

Uso y abuso de 'declaraciones': el vicio de la prensa

*Oña Bezunarte**

Resumen: La autora ha realizado un estudio de contenido sobre seis de los principales periódicos editados en España. Se refiere al uso periodístico que en la información política se hace de las opiniones de los dirigentes expresadas en declaraciones improvisadas, discursos, ruedas de prensa y su contraste con la utilización de los hechos y datos que reflejan la actividad de los políticos. El propósito de la investigación es averiguar en las páginas de información política la proporción de opiniones, las fuentes que las emiten y el tono general de la relación entre los políticos. A través de todo ello se pueden sacar conclusiones sobre el papel de la prensa como instrumento para la conformación de la opinión pública en el sistema democrático.

Abstract: The author has carried out research into the content of six of the top newspapers published in Spain. This study deals with the way in which journalists, when reporting political issues, use the opinions expressed by political leaders in unprepared statements, speeches

* Oña Bezunarte es Catedrática de Periodismo de la UPV/EHU y columnista política del Grupo Correo. El estudio "Cómo las opiniones compiten con los hechos", cuya síntesis aparece en estas páginas, fue premiado por el Instituto de la Comunicación de la Generalitat de Cataluña

La dedicación de casi la mitad del espacio de la información política a los cruces de opiniones entre políticos, convierte el tema de los asuntos públicos no en enunciado de proyectos o realizaciones, o investigaciones de los informadores sobre la acción de las distintas administraciones, sino en un superficial debate sin fin, una guerra de frases. El uso y abuso de declaraciones supone un comportamiento viciado de la prensa frente a los medios audiovisuales. En lugar de acentuar su papel de intérprete de la realidad, intenta remedar la escenificación superficial, dramatizada, impuesta por los medios audiovisuales.

A la larga, como dijo Tomás y Valiente, no puede prosperar una política en la que importa más lo que se ha dicho que lo que se ha hecho o se quiere hacer: "Menos insultos y más razones. Menos sospechas y más datos"¹⁰. Acaso como dice el autor de *The Other Government*: "Los miembros del 'Otro Gobierno' no se toman suficientemente en serio su papel"¹¹.

Notas

1. Martínez Albertos, J.L. (1997): *El caso del periodismo*. Madrid: CIMS.
2. Bourdieu, Pierre (1997): *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
3. Boorstin, Daniel, *The Image*, New York, Harper and Row, 1961.
4. Sigal, Leon V. (1987): "Sources make the news" en *Reading the news*, Manof and Schudson, Pantheon.
5. Gerard, Mermet (1987): *Democrature. Comment les medias transforment la démocratie*. Aubier Montaigne.
6. Mar de Fontcuberta (1993): *La Noticia*, Paidós.
7. Luis Nuñez Ladevéze (1991): *Manual para periodismo*. Ariel.
8. Luis Nuñez Ladevéze, ibidem. La relación de verbos que el prof. Propone siguiendo la tipología desarrollada por J.L. Austin (1971): *Palabras y acciones*, Buenos Aires: Paidós y Jonh L. Searle (1980): *Actos de habla*. Madrid: Cátedra, es la siguiente: Verba dicendi: afirmar, añadir, aseverar, citar, concluir, concretar, considerar, contar, decir, declarar, enfatizar enunciar, exponer, expresar, formular, hablar, informar, insistir, manifestar, mencionar, nombrar, observar, precisar, pronunciar, puntualizar, recordar, resumir, subrayar.
Realizativos débiles: aclarar, aconsejar, admitir, alegar, atribuir, contrastar, cuestionar, debatir, descartar, dilucidar, discutir, disputar, explicar, ilustrar, insinuar, notificar, opinar, pontificar, presentar, profesar, proponer, protestar, reconocer, reflexionar, revelar, simular, sugerir, verificar.
Realizativos fuertes: acusar, advertir, amenazar, amonestar, ayudar, calumniar, creer, decidir, denunciar, desafiar, exigir, injuriar, ironizar, jurar, juzgar, mentir, negociar, pensar, prometer, provocar, reprender, retar, rezar, sermonear, suplicar.
9. "Verbos de lengua", según recoge el Diccionario ideológico de María Moliner.

10. Francisco Tomás y Valiente, "El Clima", artículo de opinión. *El País* 5-V-1995.
11. William L. Rivers (1982): *The Other Government. Power & the Washington Media*, Universe Books.

la elección no sea determinante para el contenido de la información y sobre todo de lo más impactante: el titular.

La elección del término es particularmente cuidadosa cuando se trata de los titulares. "El título comunica la noticia"⁶ o, un poco más explícitamente, "es la fundamentación del sentido propio de la noticia"⁷ La condensación de la información más destacada e interesante en el titular obliga a un uso muy preciso de las palabras; cada una de las forman parte de él debe tener una función unívoca.

