Publicado en: Alejando Muñoz Alonso y Juan Ignacio Rospir (comp.): <u>Democracia mediática y campañas electorales</u>. Barcelona: Ariel Comunicación, 1999, pp. 151-201

CAPÍTULO 6

LOS PROGRAMAS DE NOTICIAS DE TELEVISIÓN Y LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE 1993 Y 1996: PROPIEDAD, CONTENIDO E INFLUENCIA*

por Juan Díez Nicolás Catedrático de Sociología, Universidad Complutense y Holli A. Semetko Catedrática de Opinión Pública, Universidad de Amsterdam

Procesos electorales y medios de comunicación de masas

Mientras los políticos siguen gastando grandes cantidades de tiempo y energía haciendo campaña por todo el territorio, y los cuarteles generales de los partidos políticos generan miles de mensajes con destino a los votantes a través del buzoneo, de la publicidad, de los panfletos y de toda clase de actividades locales, incluido ahora también el Internet, la mayoría de los ciudadanos todavía sigue «viviendo» las elecciones tranquilamente desde su propio hogar, a través de la televisión (Swanson y Mancini, 1996). Los electores que siguen las campañas desde el sofá de su casa y a través del televisor no son más numerosos en España que en otras democracias europeas. En España, como en el Reino Unido o en Alemania, por citar dos ejemplos, los asistentes a actos electorales públicos constituyen minorías minúsculas, por comparación con los mi-

^{*} Todos los datos utilizados en este trabajo de investigación han sido producidos y elaborados por ASEP, que ha cedido su uso a los autores. Los datos de las cuatro encuestas utilizadas proceden de los sondeos mensuales nacionales ASEP correspondientes a mayo y junio de 1993, y a febrero y marzo de 1996. Los datos de análisis de contenido de los programas de noticias de televisión fueron asimismo recogidos y elaborados por ASEP, sin financiación externa de ningún tipo.

llones de personas que ven las noticias en televisión. Aunque las conversaciones sobre política con familiares y amigos son importantes, no son ni mucho menos el principal medio de información sobre las campañas electorales. Los diarios, que a veces están repletos de noticias sobre las elecciones, atraen sin embargo a un número muy pequeño de lectores que, por otra parte, suelen tener puntos de vista semejantes a la línea editorial del diario, de manera que su efecto suele ser el de reforzar. más que el de cambiar, los puntos de vista partidistas que el lector va tenía anteriormente (Norris, Curtice, Sanders, Scammell y Semetko, 1999; Curtice, 1998; Curtice y Semetko, 1994), si bien es posible que las noticias económicas que se publican en la prensa tengan algún impacto electoral independiente (Sanders, Marsh y Ward, 1993). La televisión es. con gran diferencia, la fuente de información más creíble y fiable sobre cuestiones políticas, de manera que las noticias sobre campañas electorales en televisión pueden influir de manera notable en las percepciones públicas de los partidos, de los líderes y de los temas de debate electoral (Semetko y Schoenbach, 1994; Kepplinger, Brosius y Dahlem, 1994). Más aún, ciertos experimentos que se han desarrollado durante las recientes elecciones generales en el Reino Unido pusieron de manifiesto que las preferencias de voto pueden ciertamente verse influidas por las noticias de televisión, sobre todo cuando las noticias son especialmente favorables o desfavorables a un partido político (Norris et al., 1999).

En la medida en que la televisión se ha convertido en un centro principal de atención de la batalla entre partidos políticos en tiempos de elecciones, el papel del líder del partido ha pasado a tener un significado mucho más importante en las elecciones parlamentarias (Bean y Mughan, 1987; Stewart y Clarke, 1992), y los votantes han mostrado una mayor disposición a cambiar el voto de un partido a otro en sucesivas elecciones. Aunque los «votantes flotantes» son más abundantes ahora en el Reino Unido, después de experimentar una «década de desalineamiento» durante los años setenta, caracterizada por un incremento en el apoyo a los partidos nacionalistas en cada región, por una asociación más débil entre la clase social y las preferencias de voto, por una creciente volatilidad electoral, por una mayor abstención, por unas diferencias regionales más pronunciadas en lo que respecta al apovo electoral a los diferentes partidos, y por unos cambios de voto geográficamente diversos (Sarlvik y Crewe, 1983), España también ha experimentado algunos cambios similares en su sistema de partidos a lo largo de la década de los años ochenta (Castillo, 1996). En estas circunstancias electorales más fluidas, cabe preguntarse si sería más razonable en la actualidad hablar de España con las palabras que Ivor Crewe utilizó para describir al Reino Unido a principios de la década de los años ochenta: «Una posibilidad es que la emergencia de la televisión como

principal medio de comunicación de masas para la política haya provocado que el reducido período de campaña electoral —y por tanto los temas, los personajes y los acontecimientos que ésta hace sobresalir— se haya convertido en un determinante mucho más poderoso del voto» (1983:190).

La televisión en España, sin embargo, es bastante única al menos en un aspecto importante, que puede tener consecuencias en la presentación de la información política: el grado de autonomía respecto al control político que se concede a los informadores y a las empresas informativas. Existe menos autonomía en España, debido a que el gobierno de cada momento tiene un papel decisivo en el nombramiento de los cargos importantes en el principal canal público de televisión, y debido a que los partidos políticos están relacionados con empresas que son propietarias de los canales comerciales (privados) principales (Rospir, 1996). En las elecciones de 1996, las entrevistas y las observaciones que se llevaron a cabo en las redacciones también pusieron de manifiesto que la línea editorial hacia el gobierno del momento adoptada por los productores y seleccionadores de noticias en Antena 3 contrastaba de manera flagrante con la adoptada por sus equivalentes en TVE-1 (Semetko y Canel, 1997). En este capítulo, por tanto, se ha prestado gran atención a la propiedad de los canales de televisión, al contenido de las noticias emitidas por los canales de televisión, y a su capacidad para influir sobre el electorado.

Antes de examinar los contextos sociales y políticos en que se desarrollaron las elecciones de 1993 y 1996, presentamos algunos datos de encuesta relativos al papel dominante de la televisión como fuente principal de noticias e información en España. A continuación discutimos los cambios que se han producido en la propiedad de los canales privados de televisión, así como la relación entre ciertos personajes clave, las empresas televisivas y los partidos políticos. Pasamos luego a describir los datos en que se basa este capítulo, incluyendo el análisis de contenido de los programas de noticias de televisión durante las dos elecciones, así como las encuestas pre y postelectorales que se llevaron a cabo en ambas fechas. Se ha seguido la evolución y cambios en las audiencias de noticias de televisión durante la última década, y especialmente durante la celebración de las dos elecciones, y se han identificado algunas características sociodemográficas de las personas que componen las distintas audiencias. Se presentan después los resultados más significativos de nuestro análisis de contenido de los programas de noticias de televisión en las dos elecciones, con relación a los temas tratados en las noticias, a la visibilidad de los líderes de los partidos y otros actores políticos, y al tono de las noticias respecto a los dos partidos políticos principales. Finalmente, hemos presentado cierta evidencia, a partir de las

encuestas pre y postelectorales en 1993 y 1996, para identificar las posibles relaciones entre el canal en que se ven las noticias de televisión y las preferencias de voto.

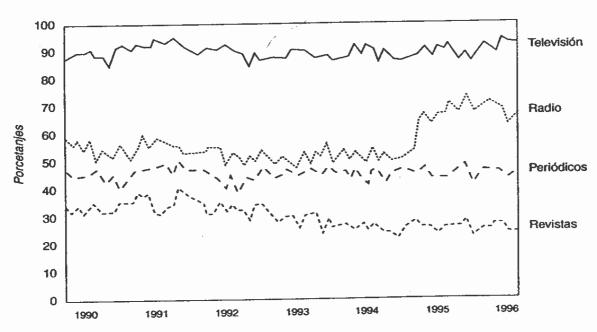
Las elecciones de junio de 1993 fueron las primeras en España en las que, además de los canales públicos de televisión (TVE-1 y TVE-2), había otros tres canales privados que estaban emitiendo regularmente (Antena 3, Tele 5 y Canal +), además de varios canales públicos regionales (autonómicos) (Semetko y Díez Nicolás, 1994; Díez Nicolás y Semetko. 1995). Los dos canales públicos nacionales dependían (y dependen) del gobierno español, mientras que los canales públicos autonómicos dependían (y dependen) de su gobierno autónomo respectivo. La situación era, por tanto, muy diferente de la de las elecciones precedentes (1977, 1979, 1982, 1986 y 1989), en las que el gobierno de la nación tuvo el control sobre los dos únicos canales de televisión (nacionales y públicos) que había en España. Puede que sea también importante señalar que el gobierno (socialista) de la nación tenía también mayoría absoluta en el Parlamento cuando convocó las elecciones de 1986, 1989 y 1993, pero no cuando convocó las elecciones de 1996. Todo esto implica que las dos elecciones que aquí se comparan difieren de todas las anteriores en que los dos canales nacionales públicos de TVE tuvieron que enfrentarse con el hecho nuevo de una competencia de varios canales nacionales privados y de otros regionales públicos. Pero estas dos elecciones difieren entre sí en que las de 1993 se celebraron bajo un gobierno socialista que disfrutaba de una mayoría absoluta en el Parlamento, mientras que las de 1996 se celebraron bajo un gobierno socialista que disponía de una mayoría parlamentaria sólo relativa, y que por tanto tenía que recibir apoyo parlamentario de la minoría catalana (Díez Nicolás, 1993).

Las dos elecciones son también similares en cuanto que, como se podrá comprobar más adelante, las encuestas preelectorales pronosticaban unos resultados muy parecidos para los dos partidos mayoritarios principales (PSOE y PP), lo que proporciona la oportunidad única de examinar, en una situación real, el papel de la televisión en el proceso electoral. Pero las dos elecciones diferían en otro aspecto bastante importante: en que las elecciones de 1993 fueron las primeras (y hasta ahora únicas) en las que hubo dos debates públicos televisados (en dos canales privados diferentes de ámbito nacional) entre los líderes de los dos partidos políticos principales (Felipe González por el PSOE y José M.ª Aznar por el PP), mientras que no hubo ningún debate público televisado entre esos dos mismos líderes (y candidatos) en las elecciones de 1996. En resumen, las dos elecciones que se comparan aquí se parecen entre sí en algunos aspectos, pero difieren claramente en otros, lo que hace que el análisis comparado sea más interesante, tanto desde la perspectiva metodológica como desde la sustantiva.

Cuadro 6.1. Audiencia de los medios de comunicación. Encuestas pre y postelectorales, 1993 y 1996 (% sobre el total de cada muestra)

		19	93	19	96
		Pre- mayo	Post- junio	Pre- febrero	Post- marzo
Periódicos Revistas Radio TV	N =	(1.222) 43 24 50 84	(1.219) 47 29 54 85	(1.215) 44 24 63 88	(1.212) 43 24 64 88

Puede ser útil recordar, sin embargo, que entre el 80 y el 90 % de la población española de 18 y más años veían la televisión diariamente tanto durante el período 1989-1993 como durante el período 1993-1996, es decir, durante los dos períodos entre elecciones desde las elecciones de 1989. La radio fue en ambos períodos el segundo medio de comunicación con más audiencia en esos dos mismos períodos, con un promedio de audiencia diaria del 50 % (60 % a partir de octubre de 1995, debido a un cambio en la formulación de la pregunta). La proporción de lecto-



Al evaluar los cambios en la audiencia de las emisoras de radio hay que tener en cuenta que hubo un cambio al formular la pregunta desde octubre de 1994.

Fuente: Banco de Datos ASEP.

FIG. 6.1. Audiencia de medios de comunicación, 1989-1996.

res diarios de periódicos varió entre un 40 y un 50 % durante el período 1989-1993, pero estuvo más próxima del 40 % durante el período 1993-1996. Y los lectores de revistas semanales disminuyeron lenta pero ininterrumpidamente desde un promedio de algo más del 30 % durante el período 1989-1993 hasta algo menos del 30 % durante el período 1993-1996.

Hasta 1990 el Estado tuvo un monopolio sobre la televisión española, con dos canales nacionales (TVE-1 y TVE-2). A finales de 1989, sin embargo, el gobierno socialista concedió licencias a tres grupos empresariales privados para que comenzaran a explotar canales de televisión: Antena 3, Tele 5 y Canal +. Pero, para comprender el supuesto papel de influencia de la televisión sobre los comportamientos electorales, deben formularse algunas aclaraciones y explicaciones respecto a los accionistas principales de los tres canales privados al establecerse por vez primera, y respecto a los cambios que se produjeron a lo largo de los siete años que transcurrieron desde su fundación hasta las elecciones de 1996.

El principal accionista de Canal + fue el grupo editorial Prisa, empresa editora del diario *El País* y propietario de la cadena de radio SER, así como de muchas otras empresas editoriales y de comunicación. El grupo editorial Prisa ha sido mayoritariamente considerado como muy cercano al PSOE y como gran beneficiario de esa relación para muchas actuaciones financieras y empresariales, tanto en España como en el extranjero. Además, Canal + era (y todavía es) el único de los tres canales privados de televisión que para ser visto requiere un decodificador, lo que implica que quien quiere ver este canal debe abonar una cuota de conexión y otra cuota mensual de suscripción (para la información sobre los cambios en el accionariado de los canales de televisión privados durante los años 1993 a 1996, véase: Díaz Nosty, 1994, 1995 y 1996).

En cuanto a Tele 5, sus principales accionistas fueron la ONCE (la poderosa Organización Nacional de Ciegos de España, creada bajo la protección del Estado y, por tanto, relativamente dependiente del gobierno de cada momento), Berlusconi y otros accionistas minoritarios. Después de las elecciones de 1996, sin embargo, la participación de Berlusconi en Tele 5 disminuyó progresivamente, mientras que creció, también poco a poco, (hasta lograr una posición hegemónica), la participación del grupo editorial El Correo, un grupo financiero que mantiene sólidos lazos con el grupo bancario español más importante, el Banco Bilbao Vizcaya (BBV), banco que a su vez tiene una importante y significativa participación como accionista en Canal +. El Correo Español - El Pueblo Vasco es uno de los principales diarios (regionales) que se publican en España, y además es propietario de una cadena de diarios regionales repartidos por toda la geografía española.

Los accionistas de Antena 3, finalmente, han variado con mucha mayor frecuencia y, aparentemente, esas variaciones en el accionariado han estado relacionadas con las luchas por el poder político y financiero en España en estos últimos años. En un principio, el principal accionista fue el grupo catalán del conde de Godó, editor del prestigioso diario La Vanguardia y muy vinculado al gobierno de la Generalitat de Cataluña, o más concretamente al partido nacionalista gobernante, Convergència i Unió. El segundo accionista más importante fue el Grupo Z, editor de gran número de publicaciones semanales muy conocidas (entre ellas Tiempo e Interviú), algunos diarios (como El Periódico de Cataluña) y una editora de libros (Ediciones B), entre otros muchos negocios. Poco después de su fundación, el Grupo Godó vendió su participación en Antena 3, mientras que uno de los principales bancos españoles en aquel momento, Banesto (que acababa de elegir como presidente al ya controvertido Mario Conde) se convertía en el accionista más importante de ese canal de televisión, aunque mantuvo su apoyo al presidente del Grupo Z, Antonio Asensio, como presidente del consejo de Antena 3.

La situación descrita más arriba se mantuvo hasta más allá de las elecciones de junio de 1993, pero en diciembre de ese mismo año el gobierno socialista (a través del Banco de España) intervino Banesto, forzando a dimitir a su presidente, Mario Conde, y pocos meses más tarde otro gran banco español, el Banco Santander, compraba Banesto y se convertía, de hecho, en el principal accionista de Antena 3, situación que se mantuvo hasta después de las elecciones de marzo de 1996. En diciembre de ese mismo año 1996, cuando el gobierno de la nación había ya pasado a las manos del Partido Popular (PP), pero en una situación de cierta debilidad por su frágil respaldo parlamentario, se produjo una alianza entre Prisa (Canal +) y el Grupo Z (Antena 3) para desarrollar una plataforma digital que permitiría acceder, previo pago de una suscripción mensual, a más de 20 canales de televisión, dejando así en una posición de inferioridad a los canales de propiedad estatal (TVE-1 y TVE-2) y a su proyecto de poner en funcionamiento otro proyecto de plataforma digital con la ayuda y patrocinio de la Compañía Telefónica, hasta ese momento (y durante algún tiempo después) todavía un monopolio estatal. En julio de 1997, la Compañía Telefónica (entonces ya privatizada), junto con el Banco Santander y el Banco Central-Hispano, compraron las acciones del Grupo Z en Antena 3, adquiriendo así la mayoría absoluta en los órganos de poder de dicho canal televisivo, y más importante aún, logrando una posición más fuerte (debido a que el Grupo Z dejó su alianza con Prisa para aliarse con el grupo liderado por Telefónica, más vinculado al gobierno del PP) para poder competir con Prisa - Canal + de manera más equilibrada.

