

El País, ABC y El Mundo:

tres manchetas, tres *enfoques* de las noticias

María José Canel

Departamento de Comunicación Pública

Universidad de Navarra

Resumen: La investigación académica y la práctica periodística de los años 60 y 70 estuvieron dominadas por la corriente objetivista que consagraba los hechos frente a la libertad de opiniones, postulando una separación radical entre la información y la opinión. La investigación posterior se volvió contra ella por considerar que la noticia es una interpretación de la realidad, un juicio. Afirma esta segunda corriente que los periodistas, al tratar las informaciones, adoptan un punto de vista, un enfoque. La investigación acuñó así el término "encudare" o "enfoque" para referirse a la idea central organizadora del contenido de las noticias que aporta un contexto mediante un proceso de selección, énfasis, exclusión y elaboración". El artículo analiza las políticas de opinión, el estilo argumentativo de los editoriales, la selección (inclusión y exclusión) de informaciones, el diseño de portadas, la redacción de los titulares y la información sobre el gobierno de tres diarios nacionales españoles. El análisis permite concluir que los elementos apuntados son mecanismos de encuadre por los que los diarios transmiten enfoques de la realidad diferentes. Con esos mecanismos los diarios hacen opinión en la información. Aunque desde el punto de vista gráfico y de la distribución de secciones la división clásica se mantiene, en la práctica, los diarios han diluido la frontera de separación entre la información y la opinión. Los enfoques acumulados a lo largo de la historia del periódico constituyen una identidad, una imagen del periódico que hace que la mancheta de cada diario tenga connotaciones diferentes para los lectores españoles.

Abstract: Scholar research and journalistic practice during 1960 and 1970 decades were dominated by the creed of objectivity: "facts are sacred, opinions free". Two decades later this belief has been regarded as obsolete, for being it seen as pure technique which enables to portray slant and biased information. Moreover, a journalist is regarded as a story teller who, in telling the story, judges. Journalists *frame* news by a process of stories selection. This article attempts to comparatively analyse newsframes in three national Spanish newspapers. Specific questions such as selection of specific stories, op-ed pages, issues policy, headlines writing, front pages selection and reaction to governmental information frames are posed. Analysis show that the three national Spanish newspapers frame reality in a very different way through framing mechanisms above mentioned. By framing social and political issues in specific ways news organizations create their own image. As a result, title of a newspaper has a very different and strong meaning for readers.

[Introducción](#)

[1. Metodología](#)

[2. El porqué de los enfoques](#)

[3. Las políticas de opinión de los diarios](#)

[4. Selección enfocada](#)

[5. La sutil competencia de los enfoques](#)

[Conclusiones](#)

[Referencias bibliográficas](#)

Introducción

Tanto la investigación académica como la práctica periodística de las décadas de los años 60 y 70 estuvieron dominadas por la corriente objetivista que proponía que "los hechos son sagrados y las opiniones libres". Proponía esta corriente una información puramente fáctica, una distribución de secciones con radical separación entre información y opinión y una ética del profesional caracterizada por el distanciamiento y el desprendimiento (vid. por ejemplo Charnley, 1936; Scanlon, 1972, Smith, 1978 y Hermánus, 1979).

A finales de los años 70 Tuchman irrumpió en el debate con una metáfora sutil. La noticia, decía, es como una ventana abierta al mundo por la que nos enteramos de lo que está fuera de nuestro alcance cognoscitivo. Pero la ventana puede ser grande o pequeña, con uno o varios cristales, de vidrio opaco o claro, con vistas a la calle o a un patio interior... Y el que se asoma puede simplemente atisbar a ventana cerrada o sobrepasar el alféizar en una acentuada inclinación. La percepción de la realidad depende de múltiples factores (Tuchman, 1978).

En las últimas décadas de este siglo la reacción a la corriente objetivista ha sido contundente. La objetividad no es más que un ritual para lograr la imagen de imparcialidad ante el público (Glasser, 1984); es una técnica de camuflaje con la que se consigue transmitir informaciones sesgadas (Entman, 1989); es una técnica de persuasión (Rosen, 1993) con la que el periodista consigue eludir sus responsabilidades (Rosen, 1994); expresada en códigos, la objetividad no consigue la información equilibrada a la que aspira (Canel, 1997 y Semetko y Canel, 1997). En esta corriente se considera que toda noticia, por muy fáctica que sea, implica un juicio, una interpretación. Y el periodista es como un narrador de historias: al contar la noticia transmite su punto de vista (Rohe, 1989).

La investigación de final de siglo asume que las noticias son la representación que de la realidad hacen los periodistas; y esa representación implica un *enfoque*, un *encuadre*. Este concepto de enfoque o encuadre (*frame*) ha sido utilizado por varios estudios de comunicación en la investigación sobre la cobertura de noticias¹. El enfoque es la "idea central organizadora del contenido de las noticias que aporta un contexto mediante un proceso de selección, énfasis, exclusión y elaboración" (Tankard, 1991).

El cúmulo de enfoques que de la realidad hacen los diarios a lo largo de su historia crea una imagen, una identidad corporativa, una mancha que adquiere un peso social que hace que el periódico es lo que es, distinto del de la competencia.

El presente artículo muestra que la información diaria en España es un claro ejemplo del fenómeno apuntado. Analiza cómo los tres periódicos nacionales de información general de mayor tirada (*El País*, *ABC* y *El Mundo*) enfocan diariamente la realidad de modo distinto. Demuestra que lo hacen no sólo en las páginas de opinión sino a través de todo el periódico, rompiendo así sutilmente la clásica separación entre información y opinión. Y lo hacen incluso cuando compiten con los enfoques de la información gubernamental. Como resultado, las tres manchetas a las que todo lector español tiene acceso en el kiosko, son tres relatos diferentes, claramente identificables. El presente análisis se centra en el aspecto selectivo del enfoque, es decir, en las diferencias que los diarios tienen entre sí en su tarea de inclusión o exclusión de matices.