La concentración semántica de un titular cuyo contenido se refiere a lo que alguien dice suele atender a dos vertientes: el contenido mismo de la alocución que se considera noticiosa y la intencionalidad del que ha hablado. De hecho, la noticia se compone de la suma de ambos significados.

Por tanto la percepción del lector sobre lo que ha dicho el político dependerá del propio contenido de las palabras e ideas que se reproducen y además de la intencionalidad que, a juicio del periodista tienen el "acto de habla" y que expresa a través de una amplia gama de verbos que introducen las declaraciones del político.

Los verbos utilizados por los periodistas para insertar las manifestaciones de los políticos tienen distintos grados de intencionalidad⁸.

Grado 0: verbos sin intencionalidad, enunciativos⁹: decir, considerar, anunciar.

Grado 1: verbos con intencionalidad débil: alegar, reconocer, opinar.

Grado 2: verbos con intencionalidad fuerte: acusar, advertir, amenazar.

Catalogados todos los verbos utilizados en los titulares de las informaciones basadas en manifestaciones de los políticos, los resultados fueron los siguientes:

Verbos de intencionalidad cero.....211

Verbos de intencionalidad débil.....127

Verbos de intencionalidad fuerte.....254

Como puede observarse prevalecen los verbos con intencionalidad, y más claramente todavía, los que implican intencionalidad fuerte.

El predominio de expresiones como "acusa", "advierte", "amenaza", "critica", "reprocha", "reivindica", "insulta", "lamenta", "culpa" sobre las simplemente enunciativas: "dice", "afirma", "asegura", "considera", son indicativas del tono que embarga las páginas de información política. Dos ejemplos significativos: "acusa" se repite en 26 titulares y "advierte" en 20.

Por otro lado es preciso reseñar otro hecho: la ausencia de verbos que impliquen una actitud laudatoria. De los 693 verbos catalogados, aparece una sólo vez "elogia".

7. Conclusiones

Lo que el estudio pone de manifiesto es que la alarma está justificada. Si la prensa declina su misión como el medio de la reflexión, el rigor y sobre todo la racionalización, hay pocas posibilidades de que los menos indicados para ello, radio y TV, estimulen y enriquezcan los comportamientos democráticos.

Los datos que desvela la investigación que aquí se resume, denotan que la prensa ha caído vencida bajo el influjo de los medios audiovisuales, víctimas, a su vez, del 'todo vale' en la conquista de las audiencias.

A la atención preferente hacia las noticias negativas sobre los responsables de los asuntos públicos, se suma la práctica del periodismo de "declaraciones": más contenido negativo y con ingredientes de tensión y conflicto añadidos.

"IU LLAMA CATETO Y PROVINCIANO EL NACIONALISMO DE PUJOL"

"IU AFIRMA QUE LA ACCIÓN POLÍTICA DEL GOBIERNO ESTÁ EN "PRISIÓN PREVENTIVA" Y PIDE DIMISIONES"

"AZNAR ACUSA A GONZALEZ DE PASIVIDAD Y CONNIVENCIA EN LA FUGA DE ROLDÁN"

"MADRAZO: EL EJECUTIVO TIENE MANCHAS DE SANGRE DE 26 ASESINATOS"

"GARAIKOETXEA ACUSA AL PNV DE TENER INTIMIDADA A LA SOCIEDAD VASCA"

"MAYOR OREJA: EL PNV ES EL ADMINISTRADOR DEL EMPOBRECIMIENTO DEL PAIS VASCO"

"AZNAR: LA ESTABILIDAD QUE APOYA CIU ES LA CORRUPCIÓN Y EL PARO"

"GONZALEZ ADVIERTE QUE SOLO SE IRA SIN BAJAR LA CABEZA"

"ANGUITA PIDE QUE SE ABUCHEE A GONZALEZ EN LA URNAS"

"RODRIGUEZ IBARRA: AZNAR ES EL MAYOR COBARDE POLÍTICO DE LA DEMOCRACIA"

"SOLCHAGA DICE QUE NI 2 NI 15 CHORIZOS PUEDEN DILAPIDAR AL PSOE"

Mucho más que contenidos ideológicos o argumentaciones lo que reflejan las opiniones que los periodistas recogen y destacan en sus informaciones es controversia. Se cumple lo que afirma Sigal "La prensa reduce la política a enfrentamientos personales"⁴, un modo de proyectar el interés que tiene el "conflicto" como ingrediente periodístico.

Sin duda, el simple hecho de dedicar tanto espacio, tantos titulares al cruce de opiniones ya es de por sí una contribución a incentivar y multiplicar el conflicto. En esta faceta periodística el papel de los profesionales va más allá que el de simples mensajeros. Muchas declaraciones son provocadas a iniciativa de los periodistas y por otra parte, la interpretación de las frases más agresivas también es achacable a los profesionales de los medios.

