléfonos móviles convocando a manifestaciones ante la sede del PP. Un profesor de la UCM y un periodista fueron los que se atribuyeron la autoría en sendas entrevistas a la cadena *SER* y al semanario *Interviú*. (GARCÍA VADILLO, 2004: 139)

«Aznar de rositas? Lo llaman jornada de reflexión y Urdaci trabajando? Hoy 13M, a las 18h. Sede PP C/Génova 13. Sin partidos ¡Pásalo!».

Este fue uno de los mensajes que se empezó a pasar por e-mail, y sobre todo, por SMS el día antes de los comicios del 14 de marzo. El tráfico de mensajes a móviles aumentó el 20% durante la tarde del día 13 de marzo. Acababa de nacer una nueva forma de hacer política, porque dicho mensaje consiguió movilizar a muchas personas frente a las sedes del PP de diferentes ciudades españolas. Esta forma de convocar a los españoles supone el claro ejemplo de la fuerza y la eficacia del nuevo marketing³³ de tal manera que se está produciendo un desplazamiento de los logros de la publicidad tradicional. Además, los medios de comunicación tradicionales actuaron como amplificadores del fenómeno al hacerse eco de la noticia³⁴. (VINUESA, 2006)

3.5. 2004-2008

Con el atentado del 11 M asistimos a la creación de dos bandos dentro de los medios de comunicación. La actitud de los medios públicos (2002-2004) que no cuestionaron la versión oficial sobre la autoría de ETA y los medios que, desconfiando de la versión oficial optaron por la autoría árabe y acusaron al Gobierno de ocultar información de manera deliberada. Una vez en el poder Zapatero se inicia una legislatura que mantiene la confrontación entre diferentes grupos de comunicación. De un lado, el Grupo PRISA con *El País* (bastante moderado al final de la legislatura), *la Ser* y *Cuatro* como claros defensores del Gobierno de Zapatero, más *Público* que ha aparecido en el verano de 2007 y se ha convertido en el portavoz de Zapatero; de otro *El Mundo*, *La COPE* junto con *ABC* y *La Razón*, encabezan la oposición mediática al Gobierno actual y defiende la teoría de que hubo una conspiración para arrebatarse el poder al PP en el 2004. Quedan *Antena 3* y *Telecinco* que no se han posicionado claramente. Los dos primeros grupos aludidos representan sectores de la comunicación que lideran modelos de sociedad diferentes.

Este enfrentamiento entre medios de comunicación y entre medios y Gobierno aumentó a medida que la legislatura avanzaba y se iban sucediendo acontecimientos que incrementaban la llamada “crispación”. La aprobación de leyes polémicas (Estatuto Catalán); la política antiterrorista (ruptura del pacto antiterrorista, conversaciones con ETA, ruptura del pacto antiterrorista, traslados de presos como De Juana, la ilegalización de formaciones afines a HB ; el juicio del 11M (la implicación de ETA); la corrupción urbanística; la constante afluencia de cayucos; la ruptura de la tregua por parte de ETA; las posibles conversaciones con la cúpula de ETA cuando haya habido atentados, la desaceleración económica (paro, subida de las hipotecas,

³³ Las grandes productoras norteamericanas, empresas de publicidad y plataformas antiglobalización, entre otras entidades, llaman a esta técnica del envío masivo de mensajes por Internet o a través del teléfono móvil, marketing viral (ARROYO y ROEL, 2006: 45)

³⁴ La prensa de referencia lanzó el 11 M una edición extraordinaria al mediodía porque muchos fueron los españoles que a pesar de seguir las informaciones a través de los medios audiovisuales, acudieron a los kioscos en busca de la profundidad y el análisis.

menor poder adquisitivo de los españoles.... Son algunos de los temas que han ocupado y ocupan el espacio público informativo convirtiéndose en los temas de atención pública (medios, políticos y opinión pública).

