

La construcción de la agenda de los medios. El debate del estatut en la prensa española

Dra. Teresa Sádaba

Dr. Jordi Rodríguez Virgili

(Universidad de Navarra)

jrvirgili@unav.es

Resumen

El estudio de las agendas de los medios se ha basado fundamentalmente en los efectos que éstas tienen sobre la audiencia, aplicando la teoría de la Agenda Setting. Sin embargo, para calibrar estas influencias es interesante conocer cómo se configuran las agendas, y profundizar en el proceso de Agenda Building. En este artículo se explora el modo de construcción de la agenda en el caso del debate sobre el Estatut en el Parlamento español, siguiendo un modelo de procesos que atiende a tres criterios conformadores de la agenda: la selección de la noticia, quién accede a los medios y con qué enfoques o frames lo hace. A través de un análisis de contenido de siete diarios, las conclusiones ayudan a comprender los tipos de cobertura aplicados, las diferencias entre periódicos y los procesos de creación de las agendas.

Abstract

The study of media agendas has focused in the media effects on the audiences, applying Agenda Setting theory. However, in order to evaluate those influences it is interesting to know how agendas are constructed and go deeper in the Agenda Building process. In this article, we explore how the agenda was built in the case of the Estatut debate in the Spanish Parliament, following a model of agenda building with three main criteria: news selection, media access and media frames. With a content analysis of seven newspapers, conclusions let us to understand what kind of coverage was used, what are the differences between media analyzed, and how worked the process of the agenda building.

Palabras clave: *Comunicación Política, mediación, Agenda Setting, Agenda Building, Framing, Estatut, análisis de contenido.*

Key words: *Political Communication, Agenda Setting, Agenda Building, Framing, Estatut*

1. INTRODUCCIÓN

Los debates sobre las cuestiones públicas pasan hoy en día por lo que proyectan, dicen y publican los medios de comunicación. Este trabajo que realizan los periodistas se ha estudiado por la teoría de la mediación, desde la que se concibe a los medios como filtros de la realidad¹. Así se afirma que los ciudadanos conocen, aprenden explican las situaciones políticas con los factores explicativos que han visto, oído o leído en los medios. De este modo, la agenda de los medios parece configurar en gran medida la agenda pública, tal y como se explica en la teoría e la *Agenda-Setting*².

Sin embargo, para calibrar esta influencia de los medios, parece interesante conocer cómo se construye el discurso de los medios y quién está influyendo en él. En otras palabras, cómo un asunto llega a plasmarse en las páginas de un periódico o en las pantallas, por qué se selecciona y cómo aparece ante los ciudadanos. Estas cuestiones se han analizado bajo la perspectiva de la *Agenda Building*, que refleja la competencia de significados que existe en una sociedad: cómo los actores políticos, sociales, etc., se disputan un lugar en la agenda de los medios. Para esta teoría resulta esencial conocer quién se hace con el acceso efectivo y configura los contenidos, así como los puntos de vista o enfoques que aparecen finalmente en los medios de comunicación³.

El debate sobre el Estatut de noviembre de 2005 parece un caso pertinente para analizar la configuración de la agenda de los medios en España, ya que ha sido un tema de la agenda pública recogido por todos los medios. Concretamente, este trabajo subraya el papel de los protagonistas del debate en la creación de las noticias y los enfoques con los que éstas se presentan ante el público. Con el estudio del caso se pretende contribuir a la investigación sobre la configuración de las agendas en cuestiones políticas, teniendo en cuenta las limitaciones del examen de un ejemplo aislado. Por eso, y pese a llegar a conclusiones propias del tema, es importante considerarlas en el contexto de la prensa española que se analiza y en el caso concreto del debate político estudiado.

¹SHOEMAKER, Pamela J.; REESE, Stephen: *Mediating the message. Theories of Influences on Mass Media Content*. Longman, New York, 1991.

²Cfr. McCOMBS, Maxwell: *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós, Barcelona, 2006 (original en inglés: *Setting the Agenda*. Polity Press, Cambridge, Reino Unido, 2004).

³Cfr. SÁDABA, Teresa: *Framing. Una teoría para los medios de comunicación*, Ulzama, Pamplona, 2006; JOHNSON-CARTEE, Karen S.: *News Narratives and News Framing. Constructing Political Reality* Rowman & Littlefield Publishers, Lanham, MD, 2005.

2. LA CONSTRUCCIÓN DE LA AGENDA DE LOS MEDIOS

En su sentido etimológico, agenda significa *las cosas que se han de hacer*⁴. Agendas políticas, agendas públicas y agendas de los medios se componen de asuntos que, de algún modo, son cuestiones por resolver. De ahí la importancia de que un tema esté presente en la agenda, puesto que su mera presencia marca prioridad de intereses: lo que aparece en la agenda tiene preferencia sobre lo que no está.

Las agendas recogen el juego de los agentes sociales en la arena pública. Aunque cada agenda mantiene su propia estructura y dinámica, las tres mantienen una estrecha relación. Por un lado, existe una alimentación recíproca de cuestiones en las que convergen los intereses de todas ellas. Por otro lado, hay una competencia para conseguir que las proposiciones que cada una tiene por fundamentales, lo sean también para el resto de los actores públicos. Tanto la retroalimentación continua como el posible conflicto entre las agendas dejan implícita la idea de que los agentes construyen *lo social* con el suministro de temas, donde las visiones no siempre son coincidentes. Dicho aprovisionamiento supone también que la realidad pasa por el filtro interpretativo de los agentes públicos y que cada uno adopta su propio proceso de enmarcado de los acontecimientos. La *enmarcación* o *framing* supone, en este caso, una delimitación de la realidad según un sujeto, de la misma forma que el marco de un cuadro delimita su contenido pictórico aislándolo del resto de un panel⁵. Los marcos con los que los actores públicos encaran la realidad social son elementos que determinan decisivamente sus correspondientes agendas. Por eso, también se han relacionado los estudios de *Agenda-Setting* con la teoría del *framing*, y es un debate abierto conocer los límites diferencias y similitudes entre uno y otro concepto⁶.

La *Agenda-Setting*, en su enunciado originario, se centra exclusivamente en el estudio de la agenda de los medios de comunicación y en como ésta establece o fija la agenda del público. Conforme a la sentencia de Bernard Cohen, *quizá los medios no dicen a la gente qué tienen que pensar pero sí los temas sobre los que hay que pensar*⁷, Maxwell McCombs y Donald Shaw proponen la idea de que los medios, por su selección de noticias, determinan las materias sobre las que el pú-

⁴*Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española*, vigésima primera edición, voz "agenda", p. 57.

⁵Cfr. TUCHMAN, Gaye: *Making News*, Free Press, New York, 1978

⁶GHANEM, Salma: "Filling in the Tapestry: The Second Level of Agenda Setting", en MCCOMBS, M.; SHAW, D., WEAVER, D. (eds): *Communication and Democracy*, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, 1997. JASPERSON, Amy E.; SHAH, Dhavan V.; WATTS, Mark; FABER, Ronald J.; FAN, David P.: "Framing and the public agenda: Media effects on the importance of the federal budget deficit", *Political Communication* 15, 1998. SCHEUFELE, Dietram A.: "Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: another look at cognitive effects of political communication", *Mass Communication and Society* 3 (2&3), 2000, pp. 297-316

⁷COHEN, Bernard: *The Press and Foreign Policy*, Princeton University Press, NJ, 1963, p. 13.

blico piensa y habla, lo que denominan *Agenda-Setting*⁸. La primera investigación sobre agendas de McCombs y Shaw se realizó en 1972. Se analizó la cobertura de las elecciones de 1968 en Chapell Hill (North Caroline) en nueve medios de comunicación y se contrastó con un sondeo realizado entre sus habitantes en el que se les preguntaba cuál creían que era el problema más importante que debía afrontar el país. El estudio demostraba la existencia de una importante correlación –utilizando la operación estadística– entre la relevancia que otorgaban los medios a determinadas cuestiones y lo que la mayoría de la sociedad consideraba como los problemas más importantes del país. Los medios, concluyeron, establecen la agenda del público. En un estudio posterior de McCombs y Shaw se intentaba determinar cuál era la dirección de la influencia de la agenda. Es decir, se quería saber si eran los medios los que influían al público, o por el contrario, si era la agenda pública la que llevaba los temas a los medios. Mediante entrevistas a los habitantes de Charlotte durante, antes y después de la campaña electoral y con un análisis del contenido de la prensa y la televisión se concluyó que los medios influyen en las opiniones sociales en mayor medida que las opiniones de un colectivo inciden en los contenidos de los medios⁹.