Optan por la frivolidad de la información, se empeñan en descargarla lo más posible de peso y complejidad, como uno de los ser-

vidumbres que marcan la competencia y el supuesto acercamiento a los gustos de los lectores.

Esa tendencia hacia la simplificación, que Gerard Mermet considera como una de las deficiencias de los medios de comunicación como instrumentos del sistema democrático: "Las cuestiones fáciles y simples, aunque sean de entidad menor, son consideradas con preferencia a las complejas y difíciles, con olvido de la trascendencia de las últimas en la organización y funcionamiento de la sociedad"⁵.

Y los políticos también ayudan. Cuando hablan con los periodistas y les hacen declaraciones, en general no los están utilizando como intermediarios para llegar a sus electores o a los ciudadanos, sino para dirigirse a otro político, con la intención, además, de conseguir levantar una polémica y así garantizar que sus nombres volverán a los titulares.

Pero no es objeto de este estudio un análisis de los términos en que se expresan los políticos, aunque el material que ha proporcionado la recogida de datos es muy sugerente, sino el "tono" de la actividad política, en la versión que refleja la prensa. Aludir al "tono" no es gratuito cuando, como se ha demostrado, una parte muy importante de las páginas de política son la representación de actos de habla.

Un modo de medir el tono de las "comunicaciones" de y entre los políticos a través de los medios de comunicación es observar el catálogo de verbos utilizados por los periodistas para introducir en los titulares los "actos de habla" de aquellos.

Si las noticias se basan en manifestaciones, en "actos de habla", los periodistas tienen la posibilidad de presentarlos a través de una expresión simplemente declarativa: dijo, declaró, manifestó, o interpretativa: propuso, insinuó, amenazó. La elección del verbo para designar la frase del orador no es un juicio de intenciones del periodista, sino la interpretación periodística del sentido de la alocución. Pero la ausencia de intencionalidad extra-profesional no implica que

Ministro 'portavoz', Perez Rubalcaba es utilizado como fuente informativa en 18 ocasiones y siete ministros de ellos no aparecen ni una sola vez. Algunos, como Saavedra, Griñán Alberdi, Albero, actuaron como fuentes de tres a seis ocasiones. Lo que es tanto como decir que dos ministros fueron el 43% de la voz del ejecutivo.

Partidos: La concentración de portavoces es también espectacular en los partidos. Destaca sobre todos ellos Izquierda Unida, cuya presencia informativa fue muy notable, sobre todo si se pondera su representación parlamentaria. Pues bien el 41 % de las oportunidades en que IU fue fuente, (60 de las 147) lo hizo a través de Julio Anguita; Rosa Aguilar y Antonio Romero mencionados cada uno de ellos en 17 ocasiones apenas hicieron sombra a su líder, el resto de los nombres, exceptuando Lopez Garrido, que aparece en 8 noticias, resultan testimoniales. Es decir, IU esta presente, en una altísima proporción en la figura de su líder.

El caso del Partido Popular no es muy distinto, pues también la figura de Aznar sobresale notablemente: "es" el PP en 82 de las 343 noticias basadas en fuentes de su partido (24%). El entonces principal partido de la oposición también concentra considerablemente el número de personajes que le representan: Alvarez Cascos (27), Mayor Oreja (24), Rodrigo Rato (16), Luis Ramallo (14), Loyola de Palacio y Federico Trillo (13) son sus portavoces más repetidos.

Sin embargo en el Partido Socialista, prescindiendo que Felipe Gonzalez, además de Presidente del Gobierno es su Secretario General y aparece en 74 noticias (ocho menos que Aznar), los políticos que aparecen como representación del partido, no del gobierno, tienen una presencia que podría considerarse baja. Sólo Almunia, portavoz del grupo parlamentario, llega a figurar en 25 noticias, mientras que cargos importantes de la ejecutiva, como Cipriá Giscar sólo aparece en 10 noticias, o Benegas en 15. Si se tiene en cuenta que el PSOE fue fuente informativa en 453 noticias, habría que concluir que la voz de los socialistas estaba considerablemente menos concentrada que la de sus adversarios.

Con relación al peculiar campo de la información política podría hacerse una reflexión que los datos extraídos de este estudio refren-

dan empíricamente pero que los periodistas que cubren esta sección de política conocen perfectamente: no son ellos quienes eligen las fuentes, son los grupos políticos quienes asignan a determinados dirigentes la tarea de portavoces. Y no trata de que se institucionalice la figura del portavoz, sino al reverso de esta medida: la consigna de silencio que supone para el resto de dirigentes. Los periodistas tienen pocas posibilidades de optar por una fuente distinta a la que ha dedido cada partido.