El tratamiento que se ha dado a estas cuestiones por parte de algunos medios y la actitud del partido de la oposición (PP) respecto de las mismas, es lo que ha contribuido a lo llamada “crispación”. Una situación que ha sido denunciada, incluso, por grupos de intelectuales que han firmado un manifiesto en contra del PP y sus apoyos mediáticos. Esa batalla que se ha librado desde el Gobierno por no perderlo y desde la oposición por recuperarlo ha tenido efecto en los ciudadanos, al percibir éstos un clima de confrontación. Un ejemplo claro lo tenemos en un trabajo del Instituto Opina sobre los tres años de legislatura del Gobierno Socialista. De una valoración política que se situaba en el 5, 3 en el 2004 se pasó a 4, 2 en el 2007³⁵, aunque luego se ha recuperado el aprobado, sólo en el caso de Zapatero. Y, respecto a la intención de voto, si en el 2004 había una distancia de ocho puntos entre PSOE y PP (45% frente al 37%), en el 2007 la ventaja ha descendido a la mitad (PSOE 43 %, PP 39%) y en el 2008 ha pasado del empate técnico a 3/4 puntos.

Llama la atención que ese clima que se ha creado desde la oposición política y mediática –¿o deberíamos decirlo a la inversa?-, si bien ha conseguido que la distancia respecto de la intención de voto se reduzca, no ha sido positiva para la aprobación que recibe Rajoy que no alcanza el cinco.

Ahora, se acaban de celebrar las elecciones generales (9 de marzo de 2008). Zapatero ha vuelto a contar con la confianza de los españoles para los próximos cuatro años (43, 64 por ciento de los votos frente al 40, 11 por ciento del PP). Y, aunque no ha conseguido la mayoría absoluta (169 escaños frente a 154 del PP), ha obtenido cinco escaños más que en la legislatura pasada. La participación del 75 por ciento, vuelve a corroborar la hipótesis de que en situaciones de tensión la abstención disminuye.

Estos resultados, que han recogido la tendencia de las encuestas que antes hemos comentado, aunque es cierto que en algún momento se llegó a hablar de empate técnico, empate que con el acercamiento de la convocatoria electoral se fue diluyendo hasta mantenerse en una distancia entorno a los tres puntos, son fruto de una comunicación política (agenda política) agresiva por parte de los dos grandes partidos. Esa agenda política, ya comentada líneas arriba, ha sido encauzada por la agenda de los medios de comunicación y, finalmente, ha formado parte, no sólo del diálogo público sino también de la atención pública (agenda de los públicos). El mejor ejemplo han sido los dos debates electorales entre Zapatero y Rajoy y la propia campaña electoral. Ninguno de las dos grandes formaciones se ha salido un sólo milímetro de la agenda de la crispación (comentada por unos, creada por otros). En el penúltimo día de campaña hubo que añadir a las agendas de los tres actores implicados una nueva víctima de ETA: un ex

³⁵ En el 2004 el 60 por ciento de los españoles aprobaba a Zapatero, ahora lo hace el 49 por ciento.

concejal socialista. Un Pacto de los partidos democráticos para finalizar en ese instante la campaña y para no hacer un uso partidista del atentado ha sido el punto y final de una de las legislaturas más complicadas de la democracia española.

Ahora no nos queda más que esperar a que concluya este nuevo período para poder hacer un análisis exhaustivo de todo lo ocurra y de sus repercusiones.

4. Conclusiones

Este trabajo pone al descubierto el desarrollo de la opinión pública en la España democrática desde los usos periodísticos, especialmente, la prensa. Y lo hace mediante la descripción de las relaciones, las influencias, las presiones e, incluso, las manipulaciones que ha hecho la prensa sobre las opiniones y pensamientos de la gente, contemplado desde un punto de vista público y, sobre todo, político.

Siguiendo un orden más o menos cronológico desde 1976 hasta el momento actual, se destacan los acontecimientos mediáticos y políticos más importantes (o que han tenido un significado especial), intentando describir las reacciones de los ciudadanos –como opinión pública– bajo la influencia de eso que dicen y eso que quieren los medios, esperando que el público siga sus pautas. Los medios lo han intentado siempre y aquí no podría ser de otra manera, han informado y han intentado influir. En algunos casos, como en la etapa de la transición, dominó más la información, pero una vez que se consolida, vienen las críticas, el posicionamiento, la beligerancia, la crispación y la confrontación. Todo esto nos muestra que el debate –como una característica básica de la opinión pública– se ha trasladado a los medios. No es que haya debate entre la gente, entre los políticos o entre las instituciones, sino que éste se realiza, principalmente, en los medios. Empezó siendo importante en la prensa, pero con los años, la radio y, sobre todo, la televisión, han recuperado parte de este protagonismo.