Un segundo nivel de la *Agenda-Setting* intenta ir más allá de las meras cogniciones temáticas y explorar los juicios o los atributos específicos de un tema. En 1995, McCombs y Evatt señalan que los medios no sólo consiguen transferir la prioridad de determinados temas, sino que también se transmite la primacía que los medios otorgan a determinados rasgos, cualidades o atributos de los temas¹⁰. Es decir, los medios resaltan o esconden aspectos y elementos particulares de las cuestiones con el subsiguiente impacto en la agenda pública¹¹.

La construcción de la agenda, o *Agenda Building*, supone un paso más en el análisis del conocimiento del trabajo de los medios. Se considera que los efectos de la agenda de los medios varían dependiendo de cómo se presentan las noticias. Los primeros estudios se centran en la agenda política.

⁸Cfr. **McCOMBS, Maxwell y SHAW, Donald**: "The Agenda-Setting Function of the Mass Media", *Public Opinion Quarterly* 36, 1972, pp. 176-187.

⁹Cfr. **McCOMBS, Maxwell y SHAW, Donald**: *The Emergence of American Political Issues*, West, St. Paul, 1977.

¹⁰El estudio de McCombs y Evatt de 1995 compondría una cuarta fase dentro de los estudios sobre la *Agenda-Setting*. La primera se corresponde con el estudio original de 1972 en el que se comprueba la hipótesis original sobre la transferencia de temas importantes desde los medios a la audiencia; la segunda con el estudio de Charlotte en 1977 donde se analizan las condiciones contingentes que atenúan o incrementan la influencia de la agenda; la tercera, en 1981 con el análisis de Weaver, Graber, McCombs y Eyal sobre la agenda del candidato y la de los intereses políticos como alternativas a las de los medios; y la cuarta integra los estudios dirigidos a conocer las fuentes de la agenda de los medios. Cfr. **McCOMBS, Maxwell**: "Explorers and Surveyors: Expanding Strategies for Agenda-Setting Research", *Journalism Quarterly* 69 (4), 1992, pp. 813-824.

¹¹Para profundizar en el segundo nivel de la *Agenda-Setting*, véase: **LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban; McCOMBS, Maxwell y REY, Federico**: "La imagen de los candidatos: el segundo nivel de la agenda-setting", *Comunicación y Sociedad* IX, 1996, pp. 39-65.

En este contexto aparece la investigación de Lang y Lang, para quienes, *decir que establecen la agenda es decir demasiado y demasiado poco al mismo tiempo sobre los medios de comunicación*¹². Estos autores detectan con esta sentencia una de las cuestiones que plantea la teoría de la *Agenda-Setting* en su formulación original: los medios no sólo establecen una agenda en la audiencia, también la construyen, con lo que se dice poco sobre su papel; pero a la vez, no son únicamente los medios quienes establecen la agenda pública, con lo que, entienden estos autores, desde la *Agenda-Setting* se les atribuye un protagonismo exagerado. Es decir, según interpretaciones críticas, las investigaciones que se han llevado a cabo bajo la teoría de la *Agenda-Setting* no han explorado suficientemente cómo y quién establece la agenda de los medios¹³.

El papel de los medios, que *filtran* la realidad al seleccionar contenidos o presentarlos de un modo determinado, así como la concurrencia de actores sociales e instituciones son factores que deben considerarse para precisar quién está influyendo realmente en la agenda pública. El trabajo de los gabinetes de comunicación en empresas o asociaciones, por ejemplo, trata de instalar sus temas en los medios para ser escuchados por los políticos. También los políticos marcan el ritmo del trabajo de los medios con sus campañas, mensajes y operaciones.

El estudio de Weaver y Elliot sobre la cobertura de una reunión municipal en un periódico local llega a la conclusión de que dependiendo de los temas, existe una variación en el papel de filtro que se otorga a los medios¹⁴. Así, en los temas sociales y recreativos los medios establecen un filtro mayor que en los temas económicos. Esto sucede, según los investigadores, debido a una serie de rutinas profesionales que se aplican a las informaciones económicas, tales como la confianza en las fuentes oficiales, la ausencia de otras fuentes, la presión del tiempo sobre el periodista que tiene que escribir su noticia para el día siguiente,

¹²LANG, Gladys Engel y LANG, Kurt: "Watergate. An Exploration of the Agenda-Building Process", en WILHOIT, G.C. y DEBOCK, H. (eds): *Mass Communication Review Yearbook 2*, Beverly Hills, CA, Sage, 1981, pp. 447-468.

¹³En 1976, McCombs ya se cuestionaba si los medios son realmente quienes establecen la agenda o si sólo reflejan una serie de fuentes informativas. Cfr. McCOMBS, Maxwell: "Elaborating the agenda setting influence of mass media", *Bulletin of the Institute for Communication Research* (7) Keio University, Tokio, Japan, 1976. Si bien es cierto que en estos momentos no se desarrolló un trabajo empírico, de similares características al de la *Agenda-Setting* para la *Agenda Building*, sin embargo, la preocupación por este tema era ya evidente y manifiesta. Así se demuestra en posteriores desarrollos del estudio de las agendas, como en el elaborado por López-Escobar, Llamas y Rey. Cfr. LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban; LLAMAS, Juan Pablo y REY, Federico: "La agenda entre los medios: primero y segundo nivel", *Comunicación y Sociedad IX*, 1996, pp. 67-89.

¹⁴Cfr. WEAVER, David y ELLIOT, Swanzy Nimley: "Who sets the Agenda for the Media? A Study of Local Agenda-Setting", *Journalism Quarterly* 62, 1985, pp. 87-94. Otro dato que aportan los autores de este estudio respecto al papel de los medios y la *Agenda-Setting*, es el rechazo de algunos profesionales a utilizar este concepto como modo de explicar su trabajo. Entrevistado el periodista que cubrió la reunión examinada, éste prefería hablar de filtros antes que de *Agenda-Setting*. La razón de esta preferencia era su argumentación de que si hablaba de *Agenda-Setting* daba a entender que era el medio el que creaba los temas, mientras que con el término filtro se ofrecía la idea de que el profesional estaba intentando reflejar varias fuentes, y hacer juicios sobre su noticiabilidad.

la norma de objetividad que lleva a dar voz a todas las fuentes, o el valor periodístico que da prioridad al conflicto y a la controversia.

Lang y Lang afirman que respecto a los asuntos que pertenecen a la experiencia personal, los medios ayudan a hacerlos de dominio público. Sin embargo, en otros asuntos, como el Watergate, es necesaria la atención de los periodistas para que el tema salga a la luz. Este interés de los medios por determinados temas no surge de modo aislado, sino que recibe influencias, por ejemplo, de la agenda política. Por lo tanto, la *Agenda-building* es un proceso colectivo con cierto grado de reciprocidad. Lang y Lang sintetizan el trabajo de los medios en un proceso continuo de cuatro etapas, en las que quedan englobadas las teorías de *Agenda-Setting* y *Agenda-Building*, y donde aparecen los marcos o *frames*.

En la primera fase, los medios resaltan algunos acontecimientos, personalidades, grupos, etc. para destacarlos sobre el resto. Aquí se hace una interesante diferencia entre los acontecimientos que se destacan en los medios y los que no. La segunda fase consiste en el enmarcado del objeto que constituye el foco de atención. Aquí los medios pueden subrayar o esconder aspectos de este objeto. La tercera es la unión entre el objeto y determinados símbolos de modo que el asunto pase a convertirse en parte de un paisaje político reconocido. Finalmente, en una cuarta etapa aparecen los portavoces que pueden articular demandas y que intentan llamar la atención de los medios. La primera etapa se correspondería con el establecimiento de la agenda; la segunda, tercera y cuarta con la construcción de la agenda. Así, el *framing* sería parte integrante de la *Agenda Building*.

El objetivo de esta investigación es aportar alguna luz a este proceso de selección y enfoque, siguiendo estas fases. Se trata de analizar la selección, enfoques y símbolos con los que se presenta el Estatut y de dónde procede la información que se suministra.

3. EL DEBATE DEL ESTATUT EN EL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

Para poder estudiar la cuestión de quién determina los *frames* de las noticias se toma como caso paradigmático el debate de totalidad de la propuesta de reforma del Estatuto de Autonomía de Cataluña, celebrado en el pleno del Congreso de los Diputados el pasado 2 de noviembre de 2005. Se ha elegido este caso de estudio porque se trata de un tema relevante, concreto y acotado, en el que intervinieron una amplia pluralidad de fuentes y con distintos puntos de vista relacionados tanto con la ideología como con la mera ubicación geográfica de los medios.