5. Reproches y acusaciones

Otra de las cuestiones sometidas a estudio era el 'tono' de las declaraciones. Es decir el tipo de contenidos que los periodistas incluyen en las informaciones sustentadas en opiniones de políticos: ¿Se trata de anuncios de tomas de posición?; ¿De argumentos para apoyar o rechazar acciones?; ¿De expresiones sobre idearios políticos?.

Muy pocos ejemplos responden al primer interrogante:

"EL PSE PIDE UN COMPROMISO PARA NO UTILIZAR EL PACTO EN LAS ELECCIONES"

"SERRA COMUNICA AL PNV SU DISPOSICIÓN A COMPLETAR LAS TRANSFERENCIAS"

"CIU Y PNV MUESTRAN SU COMPRESIÓN A LA ACCIÓN DE GOBIERNO"

LA MAYOR PARTE DE LOS TITULARES SUPONEN UN RECHAZO AL ADVERSARIO POLÍTICO, PERO NO APORTAN ARGUMENTOS, SINO DESCALIFICACIONES:

"IU AFIRMA QUE ES EL PSOE EL ENEMIGO A BATIR, NO EL PP"

"LOS PARTIDOS ARREMETEN CONTRA ANGUITA"

"RATO DICE QUE GONZALEZ Y PUJOL SE REPARTEN EL PODER Y NO GOBIERNAN"

"SERRA AFIRMA QUE LOS EMPRESARIOS TIENEN 'VERDADERO PAVOR' A QUE GOBIERNE AZNAR"

"MOSQUERA DICE QUE PNV Y PSE DESPILFARRAN"

"AZNAR AFIRMA QUE SÓLO EL PP GARANTIZA QUE NO SERÁ REHEN DEL CHANTAJE DE PUJOL"

política que hace la prensa, también hay otros datos asociados que desvelan el modo de proceder de los periodistas y también de los grupos políticos.

Desde que Daniel Boorstin³, en 1961, descubrió cómo los publicistas adoptaron el papel de los periodistas y comenzaron a fabricar sus mensajes adecuándolos a las necesidades de los informadores, mucho se han perfeccionado las estrategias del marketing político. Podría decirse que todas las decisiones de los políticos están determinadas por la proyección que después tendrán en los medios de comunicación.

Son muchas las consignas que los estrategas de la comunicación deben inculcar a los profesionales de la política. Una de ellas es la emisión de mensajes claros, directos. Aparentar cohesión interna es fundamental. Y evitar contradicciones que no sólo confunden al electorado, sino que desvelan problemas internos, o la existencia de los temidos disidentes.

Un funcionamiento efectivo en esta línea se traduce en la norma de los partidos o instituciones de designar un número reducido de los portavoces. La 'prevención' hacia los medios, se traduce en concentración del poder, en cerrados procesos de decisión. Y finalmente que los periodistas sean dependientes de los designios de los publicistas, de los fabricantes de líderes.

En este sentido los resultados obtenidos en el estudio son altamente significativos.

	El País	El Mundo	ABC	La Vang.	El Correo	La V.G.	Total
Instituc.	56	42	68	45	27	33	271
Pres. Gob	21	15	18	19	1	0	74
Ministros	55	57	50	38	8	7	215
PSOE	75	93	80	90	42	73	453
PP	55	83	68	68	33	36	343
IU	32	56	23	27	7	2	147
CiU	12	20	13	23	2	0	70
PNV	21	16	14	14	28	0	93
EA	3	4	2	4	36	0	49
UA	1	2	0	0	9	0	12
HB	4	7	8	8	28	0	55
Bloque G.	0	0	1	0	1	32	34
Otros Part.	4	27	4	25	12	5	77
Gob vasc.	8	10	7	8	46	1	80
Generalitat	16	7	5	20	0	0	48
Gob Gall.	1	4	1	3	2	114	125
Otros Gob Aut.	10	7	0	8	5	8	38
ETA	5	0	4	4	2	0	15
Sindicatos	5	9	5	2	6	8	35
Pacifistas	6	1	1	1	18	0	27
Judicatura	85	64	80	52	52	77	410
Otras f.	43	48	37	24	26	102	281
Fuentes ind.	48	27	48	28	42	36	229
Totales	567	599	537	511	433	534	3181

Los números no son suficientemente reveladores, porque, ¿qué significa, por ejemplo, que IU fue fuente en 147 de las informaciones políticas? . He aquí lo que la contabilización de los nombres puso de manifiesto:

Ministros: En la época mencionada el gobierno lo formaban 17 ministros. Pero no se repartieron de modo homogéneo el papel de fuentes en esas 215 ocasiones contabilizadas. Los hubo acaparadores, Serra apareció como portavoz 47 veces y Belloch 42, mientras que el

En *La Vanguardia* y *El Mundo* se da el ejemplo opuesto aunque con ciertos matices. El diario catalán ofrece el índice más bajo de informaciones basadas sólo en hechos (el 15,5%), y en hechos+datos (el 10,2 %), pero también está, aunque ligeramente, por debajo del índice general en textos redactados únicamente sobre opiniones, (el 15,8 %). Sin embargo, sus índices son altos en informaciones en las que aunque dominan las opiniones se complementan con datos (el 22,0 %) y también en el caso de hechos+datos con el complemento de declaraciones su índice es más alto que el medio (14,1).