La batalla por las plataformas digitales (y por el gran negocio que representa el «pago por ver» en directo la retransmisión de partidos de fútbol) ha continuado desde entonces, pasando por diversas fases de aproximación entre los dos grupos y de ruptura de negociaciones entre ellos, que han implicado incluso a las autoridades correspondientes en la Unión Europea. Al escribir estas líneas, los intentos de negociación parecen haberse frustrado por segunda vez, y la confrontación sigue vigente, aunque sin la virulencia que alcanzó en diciembre de 1997 y en julio de 1998.

Así pues, al convocarse y celebrarse las elecciones de 1993, el gobierno socialista tenía el control de los dos canales nacionales públicos de televisión, TVE-1 y TVE-2. Además, y de manera indirecta, el gobierno socialista ejercía también una gran influencia sobre Tele 5 (a través de la Organización Nacional de Ciegos, ONCE) y sobre Canal + (por sus muy buenas relaciones con el grupo Prisa), y en cualquier caso mayor influencia sobre estos dos canales que ningún otro partido político, y especialmente el PP. La situación con respecto a Antena 3 era algo más compleja, debido a que el Grupo Z, en aquellas fechas, había proclamado su intención de ser, y había logrado realmente ser en mayor medida. políticamente neutral (y, como luego se comprobará, ciertamente fue más crítica del gobierno socialista que Tele 5), a pesar de que favoreció algo más en las informaciones al gobierno socialista (que les había concedido la licencia para operar el canal televisivo), que a la oposición del PP. Esta tendencia a favorecer algo más al gobierno socialista que a la oposición del PP era aún más comprensible habida cuenta de las preferencias políticas y las relaciones personales de la persona más influyente en los programas informativos de Antena 3 (Manuel Campo Vidal) con los principales líderes del PSOE (incluido el propio Felipe González). Sin embargo, debe también reconocerse que Antena 3 concedió la dirección y presentación de su tercer programa de noticias, el que tenía una audiencia más pequeña debido a la hora en que se emitía (generalmente varias horas después de la medianoche) a un conocido y prestigioso periodista favorable al PP (José M.ª Carrascal).

Por otra parte, el presidente de Banesto, Mario Conde, aunque siempre pretendió estar sólo interesado en la inversión financiera que había hecho en Antena 3, y no en la posibilidad de utilizar políticamente este canal televisivo, era visto por muchos, especialmente por líderes políticos y de opinión, como un posible competidor de José M.ª Aznar para el liderazgo del PP y, en el supuesto de que lo hubiese conseguido, como un posible y peligroso competidor de Felipe González por la presidencia del gobierno. Por ello, algunos creen que la aparente «neutralidad» de Antena 3, siguiendo las conveniencias políticas de su presidente, Mario Conde, no era sino una política intencionada de desgaste tanto del

líder del PP y de su partido (para arrebatarle el liderazgo de la derecha y el centro políticos) como del líder del PSOE y de su partido (para asegurar su victoria electoral sobre ellos en el supuesto de que se cumpliese el primer objetivo de lograr el liderazgo en el PP).

Así, cuando se convocaron las elecciones de 1993, el gobierno socialista parecía tener una imagen social muy deteriorada debido a los múltiples escándalos políticos que parecían implicar a muchos de los líderes del PSOE y del gobierno socialista, incluyendo al mismo Felipe González, especialmente a causa de la supuesta participación del Ministerio del Interior (socialista) en la organización y cobertura del grupo antiterrorista GAL entre 1983 y 1989, y también a la supuesta financiación ilegal del PSOE para su campaña electoral de 1989, al supuesto uso indebido de los fondos reservados para beneficio personal de algunos dirigentes socialistas, y a algunos otros casos. Como más adelante habrá ocasión de señalar, las encuestas de opinión no descartaban una posible victoria del PP en estas elecciones, y por supuesto algunos analistas manifestaron sus dudas respecto a la posibilidad de ofrecer pronósticos científicos fiables, debido al aparente equilibrio existente en los apoyos electorales del PSOE y del PP. Asimismo, numerosas declaraciones a los medios de comunicación por parte de personas «bien informadas» han coincidido en señalar que, poco antes de las elecciones, los principales grupos de comunicación (Prisa, Grupo Z, Antena 3 y Tele 5) habían formalizado un «pacto» (aunque nadie parece haber presentado pruebas suficientes) para apoyar (de manera no oficial o explícita) al gobierno socialista (y por tanto al PSOE como partido) en las elecciones de 1993. con el pretexto de que el ascenso al poder de la derecha (el PP) podría conducir a una confrontación social similar a la que había precedido a la guerra civil de 1936-1939.¹

El escenario en 1996 no fue muy diferente, puesto que los dos canales nacionales públicos, TVE-1 y TVE-2, estaban aún controlados por un (más débil) gobierno socialista, y tanto Canal + como Tele 5 continuaban apoyando al PSOE significativamente más que al PP. Antena 3, sin Banesto (y por tanto sin Mario Conde, debido a la intervención de dicho Banco por el Banco de España en diciembre de 1993 y a la destitución de Conde como presidente del mismo) como principal accionista, y con el Banco Santander (más próximo al PP) como principal accionista, se vio obligada a ser aún más neutral, aunque otros accionistas, como el Banco Central Hispano y la importante empresa eléctrica Endesa (entonces todavía mayoritariamente estatal), ambas próximas al PSOE, pudieron ejercer un poder de contrapeso para equilibrar la influencia potencial del Banco Santander. Pero, a diferencia de las elecciones de 1993, no se habló para nada de ningún supuesto «pacto» entre los principales grupos de comunicación en las elecciones de 1996.

El papel predominante de la televisión en los procesos y campañas electorales es evidente, cuando se le compara con otros medios de comunicación de masas y otros procesos de comunicación interpersonal. tanto en las elecciones de 1993 como en las de 1996. Así, los datos de las encuestas postelectorales realizadas por ASEP en junio de 1993 y en marzo de 1996 muestran que alrededor de la mitad de los españoles con derecho a voto (18 v más años) contestaron que habían seguido con «mucho» o «bastante» interés las noticias sobre la campaña electoral en televisión (41 % en 1993 y 43 % en 1996), frente a un 20 % o menos que afirmaron haberlas seguido a través de la prensa y una proporción incluso inferior que dijeron haberlas seguido por la radio. Además, una minoría insignificante (6 % en 1993 y 5 % en 1996) contestaron que algún miembro de un partido político se había dirigido personalmente a ellos para hablarles de las elecciones, sólo un 8 % (1993) o un 5 % (1996) admitieron haber intentado convencer a alguien para apoyar a algún partido o candidato, y el 9 % (1993) u 8 % (1996) dijeron haber asistido a algún mitin, manifestación o cualquier otro acto organizado por algún partido político.

La movilización política a través de las relaciones interpersonales parece tener muy poca importancia en España, en comparación con otras sociedades, lo cual pone aún más de manifiesto la importancia de los medios de comunicación política, y en especial la importancia de la televisión, como instrumentos de movilización política, que parece explicar la alta participación política (expresada por la alta participación electoral) observada en las siete elecciones generales y en los tres referenda nacionales celebrados en España desde la muerte de Franco en 1975 (con la única excepción del referéndum de 1986 sobre la permanencia de España en la OTAN, en el que la participación electoral fue inferior al 50 % del electorado total).

2. El contexto social y político de las elecciones de 1993 y 1996

Las elecciones de octubre de 1989 habían otorgado al PSOE una mayoría absoluta en el Parlamento por tercera vez (anteriormente en 1982 y 1986). Los socialistas obtuvieron entonces el apoyo del 27,4 % del electorado total (39,7 % de los votos emitidos), mientras que los conservadores del PP obtuvieron el apoyo del 17,9 del electorado total (25,9 % de los votos emitidos), con una tasa de participación del 69 % del electorado. En términos de escaños en el Parlamento, el PSOE logró 175 escaños (exactamente la mitad del total de escaños en el Congreso de los Diputados) frente a los 107 escaños obtenidos por el PP.

Durante el período interelectoral (octubre de 1989 a junio de 1993) los datos de opinión pública recogidos mensualmente por ASEP parecen sugerir tres subperíodos bien diferenciados.

Un primer subperíodo desde octubre de 1989 hasta el verano de 1990 (cuando Irak invadió Kuwait), caracterizado por una opinión pública claramente satisfecha tanto con el funcionamiento de la democracia en España como con la labor del gobierno (socialista), y por un electorado satisfecho con la situación económica (tanto personal como nacional).

En el segundo subperíodo, que coincide con la guerra del Golfo (desde el verano de 1990 hasta marzo de 1991), los tres indicadores económicos principales utilizados por ASEP (sentimiento del consumidor, evaluación de la situación económica, y optimismo personal) disminuyeron hasta niveles muy por debajo del nivel de equilibrio, aunque los dos indicadores políticos ya mencionados (satisfacción con el funcionamiento de la democracia y satisfacción con el gobierno) no parecen haber sido muy influidos por ese conflicto internacional, manteniéndose ambos por encima del nivel de equilibrio. En cuanto se acordó el alto el fuego en el Golfo (marzo de 1991) y los españoles se sintieron «vencedores» junto con los otros ejércitos aliados, y sin pérdidas humanas por su participación (muy indirecta, por cierto) en el conflicto, todos los indicadores experimentaron un incremento muy significativo, de manera que todos ellos alcanzaron valores por encima (o casi) del nivel de equilibrio.

El tercer subperíodo, que va desde mediados de 1991 hasta las elecciones de 1993, comienza con la publicación de los primeros escándalos sobre presunta corrupción que implican a líderes y altos cargos del PSOE, aunque el ritmo de aparición de sucesivos escándalos fue incrementándose hasta las elecciones de 1993. Por otra parte, la situación económica nacional comenzó a deteriorarse significativamente en 1991 y 1992, especialmente en términos relativos al compararla con la situación vivida en los años inmediatamente precedentes. Así, la tasa de paro, que había variado entre el 17 y 15 % desde el segundo trimestre de 1989 hasta el cuarto trimestre de 1991, aumentó por encima del 17 % en el primer trimestre de 1992 y continuó creciendo hasta el 20 % a finales de ese año, y hasta el 22 % durante el segundo trimestre de 1993 (abril a junio). El crecimiento del PIB entre 1990 y 1991 fue inferior a la mitad del de 1989-1990, e incluso inferior en 1991-1992. No es extraño, por tanto, que los indicadores económicos de ASEP iniciaran un lento pero continuo descenso desde mediados de 1991 hasta finales de 1992, cuando parecieron haber alcanzado su mínimo histórico. Lo mismo parece poder afirmarse respecto a la «satisfacción con el gobierno», que había alcanzado su evaluación más alta en la opinión pública al finalizar la guerra del Golfo en marzo de 1991 pero no dejó de disminuir desde en-

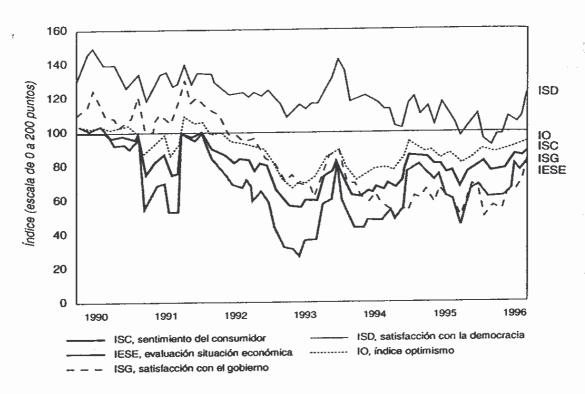
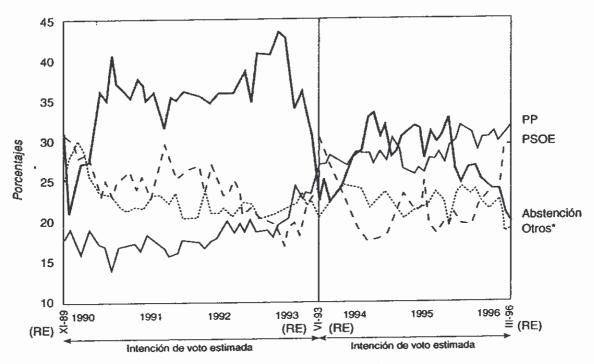


Fig. 6.2. Evolución de los indicadores más significativos, 1989-1996.

tonces, llegando a estar por debajo del nivel de equilibrio desde principios de 1992, y logrando su valoración más baja (hasta entonces) en febrero de 1993.

El deterioro de la imagen pública del gobierno socialista tuvo las consecuencias esperadas sobre las intenciones de voto. Así, la diferencia de 10 puntos porcentuales entre el PSOE y el PP en las elecciones de 1989 se mantuvo más o menos en el mismo nivel en las estimaciones de voto elaboradas por ASEP hasta febrero de 1990, pero a partir de esa fecha la diferencia se redujo a sólo 5 puntos durante 1991, aunque volvió a aumentar hasta los 10 puntos porcentuales de diferencia en marzo y abril de ese año (reflejando la buena imagen del gobierno como consecuencia del «final feliz» de la guerra del Golfo). Durante todo el año 1992 la diferencia fue generalmente inferior a 5 puntos porcentuales, y en los dos últimos meses de ese año la diferencia (pequeña) fue incluso favorable al PP, tendencia que continuó mes tras mes hasta mayo de 1993, unas pocas semanas antes de que se celebrasen las elecciones generales. Debe subrayarse que las estimaciones de voto de ASEP concedían una ventaja de 4,3 puntos porcentuales al PP sobre el PSOE en febrero de 1993, que disminuyó en meses sucesivos hasta 4,1 (mar-



(RE): Resultados electorales (octubre 1989, junio 1993 y marzo 1996).

* Otros partidos (CDS, IU, partidos nacionalistas y otros).

Fuente: Banco de Datos ASEP.

Fig. 6.3. Resultados electorales e intención de voto estimada, 1989-1996.

zo), 2,4 (abril) y 0,1 (mayo) puntos porcentuales, al tiempo que la participación electoral estimada aumentaba desde el 62 % (enero) al 70 % (mayo), un nivel muy similar al de las anteriores elecciones de 1989.

Los resultados reales de las elecciones de 1993 concedieron una ventaja de 3 puntos porcentuales al PSOE sobre el PP (29,7 % frente a 26,7 %, respectivamente, sobre el electorado total, o 38,4 % frente a 34,5 % sobre votos emitidos), con una participación del 77 % del electorado total (7 puntos porcentuales del nivel estimado en mayo). Como consecuencia de estos resultados, el PSOE obtuvo 159 escaños en el Parlamento, frente a los 141 del PP, lo que implicaba que el PSOE perdía, por primera vez desde 1982, la mayoría absoluta en el Parlamento (Díez Nicolás, 1993 y 1995). No obstante, puede que fuesen, por un lado, el significativo incremento de la participación electoral (por comparación con la estimada), y por otro el progresivo cambio en las tendencias de voto (desde una clara mayoría del PP hasta un resultado final claramente favorable al PSOE) los factores principales que estimularon la realización de esta investigación para intentar descubrir la influencia potencial de los medios de comunicación de masas, y en especial de la

televisión, sobre los comportamientos electorales. La relación entre el crecimiento de la participación electoral y el crecimiento del voto al PSOE parecía no ser «casual» sino «causal», y parecía bastante plausible que la televisión hubiese tenido cierta influencia significativa sobre ambos hechos.

El período entre las elecciones de 1993 y 1996 parece una continuación del período inter-electoral precedente (1989-1993). Los tres indicadores actitudinales que evalúan la situación económica permanecieron claramente por debajo del nivel de equilibrio, mostrando desconfianza y pesimismo con respecto a la economía nacional y a la personal. La «satisfacción con el gobierno» se mantuvo también por debajo del nivel de equilibrio durante todo el período, implicando que la proporción que no estaba satisfecha era mayor que la que estaba satisfecha con la labor del gobierno. En cuanto a la «satisfacción con el funcionamiento de la democracia», la proporción que afirmó durante todo el período estar satisfecha fue generalmente superior a la que decía estar insatisfecha, pero el índice-resumen construido al efecto se fue aproximando más y más al nivel de equilibrio, sugiriendo que las dos proporciones eran cada vez más similares, hasta el punto de que en marzo de 1995, y entre julio y noviembre de ese mismo año, el indicador llegó a estar por debajo del nivel de equilibrio.