El debate sobre el Estatut tiene una importancia evidente, en primer lugar, por motivos coyunturales. Conviene recordar que José Luis Rodríguez Zapatero se alzó como líder del partido socialista gracias al apoyo de la delegación catalana encabezada por Pascual Maragall. Tras la victoria electoral de marzo de 2004, Zapatero formó un gobierno socialista monocolor, pero con el apoyo parlamen-

tario de Esquerra Republicana de Catalunya (ERC) y de Izquierda Unida (IU). En Catalunya gobierna lo que popularmente se denomina como el Tripartito, es decir, un Gobierno compuesto por el Partido Socialista Catalán, ERC e Iniciativa por Catalunya-Los Verdes (ICV). Además, Zapatero había prometido durante la campaña electoral de 2004, con el precedente del rechazo al llamado *Plan Ibaretxe*, que aceptaría la propuesta de reforma del Estatuto que viniese del Parlamento catalán. Pues bien, en octubre de 2005, se presentaba en el Congreso de los Diputados una propuesta de reforma del Estatuto de Catalunya, o lo sería más exacto un nuevo Estatuto, con el respaldo de más del ochenta por ciento del Parlamento catalán, el de los partidos que forman el Tripartito, más el de Convergencia i Unió (CiU). Por tanto, una cuestión de hondo calado por el momento político del país.

La vertebración de España tiene, en segundo lugar, una importancia histórica con una presencia relevante desde, al menos, finales del siglo XIX. Sin embargo, no es necesario remontarse tan lejos. Desde la Transición, la organización territorial del Estado, la cuestión autonómica, ha sido un tema primordial en el debate político. En la actualidad, a pesar de los múltiples asuntos que nuestra sociedad tiene planteados –terrorismo, acceso a la vivienda, educación, inmigración...–, la reforma de la estructura territorial del Estado ocupa un lugar central en la agenda política española¹⁵.

La reforma propuesta en Catalunya era muy amplia y profunda. Afectaba a todos los títulos del Estatuto y se añadían títulos nuevos. Existe un procedimiento especial para la reforma de los Estatutos que se instrumenta a través de una Ley Orgánica¹⁶. Políticamente esto se traduce en que las reformas estatutarias, en la medida en que pueden prosperar por mayoría absoluta, pueden aprobarse en contra de la voluntad de uno de los dos grandes partidos nacionales. El procedimiento de reforma se establece en el artículo 147.3 de la Constitución, aparece reiterado en el artículo 145 del Reglamento del Congreso de los Diputados y se concreta en la Resolución de la Presidencia del Congreso de 16 de marzo de 1993.

De conformidad con lo dispuesto, *a partir de su publicación, la propuesta de reforma de Estatuto será sometida a un debate de totalidad en el Pleno. Dicho debate comenzará con una presentación de la propuesta por una delegación de la Asamblea de la Comunidad proponente, compuesta por un máximo de tres miembros, interviniendo a continuación los Grupos Parlamentarios para fijar su posición...*¹⁷. Los representantes del Parlamento catalán eligieron la posibilidad

¹⁵Cfr. **AJA, Eliseo**: *El Estado autonómico. Federalismo y hechos diferenciales*, Alianza Editorial, Madrid, 1999; y **PANIAGUA SOTO, Juan Luis y MONEDERO, Juan Carlos** (editores): *En torno a la democracia en España: temas abiertos del sistema político español*, Madrid: Tecnos, 1999.

¹⁶**VICIANO, Roberto**: *Constitución y reforma de los Estatutos de Autonomía*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2005.

¹⁷Apartado tercero de la Resolución de la Presidencia del Congreso de los Diputados, de 16 de marzo de 1993, sobre procedimiento a seguir para la tramitación de la reforma de los estatutos de autonomía.

máxima y Artur Mas, Manuela de Madre y José Luis Carod-Rovira presentaron la propuesta. Tras la votación de totalidad, la Mesa del Congreso abrió el plazo de presentación de enmiendas al articulado y remitió el texto a la Comisión Constitucional.

Acotar el marco temporal del caso de estudio al debate de totalidad de la propuesta de reforma del Estatuto de Autonomía de Cataluña en el Congreso de los Diputados permite realizar un análisis riguroso del corpus y seguir con mayor facilidad las divergencias entre las fuentes y las de tipo ideológico que se observan en los distintos periódicos.

4. EL ANÁLISIS DE LA PRENSA

El presente estudio emplea una metodología cuantitativa y cualitativa de análisis de contenido¹⁸. Los periódicos seleccionados como muestra fueron cuatro diarios nacionales editados en Madrid: *ABC*, *El Mundo*, *El País* y *La Razón*; y tres rotativos catalanes: *Avui*, *El Periódico* y *La Vanguardia*, de los cuales sólo el último puede considerarse de difusión nacional. La selección resulta suficiente para llegar a conclusiones válidas porque estos periódicos representan diferentes perfiles periodísticos, recogen la pluralidad de tendencias ideológicas –según sus líneas editoriales– y muestran distintos puntos de vista también según la ubicación geográfica de sus redacciones.

El periodo de muestra fueron los cinco primeros días de noviembre de 2006. De esta forma, se analizaron el día anterior y el mismo día del debate –para conocer cómo planteaban y presentaban los distintos periódicos la escenificación del debate– y los tres días siguientes al debate de totalidad. Un equipo de siete codificadores a los que se sometió a una prueba pre-test realizó el seguimiento¹⁹.

Se tomó como unidad de análisis toda pieza publicada con titular independiente cuyo tema principal fuese el Estatut. Además de las categorías formales habituales –fecha, género, localización...– se concretaron como categorías principales de contenido, de acuerdo con los objetivos del estudio, el *frame* dominante, y el protagonista de la noticia.

¹⁸Cfr. **SÁNCHEZ-ARANDA, José Javier**: "Análisis de contenido cuantitativo de medios", en **BERGANZA, Rosa** y **RUIZ SAN ROMAN, José A.**: *Investigar en comunicación*. Madrid, Mc Graw Hill, 2005; y **KRIPPENDORFF, Klaus**: *Metodología del análisis de contenido: Teoría y práctica*, Barcelona, Paidós, 1990.

¹⁹Los autores agradecen a Pilar Colomer, Elena de Arrieta, David Iglesias, Xavier Janer, Belén Muñoz-Casayús, Marta Olcoz y Paula Sánchez, alumnos internos del Departamento de Comunicación Pública de la Universidad de Navarra, su imprescindible colaboración en este trabajo.

Para la variable *frame*, se adoptó la propuesta de Neuman, Just y Cringler²⁰ y de Iyengar y Simon²¹ en la que se tipifican cinco *frames* susceptibles de aparecer en cualquier noticia. Estos son: conflicto, interés humano, consecuencias económicas, juicio moral y atribución de responsabilidad. Estos *frames* recogen de algún modo los criterios de noticiabilidad apuntados por Gans²² y, por ello, son fácilmente detectables en los medios. Para entender cada uno de ellos, se buscó una definición que clarificara su significado.

- a. De conflicto: conflictos entre individuales, grupos o instituciones.
- b. De interés humano: cara humana o ángulo emocional de un asunto.
- c. De consecuencias económicas: enmarca un acontecimiento subrayando las consecuencias económicas para un individuo, grupo, región o país.
- d. De juicio moral: se enmarca el asunto, tema o problema en el contexto de prescripciones morales o religiosas, sobre lo conveniente, lo bueno, lo justo.
- e. De atribución de responsabilidad: se atribuye responsabilidad por la causa o consecuencia del acontecimiento al gobierno, a un individuo, a un grupo...

En cuanto a los protagonistas, se estableció un listado de 22 posibles, teniendo en cuenta quienes habían figurado en el debate, y distinguiendo también entre personas e instituciones (por ejemplo, líderes y sus partidos).

5. EL ESTATUT EN LA PRENSA

Los resultados del análisis se muestran combinando el código cuantitativo y cualitativo, de manera que el primero se matiza y clarifica con las indicaciones que se expresaron en la parte cualitativa.