En suma, considerando tres apartados: primero el de informaciones en las que predomina abiertamente las opiniones; segundo el que sólo contienen los hechos+datos y tercero el que se basa en hechos+datos, pero se acompañan de declaraciones, en el diario catalán al primer apartado corresponden casi la mitad de las informaciones (el 48,3%), al segundo poco más de la cuarta parte (el 28,3) y al tercero el 23%. Por tanto, *La Vanguardia*, en la información política, poco más de la cuarta parte de sus textos se olvidan de las opiniones y hablan de hechos o de datos, del resto, casi la mitad son la parte sustancial.

El periódico *El Mundo* es el que destaca sobre todos por la más alta utilización de opiniones. En todas las categorías en las que se mide el uso de opiniones está por encima de la media: comenzando por las noticias que se confeccionan sólo con declaraciones que en su caso alcanza el 26,3%, es decir casi diez puntos por encima de la media. También, el apartado de sólo hechos+datos, con el 32,6 % queda 12 puntos por debajo del índice general, mientras que el de opiniones, con el 49,1, incluso por encima del valor señalado en el periódico de Cataluña. *El Mundo* prescinde por completo de opiniones en el 35,2% de los textos de sus páginas de política.

De los tres diarios editados en Madrid analizados en el estudio, el que menos recurre a las opiniones y más informaciones apoya en hechos y datos es *El País*.; estas suponen el 50,0%, mientras que aquellas en las que lo que alguien dice u opina es el sustento del texto, no superan el 31,2%. es decir esta relación se invierte respecto de *El Mundo* o *La Vanguardia*. A pesar de lo cual la presencia de la discu-

sión, el "pronunciamiento" también adquiere niveles importantes en *El País*.

Los datos que ofrece *ABC* son equivalentes a *El País* en lo relativo a hechos+datos, el 50,6%, pero su índice es más alto en las informaciones con claro dominio de las opiniones, el 37,8%.

En cuanto a *El Correo*, sus valores de aproximan a las medias, tanto en hechos+datos, 42,2%, como en opiniones, el 37%.

Podría considerarse que las noticias basadas en opiniones sean las menos relevantes, lo que como es bien sabido significaría titulares y espacio de menor extensión. Pero no es así, los porcentajes sobre las noticias más importantes, por su extensión y tamaño de titulares, mantienen las mismas proporciones que los resultados totales.

El último elemento de evaluación de la importancia que los periódicos dan a las noticias es su presencia en primera página. Pues bien también este dato resultó significativo: de las noticias incluidas en las páginas de información política que merecen 'saltar' a primera, el 34,1 correspondieron a informaciones basadas en opiniones. Ahora bien, en este apartado, las diferencias entre los distintos periódicos son muy notables. Así, por ejemplo, de las 401 noticias sobre política española que sumaron entre los seis periódicos, el 25,6% corresponden a un sólo periódico, *El Mundo*. Y de todas ellas, las que se sostienen en declaraciones el 35,5 % del total también correspondían al diario de Pedro J. Ramirez.

Lo que podría interpretarse en el sentido de que el es el periódico que más "juega" con el interés de la información política y más utiliza el recurso de dramatización-sensacionalismo implícito en la reproducción de declaraciones.

4. Fuentes y marketing político

Si la gran proporción de noticias dedicadas al simple cruce de opiniones que revela el estudio son sintomáticas del tipo de información

Tabla 3: Texto noticias

FREC. % COL. % LINEA	EL PAIS	EL MUNDO	LA VANG.	ABC	EL CORREO	LA VOZ DE Galicia	TOTAL LINEA
Sólo hechos	115 25,8	84 20,1	107 25,9	55 15,5	79 22,7	210 45,5	650 26,6
Sólo datos	28 6,3	7 1,7	23 5,6	11 3,1	7 2,0	11 2,4	87 3,6
Sólo opiniones	60 13,5	110 26,3	75 18,2	56 15,8	55 15,8	45 9,7	401 16,4
Hechos y datos	78 17,5	52 12,4	79 19,1	36 10,2	61 17,5	61 13,2	367 15,0
Opiniones con apoyo de hechos	47 10,6	65 15,6	64 15,5	78 22,0	44 12,6	56 12,1	354 14,5
Opiniones con apoyo de datos	30 6,7	15 3,6	8 1,9	19 5,4	24 6,9	14 3,0	110 4,5
Opiniones con apoyo de hechos-datos	3 0,7	15 3,6	5 1,2	19 5,4	9 2,6	6 1,3	57 2,3
Hechos con apoyo de opiniones	39 8,8	38 9,1	21 5,1	50 14,1	44 12,6	47 10,2	239 9,8
Datos con apoyo de opiniones	10 2,2	6 1,4	3 0,7	4 1,1	5 1,4	2 0,4	30 1,2
Hechos y datos con apoyo de opiniones	35 7,9	26 6,2	28 6,8	26 7,3	20 5,7	10 2,2	145 5,9
TOTALES	445	418	413	354	348	462	2440