Este período interelectoral estuvo ciertamente marcado por la creciente preocupación pública por la aparentemente inacabable serie de escándalos de corrupción que trascendían a la opinión pública, de manera que el resultado de las elecciones de 1993 no proporcionó una clarificación del panorama político, sino más bien lo contrario, un deterioro creciente del mismo, en la medida en que el PSOE había perdido la mayoría absoluta y el PP se veía cada vez más cerca de lograr el gobierno de la nación. Debe recordarse aquí que en la primavera de 1994 el gobernador del Banco de España fue acusado de corrupción e incluso fue encarcelado temporalmente, y que el director general de la Guardia Civil fue acusado de corrupción por malversación de «fondos reservados» que estaban destinados a la seguridad del Estado y se escapó de España para evitar ser juzgado por los tribunales de justicia (aunque años después fue capturado e ingresado en prisión, estando en la actualidad siguiéndose el juicio contra él). Además, el CESID caía también bajo sospecha por haber espiado supuestamente a altas personalidades del Estado y a diversas personas de relevante vida social y por haber estado, aparentemente, mezclado con el origen y actividades de los ilegales grupos antiterroristas conocidos bajo el nombre de GAL. La opinión pública española parecía confiar cada vez más en que cualquier tipo de elección resolvería estos problemas, lo que probablemente explica que los diferentes indicadores a los que se ha hecho referencia anteriormente experimentaran incrementos significativos cada vez que se convocaban elécciones (elecciones europeas en junio de 1994, elecciones autonómicas y locales en junio de 1995 y, finalmente, elecciones generales en marzo de 1996), si bien disminuían significativamente otra vez inmediatamente después de celebrada la elección (excepto en el caso de las generales de marzo de 1996). Debe también subrayarse que la tasa de paro continuó manteniéndose en niveles muy altos, entre el 23 y el 25 % de la población económicamente activa durante todo el período (todavía era del 22,9 % en el primer trimestre de 1996, cuando se celebraron las elecciones).

Las estimaciones de voto derivadas de las encuestas nacionales mensuales de ASEP mostraron una ventaja del PP sobre el PSOE desde la encuesta postelectoral de junio de 1993 hasta la última encuesta antes de las elecciones de 1996, en febrero. La diferencia fue generalmente entre 5 y 10 puntos porcentuales (favorable al PP), pero desde octubre de 1995, cuando la opinión pública esperaba que las elecciones se convocasen en cualquier momento, la diferencia disminuyó a menos de 7 puntos porcentuales, y a sólo 5,2 puntos en la última encuesta antes de las elecciones (en febrero), poniendo de manifiesto una clara tendencia a la reducción de la diferencia entre los dos partidos políticos principales similar a la observada en las elecciones de 1993. Así, en las elecciones de 1993 la tendencia de la reducción fue, como ya se ha indicado, desde una diferencia de 4,1 puntos porcentuales favorable al PP tres meses antes de las elecciones, a 2,4 puntos de diferencia dos meses antes de las elecciones, 0,1 punto antes de las elecciones, hasta el resultado final de una diferencia de 3 puntos porcentuales favorable al PSOE. En las elecciones de 1996 la tendencia de reducción de la diferencia fue similar, pero la ventaja del PP sobre el PSOE fue más clara y persistente: 6,2 puntos porcentuales de diferencia tres meses antes de las elecciones, 6,4 puntos de diferencia dos meses antes de las elecciones, 5,2 puntos de diferencia un mes antes de las elecciones, y un resultado final de 1,1 puntos de diferencia a favor del PP. Sin embargo, las dos elecciones se diferenciaron claramente en lo que respecta a la predicción de la participación; en 1993 hubo una participación electoral del 77 % (7 puntos porcentuales más que lo previsto en la última encuesta preelectoral de ASEP), mientras que en 1996 la participación electoral fue del 80 % (sólo 2 puntos porcentuales más que lo previsto en la última encuesta preelectoral de ASEP antes de las elecciones). Los resultados de las elecciones de 1996, como los de 1993, fueron muy reñidos entre los dos partidos principales, pero en esta última ocasión el PP ganó por una diferencia de 1,1 puntos porcentuales (30,2 % frente a 29,1 % sobre el total de electores, y 38,7 % frente a 37,2 % sobre el total de votos emitidos), de manera que el PP no logró suficientes escaños en el Parlamento como

para disponer de una mayoría absoluta (156 escaños para el PP vs. 141 para el PSOE), una situación muy similar, pero inversa, a la que se produjo después de las elecciones de 1993, que obligó al PP a buscar el apoyo de otros partidos minoritarios, principalmente la minoría catalana de CiU (aunque también la de los vascos del PNV y la canaria de CC) (Díez Nicolás, 1996a y 1996b).

3. Diseño de la investigación

El estudio de las dos últimas elecciones generales españolas, las de 1993 y las de 1996, se ha basado en la misma metodología, para maximizar la comparabilidad de los resultados. En ambas elecciones se ha podido disponer de varias encuestas preelectorales y al menos una postelectoral, todas realizadas con la misma metodología y basadas en muestras nacionales representativas de la población española de 18 y más años, y en las que se incluía un gran número de variables que eran iguales en todos los cuestionarios. En ambas elecciones, asimismo, se llevó a cabo un análisis de contenido de todos los programas de noticias en todos los canales nacionales de televisión (tanto públicos como privados) y en un canal regional (Telemadrid), utilizando el mismo libro de códigos y casi las mismas personas encargadas de la codificación, para garantizar en la medida de lo posible que las diferencias que se pudieran encontrar en los resultados no se debieran a diferencias en los instrumentos o métodos de observación o en los propios observadores (codificadores).

Algunos de los objetivos de esta investigación se explicaron en el análisis ya publicado de los datos relativos a las elecciones de 1993, y por consiguiente, uno de los objetivos iniciales ahora es el de confirmar los hallazgos de esa primera investigación con los datos de ésta sobre las elecciones de 1996. De manera más concreta, el análisis de las elecciones de 1993 pareció proporcionar suficiente evidencia respecto al papel predominante de la televisión sobre los otros medios de comunicación existentes en España, especialmente como fuente de información durante períodos electorales. Ese análisis también puso de manifiesto la existencia de diferencias socioeconómicas e ideológicas significativas en los perfiles de las diferentes audiencias de los canales de televisión, aunque los datos no permitieron concluir si los individuos seleccionaban un determinado canal porque se acomodaba mejor a sus puntos de vista políticos e ideológicos, o si mantenían determinados puntos de vista políticos e ideológicos debido a que veían las noticias en un determinado canal de televisión. El análisis de contenido de los programas de noticias sugirió que todos los canales de televisión, pero especialmente el ca-

nal estatal nacional (TVE-1) favoreció claramente al PSOE (el partido en el gobierno) y a Felipe González (presidente del gobierno) frente al PP (principal partido de la oposición) y José M.ª Aznar (candidato a presidente del gobierno por el PP). El sesgo a favor de los socialistas pareció ser más pronunciado durante la precampaña (cuando los controles oficiales sobre los programas de noticias son menos rígidos e incluso inexistentes) que durante las dos semanas de campaña electoral oficial (cuando los canales públicos de televisión, tanto nacionales como regionales, están legalmente obligados a asignar espacios electorales gratuitos y proporcionales a la representación de cada partido político en el Parlamento, y cuando se imponen controles oficiales más rígidos sobre los programas de noticias para garantizar el juego limpio). En realidad, sólo Antena 3 pareció ser algo más neutral en su tratamiento de los dos principales partidos y líderes que se enfrentaron en aquellas elecciones, PSOE y PP. El análisis de las encuestas «pre» y «post» electorales proporcionó también bastante evidencia que sugería la posible influencia de la televisión sobre el electorado que cambió su voto de un partido a otro (medido a través del voto recordado en las elecciones de 1989 y de 1993) o sobre el electorado que estaba indeciso respecto a qué votar en 1993. De hecho, se encontró una relación muy significativa entre haber visto TVE-1 y votar al PSOE, y entre haber visto Antena 3 y votar al PP.

El objetivo de la presente investigación es, por tanto, el de intentar replicar y confirmar todos estos hallazgos mediante datos similares referidos a las elecciones de 1996. Se debe tener en cuenta, sin embargo, que la fuerte posición que tenía el gobierno socialista antes de las elecciones de 1993 se había debilitado considerablemente al convocarse las elecciones de 1996 debido, por una parte, a que los socialistas habían perdido la mayoría absoluta que disfrutaban en el Parlamento, y por tanto tenían que depender del respaldo que les proporcionaban otros partidos minoritarios, y por otra parte, a las fuertes críticas sociales y políticas a las que el PSOE había estado sometido a causa de los muchos escándalos financieros que los medios de comunicación habían difundido de forma regular especialmente desde 1993, y sobre todo, a causa de la acusación de haber promovido y dado cobertura a la «guerra sucia» contra la banda terrorista ETA a través de los grupos antiterroristas de los GAL.

Es también posible que la amplia difusión que los hallazgos de nuestra investigación anterior (sobre el análisis de contenido de los programas de noticias de televisión antes de las elecciones de 1993) tuvieron entre los partidos políticos, los medios de comunicación y los investigadores, también influyese sobre las directrices y actuaciones del gobierno en el canal estatal TVE-1, en el sentido de moderar su sesgo a favor

del PSOE no sólo durante la campaña, sino también durante la precampaña. Por el contrario, los tres canales privados nacionales de televisión (Antena 3, Tele 5 y Canal +) estaban en 1996 más bajo la influencia del gobierno socialista que en 1993, puesto que la composición del accionariado de Tele 5 y Canal + era similar en ambas fechas, pero no sucedía así en el caso de Antena 3, al carecer del contrapeso del Banesto de Mario Conde por las razones explicadas anteriormente. Partiendo de los resultados obtenidos en la investigación de 1993, y conociendo el trasfondo político y mediático en que se convocaron las elecciones de 1996, parecía lógico esperar que el canal nacional estatal TVE-1 intentaría ser más neutral que en 1993 (al suponer que estaría bajo un control más estricto también durante el período de precampaña electoral, debido, entre otras razones, a la divulgación de los resultados de nuestra investigación de las elecciones de 1993), pero que el gobierno socialista intentaría compensar este hecho mediante un sesgo mayor en su favor en los tres canales nacionales privados (sobre los que ejercía un mayor o menor grado de influencia, según se ha explicado anteriormente), y puesto que era un hecho conocido que los tres canales habían incrementado sus cuotas de audiencia desde las elecciones de 1993.

4. La competición por las audiencias de televisión

Hasta 1990, la situación de monopolio disfrutada por el canal nacional estatal TVE-1 explicaba que más del 70 % de los españoles de 18 y más años vieran la televisión diariamente, y que más del 40 % viera el segundo canal (TVE-2), que estaba dirigido no a toda la población, sino a públicos más especializados (los jóvenes, los intelectuales, los aficionados al deporte, etc.). Durante el verano de 1990 las audiencias de los dos canales nacionales estatales fueron casi iguales, debido a que TVE-2 transmitió los partidos de la Copa del Mundo de Fútbol. A partir de 1990, sin embargo, la presencia de los canales privados y, posteriormente, la puesta en marcha de canales públicos regionales dependientes de sus respectivos gobiernos autonómicos (en Cataluña, País Vasco, Madrid, Andalucía, Galicia y Valencia), explican el declive continuado de las audiencias de TVE-1, y más aún de la de TVE-2, así como el incremento más o menos equivalente de las audiencias de los canales nacionales privados (excepto la de Canal +, sin embargo, que siguió siendo insignificante debido a que la mayoría de sus programas estaban codificados, y por tanto necesitaban un decodificador que sólo se podía obtener mediante el pago de una suscripción mensual a dicho canal). A

Cuadro 6.2. Audiencia general de canales de televisión. Encuestas pre y postelectorales, 1993 y 1996 (% sobre el total de cada muestra)

		19	993	19	96
		Pre- mayo	Post- junio	Pre- febrero	Post- marzo
	N =	(1.222)	(1.219)	(1.215)	(1.212)
TVE-1		51	52	51	51
TVE-2		21	18	15	13
Canal +		4	4	6	6
Antena 3		32	32	49	44
Tele 5		34	33	33	35
Satélite		*	*	1	1
Regional		23	24	27	28
Ninguno		15	14	11	' 11
NS/NC		1	1	1	*

finales de 1991, TVE-1 había reducido su audiencia a menos del 70 %, y TVE-2 a menos del 30 %, mientras que Tele 5 (más orientada hacia los programas de entretenimiento) había alcanzado un nivel de alrededor del 35 %, y Antena 3 (más orientada hacia la información y los temas políticos) mantenía su audiencia por encima del 25 %. Durante los meses anteriores a las elecciones de junio de 1993, la audiencia de TVE-1 había disminuido hasta alrededor del 50 %, mientras que las de Tele 5 y Antena 3 había crecido a niveles similares y superiores al 30 %. La audiencia combinada de todos los canales regionales se mantenía en un nivel próximo al 20 %, la de TVE-2 se había reducido a menos del 20 %, y la de Canal + permanecía por debajo del 5 %.

Después de las elecciones de 1993 Antena 3 experimentó un crecimiento espectacular de su audiencia, probablemente a causa de su posición crítica hacia el gobierno socialista por los escándalos financieros ya mencionados. Alcanzó una audiencia similar a la de TVE-1 (alrededor del 50 %) a finales de 1993, precisamente en las mismas fechas en que Banesto fue intervenido por el Banco de España y Mario Conde fue forzado a dimitir como presidente de esa entidad financiera, perdiendo como consecuencia su control de Antena 3 y cualquier posibilidad de jugar un papel en política (y especialmente sus aspiraciones a ser candidato en las elecciones europeas previstas para junio de 1994). Desde entonces, sin embargo, y a pesar de los cambios en la orientación política de sus principales accionistas, Antena 3 mantuvo (al menos hasta las elecciones de 1996) una audiencia similar a la de TVE-1, siempre próxima al 50 %. Tele 5 permaneció por debajo, en un nivel de alrededor del 30 %, aunque reflejó cierto incremento hacia el final de 1995 y has-

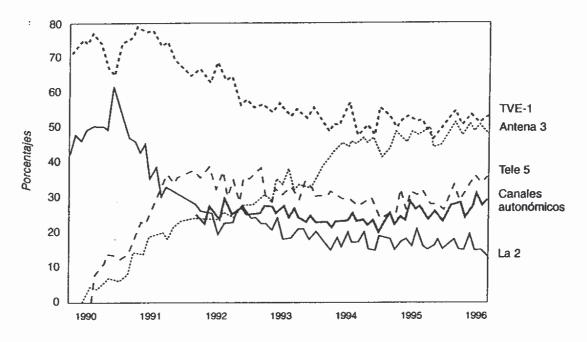


Fig. 6.4. Audiencia de canales de televisión, 1989-1996.

ta las elecciones de 1996 (cuando alcanzó una audiencia del 35 % otra vez).

A los efectos de esta investigación, sin embargo, las audiencias de los programas de noticias parecieron ser más importantes que las audiencias globales de los canales de televisión, aun reconociendo que la comunicación y la influencia política también pueden estar presentes en muchos otros programas (como, por ejemplo, coloquios, entrevistas, programas de humor, e incluso en las películas) y no sólo en los programas de noticias. La pauta de los programas de noticias, establecida por TVE-1 desde su origen en los años cincuenta, fue la de establecer tres programas de noticias diarios de media hora de duración cada uno (siguiendo así la pauta de los «diarios hablados» de Radio Nacional de España), es decir, uno a las 15 horas (coincidiendo con la hora comida/sobremesa, y evitando coincidir con el «diario hablado» de las 14:30), otro a las 21 horas (coincidiendo con la hora de la cena y adelantándose al «diario hablado» de las 22 horas), y el tercero después de la medianoche, generalmente alrededor de la 1 de la madrugada (más o menos a la hora de irse a la cama). Los canales nacionales privados y los regionales siguieron, con muy pequeñas variaciones, esta misma pauta.

El papel predominante de TVE-1 sobre todos los otros canales en lo que respecta a la audiencia ha sido aún más notable al tener en cuenta sólo los programas de noticias. Así, hasta que se autorizaron los cana-

Cuadro 6.3. Audiencia de programas informativos por canal de televisión. Encuestas pre y postelectorales, 1993 y 1996 (% sobre el total de cada muestra)

		19	93	19	96
		Pre- mayo	Post- junio	Pre- febrero	Post- marzo
	N =	(1.222)	(1.219)	(1.215)	(1.212)
TVE-1		35	36	35	32
TVE-2		3	3	2	2
Canal +		1	1	1	1
Antena 3		14	15	27	23
Tele 5		6	7	12	12
		U	*	*	*
Satélite		11	12	15	17
Regional		* *		28	28
Ninguno NS/NC		40 2	38 1	1	2

les privados de televisión, más del 50 % de los españoles de 18 y más años veían al menos uno de los tres programas de noticias de TVE-1. Para cuando se celebraron las elecciones de 1993, más de la tercera parte de la población con derecho a votar (18 y más años) veía al menos un programa de noticias en el canal nacional estatal TVE-1, mientras que alrededor del 15 % veía las noticias en el canal privado Antena 3 y sólo alrededor de un 6 % del electorado lo veía en Tele 5 (y algo más del 10 %, de manera agregada, en alguno de los canales regionales públicos).