Se desglosa el análisis en tres niveles. El primero indica la importancia del debate, de los protagonistas y de los *frames* en su conjunto, sin distinguir medios, de modo que puede apreciarse la importancia y el impacto global del tema en la agenda de los medios. El segundo trata de descubrir ya las diferencias por medios y el tercero, en un examen de cada medio individualizado, explora los *frames* que se atribuyen a los principales protagonistas. De este modo, se recoge tanto la selección de la noticia, de las voces y de las imágenes que se transmiten, y que configuran la agenda publicada aquellos días.

²⁰Cfr. NEUMAN, W., JUST, M. and CRIEGLER, A.: *Common Knowledge: News and the Construction of Political Meaning*, Chicago, Chicago University Press, 1992.

²¹Cfr. IYENGAR, S. SIMON, A.: "News coverage of the gulf crisis and public opinion: a study of agenda-setting, priming, and framing", *Communication Research*, 20, 1993, pp. 365-383.

²²Cfr. GANS, Herbert J.: *Deciding what's news*, Constable, Londres, 1980.

5.1 La relevancia del Estatut como noticia

Esta primera aproximación a la cobertura del debate del Estatut se realiza sin distinguir por medios, es decir, se consideran los datos obtenidos en su conjunto.

Las 567 unidades analizadas se reparten de modo bastante equitativo entre los siete periódicos analizados. El medio que más dedica al tema es *La Vanguardia*, con un 17,3% de las unidades, mientras que *El País* es el que menos unidades presenta con un 10,1%.

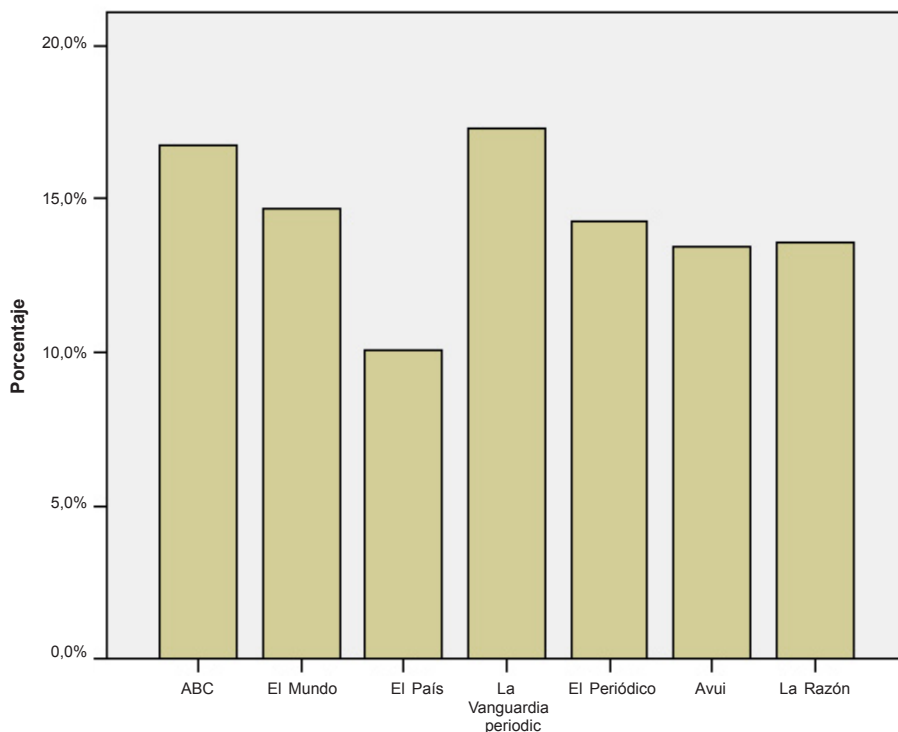


Gráfico 1. Impacto informativo en los siete periódicos analizados

La media de los impactos informativos es de 81 unidades en el total de los 5 días analizados. Por fechas, lógicamente la producción informativa se concentra en el día posterior al debate, el tercero de los analizados, con un 38,8% de las unidades, dando lugar a la siguiente curva de *noticiabilidad*.

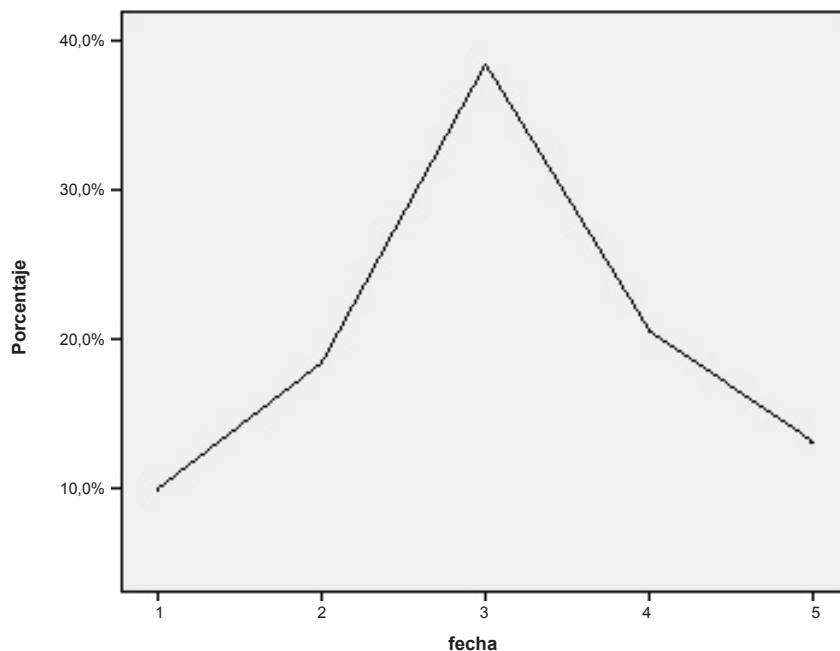


Gráfico 2. Curva del impacto informativo

Como puede observarse en el gráfico número 2, el tema del Estatut se agota bastante pronto con una gran diferencia entre el día posterior al debate y los subsiguientes. Este ciclo noticioso tan corto quizá pueda explicarse en parte por la competencia informativa del momento, debido al nacimiento de la hija de los Príncipes de Asturias, doña Leonor, y del comienzo de los disturbios callejeros en Francia.

En cuanto al género utilizado por los medios para analizar el debate, más de la mitad de las informaciones son noticias. Casi un tercio son columnas de opinión. Hay casi un 10% de cartas al director y los editoriales y el humor no alcanzan al 5%. De este modo, se aprecia una preferencia por el género informativo pero con un acompañamiento de las firmas que colaboran en el medio muy notorio. El debate en el Congreso sobre el Estatut generó casi tanta opinión como información. También es interesante destacar el interés de los lectores en sus cartas y del medio al seleccionarlas.

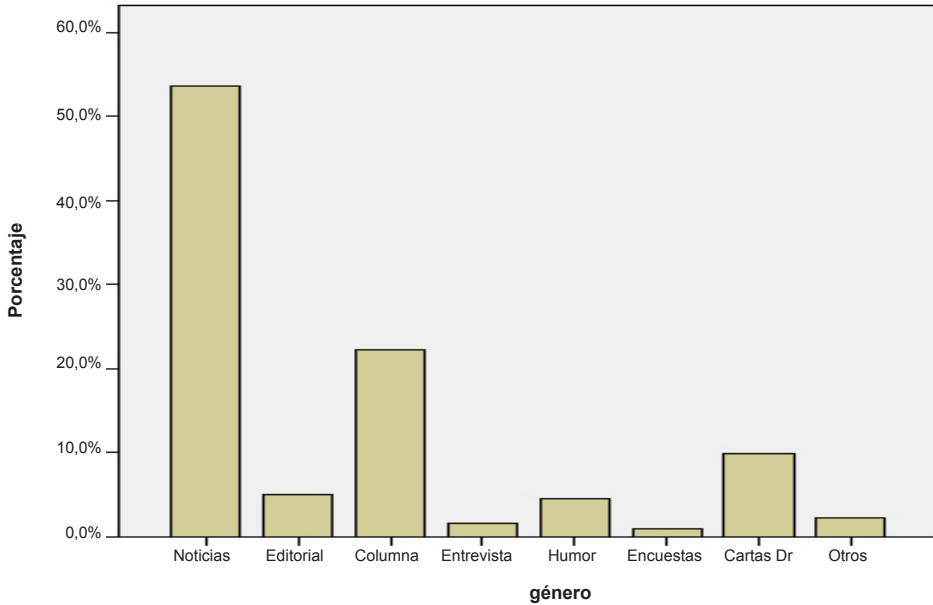


Gráfico 3. Géneros utilizados en los siete periódicos analizados

Respecto a los protagonistas de las informaciones, sin distinguir por medios o por géneros, encontramos una preferencia destacable por el Presidente del Gobierno, seguida del partido de la oposición, del líder de la oposición y del partido del gobierno.