La tabla 3 ofrece los datos sobre el cuerpo de la noticia. La tendencia registrada en los titulares no sólo se mantiene, sino que se acentúa: las noticias que únicamente se basan en hechos y datos suman el 45,2. Y si a ello se añade que una proporción notable de textos, aunque notifiquen hechos y datos, añaden opiniones, se llega al resultado de que el 64,8 % de las noticia incluyen tomas de posición, juicios de políticos.

3. Diferencias entre periódicos

Existen diferencias muy notables entre los seis diarios estudiados. Si nos referimos a los titulares, resulta llamativo el caso de *La Vanguardia*, el periódico que menos titulares da basados únicamente en hechos, el 42,7. También *El Mundo* sigue la línea de primar las opiniones sobre los hechos: el 53,3 % de ellos contienen declaraciones sólo en opiniones de políticos. Y si se agregan los titulares con predominio de la opinión, la cifra total de este tipo de titulares alcanza el 47,5%. En cuanto a *La Vanguardia* los titulares apoyados sólo en opiniones alcanzaron el 33,3%, y con predominio de ellas, otro 12,2%.

En el polo opuesto, en el sentido de que la presencia de hechos en sus titulares es muy superior a la media, se encuentra el diario gallego *La Voz de Galicia*. Presenta el 73,4 sólo con hechos.

Excluido el periódico gallego, es *El País* en el que aparecen más titulares sobre hechos exclusivamente: el 59,1 %. En cuando a *ABC*, mantiene la posición más próxima a la media en relación al número de titulares sólo sobre hechos (55,9). En títulos sólo con opiniones, o con predominio de ellas, *ABC* rebaja ligeramente ese baremo con 32,3 %. Por último *El Correo* apoya los titulares en hechos-datos en una proporción del 56,6.

Las importantes diferencias que se observaron en el caso de los titulares entre unos y otros periódicos también se producen en el tratamiento de los textos.

El caso más singular vuelve a ser *La Voz de Galicia* que es la que más se desvía de las medias. Por una parte, el porcentaje de sus informaciones basadas enteramente en hechos alcanza el 46,3%. Y en la columna que corresponden a las noticias más elaboradas: hechos-datos con complemento de opiniones, da con diferencia el índice más bajo: 2,2%. En cifras absolutas sólo 10 de las 462 noticias catalogadas en el periódico gallego corresponden a esta categoría.

lar: ALVAREZ CASCOS DICE QUE EL PP NO PRESENTARÁ UNA MOCIÓN DE CENSURA, se consideró una noticia sobre "hechos". Pero si el titular hubiera sido: "EL PSOE NO SE MERECE QUE PRESENTEMOS UNA MOCIÓN DE CENSURA", DICE ALVAREZ CASCOS, se hubiera catalogado como opinión.

Las informaciones basadas en datos se consideran aquellas en las que se desarrollan aspectos documentales, por ejemplo, la reproducción del auto judicial. O la información de recopilación sobre todos los atentados de ETA contra militares, la trayectoria de un político inmerso en un proceso por corrupción.

2. Resultados

Un primer resultado general de orden cuantitativo se refiere al número total de noticias que se dieron en las secciones de política por los 168 ejemplares de diarios estudiados: los seis diarios sumaron en total 2.440 noticias de información política, que constituyeron el cuerpo de análisis.