TVE-1 mantuvo también el liderazgo de audiencia para los programas informativos (alrededor de un 35 %) después de las elecciones de 1993 y hasta las elecciones de 1996 (con un máximo durante el verano de 1994, debido a la ya citada Copa del Mundo de Fútbol y al Tour de Francia, que se redujo a alrededor del 30 % durante todo el año 1995, posiblemente a causa de su menor cobertura de los escándalos de corrupción en que parecía estar implicado el PSOE). Por el contrario, Antena 3 experimentó un significativo incremento en la audiencia de sus programas de noticias a partir de las elecciones de 1993, creciendo desde un 15 % a un 25 % e incluso más, debido precisamente a la mayor atención que dedicó a las informaciones sobre corrupción. A finales de 1995 la audiencia de los programas de noticias en TVE-1 era sólo algo superior a la de Antena 3, aunque desde que se convocaron las elecciones, en enero de 1996, la diferencia entre los dos canales aumentó otra vez hasta que se celebraron las elecciones en el mes de marzo. Las audiencias de los canales públicos regionales variaron poco, entre 10 y 15 %, aunque parece haberse observado cierta tendencia al crecimiento

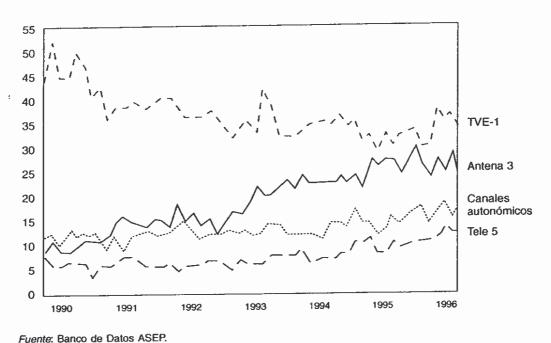


FIG. 6.5. Audiencia de programas informativos de televisión, 1991-1996.

a medida que se aproximaba la fecha de las elecciones. Una tendencia similar de crecimiento, incluso más marcada, se puede observar también respecto a Tele 5, aunque no llegó a alcanzar el nivel del 10 % durante este período.

La televisión fue sin duda el principal medio de comunicación a través del cual los españoles afirman haber seguido el desarrollo de la campaña electoral, tanto en 1993 (75 %) como en 1996 (66 %), y en ambas fechas TVE-1 y Antena 3 fueron los canales específicos mencionados por proporciones más altas de entrevistados. Concretamente, TVE-1 fue mencionada por el 22 % en 1993 y por el 27 % en 1996, mientras que las proporciones correspondientes para Antena 3 fueron el 16 % y el 14 %. Sin embargo, la proporción que mencionó a Tele 5, que fue sólo algo inferior a la de Antena 3 en 1993 (12 %), disminuyó hasta un tercio de esa cifra en 1996 (5 %). Por el contrario, la proporción que mencionó algún canal público regional casi se duplicó de una elección a la siguiente (5 % en 1993 y 9 % en 1996). Debe subrayarse que la proporción que mencionó a la televisión en general (sin especificar ningún canal específico) se redujo a la mitad (del 19 % al 10 %) entre las dos elecciones, y el hecho de que dos tercios de esa reducción sean equivalentes al incremento combinado de 6 puntos porcentuales en la proporción que mencionó a TVE-1 o a TVE-2 parece reforzar nuestra interpretación de los datos de 1993 en el sentido de que la mayoría de los entrevista-

CUADRO 6.4. Medio de información en el que se ha seguido principalmente la campaña electoral. Encuestas postelectorales, 1993 y 1996 (% sobre el total de cada muestra)

	Junio 1993	Marzo 1996		Junio 1993	Marzo 1996
N =	(1.219)	(1.212)	N =	(1.219)	(1.212)
Televisión	(74,9)	(66,5)	Periódicos	(8,5)	(8,5)
TV en general	19	10	Periódicos en genera	վ 1	1
TVE-1	22	27	El País	2	1
	*	1	ABC	*	*
TVE-2	16	14	El Mundo	1	2
Antena 3	12	5	Diario 16	*	*
Tele 5	*	*	Ya		_
Canal +	5	9	La Vanguardia	*	1
Regional	3	,	El Periódico	1	1
D 11:	(3,4)	(6,6)	Faro de Vigo	*	_
Radio	(3,4)	1	Las Provincias	*	*
Radio en general	1	2	Avui	*	
Radio Nacional	*	2	Voz de Galicia	*	
SER	*	1	Heraldo de Aragón	ĸ	*
COPE	*	*	Norte de Castilla	*	*
Antena 3 radio	1	1	La Opinión	*	
Onda Cero	1	*	Correo Español	_	
Cataluña radio			Diario Vasco	*	*
	(0.2)	(*)	Levante	*	_
Revistas	(0,2)	(*)	Nueva España	*	*
Revistas en general	-		La Verdad	*	*
Tiempo			El Día	*	*
Interviú			Otros diarios	1	1
Panorama		*	Offos diarios	_	
Tribuna		-			
Cambio 16	*				
Época	^	_			
País Semanal					
Blanco y Negro					
Ninguno	10	8			
NS/NC	4	10			

^{*} Menos del 1 %.

dos que respondieron «televisión en general» se referían realmente a los canales nacionales estatales de TVE. Los datos de 1996 también parecen reforzar nuestro argumento de que la competición real a TVE-1 en lo que respecta a los programas de noticias procedía de Antena 3 y no de Tele 5, algo que era aparente en 1993 pero que es mucho más evidente en los datos de 1996.

El papel de la televisión como principal fuente de información para seguir el desarrollo de la campaña electoral fue tan abrumador en ambas elecciones que sólo unas escasas minorías mencionan otras fuentes, pudiéndose comprobar que los diarios parecen haber desempeñado un papel más importante que la radio en ambas fechas, si bien debe subrayarse que mientras la proporción que se refirió a los diarios ha permanecido más o menos igual, la proporción que mencionó la radio como principal fuente de información para seguir la campaña electoral se duplicó entre 1993 y 1996, aproximándose considerablemente a la proporción que mencionó a los diarios. La importancia creciente de la radio parece atribuible a la creciente popularidad, en la mayoría de las cadenas de radiodifusión, de las tertulias, en las que periodistas, parlamentarios, líderes políticos, intelectuales, jueces, etc., discuten diariamente las noticias de actualidad más sobresalientes. Las cadenas de radiodifusión más mencionadas reflejan, de manera muy significativa, el peso de las fuerzas políticas y también el de la tradición. En efecto, la cadena estatal Radio Nacional de España, que durante décadas (hasta unos pocos años antes de la muerte de Franco) tuvo el monopolio de los programas de noticias, con la obligación de las emisoras privadas de conectar con ellos dos veces al día (para los programas de noticias de las 14:30 y las 22:00) ha mantenido un peso muy importante como fuente de información en relación con las dos campañas electorales que se estudian aquí (aunque debe recordarse que, en ambas fechas, RNE estaba controlada por el gobierno socialista). La SER es la cadena de radiodifusión del grupo Prisa (editores del diario El País) y por tanto ha estado en ambas elecciones más próxima a los socialistas, mientras que la COPE (una cadena siempre, incluso ahora, vinculada a la Iglesia católica, y más concretamente a la Conferencia Episcopal) suele ser considerada como más próxima a los conservadores y a la derecha, y por tanto al PP. En cuanto a Onda Cero, es una cadena cuyo principal propietario ha sido la Organización Nacional de Ciegos de España (ONCE), y por consiguiente estuvo en ambas elecciones más próxima a los socialistas, por razones similares a las ya explicadas en relación con el canal de televisión Tele 5 (Díaz Nosty, 1994, 1995 y 1996).

En cuanto a los diarios, su mayor número y su escasa tirada explican por qué son mencionados por proporciones tan pequeñas de entrevistados como fuentes principales de información respecto al seguimiento de las campañas electorales. Incluso los diarios denominados «nacionales», como *El País*, *ABC* o *El Mundo*, tienen cifras de lectura muy bajas en comparación con otras publicaciones similares en la mayoría de los países europeos. En realidad, aunque son «nacionales» en el sentido de que se venden en cualquier lugar de España, y en que son los únicos que suelen encontrarse en otros países europeos, sus ventas

en cada Comunidad Autónoma son siempre inferiores a las de algún diario regional o local (con la única excepción de Castilla - La Mancha, comunidad en la que no existe un diario que pueda realmente ser considerado como regional). Debe aclararse que la saliencia de El Mundo en 1996 como diario más mencionado como principal fuente para seguir el desarrollo de la campaña electoral no debe ser interpretado como que es el que tenía mayor número de lectores (en realidad su tirada era entonces, y todavía es ahora, inferior a la de El País y la de ABC). Más bien, la saliencia de El Mundo parece ser explicable por el hecho de que ha sido, desde 1990, el diario que ha proporcionado más información sobre los supuestos casos de corrupción del gobierno socialista y del PSOE (incluyendo su posible participación en la organización y acciones de los grupos anti-terroristas GAL). No parece extraño, por tanto, que fuese mencionado con más frecuencia que otros diarios con mayor tirada, puesto que El Mundo proporcionaba, casi diariamente, nuevas informaciones sensacionalistas que implicaban a los socialistas en más y más supuestos escándalos de corrupción (Díaz Nosty, 1994, 1995 y 1996).

Puesto que TVE-1 parece haber tenido un papel tan predominante como principal medio individual de información sobre las campañas electorales de 1993 y 1996, y tomando en consideración el hecho de que el único medio que parece estar compitiendo cada vez en mayor medida por esa posición hegemónica ha sido Antena 3, pareció aconsejable comparar los perfiles socioeconómicos de sus respectivas audiencias de programas de noticias con el fin de comprobar si existían diferencias significativas entre ellas. Los datos procedentes de las encuestas preelectorales y postelectorales de ASEP en 1993 (mayo y junio) y en 1996 (febrero y marzo) parecen mostrar la existencia de diferencias claras y significativas entre las dos audiencias que son consistentes en el tiempo. Hablando en términos relativos, la audiencia de Antena 3 parece más joven, de estatus socioeconómico familiar algo más alto, más metropolitana, y de posición social más alta (es decir, con mayor presencia en posiciones sociales «centrales», con mayor presencia entre los líderes de opinión), mientras que la audiencia de TVE-1 es algo más vieja, de estatus socioeconómico familiar algo más bajo, más rural y de posición social más baja (es decir, con mayor presencia en la «periferia social»). Además, Antena 3 parece atraer algo más, en términos relativos, a los hombres, mientras que TVE-1 muestra un peso relativo algo mayor de las mujeres en su audiencia. Las diferencias políticas también son significativas, sin lugar a dudas. La audiencia de TVE-1 está, en términos relativos, más escorada hacia la izquierda, mientras que la de Antena 3 está algo más escorada hacia el centro y la derecha. El recuerdo de voto en la encuesta de mayo de 1993 referido a las elecciones de 1989; el de

CUADRO 6.5. Perfil socioeconómico de la audiencia de programas informativos de TVE-1 y Antena 3. Encuestas pre y postelectorales, 1993 y 1996 (% de la audiencia de programas informativos para cada canal)

			19	1993					7001			
	TVE-1	Mayo (pre) TVE - A3	A3	TVE-1	Junio (post) TVE - A3	A3	TVE-1	Febrero (pre)	4 2	7/5	(Marzo (post)	_
N	(429)	(48)	(168)	(433)	(37)	(182)	(421)	(85)	(332)	(385)	(65)	A3 (279)
Sexo Varones Mujeres	50	62 38	59	46 54	4 to 50 to 5	54 46	47 53	48 52	20 20 20	52 52	56	522
Edad 18 a 29 años 30 a 49 años 50 a 64 años 65 y más años	22 32 20 20	25 25 20	30 36 19	18 32 27 23	18 37 30 15	211 4 1 1 8 8	22 29 24	20 30 28 21	31 39 19	18 34 25 22	15 19 19	32 37 21 11
Estatus socioeconómico familiar Alto Medio Bajo	17 60 24	29 50 21	27 57 16	19 55 26	30 51 19	34 52 14	18 25 26	18 55 27	21 60 19	18 61 21	25 22 22	31 54 15
Orientación ideológica Izquierda Centro izquierda Centro Centro derecha Derecha	31 20 20 15 6 8	23 17 21 4 19 17	20 16 15 16 18	31 19 7 7 9 19	30 16 6 11 10 27	23 16 15 18	30 18 19 7	28 15 21 11 11 15	25 14 21 13 11	33 16 19 6 10	31 26 12 9 9	27 12 20 12 11

CUADRO 6.5. (Continuación)

			19	1993					67	1996	,	
	TVE-1	Mayo (pre) TVE-1 TVE - A3	A3	TVE-1	Junio (post) TVE - A3	A3	TVE-1	Febrero (pre) TVE - A3	A3	TVE-1	(Marzo (post) TVE - A3	A3
Recuerdo de voto PP PSOE	= = = = = = = = = = = = = = = = = = = =	41	24	16	13	28	17	20	27	25	25	34
Otros partidos No votó	4 4 0	23	17	4 21 :	4 ε ξ	75 18 18 18	43 13	35 16	30 16	38	34	25 19
NS/NC	12	17	12	13	19 24	13	12	12	11	110	11 6	13
Posición social Alta Media Baja	111 47 42	19 29 29	31 31	£ 4 4	17 43	22 23 23	10 44 46 46	53 53	14 50 36	10 45 45	12 49 38	11 53 53
Hábitat de residencia Metropolitano Urbano	44 46	£ 4 . 8 4 .	33	26 44	24 51	8 8 8 8	26	32 45	31	23 50	20 20	30 20
יייון מו	30	<u> </u>	5	29	25	14	27	24	23	27	28	21

Fuente: Banco de Datos ASEP.

las encuestas de junio de 1993 y febrero de 1996 respecto a las elecciones de 1993; y el recuerdo de voto en la encuesta de marzo de 1996 respecto a las elecciones de 1996, es claramente más favorable al PSOE en la audiencia de TVE-1. En cambio, favorece al PP en la audiencia de Antena 3. El pequeño número de las submuestras se compensa, en nuestra opinión, por la consistencia en el tiempo de las significativas diferencias entre las dos audiencias, y también justifica la exclusión de Tele 5 y otros medios de comunicación específicos de estas comparaciones, puesto que las submuestras serían incluso más pequeñas.

El contraste, especialmente el contraste político e ideológico, entre las audiencias de TVE-1 y Antena 3, parece presentar suficiente evidencia de que existe cierta relación entre ver las noticias en TVE-1 con ser de izquierdas y votar por el PSOE, y entre ver las noticias en Antena 3 con ser de derechas y votar por el PP, pero no permite resolver la importante cuestión de cuál es la causa y cuál es el efecto, es decir, si el ver un determinado canal de televisión influye sobre la orientación ideológica del individuo y sobre su comportamiento electoral o si, más bien, es la orientación ideológica y el comportamiento electoral del individuo el que influye sobre su elección de un determinado canal de televisión para ver sus noticias. Aunque los datos no permiten resolver esta cuestión debido a exigencias metodológicas, parece plausible que ambos procesos causales se refuercen entre sí, es decir, que el individuo selecciona un canal concreto de televisión bajo el supuesto de que está más próximo a su orientación ideológica y a sus preferencias de voto, pero también que el estar expuesto a las noticias de un determinado canal de televisión puede influir sobre la orientación ideológica y las preferencias electorales del individuo. Debe subrayarse, sin embargo, que el análisis de los resultados electorales en ambas elecciones parecen demostrar que el PSOE obtuvo su mayor apoyo electoral en la población rural, entre los parados, los pensionistas y, en general, entre todos aquellos grupos socialmente marginales que se beneficiaban más de los subsidios y de los programas de bienestar social, mientras que el PP obtuvo su mayor apoyo en ambas elecciones entre las cohortes más jóvenes y entre las clases medias urbanas, los profesionales y los trabajadores autónomos, etc.