El trabajo describe la buena relación que en la época de la transición tuvieron los medios, en general, con la clase política. Y, también, recoge los desencuentros que van a pareciendo entre ciertos partidos y ciertos medios, entre ciertos líderes y ciertos medios. De tal manera que podemos apreciar el posicionamiento que van tomando los medios entorno a las distintas políticas del gobierno y de la oposición (económicas, sociales, educativas, laborales, internacionales,...), temas relacionados con el centro y la periferia, tradición y modernidad, y muchos otros aspectos que en el pasado pertenecían a los políticos (agenda política). Lo expuesto serviría para responder al interrogante de quién hace política o quién hace más política: el gobierno y la oposición por un lado o los medios de comunicación, por otro. Como ejemplo nos podríamos referir a *El País* o *El Mundo* en el ámbito de medios impresos; a la SER o La COPE; TVE y cualquiera de la privadas dependiendo de quién este en ese momento en el poder, dentro de los medios audiovisuales.

Con todo, podemos decir que en esa relación de medios, políticos y ciudadanos nos encontramos con encuentros y desencuentros (ya mencionado), a dos y tres bandas. Los políticos quieren tener de su lado a los medios, pero a veces no lo consiguen como

lo demuestra la tensión con Felipe González y con Aznar –claro no los mismos medios-; los medios quieren que su opinión sea aceptada en el gobierno y, si no lo consiguen, presionan (agenda mediática); los partidos quieren el máximo apoyo de los ciudadanos. Algunos lo consiguen, otros tienen que esperar y los ciudadanos, de vez en cuando, suelen castigar a todos respondiendo con la abstención. Y, los medios, también, quieren tener de su parte a los ciudadanos, aunque su ritmo va siempre más deprisa que el de la población lo que quiere decir que la agenda pública no siempre sigue a la mediática. Con lo que si esa disonancia se prolonga en el tiempo, la imagen de los medios irá perdiendo apoyo en el público (algo de esto ha ocurrido en España). Aquella imagen idílica que se tuvo en la transición va perdiendo puestos, especialmente en la opinión a los periodistas, porque cuando los medios son estatales se politizan y cuando son privados, a pesar de que enarbolan la bandera de la independencia informativa, al pertenecer a grupos de comunicación deben entonar una determinada línea editorial, tomando partido hacia ciertos partidos políticos, como consecuencia de su dependencia económica.

Se cruzan, pues, tres agendas: la de los medios, la de los políticos –los distintos gobiernos que se van sucediendo desde la muerte de Franco- y la del público, entendido como receptor y como ciudadano. La conclusión a la que llegamos con todo lo anterior es que los medios han jugado un papel importante, muy importante, en la transición política y en el desarrollo de la democracia, incluso han actuado como principales agentes de socialización (pedagogía informativa, responsabilidad social). Claro que en esta percepción resultado del recorrido histórico realizado no falta la mitificación, porque si bien es cierto que la prensa fue importante, también lo es la existencia de actores ocultos como la Universidad, la Iglesia, el Movimiento Obrero,... que, mediante otros canales, también contribuyeron a la formación de la opinión pública democrática. Es más, a partir del año 2005 nos encontramos con la novedad de que vuelven a surgir una serie de agentes movilizados que tienen sus propias agendas (Reforma LOU, Prestige, Guerra de Irak, el concepto de familia, la política antiterrorista, el aborto, ...), puesto que al margen de lo que aparece en los medios hay un público movilizado.

Para terminar con las conclusiones queremos incidir en la idea principal, aunque ésta suponga comentarios en contra: Lo expuesto a lo largo de todo este artículo hace que consideremos a los medios de comunicación, en España, como los principales agentes de socialización política en los primeros años de nuestra democratización para después convertirse en creadores claros de opinión pública. El protagonismo democrático que empezaron a tener a finales del franquismo y que reforzaron durante la transición como lo demuestra su actuación durante el intento de Golpe de Estado del 23 de febrero de 1981, supuso el punto de arranque de una ampliación y mejora de sus informaciones, cuyo destino empieza a ser entendido como una contribución a la formación de una opinión ciudadana conscientes de los valores tanto positivos como negativos de la democracia liberal y participativa.