<i>Fuente</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Zapatero</i>	104	18,3
<i>Rajoy</i>	58	10,2
<i>MMadre</i>	17	3,0
<i>Mas</i>	7	1,2
<i>Carod</i>	14	2,5
<i>Rubalcaba</i>	4	,7
<i>Llamazares</i>	5	,9
<i>Duran</i>	7	1,2
<i>Maragall</i>	9	1,6
<i>PSOE</i>	46	8,1
<i>PP</i>	72	12,7
<i>IU</i>	6	1,1
<i>CIU</i>	13	2,3
<i>ERC</i>	8	1,4
<i>PNV</i>	11	1,9
<i>EA</i>	1	,2
<i>BNG</i>	3	,5
<i>NBai</i>	1	,2
<i>CHA</i>	1	,2
<i>CC</i>	3	,5

Tabla 1. Protagonistas en los siete periódicos analizados

Es relevante destacar que los políticos del Partido Popular tienen mayor protagonismo, cuantitativamente hablando, que su líder, mientras que en el PSOE sucede lo contrario. Si se suman ambos, líder y partido, indudablemente los socialistas consiguen aparecer con mayor frecuencia que los populares.

No obstante, resulta curioso que, de modo global, Mariano Rajoy aparezca de manera personalizada más veces en la portada de los periódicos que José Luis Rodríguez Zapatero.

Otro dato reseñable es la cantidad de veces que aparece en viñetas de humor Carod-Rovira, con un 14,3% de sus apariciones, y el protagonismo de Artur Mas en las cartas al director, con otro 14% de sus apariciones.

Al distinguir la presencia de los políticos por géneros informativos y de opinión (suma de columnas, editoriales y humor), los datos muestran que el Presidente del Gobierno genera un número similar de noticias y de relatos de opinión (un

47,1% de noticias frente a un 42,3% de opiniones). Este dato es muy significativo teniendo en cuenta que la proporción de noticias y opiniones en un medio no es ni mucho menos semejante. Por otro lado, Mariano Rajoy es menos protagonista de las opiniones frente a las noticias (un 50% frente a un 32,7%). En lo referente a los partidos políticos, el PSOE genera más del doble de noticias que de opiniones (67% frente 21%) y el PP aunque las cifras van en esa misma dirección no llega a duplicarse (52,8% de noticias frente a un 33,4% de opiniones).

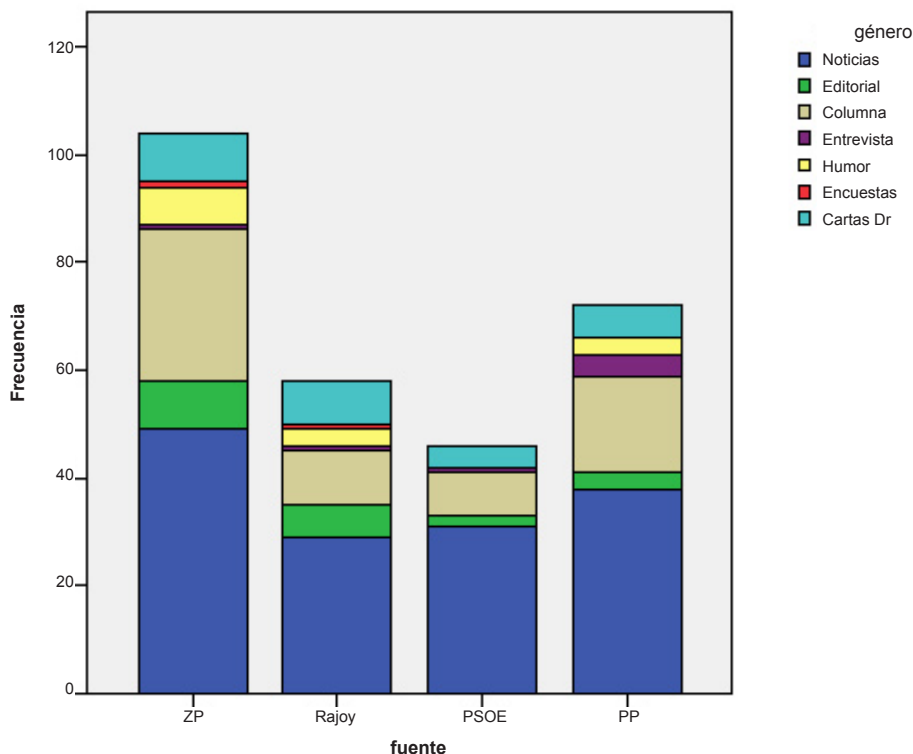


Gráfico 4. Presencia de los protagonistas por géneros

Con estos datos, puede afirmarse en una primera impresión meramente numérica, el indudable protagonismo de José Luis Rodríguez Zapatero en el debate. También que su comportamiento suscita muchos comentarios. La visibilidad de Zapatero es superior a la del resto de líderes políticos. Sin embargo, ¿con qué enfoque aparece? De nuevo, sin distinguir por medios, los *frames* de algunos de los políticos que intervienen en el debate son los siguientes:

	<i>Conflicto</i>	<i>Interés Humano</i>	<i>Consec. Económicas</i>	<i>Juicio Moral</i>	<i>Atribución Responsabilidad</i>
<i>Zapatero</i>	62,5	5,8	1	8,7	12,5
<i>Rajoy</i>	70,7	5,2	0	8,6	10,3
<i>Madre</i>	41,2	17,6	0	23,5	0
<i>Mas</i>	57,1	0	14,3	0	0
<i>Carod</i>	57,1	7,1	0	0	14,3
<i>Maragall</i>	22,2	44,4	11	11	0

Tabla 2. Frames de los principales protagonistas

Los datos indican que las noticias en las que Rajoy es protagonista presentan un claro *frame* de conflicto, mientras que a Zapatero y Carod-Rovira se les otorga una atribución de responsabilidades²³. Manuela de Madre y Pascual Maragall ponen el enfoque del interés humano y Artur Mas el del económico.

En definitiva, el análisis en conjunto arroja una imagen del debate con un protagonista claro, José Luis Rodríguez Zapatero, con un *frame* predominante, el de conflicto –sobre todo atribuido a Rajoy– además de una importante presencia de los géneros de opinión.

5.2 Las diferencias en la prensa

Como se ha mencionado, para todos los periódicos el debate fue una noticia de primer orden. Sin embargo, quizá por la competencia de otras noticias tampoco representó la noticia más relevante durante los cinco días analizados. Por ejemplo, en el caso de *El Mundo*, sólo es portada con foto el día tres, incluyendo la significativa imagen en la que Zapatero y Carod-Rovira se dan la mano en el hemiciclo del Congreso. Aparece un cintillo decisivo para consolidar la postura del diario en este análisis: *La ruptura del consenso de la transición se consume en el Parlamento*. En los días dos y cuatro aparece un titular a cuatro columnas en la parte superior de la página sin soportes gráficos, cediendo el protagonismo a otros acontecimientos, que sí van acompañados de sus respectivas fotografías.

Respecto a *El País* es portada el primer día, el 1 de noviembre, pero a una columna. Los días 2 y 4 de noviembre sus titulares fueron de dos columnas de ancho. Y aunque el tercer día se titula a cuatro columnas, el 5 de noviembre ya no se nombra al Estatuto en la portada. Las portadas también reflejan la inclinación ideológica del medio, ya que de las cuatro, tres hacen referencia directa sobre lo que Zapatero declara.

²³Ejemplos del *frame* de Rajoy los encontramos el 2 de noviembre. En ABC “Rajoy decide luchar contra el Estatuto en todas las fases de su tramitación”, en *La Vanguardia* “Rajoy rechazará el estatuto para defender a los catalanes del ‘lío descomunal’ que supone” y *El País* “Rajoy acusará a Zapatero de ‘buscar la ruptura del pacto constitucional’”.

Lo contrario se observa en los diarios *ABC* y *La Razón*. El debate del Estatut mereció la primera página de *ABC* durante tres días y en las tres ocasiones Mariano Rajoy fue el protagonista principal del titular y la noticia. Para *La Razón* excepto el día 1 de noviembre, el Estatut fue el tema principal de portada, con Rajoy como protagonista los días tres y cuatro.