5. Tratamiento informativo en televisión de los partidos y líderes políticos en las campañas electorales de 1993 y 1996²

Para verificar el grado de neutralidad política de los canales de televisión durante las campañas electorales se llevó a cabo una investiga-

ción durante ambas elecciones consistente en un análisis de contenido de los programas de noticias en los canales nacionales públicos y privados no sólo durante el período de campaña electoral (que tanto en 1993 como en 1996 tuvo una duración de sólo dos semanas antes del día de las elecciones, contrariamente a la práctica en anteriores elecciones, cuando la campaña duró más tiempo) sino también durante parte del período de precampaña (que se define como el período desde que se disuelven las Cortes y se convocan las elecciones hasta el comienzo de la campaña oficial). Parece necesario explicar que la duración del período oficial de campaña electoral es importante porque, durante ese tiempo, la Junta Electoral Central tiene el poder (y la obligación) de garantizar unas elecciones limpias, lo que incluye un tratamiento equitativo y correcto de los partidos y candidatos políticos en los medios de comunicación, tanto públicos como privados. Debe recordarse que la publicidad política pagada está prohibida en los medios de comunicación, pero se asigna en ellos (en la televisión y en la radio) tiempo gratuito a todos los partidos que compiten en una elección (para información y propaganda sobre los programas políticos y los candidatos) durante el período oficial de campaña electoral. El tiempo concedido a cada partido político es proporcional a su representación parlamentaria en el momento de convocarse las elecciones, pero siempre hay un mínimo incluso para los partidos que no tengan representación en absoluto. Este tiempo gratuito para la propaganda de los partidos políticos se incluía generalmente al final de los programas de noticias (en los canales nacionales estatales de televisión y radio), pero en 1996, dada la propensión de las audiencias a hacer zapping para evitar ver estos espacios (en televisión), se tomó la decisión de insertarlos en mitad de los programas de noticias, justo antes de la información deportiva, que recibe una gran atención por parte de la audiencia, como es bien sabido. Los canales privados de televisión y radio pueden o no asignar tiempo a los partidos y candidatos políticos, pero si lo hacen (lo que es más corriente en radio que en televisión) deben hacerlo respetando la regla de proporcionalidad establecida y controlada por la Junta Electoral Central. Por consiguiente, la duración del período oficial de campaña electoral no es una cuestión irrelevante, puesto que afecta a la presencia de los partidos y candidatos políticos (especialmente a los más pequeños) en los medios de comunicación (aunque más en los medios públicos que en los privados), y afecta al período en que la Junta Electoral Central establece controles sobre todos los medios de comunicación, y especialmente sobre los públicos. Todo lo anterior implica que, durante el período preelectoral (que abarca desde que se convocan las elecciones, generalmente dos meses antes de la fecha de las elecciones) los controles son más débiles (o incluso inexistentes) para garantizar un tratamiento equitativo de los

partidos y candidatos políticos. También es importante resaltar las muchas posibilidades que los medios de comunicación, tanto públicos como privados, tienen de disimular la propaganda a favor (o en contra) de un partido o candidato político u otro, como parte de la información ofrecida en sus programas de noticias, o incluso en su programación general.

La investigación realizada en 1993 se basó en la grabación en cintas de vídeo de los programas de noticias durante las dos semanas de la campaña oficial, además de durante la semana precedente (precampaña) y durante la semana posterior (postelectoral). Se recogieron por tanto un total de 335 programas de noticias (62 durante la precampaña. 187 durante el período oficial de campaña, y 86 postelectorales) distribuidos entre los canales de televisión seleccionados para este estudio: 82 de TVE-1, 80 de Telemadrid, 63 de Antena 3, 51 de Tele 5, 30 de Canal + v 29 de TVE-2. Sobre la base de la experiencia adquirida en el análisis de los datos de 1993, en 1996 se decidió incluir todo el período de precampaña (es decir, desde que se convocaron las elecciones en enero de ese año), y eliminar TVE-2, puesto que sus programas de noticias eran muy escasos en comparación con los de los demás canales, y parecían tener una audiencia muy limitada (la situación actual, en la que el programa de noticias de las 22:00 en TVE-2 ha adquirido gran popularidad y una mayor audiencia, es muy distinta a la de 1996). Por consiguiente, el número total de programas de noticias grabados y analizados para las elecciones de 1996 fue casi el doble (658), debido al mayor peso asignado al período de precampaña (418 programas, es decir, siete veces más que en 1993). El número de programas durante el período oficial de campaña (172) y después de las elecciones (68) fue en ambos casos algo inferior al de 1993, debido a la exclusión citada de TVE-2. En el análisis incluido en este capítulo, sin embargo, se han excluido los programas postelectorales en ambas elecciones. La distribución de programas por canales fue más equilibrada en 1996 debido a que la pauta de tres programas de noticias diarios había sido ya adoptada por casi todos los canales: Antena 3 y Tele 5 (166 programas cada uno), TVE-1 (164). Telemadrid (101) v Canal + (61).

La unidad de análisis utilizada ha sido, en ambas investigaciones, la «noticia», habiéndose recogido información sobre más de 100 variables para cada noticia en 1993, principalmente sobre aspectos cuantitativos, aunque también sobre aspectos cualitativos, y se codificaron también algunos juicios evaluativos por parte de los codificadores de las noticias. El libro de códigos en 1996 fue sólo algo más reducido, ya que la experiencia adquirida en la investigación precedente aconsejó suprimir algunas variables excesivamente subjetivas y dependientes en el juicio del codificador, y que además se aplicaban sólo a un número muy reducido

CUADRO 6.6. Número de programas informativos analizados, número de noticias y número de noticias políticas, por canal y período

	N.º de prograntas	e 1as (2)	N.º de noticias	de cias (2)	x de noticias por programas (1)	cias por mas (2)	N.º de pol	N.º de noticias políticas 1)	% de noticias políticas sobre total de noticias (1)	nticias sobre noticias (2)
Precampaña TVE-1 TVE-2 Telemadrid Tele 5 Antena 3 TV Canal +	16 6 8 6 6 6	104 63 106 106 418	284 42 243 200 128 71 968	1.898 1.290 2.301 2.021 682 8.192	17,8 7,0 15,2 20,0 16,0 11,8	18,2 20,5 21,7 19,1 17,5 19,6	123 14 855 72 49 30 373	763 455 865 730 215 3.028	4 K K K K K A K K K K K K K K K K K K K	32 33 34 37 37
Campaña TVE-1 TVE-2 Telenadrid Tele 5 Antena 3 TV Canal +	44 15 27 27 43 16 187	43 27 17 17 17 19	831 126 761 761 555 712 712 195 3.180	794 446 911 779 3.180	18,8 8,44 18,1 10,6 12,2 17,0	18,75 18,75	280 29 314 208 243 78 1.152	283 134 346 297 67 1.127	, 38 38 38 38 38 38 38	327.888.39 8 327.888.39 8
Postcampaña TVE-1 TVE-2 Telemadrid Tele 5 Antena 3 TV Canal +	25 8 27 1 1 5 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8 8	C 1111 1 1 1 1 1 1 1 1	386 64 347 292 191 108 1.388	299 231 337 294 1,233	17,6 8,0 19,8 20,9 13,5 16,1	17,6 21,0 19,8 17,3 12,0 18,1	122 15 105 88 88 39 27 27	124 73 1112 103 18 430	% 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5	3223333 45 3233333 45
Total período TVE-1 TVE-2 Telemadrid Tele 5 Antena 3 TV Canal +	82 29 80 83 33 33 33	164 101 166 166 61 638	1.501 232 1.351 1.047 1.031 374 5.536	2.991 1.967 3.549 3.094 1.004 12.605	18,3 8,0 16,9 20,5 16,4 12,5	18,2 19,5 21,4 18,6 16,5	525 58 504 368 331 185 1.921	1.170 662 1.823 1.130 300 4.585	35.23.33.33.33.33.33.33.33.33.33.33.33.33.	39 37 36 36 36 36

(1) Elecciones de junio de 1993. (2) Elecciones de marzo de 1996.

de noticias y por tanto imponían fuertes limitaciones a la generalización de los resultados. En cualquier caso, el número de noticias analizadas en 1993 fue de 5.536 y de 12.605 en 1996, lo que significaba un promedio de 16,5 noticias por programa en 1993 y de 19,2 noticias por programa en 1996, con muy poca variación de unos canales a otros (de 12,5 en Canal + a 20,5 en Tele 5 en 1993, y de 16,5 en Canal + a 21,5 en Tele 5 en 1996), que parece ser bastante consistente en los dos períodos estudiados. Sin embargo, no todas las noticias codificadas tenían relación, aunque fuese indirecta, con la política, es decir, con la política española y, por tanto, potencialmente con la campaña electoral (debe aclararse que no se han codificado como noticias los espacios gratuitos para propaganda electoral concedidos a los partidos políticos en los canales públicos, TVE-1, TVE-2 y Telemadrid). La proporción de noticias que fueron calificadas como «políticas», y por tanto sujetas a análisis, fue muy similar en los dos períodos electorales, alrededor de una tercera parte del total de noticias codificadas, proporción que varió entre un 30 y un 39 % entre los diferentes canales y en ambas elecciones.

El número total de noticias políticas fue por tanto de 1.921 en 1993 y de 4.585 en 1996, aunque al haber excluido los programas postelectorales en el análisis que se presenta aquí, el número total de noticias políticas de las que aquí se da cuenta es de 1.525 para 1993 (373 relativas al período preelectoral y 1.152 al período de campaña oficial), y de 4.155 para 1996 (3.028 sobre la precampaña y 1.127 sobre la campaña). Los resultados del análisis de 1993, que pusieron de manifiesto el mayor sesgo de las noticias a favor del gobierno socialista durante la precampaña, como se había anticipado, fueron determinantes en la decisión de ampliar la observación a todo el período de precampaña durante las elecciones de 1996 (desde el momento mismo en que se convocaron las elecciones, en el mes de enero). Ésta es la razón que explica que el número de noticias políticas analizadas durante el período de campaña oficial sea tan similar en ambas fechas (pues corresponden a un período igual, de dos semanas de duración), mientras que el número de noticias políticas analizadas durante la precampaña sea diez veces mayor en 1996 que en 1993, debido al período más largo que se ha analizado en 1996.

Los temas tratados en las noticias políticas parecen haber variado significativamente de 1993 a 1996 (se tomó información de hasta seis temas por noticia en ambos estudios). En 1993 la economía y las relaciones internacionales de España parecen destacar ligeramente (entre 20 y 25 %) sobre otros temas durante la precampaña en la mayoría de los canales, tanto si se toman en cuenta todos los temas de la noticia o sólo los principales (primeros) de cada noticia. Sólo TVE-1 y Tele 5 muestran también una preocupación similar por las cuestiones de bienestar social.

	(2)	(225) 16 % 48 2 7 7 9 9	(186) 23 % 7 2 9 43 16	(78) 15 % 49 3 9 114 10	(94) 19 % 11 3 8 42 17
	Canal +	(80) 9 % 16 118 , 222 52 6	(303) (15% 2.7) (16% 2.7) (17.7) (14.14) (14.7)	(30) (7 % 1 17 17 30 20 16 10 10	(182) 16 % 9 7 7 113 411
ļ	2	68 1777	631		
	(2)	(652) 18 % 20 11 11 12 12	(509) 25 % 20 3 10 26	(242) 20 % 22 11 7 7	(291) 22 % 19 3 9 30 17
96	Antena 3 (1) (3	(111) 15 % 14 21 24 9	(1.254) 13 % 9 6 6 16 143 13	(49) 8 % 14 25 25 12 16	(718) 12 % 10 6 17 42 11
3 y 19				~%	≈ % -
s, 199.	(2)	(610) 31 % 24 5 5 10 12 18	(611) 20 % 16 2 42 42 14	(208) 37 % 24 6 7 7 10	(344) 19 % 15 15 1 15 1 4 4 50
r tema	Tele 5	(171) 11 % 11 15 24 20 19	(1.571) 12 % 11 5 11 50 11	(71) 7 % 13 21 22 16	(864) 12 % 10 5 12 5 12 51 10
as po		- 0	~~	3 %	4 % 21
oolític	adrid (2)	(806) 21 % 23 4 4 113 119	(293) 11 % 8 8 2 2 14 14	(314) 23 % 23 % 5 5 14 118	(134) 8 % 5 16 61
ticias 1	Telenıadrid (1) (2)	(214) 8 % 19 21 26 18 8	(861) 8 % 112 5 19 46	(85) 6 % 16 31 22 19	(453) 8 % 112 6 19 46
as no				Q. S	
n de l	(2)	(722) 11 % 24 12 12 14 14	(583) 7 % 9 5 · 14 48	(279) 13 % 23 24 14 13 10	(282) 8 % 7 6 6 11 13 15
Distribución de las noticias políticas por temas, 1993 y 1996	TVE-1	(372) 12 % 17 17 17 21 18	(1.789) 13 % 8 10 15 44 10	(123) 14 % 19 19 20 16	(759) 12 % 8 11 17 44
Dist				<u> </u>	(G)
6.7.	canales (2)	(3.015) 20 % 24 8 12 12	(2.182) 17 % 13 3 3 10 41 16	(1.121) 22 % 25 25 8 10 14	(1.145) 16 % 12 3 9 46 14
CUADRO 6.7.	Todos los canales (1) (2)	(948) 11 % 16 19 23 17	(5.778) 12 % 10 7 7 15 45	(358) 9 % 16 24 21 18	(2.976) 12 % 9 7 16 46 10
				a	
		o si o	s: O	Tema 1 (principal) 1) = s electorales y candidatos tteriores social	tos .
		Temas I a 1 a 6) = c electorale y candidate terriores social	6) = ctorale ndidat ores al	ta I (p	ectoral andida iores
		Temas I N (1 a 6) = nas elector fa y candid s exteriores nía ar social	N (1 a 6) = mas elector na y candid s exteriores nía tar social	Temu N (1) = mas elec fia y car s exteric mia tar socia	1996 N(1) = Programas electorales Campaña y candidatos Asuntos exteriores Economía Bienestar social Otros
		Temas I a 6 1993 N (1 a 6) = Programas electorales Campaña y candidatos Asuntos exteriores Economía Bienestar social Otros	1996 N (1 a 6) = Programas electorales Campaña y candidatos Asuntos exteriores Economía Bienestar social Otros	Tema 1 (prin 1993 N (1) = Programas electorales Campaña y candidatos Asuntos exteriores Economía Bienestar social Otros	1996 N (Programas Campaña) Asuntos ex Economía Bienestar otros

(1) Precampaña; (2) Campaña. Fuente: Banco de Datos ASEP.

Durante el período oficial de campaña el énfasis principal parece haber cambiado hacia la propia campaña y los candidatos en todos los canales (alrededor de un 25 % en cada caso), y también hacia los programas electorales de los partidos (excepto en TVE-1 y Canal +). En 1996, sin embargo, alrededor de la mitad de los temas, o incluso una proporción mayor, en todos los canales, se referían a cuestiones de bienestar social (principalmente al paro y a las pensiones de jubilación), y ésta parece haber sido la pauta común durante la precampaña y durante la campaña, con la única excepción más importante de Antena 3 durante la campaña, ya que fue el único canal que se refirió a los programas electorales de los partidos y a la campaña y a los candidatos en proporción similar a la dedicada a las cuestiones de bienestar social.

Puede que sea útil recordar en este punto que, en las elecciones de 1993, el gobierno socialista basó su campaña principalmente en sus logros económicos desde 1982, el esplendor de los eventos nacionales de 1992 (Juegos Olímpicos de Barcelona, Exposición Universal de Sevilla). y la entrada de España en la Unión Europea, que garantizaba un futuro de abundancia económica (el paro estaba empezando a aumentar entonces, pero no tan dramáticamente como lo hizo algunos años después). En 1996, sin embargo, el gobierno socialista basó su campaña en la afirmación de que el conservador PP reduciría las pensiones de jubilación y los subsidios de desempleo como consecuencia de su programa económico neo-liberal, dirigiendo sus mensajes muy claramente a los grupos sociales mayoritarios que podrían tener miedo a perder sus beneficios sociales. En ambas elecciones, por tanto, la mayor proporción de temas tratados en las noticias parece haber coincidido con las cuestiones más importantes destacadas en la estrategia electoral del PSOE, especialmente en el canal nacional estatal TVE-1.