Tabla 1

PERIODICOS	Nº NOTICIAS POLITICAS
El País	445
El Mundo	418
La Vanguardia	413
ABC	354
El Correo	348
La Voz de Galicia	462
TOTAL	2440

Tabla 2: Titular noticias

FREC. % COL. % LINEA	EL PAIS	EL MUNDO	LA VANG.	ABC	EL CORREO	LA VOZ DE GALICIA	TOTAL LINEA
Sólo hechos	263 59,1	183 43,8	231 55,9	151 42,7	197 56,6	340 73,6	1365 55,9
Sólo datos	33 7,4	12 2,9	30 7,3	15 4,2	11 3,2	14 3,0	115 4,7
Sólo opiniones	115 25,8	163 39,0	115 27,8	118 33,3	105 30,2	80 17,3	696 28,5
Hechos y datos	3 0,7	4 1,0	9 2,2	5 1,4	3 0,9	2 0,4	26 1,1
Opiniones con apoyo de hechos	14 3,1	31 7,4	18 4,4	39 11,0	16 4,6	17 3,7	135 5,5
Opiniones con apoyo de datos	4 0,9	7 1,7	2 0,5	3 0,8	3 0,9	0 0,0	19 0,8
Opiniones con apoyo de hechos-datos	0 0,0	0 0,0	0 0,0	2 0,6	1 0,3	0 0,0	3 0,1
Hechos con apoyo de opiniones	10 2,2	14 3,3	2 0,5	19 5,4	12 3,4	8 1,7	65 2,7
Datos con apoyo de opiniones	1 0,2	2 0,5	4 1,0	1 0,3	0 0,0	1 0,2	9 0,4
Hechos y datos con apoyo de opiniones	2 0,4	2 0,5	2 0,5	1 0,3	0 0,0	0 0,0	7 0,3
TOTALES	445	418	413	354	348	462	2440

En la tabla 2 aparecen los resultados referidos al uso de declaraciones en los titulares de las noticias. La media, en la columna de la derecha, pone en evidencia que sólo el 61,7 % de titulares se basan únicamente en hechos o datos, el resto, es decir el 38,3, contienen opiniones en los titulares. De ellos el 28,5 % de titulares sólo se basan en declaraciones.

El reflejo más claro de éste proceder es la utilización de las declaraciones, de los cruces de opiniones, como material básico para la elaboración de noticias. Un fenómeno detectable por la simple observación, pero que merecía ser evaluado cuantitativa y cualitativamente. De ahí el interés a considerarlo como tema de estudio.

El análisis cualitativo y cuantitativo realizado sobre seis periódicos españoles, de los que en este artículo se ofrecen una síntesis de los resultados, se refiere al uso periodístico que en la información política se hace de las opiniones de los dirigentes, expresadas en declaraciones improvisadas, discursos, ruedas de prensa, y su contraste con la utilización de los hechos o datos que reflejan la actividad de los políticos.

La práctica periodística del uso de declaraciones, como ocurre en general con cualquiera de las decisiones que toman los informadores sobre las noticias, no es inocua. Aunque los periodistas recurran a la utilización de opiniones por motivo de su sistemática de trabajo y sin una intencionalidad determinada, el resultado es que incide en el modo como se muestra la "realidad política" y, por tanto, como la percibe el público.

1. Método

Los datos para el análisis de contenido se tomaron de los tres diarios nacionales de mayor tirada en la fecha del estudio (1995): *El País* (401.218 ejemplares), *ABC* (334.317 ejemplares) y *El Mundo* (245.547 ejemplares) y de los tres diarios que ocupan el primer puesto de difusión en las tres comunidades históricas, *La Vanguardia* (208.029 ejemplares), *El Correo* (140.213 ejemplares) y *La Voz de Galicia* (107.446 ejemplares). Estos seis diarios de información general, por sus cifras de difusión, están entre los ocho primeros puestos de los diarios españoles y suman el 43,5 % de la tirada diaria total.

Se analizaron los datos de cuatro semanas completas: del 7 a 13 de febrero de 1994, del 9 al 15 de mayo de 1994, del 12 al 18 de setiembre de 1994 y del 13 al 19 de febrero de 1995. En suma, se catalogaron los datos correspondientes a 168 ejemplares de diario.

El objeto de estudio en dichos periódicos se refirió a las páginas dedicadas a la información política, que en *El País* y *El Mundo* se agrupan bajo la denominación general de **España** y en *ABC*, **Nacional** y en los periódicos de las comunidades autónomas tienen las siguientes denominaciones: **Política** en *La Vanguardia*, **Regional** en *El Correo* y **Galicia** en *La Voz de Galicia*., puesto que se trataba de analizar el papel de los periódicos y los periodistas a la hora de decidir sobre la utilización de las opiniones-declaraciones.

Se tomó cada noticia como unidad en la ficha de estudio y de todas ellas se clasificaron los elementos para el análisis cuantitativo como: medio, día de la semana y fecha, tamaño (en ocho módulos, desde informaciones que ocupan más de dos páginas hasta los sueltos), número de columnas del titular, contenido en texto y titular por separado, número de fuentes mencionadas y si la noticia ha merecido reflejo en primera página, como noticia principal, secundaria o reclamo.

Y otros datos que permitían un estudio cualitativo. Así, en relación a las fuentes de información no sólo interesa saber cuántas por noticia, sino quienes actúan como fuentes. En cuanto al uso de declaraciones es importante conocer el *tono* con el que son presentadas. El tono de la opinión lo marca la elección del verbo declarativo, razón por la cual también se anotó en cada unidad de texto el titular completo.