La Vanguardia dedicó al debate tres amplias portadas, aunque el día 4 de noviembre la foto central estaba dedicada a los disturbios en París. En *El Periódico*, además del alto número de noticias publicado, destaca la larga extensión de muchas de las noticias.

Llama la atención que en tan sólo las portadas de los días 3 y 4 de noviembre, *Avui* abra con el tema del Estatut. La del día dos, el titular principal también se refiere al Estatut, pero comparte espacio con una gran foto de otro acontecimiento. Las informaciones sobre la nueva regulación autonómica, teniendo en cuenta la naturaleza del periódico, no son excesivas. El día después de la aprobación a trámite del proyecto catalán sí pueden leerse muchas opiniones y reacciones, pero en los otros tres días el número de noticias puede ser bastante parecido a cualquier periódico de ámbito nacional, incluso menor (cfr. Tabla 1).

Si se analizan los protagonistas teniendo en cuenta los medios, los resultados son los siguientes. En *ABC* y *La Razón*, el principal es Zapatero, seguido de Rajoy y de otros políticos del PP, aunque ya se ha señalado en ambos diarios la primera página era para Rajoy. En *El Mundo*, también Zapatero aparece como protagonista principal pero antes están otros políticos del PP que su líder Mariano Rajoy. Lo mismo que sucede en *El País*, *Avui* y *El Periódico*. En *La Vanguardia* personaliza menos el protagonista, porque el principal son otros políticos del PSOE, seguido de otros del PP y, en tercer lugar, el presidente Zapatero. En este caso, Rajoy aparece menos citado incluso que Manuela de Madre. Hay que destacar, como datos singulares, la presencia de Llamazares y Maragall en *El País*, y la significativa mención de políticos de CIU en *Avui*.

Si se limita el análisis exclusivamente a las noticias que aparecen en estos medios, teniendo en cuenta que son el género predominante, los resultados se matizan de modo considerable. En *ABC* y *La Razón* tanto Zapatero como Rajoy son protagonistas en el mismo número de noticias. En *El País* y *El Mundo* sin embargo, Zapatero triplica el protagonismo de las noticias con respecto a Rajoy. La diferencia más importante entre *El País* y *El Mundo* es que éste último suple la ausencia de Rajoy al tener en un 20,5% de las noticias como protagonistas a los políticos del PP, aspecto que *El País* reduce a un 8% de sus noticias. En el caso de *Avui*, los porcentajes se disparan puesto que mientras Zapatero es protagonista un 17,5% de las veces, Rajoy tan sólo lo es en un 2,5%.

Si se considera los medios como variable independiente, puede apreciarse cuál es el *frame* que domina en cada uno de ellos. Como se ve en el gráfico

número 5, *ABC* muestra una clara preferencia por el enfoque de conflicto²⁴, en *El Mundo* destaca la atribución de responsabilidades, en *La Vanguardia* se subraya el juicio moral²⁵, en *El Periódico* y *Avui* el interés humano y *La Razón*, como *El País*, presenta una pluralidad de enfoques mayor.

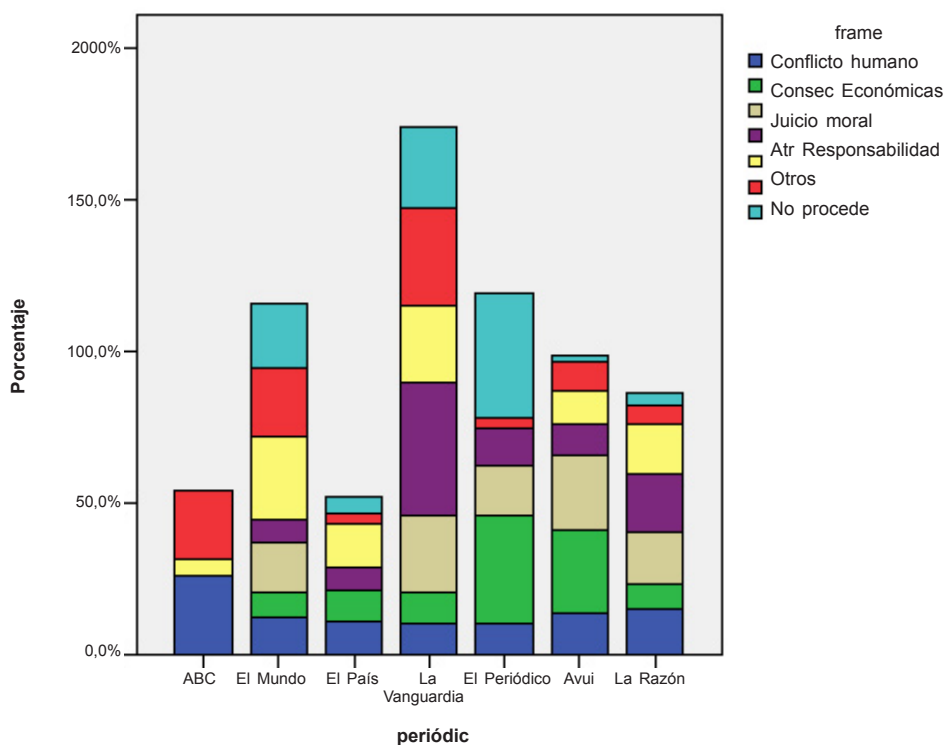


Gráfico 5. Frames en los siete periódicos

²⁴El cintillo que acompaña las noticias de *ABC* sobre el Estatut durante los cinco días del análisis “El desafío del Estatuto catalán”, ilustra la preferencia por este enfoque.

²⁵Por ejemplo, la carta del director del 3 de noviembre “Gran día, Gran debate” refleja esta postura.

5.3. Los frames de los protagonistas

Considerando cada medio por separado, queremos comprobar qué *frames* se atribuyen a qué protagonistas. Por eso, este tercer nivel requiere tomar en consideración cada uno de los periódicos analizados. En este caso, sólo hablaremos de los dos principales protagonistas de los medios para simplificar y poder comparar los datos.

ABC presenta un dominio absoluto del enfoque del conflicto y éste es el que se adjudica a todos los protagonistas. Esto no significa que se encuadren de modo negativo, más bien al contrario. Cuando se habla de Mariano Rajoy como fuente del conflicto, éste adquiere connotaciones positivas, como sucede en el titular del día cuatro en portada: *Rajoy se impuso por 8 puntos a un Zapatero que no convenció al 70% de sus votantes*, en una cobertura típica de *carrera de caballos*²⁶.

El Mundo hace una clara distinción de enfoques por protagonistas. Mientras que Zapatero va ligado al conflicto (en un 31,7% de las veces), Rajoy lo hace a la atribución de responsabilidades (en un 20% frente al 4,9% de enfoque conflictivo)²⁷. Una de las mayores críticas que hace *El Mundo* al presidente es que, en su supuesto papel de defensor de los valores constitucionales, debería haber actuado como moderador del debate, pero nunca como férreo defensor del texto del que se destaca que llegó a decir que *está de acuerdo en los aspectos sustantivos*²⁸. El editorial del día cuatro también subraya el pulso político entre el presidente del Gobierno y el líder de la oposición: *La paradoja del debate: Zapatero ganó pero Rajoy convenció*.

El Mundo hace uso de un *frame* no tipificado en las categorías del análisis que podría denominarse de *consecuencias* ya que es significativa la importancia que este medio dio a los efectos que la aprobación del texto podría tener. En este

²⁶Es Patterson quien, en referencia a las campañas electorales, cataloga las coberturas de “carreras de caballos” caracterizadas por el carácter de competición, por oposición a coberturas que tratan de los temas de la campaña. El modelo puede trasladarse, como sucede en este caso, a otro tipo de coberturas sobre cuestiones políticas. PATTERSON, T. E.: *The mass media election*, Praeger, New York, 1980. Cfr. también, SÁDABA, Teresa y VARA, A. “Elecciones 2000: carrera de caballos y partidismo mediático”, ZER. Universidad del País Vasco. 2003, pp. 59-74.

²⁷El editorial del día tres refleja claramente esta diferencia: “La tibieza de Zapatero confirma las fundadas denuncias de Rajoy”.

²⁸En su editorial del día tres, dice que Zapatero se convirtió en el “gran defensor –el verdadero ponente– del proyecto”. También destaca que el presidente “realizó un elogio de la declaración de los derechos del proyecto –que diferencia a españoles de catalanes– y subrayó que Cataluña está legitimada a solicitar nuevas competencias”. Las últimas palabras de este editorial inciden en esta postura: “La tibieza de Zapatero confirma los peores temores de Rajoy, que fue el único dirigente que alzó la voz contra este disparatado Estatuto”.

sentido, el suelto que aparece en la tercera página al lado del editorial examinaba día a día las repercusiones de los puntos más conflictivos del texto²⁹.