Los resultados del análisis de contenido de los datos de 1993 proporcionaron suficiente evidencia de que el PSOE fue el iniciador de las noticias con mucha mayor frecuencia que el PP, que los líderes del PSOE aparecieron en las noticias muchas más veces que los del PP, y además se les oyó hablar durante más tiempo, se les citó con mayor frecuencia y se les vio también más a menudo. Aunque ésta fue la pauta general, los datos parecían demostrar que esa mayor presencia del PSOE en las noticias fue todavía más clara y evidente durante la precampaña que durante la campaña oficial, más cuando se refería al PSOE como partido o a sus líderes y candidatos en general que cuando se refería a Felipe González en particular, más cuando se tomaban en consideración sólo los «primeros» «iniciadores» de noticias, «actores», «actores escuchados», «actores citados» o «actores visualizados» que cuando se tomaban en cuenta «todos» los iniciadores o actores en cada noticia, sin prestar atención al orden en que aparecían. La pauta des-

CUADRO 6.8. Presencia de los líderes del PSOE y del PP en las noticias, 1993 y 1996

	Todos los canales	TVE	-	Telenia	drid	Tele	8	Antena	8.3	Cana	+7
	(1) (2)	(1)	(2)	(1) (2)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)	(1) (2)	(2)
7003			Iniciado	Iniciador de los te	temas						
7993 Total N (1-6) = Ratio PSOF/PP	(902) (2.929)	(356)	(665)	(211)	(801)	(145)	(596)	(111)	(644)	(62)	(223)
Principal N (1) =	(343) (1.080)	(119)	(249)	(83)	(311)	2,7 (63)	(204)	(49)	(240)	(29)	(7,6)
Ratio PSOE/PP	1,6 1,4	1,2	0,1	6'0	1,1	2,00	 80	1,6	2,5	1,7	1,1
9661											
Total N (1-6) =	(5.653) (2.124)	(1.739)	(540)	(821)	(272)	(1.513)	(899)	(1.237)	(203)	(343)	(135)
Ratio PSOE/PP	1,0 1,0	1,0	1,1	8,0	1,3	0,1	8,0	1,1	1,0	1,0	1,4
Finicipal // (1) = Ratio PSOR/PP	10 (307)	(020)	(443)	(408) 9.3	(112)	(777)	(315)	(299)	(253)	(178)	(64)
Natio 1 SOE/I	1,0	O, 1	0,1	7'0	Q',	7'1	7'1	1,1	1,1	0,7	1,7
1003				Actor							
Total N (1.4) =	(891) (2.815)	(337)	(202)	(204)	(765)	(167)	(548)	(107)	(518)	(76)	(202)
Ratio PSOE/PP	2,2 1,6	2,3	2,0	7,8	1,2	2,3	10	1.6	1.8	13.9	1.1
Ratio González/Aznar	1,0 1,0	1,2	6'0	1,1	1,1	1,3	1.1	6.0	6,0	0,4	0.1
Principal $N(1) =$		(122)	(278)	(88)	(310)	(7)	(308)	(4)	(241)	(30)	(78)
Ratio PSOE/PP	2,7 2,0	2,8	2,3	£,0	1,6	2,5	2,9	2,4	2,7	2,0	0,1
Ratio González/Aznar		1,2	6'0	1,4	1,4	1,5	1,7	6'0	1,3	8'0	1,2
1996											
Total N (1-6) =	(5.054) (1.925)	(1.506)	(456)	(717)	(263)	(1.399)	(612)	(1.142)	(444)	(230)	(150)
Ratio PSOE/PP	1,6 1,3	1,5	1,4	1,4	1,1	1,7	1,3	1,5	1.3	00.1	1.4
Ratio González/Aznar	1,0 0,9	1,0	1,1	6'0	1,0	1,0	6'0	1.1	6.0	1.2	, so
Principal $N(1) =$	(2.863) (1.083)	(741)	(292)	(439)	(130)	(839)	(345)	(667)	(256)	(177)	(6)
Ratio PSOE/PP	1,8 1,8	2,0	2,3	1,5	2,8	1,9	1,7	œ.	1,6	1,7	1,6
Ratio González/Aznar	1,2 1,3	1,2	1,2	1,1	4,5	1,1	1,1	1,5	1,3	1,0	6'0

CUADRO 6.8. (Continuación)

			***************************************	(30)		
-	Todos los canales	TVE-1	Teleniadrid		Antena 3	, forest
	(1) (2)	(1) (2)	(1) (2)	(1) (2)	(1) (2)	(I) (2)
		Tiempo at	le el actor fue «escuo	hado»		
1993			awara and inches			
Total N (1-12) (bites)	(417) (1.274)		(401)	į		
Ratio PSOR/PP			(103)	(29)		
Date One of	2,7 1,6		3,1	2.5		
Katio Conzález/Aznar	1,4 1,0		2,2) r		
Total N (1-12) (segundos)	(10.793)(29.726)		(0001)	1,1		
Ratio PSOE/PP	23 16		(1.926)	(1.441)		
Datio Connellos (Annel			2,8	1,9		
Nauo Conzalez/Aznar			1.9	00		
Principal N (1)	(253) (752)		(44)			
Ratio PSOE/PP	25, 10,	3.1	(057) (+0)	(45) (99)	(33) (126)	(13) (48)
Ratio González/Aznar			3,0	3,5		
The state of the s			3,5	.,		
Principal N (1) (segundos)	(6.779) (19.019)		(1 281)	(100.1)		
Ratio PSOE/PP			(107:1)	(1.053)		
Ratio González/Annan	***		5,4	2,0		
IRITO CONTRAIGO CHAN	1,4		2,4	5		
•			•			
1996						
Total N (1-12) (hites)	(5 250) /1 000)		,			
Datio DCOE/DD	(4001) (407.0)		(286)	(1.512)		
Date of the contract of the co			1,64	1.62		
Katio Conzalez/Aznar	1,03 0,90		1.02	10		
Total N (1-12) (segundos)	(112.184)(43.532)		(17 401)	10,1		
Ratio PSOE/PP	1 53 1 42		(1001)	(32.550)	\asymp	_
Ratio González/Aznar			15,1	1,66		
Principal N (1)			1,13	0,95		
Designation of the contract of	_		(357)	(999)		
Kano PSOE/PP			1.56	1 71		
Ratio González/Aznar			- 10	1,41		
Principal N (1) (segundos)	~	_	1,13	16,0		
Ratio PSOE/PP	1 40 1 04	_	(11.265)	(23.102)	_	_
Ratio Conzáloz/Aznar	1,00	1,81 2,25	1,33 2,49	1,77 2,14	1,59 1.36	2 18 1 27
IDITED CONTROL OF THE	17,1 /0,1		1,27	06'0		
			- 1			

Purpose Tables			CUAD	CUADRO 6.8. (Co.	(Continuación)	t)					
M(1-16)		Todos los canales (1) (2)	rve.1		ensadrid (2)	Telu (1)	150	Anne (1)	na 3 (2)	Can	
N(1-16)	1993			Actores «cita	dos.»						ì
PSOEPP 1.8 1.3 2.9 1.0 1	Total N (1-16)				4	į	;				
1, 2, 1, 3, 1, 3, 1, 3, 1, 3, 1, 3, 1, 3, 1, 3, 1, 3, 1, 3, 3, 1, 3, 3, 1, 3, 3, 3, 3, 3, 3, 3, 3, 3, 3, 3, 3, 3,	Patio PSOE/PD				(220)	(73)	(303)	(18)	(169)	(14)	(57)
Voltable Paramatrial 1,5 1,1 1,2 1,1 1,3 1,3 1,0 3,0 1,0 2,0 PSOEPP 1,9 1,8 3,2 1,4 1,4 1,7 3,1 1,0 3,0 1,0 1,0 1,0 PSOEPP 1,9 1,8 3,2 1,4 1,7 3,1 1,0 3,1 1,0 3,0 1,0 1,0 PSOEPP 1,9 1,8 3,2 1,4 1,7 3,1 1,0 3,1 1,0 3,0 1,0 PSOEPP 1,9 1,8 1,4 1,4 1,7 1,0 3,1 1,0 3,2 2,0 3,8 2,0 PSOEPP 2,1 1,4 1,9 1,0 2,1 1,9 1,2 2,2 3,8 2,0 PSOEPP 2,1 1,4 1,9 1,0 2,1 1,9 1,2 2,5 1,6 1,9 PSOEPP 2,2 2,0 2,0 1,4 2,3 1,3 1,3 1,3 1,3 1,3 PSOEPP 1,6 1,2 2,0 2,0 1,4 2,3 2,1 1,4 1,3 1,4 1	Date of Court				 &0_	1.2		30	, C	-) -
PSOEPP 153) (508) (62) (119) (32) (119) (37) (149) (37) (149) (37) (149) (39) (99) (99) (99) (99) (99) (99) (9	Katio Conzalez/Aznar				-	- 1	· -	2 0	, - O (2, 6	ر ۱ در ۱
PSOGLPP 1,9 1,8 3,2 1,17 1,19 1,19 1,19 1,19 1,19 1,19 1,19	Principal N (1)				310	Q f	2 ()	o (0,1	7,0	6,0
González/Aznar 2,2 4,1 2,0 1,4 1,7 3,1 1,0 3,2 2,0 1,0 1,0 1,0 1,0 1,0 1,0 1,0 1,0 1,0 1	Ratio PSOE/PP				(211)	(/e)	(145)	(13)	(96)	6	(53)
N(1-6)	Ratio González/Aznar				0,7	9, 6	3,2	2,0	1,0	1,0	2,0
V(1-6)	1006				1,5	0'/	7,5	2,0	က တ	2,0	2,0
Consider/Arnar Li4	0//1 1//00										
PSOEIPP 2,1 1,4 1,9 1,0 2,1 0,9	lotal N (1-6)					(632)	(183)	(501)	(324)	()()	(400)
Conzález/Aznar	Ratio PSOE/PP					101	(103)	(301)	(477)	(971)	(103)
V(15) V(15	Ratio González/Aznar					, e	4 0	, v.	0,1	1,9	2,2
PSOEPP 2.2 2.0 2.0 1.4 2.3 1.4 2.9 1.4 2.9 1.1	Principal N (1)					5,1	0 (1,4	1,5 1	1,2	7,
González/Aznar 1,9 2,0 2,0 1,4 2,3 1,0 4,2 1,4 2,9 3,1 2,0 1,1	Ratio PSOE/PP					(207)	(112)	(309)	(117)	(75)	(25)
N (1-5) (415) (1.214) (170) (313) (66) (317) (113) (270) (34) (228) (1,1 PSOEPP 1, 6 1,2 1,8 1,2 1,4 1,1 2,1 1,2 0,8 1,3 1,1 PSOEPP 1, 6 1,2 1,8 1,2 1,4 1,1 2,1 1,2 0,8 1,3 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 2,1 1,2 1,1 2,1 1,1 0,8 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 1,1 0,8 0,9 0,2 1,2 1,4 1,2 1,4 1,2 1,4 1,2 1,4 1,2 1,4 1,2 2,9 3,0 1,1 2,3 1,3 1,4 0,2 1,5 2,2 2,1 1,4 0,2 1,3 1,4 1,4 0,2	Ratio González/Aznar	1,9 2,0				7,7	1 - 4 c	2,9	3,1	2,0	3,4
N(1-5)		•				D, 1	7,1	2,3	2,5	1,1	ω, 00,
N(1-5)	1993			Actores «visual	izados»						
PSOE/PP	Total 4/ (1.5)										
FODERFY 1,6 1,2 1,8 1,2 1,4 1,1 2,1 1,2 0,8 1,2 1,1 1,1 1,2 0,8 1,3 1,1 1,1 1,1 1,2 0,8 1,3 1,1 1,1 1,2 0,8 0,6 0,9 0,2 1,6 0,8 0,4 1,5 1,3 0,8 0,6 0,9 0,2 1,1 1,2 1,3 0,8 0,6 0,9 0,2 1,1 1,2 1,3 1,2 1,3 1,1 1,4 1,2 1,5 1,5 2,2 2,1 0,7 1,4 0,2 1,3 1,2 1,3 1,7 1,2 1,3 1,7 1,8 1,8 1,8 1,8 1,4 1,2 1,3 1,7 1,2 1,3 1,7 1,2 1,3 1,7 1,2 1,3 1,7 1,1 0,9 0,8 0,8 1,8 1,8 1,4 1,5 1,4 2,8 1,1 1,4 1,5 1,4	TOTAL 19 (1-3)		_		(317)	(113)	(220)	(34)	(228)	(22)	(70)
González/Aznar 1,0 0,9 1,6 0,8 0,4 1,5 1,3 0,8 0,6 1,9 1,1 1 1,1 1 1,3 1,1 1 1,3 1,1 1 1,3 1,1 1 1,3 1,3	Ratio FSUE/FF					2.1	12) c	1 2	(35)	(00)
ipal N (1) (218) (665) (78) (171) (33) (208) (67) (130) (24) (106) (16) (16) (16) (171) (171) (171) (172) (172) (172) (173) (174) (174) (174) (175) (175) (176) (177) (1	Katio González/Aznar					- î	1 0	2 0	ე (1,1	7,1
PSOE/PP	Principal N (1)	_			(800)	2 ()	965	o (V, U	0,2	8,0
González/Aznar 1,0 1,4 1,4 0,9 0,2 1,5 2,9 3,0 1,1 2,3 1,3 1,3 1,4 1,4 0,9 0,2 1,5 2,2 2,1 0,7 1,4 0,2 0,2 1,5 1,2 1,3 1,4 1,2 2,1 1,3 1,2 1,3 1,7 1,2 0,8 1,8 1,8 1,9 1,1 1,0 0,9 0,4 1,1 0,9 0,8 0,8 1,4 1,5	Ratio PSOE/PP				(200)	(10)	(150)	(74)	(106)	(16)	(20)
N (1-5) N (1-5) N (1-5) N (1-5) N (3.892) (1.573) (980) (431) (544) (187) (1.139) (514) (831) (411) (398) PSOE/PP 1,3 1,4 1,2 2,1 1,3 1,2 1,3 1,7 1,2 0,8 1,8 ipal N (1) (1.081) (476) (247) (114) (147) (47) (324) (164) (245) (129) (118) PSOE/PP 1,4 1,5 1,4 2,8 1,1 3,8 1,4 1,5 1,4 0,9 1,7 González/Aznar 0,8 1,3 1,0 2,2 0,8 6,0 0,5 1,1 1,2 0,8	Ratio González/Aznar				7,1	6,2	3,0	1,1	2,3	1,3	1,8
N (1-5) (3.892) (1.573) (980) (431) (544) (187) (1.139) (514) (831) (411) (398) PSOE/PP 1,3 1,4 1,2 2,1 1,3 1,2 1,3 1,7 1,2 0,8 1,8 González/Aznar 0,7 1,0 0,8 1,7 1,0 0,9 0,8 0,8 ipal N (1) (1.081) (476) (247) (114) (147) (47) (324) (164) (245) (129) (118) PSOE/PP 1,4 1,5 1,4 2,8 1,1 3,8 1,4 1,5 1,4 0,9 1,7 González/Aznar 0,8 1,3 1,0 2,2 0,8 6,0 0,5 1,1 1,2 0,8 0,7	7007					2,2	2,1	0,7	1,4	0,2	1,6
PP 1,3 1,4 1,2 2,1 1,3 1,2 1,3 1,7 1,2 0,8 1,8 1,8 1,8 1,8 1,9 1,1 1,9 1,9 1,1 1,9 1,8 1,9 1,1 1,9 1,9 1,9 1,9 1,9 1,9 1,9 1,9	0661										
Aznar 1,3 1,4 (2,2) (2,1) (11,137) (514) (831) (411) (398) (514) (621) (411) (398) (514) (621) (411) (398) (514) (621) (411) (398) (518) (519) (519) (518) (519) (518) (519) (518) (519) (518) (518) (519) (518) (518) (519) (518) (518) (519) (518) (518) (519) (518) (Total N (1-5)	(3.892) (1.573)				(1120)	/61.4)	(0.00)	*****		:
Aznar 0,7 1,0 0,8 1,7 1,0 1,4 1,1 1,2 0,8 1,8 1,8 1,0 1,0 1,0 1,0 1,1 1,0 1,0 1,0 1,1 1,0 1,0	Ratio PSOE/PP	1.3				(4:139)	(4rc)	(851)	(411)	(368)	90
(1.081) (476) (247) (114) (147) (47) (324) (164) (245) (129) (118) (147) (47) (324) (164) (245) (129) (118) (118) (129) (118) (118) (129) (118) (129) (118) (129)	Ratio González/Aznar	07 10				8, I	1,7	1,2	8,0	1,8	1,0
Aznar 0,8 1,3 1,0 2,2 0,8 6,0 0,5 1,1 1,2 0,8 0,7	Principal N (1)	(1081)				4,0	1:1	6'0	8,0	8,0	1.1
Aznar 0,8 1,3 1,0 2,2 0,8 6,0 0,5 1,1 1,2 0,8 0,7	Ratio PSOF/PP	(0/4) (100:1)				(324)	(164)	(245)	(129)	(118)	(22)
0,8 1,3 1,0 2,2 0,8 6,0 0,5 1,1 1,2 0,8 0,7	Ratio Gonzálaz/Azzaz	U,1 4,1				1,4	1,5	1.4	6.0	1.7) -
7.7	Natio Collegie ZAZnar	0,8 1,3				0.5	1.1	- 2	. «	. , ,	1,1

Fuente: Banco de Datos ASEP.

crita, por otra parte, era también, en general, más acentuada en TVE-1 y menos en Antena 3.