Para el análisis de las noticias se estudiaron por separado los titulares y los textos y se establecieron las siguientes categorías: sólo opiniones, sólo hechos o sólo datos y las combinaciones de estos tres elementos, teniendo en cuenta si predominaban los hechos, los datos o las opiniones. De modo que un titular o un texto podía ser catalogado según diez subcategorías.

El factor fundamental para distinguir opiniones de hechos se basa en que lo que expresa el que habla es simplemente una toma de posición sobre algo o alguien, "dictamen, juicio o parecer que se forma de una cosa cuestionable", dice la RAE como definición de opinión. En este sentido muchas declaraciones no fueron consideradas opiniones si anunciaban alguna acción. Así una información con este titu-

and press conferences as opposed to facts and data which really reflect the leaders' political activity. The aim of this research is to find out to what degree opinion is reported in the political information section of newspapers, the sources of this opinion, and the general atmosphere which prevails in the relationships among politicians. Through the analysis of the above-mentioned factors, conclusions may be drawn regarding the role of the press in achieving a conformity in public opinion within a democratic society.

Introducción

El "gobierno de la opinión" (Ortega, 1994); la "sondeo-dependencia", no como servidumbre de la 'vox populi', sino como instrumento de poder de los medios de comunicación, (Sartori, 1997); el muy serio peligro en el que los medios de comunicación, especialmente audiovisuales, ponen a la vida política y la democracia (Bourdieu, 1996), son algunas muestras de las alarmas que han hecho saltar recientemente reconocidos intelectuales. La resonancia provocada por sus llamadas de atención, que por cierto no son estrictamente novedosas, aunque sí mucho más angustiosas que otras advertencias anteriores: (Fallows, 1996), (Mermet, 1986), (Revel, 1989), (Ramonet, 1997), por poner algunos ejemplos, induce a despertar el interés del estudio del tratamiento que los medios de comunicación hacen de la actividad política.

La búsqueda de cualquier teoría comprensiva de todas las facetas del la complejo relación medios-política es pretenciosa, pero sí pueden intentarse análisis fragmentarios. Observaciones de las características de los mensajes divulgados por los medios de comunicación, y del proceder de los profesionales, que permitan al menos explicar aspectos fundamentales para el estudio global de la cuestión.

La actividad política y la mediática tienen tantos puntos de confluencia, tantas posibilidades de convertirse en fenómenos instrumentales la una para la otra, que resulta difícil discernir si los medios determinan más la política o si ésta es la que tiene sometidos a los medios.

La interrelación entre los medios y la política es tan antigua como la existencia de los medios de masas, pero han cambiado sus características. Y si se pueden evaluar ese cambio, son los medios los que han mutado aceleradamente en las últimas décadas. Sin dejar de considerar que los avances técnicos han permitido la mundialización instantánea de mensajes escritos y audiovisuales, lo que interesa recalcar aquí es que los nuevos soportes por los que circula la comunicación han cambiado también el concepto del periodismo.

Históricamente se ha adjudicado una especificidad y personalidad propia a cada medio: reflexión, profundidad, explicación, opinión a la prensa; inmediatez a la radio; espectáculo a la televisión. Y ya empieza a ser necesario añadir la telecomunicación por las vías del ciberespacio que además de ser físicamente el transmisor más completo añade una cualidad única, la interactividad. Pese a que con el advenimiento de cada nuevo medio no faltaron los agoreros que anunciaron la muerte del anterior, lo cierto es que hasta ahora todos sobreviven y coexisten. Aunque es difícil vaticinar el futuro: ahora sí algunos tienen la certeza de que los cibernautas de hoy acabarán asistiendo al funeral de los primeros medios de comunicación, los escritos, tal y como pronostica Martínez Albertos¹.

Por otra parte, pese a que los signos esenciales de la especificidad de prensa, radio y televisión se han mantenido, ninguno de ellos ha dejado de caer en la tentación de hacer incursiones en los campos ajenos: la prensa ha forzado la actualidad, la radio y la televisión dedican espacios a la reflexión y la opinión y, todos ellos han caído en la red de la espectacularización, la principal arma del hasta ahora medio hegemónico, la televisión.

Un área temática que por la naturaleza de los mensajes podía haber sido refractaria a este fenómeno es la que se refiere a la actividad política. Pero no ha sido así, ni siquiera en la prensa. Al contrario, la dramatización, personificación, como dice Bourdieu (1997)², la prioridad del combate sobre el debate, el recurso a cualquier medio para privilegiar el enfrentamiento entre las personas (los políticos), en detrimento de la confrontación de argumentos, es lo que describe el modelo de información política.