Resulta especialmente interesante la cita del poeta británico Lord Byron que encabeza la portada de *El Mundo* el día posterior al debate: *Apenas son suficientes mil años para formar un Estado; pero basta una hora para reducirlo a polvo*. Del mismo modo, la del día siguiente también parece significativa: *Los privilegios acabaran, pero el pueblo es eterno*.

Aunque para *El País* la mayoría de las noticias se han tratado desde un enfoque de conflicto, se hace también una fragmentación mayor de sus protagonistas por enfoques. A Zapatero se le adjudica más atribución de responsabilidades que conflicto y a Rajoy más juicio moral que conflicto. Es el caso de artículos como *Lástima* o *Esto no es la guerra de Irak*. Un artículo que puede reflejar la postura del periódico ante el Estatuto es el editorial del 3 de noviembre cuyo título era *Mayoría por el pacto*. La palabra mayoría parece clave. Por un lado, esta palabra está cargada de connotaciones positivas, sobre todo en un país democrático. Por otro, esta expresión indica que hay una minoría que no está de acuerdo, que no quiere llegar al pacto: el Partido Popular.

La Razón presenta más juicios morales sobre los dos protagonistas principales y un enfoque de conflicto muy similar, ligeramente superior de Rajoy sobre Zapatero³⁰ y del PP sobre el PSOE. Hay varios comentarios en los que claramente se atribuyen responsabilidades al jefe de gobierno. Por ejemplo, el día dos, Luis M^a Ansón atribuye la culpa a Zapatero y Maragall de la situación y Cristina Alberdi hace lo mismo con el jefe de Gobierno³¹. También es reseñable la idea de atribución de responsabilidades cuando culpa a los independentistas catalanes de basar su discurso en la agresión, como sucede el día cuatro en *¿Pero existe catalanofobia?*. El símil de batalla que se hace con el debate del Estatut se traslada a muchas noticias y columnas, por ejemplo, el día cinco con *La hora de Guerra*³² o *Leches para todos* o el día anterior con *Rajoy ganó el debate*.

Para *La Vanguardia*, el enfoque de atribución de responsabilidad se adjudica a Rajoy, pero sobre todo a otros políticos del PP. Con Zapatero hay un signifi-

²⁹Los temas que aparecen desde el día uno al cinco son los siguientes: Intervencionismo en el comercio, las profesiones y las cooperativas de crédito; Exclusividad en la cultura, privilegios en el derecho, inconstitucionalidad en la Educación; Una Generalidad que se autoinvita, no comparte nada y no deja libertad ni para el tiempo libre; La Generalidad se reserva el control de la política de inmigración, los puertos y los aeropuertos y por último, Participación en las loterías del Estado y creación de un servicio meteorológico catalán.

³⁰Rajoy arrincon a Zapatero: el Estatut es el precio para seguir en el poder”, *La Razón*, 3 de noviembre. “Rajoy ganó el debate del Estatut”, *La Razón* 4 de noviembre.

³¹En su artículo “Opresión en Cataluña”, Ansón llega a escribir: “El tripartito actúa ya de forma que recuerda al nacional socialismo, al nazismo”.

³²En ésta columna se juega con la responsabilidad de Alfonso Guerra, presidente de la Comisión Constitucional, y el conflicto planteado por el Estatut.

cativo juicio moral en *La Vanguardia*³³. En términos globales, la línea informativa y editorial del diario respalda la legitimidad del Estatuto por su amplio respaldo en el Parlamento catalán que representa *a todo un pueblo detrás*, siempre respetando las distintas posturas. En las opiniones, aparece un mayor enfoque de conflicto, con predominio de posturas a favor del Estatuto y críticas con el Partido Popular.

En *El Periódico* claramente Rajoy es el que queda con una conflictividad mayor y es curioso el enfoque significativo que adquiere Zapatero de interés humano, aspecto que también aparece en *Avui*. En este último diario, la conflictividad la protagoniza más otros políticos del PP que el propio Rajoy.

En *El Periódico*, las noticias y columnas de opinión que hablaban sobre el PP mantienen un tono crítico, como se sugiere en los siguientes titulares del día tres: *El PSOE rechaza el antinacionalismo que quiere el PP* y *Pocos pero gritones*. Los argumentos defendidos en los artículos de opinión son, en su mayor parte, explicativos (ventajas de la aprobación del Estatut, buen estado de las negociaciones, etc.) o críticos (postura anti-negociación y boicoteadora del PP). En pocas ocasiones se alude a motivos económicos³⁴. También en las cartas al director abundan los sentimientos catalanistas, la impresión de ser un pueblo incomprendido por el resto del Estado y, especialmente, por el Partido Popular, que niega sus derechos.

En cuanto a *Avui*, califica al PP de extremista e intolerante porque se *auto-excluye* del debate, ya que votará en contra y por lo tanto no está ni dispuesto a negociar. En la sección de opinión del día cinco, se dedica un extenso artículo al PP, *Adiós, peperos*. En él se argumenta que el PP, con su actuación frente a la propuesta catalana, ha quedado totalmente desacreditado como alternativa real de gobierno. En cambio, respeta al PSOE –por su palabra de querer negociar y sacar adelante el Estatut– con la desconfianza de si será capaz de no desvirtuar los puntos más conflictivos. *Avui* se muestra satisfecho por la admisión a trámite del Estatut (*Zapatero alarga la mano, Zapatero admite que el Estatut hable de identidad nacional*), pero, a la vez, cauteloso, sin demasiados excesos, y prudente ante unas negociaciones que se prevén complicadas: *Lo mejor que podía pasar, pero no más*³⁵.

³³El día tres aparece el siguiente titular: “Zapatero: ‘esta reforma del Estatut robustecerá nuestra convivencia’”.

³⁴Algunos titulares representativos de esto: “Con nivel, clarito y sin sorpresas” (3-XI) “Un cierto orgullo” (3-XI) “Rajoy, campeón del aplaudímetro” (4-XI) “La noche del juicio final. Los diputados del PP tenían instrucciones de no montar bronca, pero pudo más la costumbre” (4-XI)

³⁵Otro ejemplo de la prudencia se presenta en el artículo de opinión del día cuatro titulado “¿Sabríamos ganar?” De la misma forma que lo hizo en su edición del día dos, reitera sus críticas al PP por su negativa incluso a intentar cambiar el texto (“Rajoy se cierra a negociar cambios con los socialistas”).

En *Avui* la idea de confrontación entre lo español y lo catalán se repite en muchas columnas y en infinidad de informaciones que quizá se resumen en un titular a toda página que, a la vez que desafortunado e impropio, engloba muy bien el *ethos* del periódico (reacción de un ciudadano ante la intervención de Carod-Rovira). Se trata de una página que intenta mostrar la poca simpatía y desconfianza de lo español hacia lo catalán, encarnado en las reacciones de los madrileños de los bares ante la defensa del Estatut por parte de los políticos catalanes. También el día cinco se percibe lo mismo en *Crece el recelo del mundo cultural español hacia el nuevo Estatut*.

6. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

El análisis realizado permite explicar cómo se construye la agenda del Estatut en la prensa española. Entre los rasgos más significativos de esta cobertura pueden señalarse los siguientes:

En primer lugar, y quizá debido a la mencionada competencia informativa, destaca que la repercusión mediática del tema no es excesiva, como se aprecia tanto por la cantidad como por el ciclo noticioso que presenta el asunto. La atención preferente de la prensa al debate de totalidad de la propuesta de reforma del Estatuto de Autonomía de Cataluña se concentra en la jornada posterior al debate, el día 3 de noviembre.

Por otro lado, parece que se trata de un fenómeno que ocupa más a los géneros de opinión que a la información, de manera que se trata de un tema ampliamente comentado pero apenas contextualizado desde el punto de vista informativo.

En segundo lugar, el predominio del enfoque o *frame* de conflicto configura una cobertura tipo *carrera de caballos* en la que el debate parece una competición de vencedores y vencidos, ganadores y perdedores. Una cobertura, por otra parte, típica en los debates parlamentarios en España.