El análisis de contenido de los datos de 1996 sugiere que esta pauta general fue mucho menos evidente entonces de lo que había sido en 1993, observándose un equilibrio mayor entre el PSOE y el PP y entre sus respectivos líderes, especialmente en lo que se refiere a los «iniciadores» de noticias. No obstante, continúa observándose una mayor presencia de «actores» del PSOE que del PP en todas sus modalidades, especialmente cuando se toman en cuenta los «primeros» actores (y algo menos cuando se toman en consideración «todos» los actores), y este hallazgo se pone de manifiesto más claramente en TVE-1 que en los otros canales de televisión, y es menos evidente en Antena 3, aunque las diferencias entre los datos de la precampaña y los de la campaña son también menos claros en 1996 que en 1993, hasta el punto de que, especialmente en TVE-1, los datos parecen incluso sugerir la existencia de la pauta contraria, es decir, que el desequilibrio (favorable al PSOE) fue mayor (en 1996) durante la campaña que durante la precampaña, lo que podría haber sido parte de la estrategia electoral seguida por el PSOE en las elecciones de 1996, que fue ciertamente diferente a la seguida en 1993, como luego habrá ocasión de explicar.

El diferente trato que dieron los canales de televisión al PSOE y al PP en ambas elecciones, aunque más acusado en las de 1993, se confirma también a través de otras dos medidas utilizadas en el análisis de contenido de los programas de noticias. Una de estas medidas consistió en la evaluación (subjetiva) que tuvieron que hacer los codificadores respecto a si el presentador de la noticia había hecho o no algún comentario que pudiera ser considerado como descriptivo (no evaluativo), neutral hacia el PSOE y hacia el PP, o positivo o negativo hacia cualquiera de ellos. Los datos parecen haber demostrado que el PSOE recibió más comentarios que el PP en la mayoría de los canales tanto durante la precampaña como durante la campaña, y también al comparar «todos» los comentarios con los «primeros» comentarios, y esta afirmación es válida respecto a ambas elecciones, aunque algo menos en las de 1996. Asimismo debe subrayarse que más de dos terceras partes de los comentarios en 1993 (y más de tres cuartas partes en 1996) son descriptivos o neutrales con respecto a los dos partidos políticos citados. Sin embargo, al comparar los comentarios positivos y negativos recibidos por cada partido, se comprueba claramente que el saldo neto es más positivo (o menos negativo) para el PSOE que para el PP, especialmente en 1993 y en TVE-1 durante la precampaña, y menos en Antena 3. En general, en la mayoría de los canales hubo mucho más equilibrio en el tratamiento de los dos partidos políticos durante las elecciones de 1996, lo que hace que resalte aún más el fuerte desequilibrio que se observó en 1993.

CUADRO 6.9. Comentarios evaluativos y sesgo hacia el PSOE y el PP, 1993 y 1996

	Todos los	canales	TVE	1.	Telenia	drid	Tele 5	10	Anten	3 3	Canal +	+ +
	(1) (2)	(2)	(1)	(2)	(1) (2)	(2)	(1)	(2)	(1) (2)	(2)	(1)	(2)
				Comenta	Comentarios evaluativos	tivos						
1993												;
Total N (1-5)	(442)	(1.633)	(153)	(373)	(77)	(361)	(119)	(388)	(99)	(362)	(27)	(149)
Ratio PSOE/PP		1.3	1,7	8,1	1,3	1,1	9,1	1,2	1,2	1,4	1,6	1,0
% descriptivo	6,5	19	63	71	9	57	76	26	20	54	86	78
Dif. posneg.				.*							,	
PSOE	+2,7	-2,9	+9,2	+3,0	-1,3	-7,5	% 9	-3,9	÷1,5	-2,8	-3,7	4 0
dd	-3,6	6,4	-3,9	-5,6	-6,5	8'2-	-5,0	4,1	+1,5	-2,2	ı	4,7
Principal N (1)	(231)	(847)	(75)	(197)	(33)	(226)	(09)	(170)	(41)	(186)	(16)	(88)
Ratio PSOE/PP	2,1	3,0	1,7	2,3	1,9	1,6	4,0	6,0	1,8	4,2	1,5	2,8
% descriptivo	89	2	29	98	64	73	200	09	46	20	100	85
Dif. posneg.												
PSOE	+6,5	+1,1	+14,7	+6,6	+2,6	-0,5	I	9,0-	+7,3	,		-2,9
PP	+1,3	+3,2	-2,7	+1,5	+2,5	+4,0	I	+2,9	8'6+	+5,4	I	ł
1996								,		i	į	,
Total N (1-5)	(1.737)	(639)	(282)	(110)	(243)	(46)	(406)	(261)	(433)	(179)	(73)	(43)
Ratio PSOE/PP	1,1	1,1	1,2	6,0	1,1	1,1	6'0	1,0	1,2	1,0	1,5	2,6
% descriptivo	78	79	200	68	83	54	82	81	20	87	84	40
Dif. posneg.									,	1		:
PSOE	-1,6	+0,7	+5,5	+1,8	+2,1	+8,7	4,2	4,0	-10,9	-3,9	4,1-	+13,9
dd	+0,7	+1,2	٥ 4,	-1,8	+1,7	4,4	~2,4	-1,2	+5,1	+5,6	4	+11,6
Principal N (1)	(893)	(433)	(256)	(77)	(140)	(53)	(224)	(164)	(231)	(122)	(42)	(41)
Ratio PSOE/PP	1,4	1,5	1,6	1,2	1,3	3,5	1,0	1,5	1,7	1,1	1,7	2,9
% descriptivo	73	80	29	92	80	72	78	83	65	98	 	37
Dif. posneg.										,	•	
PSOE	-2,2	+0,5	9,8+	+1,3	+4,3	6′9+	مر هر	-1,8	-15,6	-3,3	+2,4	+14,7
PP	+1,7	+2,6	+2,7	-1,3	+2,1	-3,4	4	9,0	+7 00,	+7,4	-7,1	+12,2

CUADRO 6.9. (Continuación)

	Todos lo	Todos los canales	TVE-I	1.5	Telensadrid	ıdrid	Tele 5	5	dutana 2	2 55		
	(1)	(2)	(3)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)	(1) (1)	, (Z)
1993		Sesgo	medio de	Sesgo medio de las noticias - Escala: 1 (negativo) a 7 (positivo)	- Escala:	(negativo)	a 7 (positi	100				
Total noticias políticas N = % noticias con sesgo hacia:	(359)	(359) (1.123)	(123)	(280)	(85)	(314)	(72)	(208)	(49)	(243)	(30)	(78)
González/PSOE	45	4:	20	46	28	29	36	22	57	56	33	36
Ratio PSOE/PP	1, 5	36 1,2	29	38	1.6	21	24	48	33	43	88:	3 % ?
Sesgo medio (x): González/PSOF		•				:	į	717	7'1	٤,١	0,1	1,0
Aznar/PP	4 W	4, w	0, r 0, r	4, v	4, r	رن 1- ر	3,7	3,9	4,5	4,4	4,2	3,1
	2	·	4,0	C'C	2,7	5,5	3,4	3,9	4,3	3,9	4,0	رب 00'
9661						-						
Total noticias políticas № * % noticias con sesgo hacia:	(2.997)	(2.997) (1.158)	(763)	(283)	(455)	(134)	(865)	(346)	(730)	(297)	(184)	(86)
González/PSOE	51	4	57	36	45	28	400	42	4	oc Lr	44	5
Aznar/FF Perio PSOE/PP	. 38	줐 ;	41	53	33	28	33	33	37	36	£ 8	6 4
Sesgo medio (x) :	4,1	٤,1	4, T	1,2	4,1	1,0	1,4	1,3	1,5	1,5	1,5	1,6
González/PSOE	80	4,2	4,3	4,7	4,3	6,4	3,5	4.1	4.6	00	2.2	7
Aznar/rr	3,8	4,3	3,6	3,7	4,5	8,	3,00	4,2	3,58	4,7	ຸຕ	, 4, υ κ,

Fuente: Banco de Datos ASEP.

La segunda medida consistió también en un juicio subjetivo por parte de los codificadores relativo a la existencia de algún sesgo en la noticia, utilizando para ello una escala cuyo recorrido iba de 1 punto (más desfavorable) a 7 puntos (menos desfavorable), hacia el PSOE o González, o hacia el PP o Aznar. El análisis parece haber demostrado que el PSOE y González fueron objeto de más noticias sesgadas, en ambas elecciones y en todos los canales y períodos (precampaña y campaña), que el PP y Aznar. Y también parece haber demostrado que los sesgos hacia el PSOE y González fueron claramente más favorables que los referentes al PP y Aznar, especialmente en 1993 y en TVE-1, y menos en 1996 y especialmente en Antena 3.

Los resultados derivados del análisis de contenido realizado en las dos elecciones parecen sugerir que el PSOE recibió, en general, un tratamiento mejor que el PP en todos los canales de televisión, tanto en 1993 como en 1996, pero especialmente en el canal nacional estatal TVE-1, y menos en Antena 3, hasta el punto de que en esta última, en ciertos casos se podría argumentar que el PP recibió mejor trato que el PSOE en las elecciones de 1996. Parece, por consiguiente, que el gobierno del PSOE hizo un uso partidista del canal nacional estatal TVE-l, que ha disfrutado tradicionalmente de una posición privilegiada en términos de «audiencia cautiva» hasta hace muy pocos años, posición que sólo empezó a ser contestada en las elecciones de 1996 por el canal nacional privado Antena 3, tanto en términos de audiencia de sus respectivos programas de noticias como, con menor claridad, en términos del canal de televisión más frecuentemente utilizado para «seguir» la campaña electoral.

La influencia de los programas de noticias de televisión sobre el comportamiento electoral

Los resultados examinados hasta ahora sugieren la importancia de haber comparado en mayor detalle dos canales de televisión, el canal nacional estatal TVE-1 y el privado y también nacional Antena 3 (Semetko y Díez Nicolás, 1997). Son los dos canales cuyos programas de noticias tuvieron mayores audiencias antes y después de las elecciones de 1993 y 1996 (incluso muy similares en 1996), los dos canales más utilizados para seguir las campañas electorales en ambas elecciones, los dos canales que exhiben mayores diferencias al comparar los perfiles socioeconómicos de sus audiencias en ambas fechas, y los canales que contrastan más entre sí al comparar el tratamiento que dieron (también en las dos elecciones y durante la precampaña y la campaña) a los dos partidos principales y a sus líderes respectivos, comprobándose que TVE-1

CUADRO 6.10. Intención de voto según el programa de noticias de TV visto el día anterior. Encuestas preelectorales, 1993 y 1996

4		Programa de noticias visto el día anterior						
Intención de voto	Total muestra	TVE-1	Antena 3	Tele 5	Ninguno			
Mayo 1993 (N =)	(1.222)	(429)	(168)	(74)	(495)			
P P	18 %	16 %	34 %	20 %	14 %			
PSOE	32	40	19	24	33			
IU	8	8	10	19	8			
Otros	12	12	15	15	9			
Ninguno (no votará)	7	6	8	5	9			
NS/NC	22	18	15	17	27			
Febrero 1996 (N =)	(1.215)	(421)	(332)	(144)	(338)			
PP	22 %	20 %	32 %	35 %	18 %			
PSOE	26	33	23	25	24			
U	10	9	13	8	8			
Otros	9	7	8	9	10			
Vinguno (no votará)	6	5	5	á	10			
NS/NC	26	24	21	21	30			

fue consistentemente más favorable al PSOE, mientras que Antena 3 fue menos favorable al PSOE e incluso más favorable al PP en algunas ocasiones.

Parece entonces haber suficientes razones para centrarse en estos dos canales de televisión cuando se quiere analizar la relación entre la exposición a los programas de noticias de televisión y el comportamiento electoral, sobre todo cuando se toma en consideración el tamaño de la muestra utilizada en las investigaciones nacionales realizadas por ASEP (N = 1.200 entrevistados, más o menos), que permite obtener alrededor de 425 personas que han visto al menos un programa de noticias en TVE-1 el día antes al de la entrevista, algo menos de 200 personas que vieron alguno de Antena 3 en 1993 y más de 300 en 1996, pero menos de 100 (en 1993) y menos de 150 (en 1996) que vieron alguno de los programas de noticias de Tele 5, y ciertamente muchas menos personas en el caso de los otros canales de televisión.

Las encuestas preelectorales realizadas en 1993 (mayo) y 1996 (febrero) muestran claras diferencias en las intenciones de voto de los individuos según el canal de televisión en el que vieron al menos un programa de noticias el día anterior a la entrevista. La proporción de entrevistados que dijeron que votarían al PSOE fue significativamente mayor que la proporción de entrevistados que dijeron que votarían al PP,

CUADRO 6.11. Programa de noticias de TV visto el día anterior, según recuerdo de voto en las elecciones anteriores y según intención de voto en las elecciones actuales. Encuestas preelectorales, 1993 y 1996*

	Intención de vo	to para las elecci	iones de 199
Mayo 1993	Total	PP	PSOE
Recuerdo de voto para el PSOE en 1989 (N	(484)	(34)	(315)
	54%	46%	59%
rve-1	25	35	24
Antena 3	36	27	36
Tele 5	3		3
Telemadrid Canal +	3		3
	(134)	(117)	(2)
Recuerdo de voto para el PP en 1989 (N =)	55%	56%	48%
rve-1	49	48	
Antena 3	31	29	
Tele 5	6	7	
Telemadrid Telemadrid	6	6	_
Canal +	0		

	Intención de vo	to para las elecci	iones de 199
Febrero 1996	Total	PP	PSOE
Recuerdo de voto para el PSOE en 1993 (N TVE-1 Antena 3 Tele 5 Telemadrid Canal +	=) (423) 60% 45 35 4	(30) 67% 60 27 3 10	(269) 61% 44 34 4
Recuerdo de voto para el PP en 1993 (N =) TVE-1 Antena 3 Tele 5 Telemadrid Canal +	(225) 43% 61 34 4	(186) 43% 62 34 4	(3) 100% 66 33 33

^{*} Los porcentajes suman más de 100 porque cada entrevistado podía haber visto más de un programa de noticias el día anterior.

entre los entrevistados que afirmaron haber visto un programa de noticias en TVE-1 (40 a 16 % en 1993, y 33 a 20 % en 1996), mientras que se observó la relación contraria entre aquellos que habían visto un programa de noticias en Antena 3 (19 a 34 % en 1993, y 23 a 32 % en 1996). La audiencia de Tele 5 también estuvo algo más inclinada a votar al PSOE que al PP en 1993, pero más al PP que al PSOE en 1996.

Más aún, si se toma en cuenta sólo a los entrevistados que recuerdan haber votado al PSOE o al PP en las elecciones precedentes (1989

en la encuesta preelectoral de 1993, y 1993 en la encuesta preelectoral de 1996), y los clasificamos según su intención de voto en las elecciones que iban a celebrarse (1993 y 1996) y según el programa de noticias de televisión que habían visto el día anterior a la entrevista, los resultados vuelven a poner de manifiesto la existencia de una relación entre haber visto TVE-1 y tener la intención de votar al PSOE, y entre haber visto Antena 3 y tener la intención de votar al PP. En efecto, de los 484 entrevistados que en 1993 afirmaron haber votado al PSOE en las elecciones precedentes (las de 1989), dos terceras partes (315 entrevistados) contestaron que tenían intención de votar al PSOE otra vez en 1993, y sólo unos pocos tenían intención de cambiar su voto hacia otro partido o a no votar en absoluto. El hallazgo más importante, aunque el número de casos es ciertamente pequeño, es que la diferencia entre las proporciones que habían visto un programa de noticias en TVE-1 o en Antena 3 al comparar a los «votantes fieles del PSOE» con los «votantes cambiantes» no parece ser una diferencia aleatoria, sino que sigue una pauta coherente con la relación que se había supuesto inicialmente, en el sentido de que, aunque la audiencia de TVE-1 fue mayor que la de Antena 3 en ambos subgrupos de votantes, la diferencia fue mucho mayor entre los «votantes fieles del PSOE» (35 puntos porcentuales) que entre los «votantes cambiantes del PSOE al PP» (11 puntos porcentuales). Para expresarlo de una manera más simple, el haber visto algún programa de noticias en TVE-1 fue más frecuente, en términos relativos, entre los «votantes fieles del PSOE» que entre los «votantes que cambiaron su voto del PSOE al PP», mientras que el haber visto algún programa de noticias en Antena 3 fue más frecuente, en términos relativos, entre los «votantes cambiantes del PSOE al PP» que entre los «votantes fieles del PSOE».