No somos partidarios de los efectos a corto plazo –salvo acontecimientos puntuales como el 11M–, sino que defendemos la hipótesis de que los medios contribuyen a la formación de la opinión pública de manera sutil, indirecta y a largo o medio plazo. El papel de *El Mundo*, en su ataque al PSOE, sin un apoyo rotundo al PP, ha quedado patente con el triunfo de Rosa Díez al conseguir un escaño con *Unión, Progreso y Democracia* (UPyD), formación que no tiene ni cuatro meses de vida y que ha sabido recoger el voto descontento del PSOE y del PP

5. Referencias bibliográficas

ÁLFEREZ, A.

1996: *Cuarto poder en España. La prensa desde la Ley Fraga de 1996*. Barcelona, Plaza & Janés.

ARROYO, M. y ROEL, M.

2006: *Los medios de comunicación en la democracia (1982-2005)*. Madrid, Fragua.

BARRERA, C.

2005: “Los medios de comunicación durante los gobiernos de Aznar (1996-2004): un panorama cambiante.” En *Sphera Pública*, 5, Murcia.

BISCHOFF, H.

1987: “La prensa española en el proceso redemocratizador”. En *Cuadernos para el Debate*, nº 36, septiembre.

CAVERO, C.

1991: *El PSOE contra la prensa. Historia de un divorcio*. Madrid, Temas de Hoy, colección “España Hoy”.

FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, M.

2005: *De las tramas contra El Independiente a la concentración mediática actual*. Madrid, Fragua.

FERNÁNDEZ, I. y SANTANA, F.

2000: *Estado y medios de comunicación en la España democrática*. Madrid, Fragua.

GABÁS, R.

2001: “Quién opina en la opinión pública”. En *Revista Anàlisi*, nº26, Barcelona.

GARCÍA VADILLO, C.

2004: *11 M, La venganza*. Madrid, La Esfera de los Libros.

MONZÓN ARRIBAS, C.

1987: “La transformación de la cultura política de los españoles”. En *Revista Documentación Social*, nº 73, octubre-diciembre.

2005: *Encuestas y elecciones*. Madrid, Tecnos.

2006: *Opinión pública, Comunicación y política*. Madrid, Tecnos.

MORAGAS, M. de

1982: “Comunicación de masas y tránsito político en España (1975-1980)”. En *Comunicación y Cultura*, nº 7.

MUÑOZ ALONSO, A.

1989: *Política y nueva comunicación*. Madrid, Fundesco.

OLMOS, V.

2002: *Historia del ABC. 100 años clave en la Historia de España*. Barcelona, Plaza & Janés.

PREGO, V. et al.

1999: *Medios de comunicación y cultura política*. Madrid, Editorial Pablo Iglesias.

REIG, R.

1989: *Medios de comunicación y poder en España*. Barcelona, Paidós.

SINOVA, J.

1995: *El poder y la prensa: el control de la información en la sociedad felipista*. Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias.

VAL CID, C.

1996: *Opinión pública y opinión publicada*. Madrid, CIS.

VINUESA TEJERO, M.L.

1997: *Opinión pública y cultura política en la España democrática. Un estudio empírico de las elecciones generales de 1993*. Madrid, Servicio de Publicaciones de la UCM.

2006: "La comunicación política ante las sociedades de la información". En *Revista DIRCOM*, Argentina, noviembre.

6. Referencias hemerográficas

- *Cambio 16* (1975): Datos de encuestas de Consulta S.A.
- *Cambio 16* (1975): 1 de diciembre de 1983, nº 601.
- *El País* (1984): "Portavoz, Portavoz", 14 de abril.
- *El País* (1984): "La financiación de los partidos", 29 de septiembre.
- *Informaciones* (1975): Datos de encuestas de Metra Seis, 31 de mayo.
- <http://es.wikipedia.org>