En este tipo de confrontación que presentan los periódicos pueden diferenciarse dos categorías. Por un lado, hay diarios como *ABC*, *El Mundo*, *El País* o *La Vanguardia* que presentan la competencia entre los dos principales personajes del debate, reforzando su papel de poderes institucionales. Por otro, aparece un conflicto difícilmente catalogable o asimilable a coberturas estándar como lo es el choque de las identidades o lo que destacan *La Razón*, *El Periódico* o *Avui* como conflicto entre España y Cataluña.

En cualquier caso el enfrentamiento tiene dos polos claros y en él no entran otros partidos como los nacionalistas vascos o gallegos, que sí intervinieron en el debate. Por eso, cuando el protagonismo del conflicto recae sobre los partidos es destacable que se hace entre el presidente del Gobierno y el Partido Popular (no se personaliza tanto en Rajoy). Se puede hablar en este sentido de cierta *canibalización* del líder de PP por su propio partido en el protagonismo noticioso.

Sin embargo, la pluralidad de enfoques que también se constata responde a las distintas líneas editoriales que presentan los periódicos analizados. De este modo, puede concluirse que la reinterpretación del medio es decisiva; la agenda también la construyen los medios.

Para *El Mundo* y *El País* los protagonistas adquieren distinto enfoque según su procedencia política. Aunque predomina el conflicto en los *frames* de ambos medios, se adjudican siguiendo las connotaciones propias de cada línea editorial. En *ABC* predomina claramente el enfoque de conflicto en su cobertura sobre el debate, pero también con connotaciones distintas según el personaje. Así Rajoy se impone a Zapatero, que aparece junto a los nacionalistas catalanes como generadores de un conflicto más amplio entre Cataluña y el resto de España. En esta línea también se mueve *La Razón*, pero con una mayor variedad de *frames*. *La Vanguardia*, *El Periódico* y *Avui* tienen una presencia mayor de los datos de ambiente que refuerzan el *frame* de interés humano, y sugieren también el conflicto entre los protagonistas.

7. A MODO DE CONCLUSIÓN

Los datos que se extraen tras el análisis de la cobertura del debate del Estatut ayudan a entender cómo se configura el discurso o agenda de la prensa durante aquellos días.

Siguiendo los procesos señalados por Lang y Lang, puede afirmarse que en la primera fase, la prensa no destaca en exceso sobre el resto de sus informaciones el tema del Estatut. En la segunda fase, parece que el enmarcado general es de una gran conflictividad subrayando la polémica sobre el asunto y omitiendo aspectos concretos de contextualización, contenido, explicación jurídica o histórica. En la tercera, para hacer más reconocible el tema del Estatut se simboliza bajo el enfrentamiento Madrid-Barcelona y en la cuarta, respecto a los portavoces, parece también claro que se escoge como reclamo mediático la figura del Presidente del Gobierno y a la oposición.

De este modo, se configura una agenda con un información bastante limitada, y con un recurso a tipos de cobertura previamente establecidos. Si así se configura la agenda de los medios, puede aventurarse que los efectos sobre la opinión pública no serán muy positivos. Queda abierta esta cuestión para un estudio posterior en el que se pueda comprobar la influencia real de los medios en los ciudadanos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AJA, Eliseo: *El Estado autonómico. Federalismo y hechos diferenciales*, Alianza Editorial, Madrid, 1999.

BENNETT, Lance W.: "An introduction to journalism norms and representations of politics", *Political Communication* 13, 1996, pp. 373-384.

COHEN, Bernard: *The Press and Foreign Policy*, Princeton University Press, NJ, 1963.

ENTMAN, R. M.: "Cascading Activation: Contesting the White House's Frame After 9/11", *Political Communication*, 20, 2003, pp. 415-432.

ENTMAN, Robert M.: "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm", *Journal of Communication* 43 (4), 1993, pp. 51-58.

GAMSON, William A.: "News as Framing", *American Behavioral Scientist* 33 (2), 1989, pp. 157-161.

GANS, Herbert J.: *Deciding what's news*. Constable, Londres, 1980.

GHANEM, Salma: "Filling in the Tapestry: The Second Level of Agenda Setting", en **McCOMBS, M.; SHAW, D.; WEAVER, D. (eds):** *Communication and Democracy*. Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey, 1997.

IYENGAR, S.; SIMON, A.: "News coverage of the gulf crisis and public opinion: a study of agenda-setting, priming, and framing". *Communication Research*, 20, 1993, pp. 365-383.

JASPERSON, Amy E. et al.: "Framing and the public agenda: Media effects on the importance of the federal budget deficit", *Political Communication* 15, 1998.

JOHNSON-CARTEE, Karen S.: *News Narratives and News Framing. Constructing Political Reality*. Rowman & Littlefield Publishers, Lanham, MD, 2005.

KRIPPENDORFF, Klaus: *Metodología del análisis de contenido: Teoría y práctica*, Barcelona, Paidós, 1990.

LANG, Gladys Engel; LANG, Kurt: "Watergate. An Exploration of the Agenda-Building Process", en **WILHOIT, G.C.; DEBOCK, H. (eds):** *Mass Communication Review Yearbook* 2, Beverly Hills, CA, Sage, 1981, pp. 447-468.

LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban; LLAMAS, Juan Pablo; REY, Federico: "La agenda entre los medios: primero y segundo nivel", *Comunicación y Sociedad* IX, 1996, pp. 67-89.

LÓPEZ-ESCOBAR, Esteban; McCOMBS, Maxwell; REY, Federico: "La imagen de los candidatos: el segundo nivel de la agenda-setting", *Comunicación y Sociedad* IX, 1996, pp. 39-65.

McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald: "The Agenda-Setting Function of the Mass Media", *Public Opinion Quarterly* 36, 1972, pp. 176-187.

McCOMBS, Maxwell; SHAW, Donald: *The Emergence of American Political Issues*. West, St. Paul, 1977.

McCOMBS, Maxwell: "Elaborating the agenda setting influence of mass media", *Bulletin of the Institute for Communication Research* (7) Keio University, Tokio, Japan, 1976.

McCOMBS, Maxwell: "Explorers and Surveyors: Expanding Strategies for Agenda-Setting Research", *Journalism Quarterly* 69 (4), 1992, pp. 813-824.

McCOMBS, Maxwell: *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Paidós, Barcelona, 2006. Original en inglés *Setting the Agenda*. Polity Press, Cambridge, Reino Unido, 2004.

NEUMAN, W., JUST, M.; CRIEGLER, A.: *Common Knowledge: News and the Construction of Political Meaning*. Chicago: Chicago University Press, 1992.

PANIAGUA SOTO, Juan Luis; MONEDERO, Juan Carlos (editores): *En torno a la democracia en España: temas abiertos del sistema político español*, Madrid, Tecnos, 1999.

PATTERSON, T. E.: *The mass media election*, Praeger, New York, 1980.

REESE, Stephen D., H. GANDY, Oscar; GRANT, August E. (eds.): *Framing public life. Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, New Jersey, 2001.

SÁDABA, Teresa: *Framing. Una teoría para los medios de comunicación*, Ulzama Ediciones, Pamplona, 2006

SÁDABA, Teresa; VARA, A.: "Elecciones 2000: carrera de caballos y partidismo mediático", *ZER*. Universidad del País Vasco. 2003, pp. 59-74.

SÁNCHEZ-ARANDA, José Javier: "Análisis de contenido cuantitativo de medios", en **BERGANZA, Rosa; RUIZ SAN ROMAN, José A.:** *Investigar en comunicación*. Madrid, Mc Graw Hill, 2005.

SCHEUFELE, Dietram A.: "Agenda-Setting, Priming, and Framing Revisited: another look at cognitive effects of political communication", *Mass Communication and Society* 3 (2&3), 2000, pp. 297-316

SHOEMAKER, Pamela J.; REESE, Stephen: *Mediating the message. Theories of Influences on Mass Media Content*, Longman, New York, 1991.

TUCHMAN, Gaye: *Making News*, Free Press, New York, 1978.

VICIANO, Roberto: *Constitución y reforma de los Estatutos de Autonomía*, Tirant lo Blanch, Valencia, 2005.

VIVER I PI-SUNYER, Carles, BALAGUER, Francisco; TAJADURA, Javier: *La reforma de los Estatutos de Autonomía. Con especial referencia al caso de Cataluña*, Centro de Estudio Políticos y Constitucionales, Madrid, 2005.

WEAVER, David; ELLIOT, Swazy Nimley: "Who sets the Agenda for the Media? A Study of Local Agenda-Setting", *Journalism Quarterly* 62, 1985, pp. 87-94.

(Publicado el 05-05-06, aceptado el 06-03-07)