De manera coherente, aparece un resultado exactamente opuesto al señalado cuando se lleva a cabo el mismo análisis con los 134 entrevistados que en la encuesta preelectoral de 1993 recuerdan haber votado al PP en las elecciones de 1989, aunque en este caso la casi totalidad de ellos (117) pueden ser catalogados como «votantes fieles del PP», y sólo dos son «votantes cambiantes del PP al PSOE». Aunque, una vez más, los que han visto algún programa de noticias en TVE-1 predominan en ambos subgrupos, la diferencia con los que han visto algún programa de noticias en Antena 3 es sólo de 8 puntos porcentuales, mostrando así un casi total equilibrio entre los dos canales entre los «votantes fieles del PP».

Los datos de la encuesta preelectoral de 1996 constituyen casi una repetición de los de 1993, con la única diferencia de que el número de entrevistados que recuerda haber votado al PP en la elección precedente (en este caso 1993) y que tenían intención de votar al PP en las elec-

Cuadro 6.12. Recuerdo de voto según el programa de noticias de TV visto el día anterior. Encuestas postelectorales, 1993 y 1996

			•			
f			P	rograma de no	oticias visto)
Junio 1993		Total muestra	TVE-1	Antena 3	Tele 5	Ninguno
	N =	(1.219)	(433)	(182)	(83)	(469)
Recuerdo de voto		,				
PP		18 %	16 %	28 %	19 %	16 %
PSOE		37	47	24	43	34
Otros		16	12	18	11	16
No votó		13	11	17	9	15
NS/NC		16	13	13	18	20
			P	rograma de no	oticias visto	•
Marzo 1996		Total muestra	TVE-1	Antena 3	Tele 5	Ninguno
	N =	(1.212)	(385)	(279)	(150)	(342)
Recuerdo de voto						
PP		26 %	25 %	34 %	31 %	25 %
PSOE		33	38	25	35	35
Otros		18	14	19	18	12
No votó		11	11	13	6	11
NS/NC		12	10	9	11	18

ciones de 1996 fue mucho mayor que su equivalente en la investigación de 1993. Una vez más, todos los subgrupos de votantes coinciden en haber visto mayoritariamente algún programa de noticias en TVE-1, con la única y muy significativa excepción de los «votantes fieles del PP», que vieron alguno de Antena 3 en mayor proporción (62 %) que de TVE-1 (43 %). Una vez más, también, el predominio de los que vieron algún programa de noticias en TVE-1 sobre quienes vieron alguno en Antena 3 es mayor entre los «votantes fieles del PSOE» (17 puntos porcentuales de diferencia) que entre los «votantes cambiantes del PSOE al PP» (diferencia de 7 puntos porcentuales), y como ya se ha indicado, los que vieron noticias en Antena 3 predominan sobre quienes las vieron en TVE-1 entre los «votantes fieles del PP» (diferencia de 19 puntos porcentuales). Los «votantes cambiantes del PP al PSOE» son también en esta investigación una muy pequeña minoría dentro de esta submuestra (sólo tres personas).

Se ha realizado un análisis similar sobre la base de las encuestas postelectorales de 1993 (junio) y 1996 (marzo), que ha confirmado plenamente los resultados de las dos encuestas preelectorales con respecto a la relación entre la exposición a las noticias en TVE-1 y el voto al PSOE, y entre la exposición a las noticias en Antena 3 y el voto al PP. Así, la pro-

CUADRO 6.13. Recuerdo de voto en la elección más reciente, por medio de comunicación más utilizado principalmente para seguir la campaña electoral. Encuestas postelectorales, 1993 y 1996

			Recuer	rdo de voto		-
		Junio 199	3		Marzo 19	96
Medio informativo por el que se siguió la campaña	Total muestra	Votó al PP	Votó al PSOE	Total muestra	Votó al PP	Votó al PSOE
<i>N</i> =	(1.219)	18	37	(1.212)	26	33
TELEVISIÓN	(912)	20	39	(807)	27	38
No especificado	(231)	15	39	(123)	22	37
TVE-1	(274)	16	50	(322)	27	43
Antena 3	(200)	33	22	(174)	39	28
Tele 5	(140)	23	40	(65)	28	40
Canales autonómicos	(57)	5	36	(113)	12	40
Otros	(10)	21	50	(10)	20	60
Radio	(42)	24	32	(79)	28	28
No especificado	(7)	13	57	(10)	20	20
RNE	(8)	25	37	(20)	15	50
SER	(4)	24	26	(20)	20	40
Otras emisoras	(23)	26	23	(29)	45	7
Periódicos	(99)	14	33	(97)	23	15
No especificado	(11)	18	37	(10)	50	40
El País	(22)	9	59	(16)	6	18
El Mundo	(8)	50		(20)	30	10
La Vanguardia	(5)		_	(8)	_	12
El Periódico	(12)		58	(9)		45
Otros	(41)	15	22	(34)	29	3
Revistas	(2)	50	50	(1)		100

porción de entrevistados que recordó haber votado al PSOE fue mucho mayor entre los que habían visto las noticias en TVE-1 el día anterior a la entrevista (47 % frente a 16 % en 1993, y 38 % frente a 25 % en 1996), mientras que se observó exactamente lo contrario entre los que habían visto las noticias en Antena 3, en el sentido de que recordaron en mayor proporción haber votado al PP que al PSOE (28 % frente a 24 % en 1993, y 34 % a 25 % en 1996). Los que vieron las noticias en Tele 5 parecen recordar también haber votado al PSOE en mayor proporción que al PP en ambas elecciones, aunque las diferencias son considerablemente más pequeñas que entre los que vieron las noticias en TVE-1.

Algunos otros datos procedentes de las encuestas postelectorales proporcionan también evidencia que confirma los resultados comentados anteriormente. Cuando se analiza el recuerdo de voto según el medio de comunicación más utilizado para seguir la campaña electoral (y debe recordarse que los canales de televisión fueron citados en proporción mucho mayor que cualquier otro medio de comunicación, como la radio o los diarios), los resultados son muy similares. Así, los votantes del PSOE predominan sobre los del PP entre quienes siguieron la campaña a través de TVE-1 (50 frente a 16 % en 1993, y 43 frente a 27 % en 1996), y también aunque en menor medida entre quienes siguieron la campaña electoral a través de Tele 5 o la televisión en general, pero los votantes del PP predominan sobre los del PSOE entre quienes siguieron la campaña principalmente a través de Antena 3 (33 frente a 22 % en 1993, y 39 frente a 28 % en 1996).

Todos los datos, por tanto, parecen respaldar la hipótesis de que existe una relación entre ver las noticias en TVE-1 y votar por el PSOE, y ver las noticias en Antena 3 y votar por el PP, aunque, como se ha repetido en diversas ocasiones a lo largo de este trabajo, no se puede establecer con certeza la dirección de esta relación con los datos de los que se dispone.

7. Conclusiones

El análisis de los datos de análisis de contenido de los programas de noticias de televisión y de los datos de encuestas pre y postelectorales no se agota, ni mucho menos, con lo expuesto en este trabajo, cuyo objetivo era simplemente el de corroborar si se podía establecer o no una relación entre el partido votado y el canal de televisión en el que se veían los programas de noticias, y si los programas de noticias habían diferido entre sí en cuanto a haber favorecido más o menos a alguno de los dos principales partidos que compitieron en las elecciones de 1993 y 1996.

Los resultados analizados parecen permitir establecer las siguientes conclusiones, que se exponen a continuación de forma simplificada precisamente porque se han justificado con mucho detalle en las páginas precedentes:

- La televisión es el medio que tiene mayor audiencia, frente a la radio y a los diarios, en lo que respecta a la transmisión de información a los ciudadanos españoles.
- Los programas de noticias del canal de televisión nacional estatal TVE-1 y del nacional privado Antena 3 son los que tuvieron mayores audiencias y los más utilizados para seguir la campaña electoral tanto en las elecciones de 1993 como en las de 1996, si bien en ambas fechas TVE-1 tuvo una audiencia algo mayor.

— Las audiencias de los programas de noticias de los dos canales citados, TVE-1 y Antena 3, difieren significativamente con respecto a múltiples características socioeconómicas, y estas diferencias, y en los mismos rasgos, se ponen de manifiesto en los datos de las encuestas realizadas con motivo de las elecciones de 1993 y 1996.

— La comparación de los programas de noticias emitidos por TVE-1 y Antena 3 pone de manifiesto que TVE-1 dio un trato algo más favorable al PSOE y a los líderes del PSOE que al PP y a los líderes del PP, mientras que Antena 3 dio un trato algo más equilibrado a los dos partidos y a sus líderes, e incluso fue en ocasiones algo más favorable al PP y a sus líderes que al PSOE y a sus líderes. Este trato más favorable al PSOE y a sus líderes en TVE-1 fue más notable en 1993 que en 1996. Por otra parte, fue más favorable al PSOE y a sus líderes durante la precampaña que durante la campaña, en 1993, mientras que fue algo más favorable durante la campaña que durante la precampaña en 1996.

- El análisis de los datos de intención de voto (en las encuestas preelectorales) y de recuerdo de voto (en las encuestas postelectorales), tanto en 1993 como en 1996, ponen de manifiesto de forma muy clara que existe una relación muy significativa entre haber visto los programas de noticias en TVE-1 y votar al PSOE, y entre haber visto los programas de noticias de Antena 3 y votar al PP. Además, también se ha demostrado que existe una fuerte y significativa relación entre haber seguido la campaña electoral principalmente a través de los programas de noticias de TVE-1 y haber votado al PSOE, y haberlos seguido a través de los de Antena 3 y haber votado al PP, tanto en 1993 como en 1996.
- Aunque no se ha realizado un análisis confirmatorio definitivo, toda la evidencia parece sugerir que el sesgo³ favorable al PSOE en TVE-1 podría explicar, al menos parcialmente, que los que ven las noticias en ese canal de televisión tengan mayor propensión a votar al PSOE, mientras que el sesgo más neutral o incluso algo más favorable al PP en Antena 3 podría tener alguna influencia en que los que siguen las noticias a través de ese canal muestren mayor propensión a votar al PP.
- No obstante, y aunque parece muy evidente que existe una fuerte y significativa relación entre haber visto las noticias en un determinado canal televisivo y el voto hacia algún partido concreto, los datos analizados no permiten establecer cual es la dirección de esa relación, si es el ver un determinado canal el factor que explica el voto, o si la preferencia de voto hacia un determinado partido es el factor que explica la elección de un determinado canal televisivo en lugar de otro.
- El análisis que se ha presentado permite también comprobar que la aparición de la televisión privada en España ha incrementado (en lugar de haber reducido) la audiencia global de los programas de noticias

en televisión, como demuestran los datos comparados de 1993 (cuando acababa de iniciarse la televisión privada) y de 1996 (cuando la televisión privada estaba ya totalmente establecida).

- Finalmente, los datos analizados parecen sugerir que es muy importante conocer la propiedad de los canales privados de televisión, de modo que el cambio en la propiedad, y las posibles afinidades políticas de los principales accionistas, posiblemente influyen sobre los contenidos y posibles sesgos de las noticias a favor o en contra de determinados partidos y líderes. Por ello, será especialmente interesante repetir estos análisis en las próximas elecciones generales que se celebren en España en 1999 o en el 2000, ya que ahora el canal estatal nacional TVE-1 está controlado por el PP (y no por el PSOE, como en 1993 y 1996), y Antena 3 está igualmente más próximo al PP (debido a que su principal accionista es Telefónica, ahora empresa privada, pero cuyo presidente fue nombrado por el gobierno del PP cuando todavía era una empresa pública), de manera que Tele-5 (cuyo accionista principal sigue siendo el grupo editorial El Correo), y Canal + (cuyo accionista principal sigue siendo el grupo editorial Prisa) son ahora los únicos canales de televisión que parecen algo más próximos al PSOE, o al menos algo menos próximos al PP.

Bibliografía

- Bean, Clive y Mughan, Anthony (1989): «Leadership effects in parliamentary elections in Australia and Britain», *American Political Science Review*, 83, pp. 1.165-80.
- Castillo, Pilar del (1996): «Spain: A dress rehersal for the national elections», en Cees van der Eijk y Mark N. Franklin, *Choosing Europe: The European electorate and national politics in the face of union*, Ann Arbor (MI) University of Michigan Press, pp. 252-68.
- Crewe, Ivor (1983): «The electorate: partisan dealignment ten years on», West European Politics, octubre, 6 (4), pp. 183-215.
- Curtice, John (1998): «Do newspapers change voters minds? Or do voters change their newspapers?», ponencia presentada en el Congreso anual de la American Political Science Association, Boston.
- y Semetko, Holli A. (1994): «Does it matter what the papers say?», en Anthony Heath, Roger Jowell y John Curtice (eds.), Labour's last chance? The 1992 election and beyond, Aldershot, Dartmouth, pp. 43-64.
- Díez Nicolás, Juan (1993): «La España política tras las elecciones», Cuenta y Razón.
- (1995): «A permanent victory of moderation», *The Public Perspective* (The Roper Center, University of Connecticut), febrero.
- (1996a): «Predicción de escaños electorales mediante encuestas», Revista Española de Investigaciones Sociológicas, 74.

- (1996b): «Completing the cycle: The end of Spain's political transition», The Public Perspective (The Roper Center, University of Connecticut), agosto.
- y Semetko, Holli A. (1995): «La television y las elecciones de 1993», en Alejandro Muñoz-Alonso y Juan Ignacio Rospir (eds.), Comunicación política, Madrid, Universitas, pp. 243-304.
- Kepplinger, Hans-Matthais, Brosius, Hans Berndt y Dahlem, Stephan (1994): Wie das fernsehen beeinflusst: Theoretische modelle und empirische analysen, Munich, Reinhard Fischer.
- Norris, Pippa, Curtice, John, Sanders, David, Scammell, Margaret y Semetko, Holli A. (1999): On message: Communicating the campaign, Londres, Sage.
- Rospir, Juan Ignacio (1996): «Political communication at electoral campaigns in the young Spanish democracy», en David L. Swanson y Paolo Mancini (eds.), Politics, media and modern democracy: An internationals study of innovations in electoral campaigning and their consequences, Westport (C), Praeger, pp. 155-69.
- Sanders, David, Marsh, D. y Ward, H. (1993): «The electoral impact of press coverage of the British economy, 1979-1987», British Journal of Political Science, 23, pp. 175-210.
- Sarlvik, Bo y Crewe, Ivor (1983): Decade of dealignment: The Conservative victory of 1979 and electoral trends in the 1970s, Cambridge, Cambridge University Press.
- Semetko, Holli A. y Canel, Maria Jose (1997): «Agenda-senders versus Agenda-setters: Television in Spain's 1996 election campaign», *Political Communication*, 4 (4), pp. 459-79.
- y Nicolás, Juan Díez (1994): «Elections and the media in cross-national perspective», comunicación presentada en el Congreso de la Asociación Internacional de Ciencia Política, Berlín.
- y Nicolás, Juan Díez (1997): «For whom the bell tolls: Competition for audiences in Spain's election campaigns», comunicación presentada en el Congreso Anual de la American Political Science Association, Washington.
- y Schoenbach, Klaus (1994): Germany's «Unity election»: Voters and the media, Cresskill (NJ), Hampton Press.
- Stewart, Marianne C. y Clarke, Harold D. (1992): «The (un)importance of party leaders: Leader images and party choice in the 1987 British election», *Journal of Politics*, 54, pp. 447-70.
- Swanson, David L. y Mancini, Paolo (1996): Politics, media and modern democracy: An international study of innovations in electoral campaigning and their consequences, Westport (CT), Praeger.

Notas

1. Por supuesto, ninguno de los responsables de estos tres grupos mediáticos ha declarado nunca, explícitamente, su participación en pacto alguno, pero numerosos artículos de prensa y libros de ensayo sobre la actualidad política al convocarse esas elecciones, y de manera especial los escritos sobre Mario Conde, hacen referencia al pacto como algo suficientemente conocido, y que por tanto no necesita ser probado.

2. Los autores agradecen la colaboración de Carmela Artacho García-Moreno, M.ª Cruz Carbajo Carbajo, Mónica Fernández y Manuel Sisniega, responsables de la ardua tarea de visualización de los 658 programas de noticias y de la consiguiente codificación de las 12.605 noticias que se han analizado. Sin su abnegado y meticuloso trabajo, exponente de un alto grado de profesionalidad, el trabajo de análisis que aquí se presenta habría sido imposible.

3. Medido por la visibilidad de partidos y líderes, y por la evaluación percibida por

los codificadores en el modo en que la noticia presentaba a partidos y líderes.