1. Metodología

El presente estudio emplea una revisión bibliográfica conceptual sobre la *teoría del enfoque* y una metodología cualitativa de análisis de contenido. Para esta última se realizó una lectura comparada de diarios con el fin de dar respuesta a las siguientes preguntas: "¿qué noticia que aparece en un diario es omitida por otros?"; "¿se utilizan titulares valorativos o informativos?"; "¿hay fotografías en las noticias con las que se exprese opinión?"; "¿hay portadas de un mismo día que sean radicalmente distintas?"; "¿hay diferencias en la prioridad

otorgada a un mismo evento?"; "¿qué matices seleccionan los diarios en la cobertura de la información gubernamental?"; "¿hay diferencias en las "políticas de opinión" de los tres diarios?"; "¿hay diferencias en los estilos argumentativos de los editoriales"?2.

La selección de noticias a analizar no siguió un criterio cronológico aleatorio, sino que se escogieron aquellos momentos informativos interesantes (como por ejemplo, los cien primeros días del gobierno del Partido Popular, el juicio del caso Filesa, el caso CESID, la dimisión de Felipe González como Secretario General del PSOE, etc). Por eso, los ejemplos no se exponen de un modo sistemático en el tiempo.

Los periódicos seleccionados fueron *El País*, *ABC* y *El Mundo* por las siguientes razones: a) Son diarios nacionales, es decir, la realidad que tienen que cubrir es la misma en los tres casos; b) Son los diarios de mayor tirada3; c) Son diarios representativos de diferentes perfiles periodísticos y tendencia ideológica. No se sigue un criterio fijo en la presentación de los resultados por diarios.

2. El porqué de los enfoques

Muchos son los autores que han tratado de dar una justificación, desde el punto de vista académico, a los enfoques de las noticias. Para Goffman, el enfoque de la información es una exigencia que tiene el periodista para lograr que el público entienda. No se comprende la información sin un contexto. El periodista al enfrentarse con la realidad se pregunta: "¿Qué diablos está pasando aquí?". Y cuando sabe quién es quién, por qué una parte dice lo contrario de la otra y por qué pasa lo que pasa, lo explica a su audiencia. Solamente la información contextualizada tiene sentido (Goffman, 1974).

Los enfoques no son siempre obvios. La mayor parte de las veces están casi ocultos, como puestos entre paréntesis, implícitos; muchas veces cognoscibles sólo tras un análisis atento (Schiller, 1981). Pero el enfoque de las noticias no es un proceso consciente e intencionado; más bien, al enfocar, el periodista proyecta, de forma inconsciente, su modo de ver las cosas, que está en línea con el mundo en el que vive y en el que suceden las noticias (Hackett, 1984).

¿Dónde está la raíz de los enfoques que el periodista inconscientemente proyecta al tratar las noticias? Una buena parte de la investigación sobre *framing* entiende que los enfoques son fundamentalmente ideológicos: la información está condicionada por las propias creencias. Estos estudios ponen el acento en los factores individuales (como por ejemplo educación, edad, sexo y, de modo particular, la identificación con un partido político) para explicar las diferencias en los enfoques. Los prejuicios ideológicos fueron el principal objeto de análisis en el contenido de los encuadres durante los años 80 (Hackett, 1984). Sin embargo, las investigaciones de los últimos siete años ven las causas de los enfoques en la naturaleza compleja del proceso de producción de las noticias. Consideran que los factores individuales no son más que una parte y sólo parte del conjunto de elementos que intervienen en la mediación de la información y apuestan por una medición del profesionalismo de los periodistas que tenga en cuenta tanto los factores individuales como los sociológicos u organizativos (Splichal, 1994).

El sistemático estudio de Shoemaker y Reese es un buen ejemplo de esta tendencia de investigación. Los medios *median* el mensaje en varios niveles, como si fueran estas las capas de una cebolla. Los enfoques dependen de las características personales del periodista (edad, sexo, educación, creencias, tendencia política, etc.), de las fuentes, de las rutinas de la organización (como son, por ejemplo, los criterios de noticiabilidad, las exigencias del lead, etc.), de la infraestructura del medio (personal, distribución de secciones, conexión con agencias, hora de cierre y emisión, etc.) de la propiedad del medio, y de otros elementos externos al medio como los poderes políticos y económicos, la competencia y la audiencia (Shoemaker y Reese, 1991). Por eso, las redacciones de los medios no son recipientes pasivos del ingente volumen de información que se recibe diariamente; son auténticos buques que procesan, analizan e interpretan, dando como resultado final un relato. Y este relato es distinto del que a pocos metros de distancia y sobre un mismo suceso, habrá producido la redacción de la competencia.

Resulta difícil analizar los enfoques, precisamente porque son sutiles. Al definir el enfoque como "patrones de conocimiento, interpretación y presentación, de selección, énfasis y exclusión, con los que se organiza el discurso de los medios" Gitlin ofrece una enumeración útil que permite tomar como objeto de análisis el soporte físico de la información (Gitlin, 1980). Tankard sugirió tomar como punto de partida de análisis lo que él llamó "mecanismos de encuadre": titulares, antetítulos, subtítulos, fotografías, pies de foto, leads, selección de fuentes, citas, logos, estadísticas, tablas y gráficos (Tankard y otros, 1991). Con esta guía se desarrollaron muchos estudios sobre el tratamiento de la información en prensa, con carácter más bien

descriptivo. Refiriéndose a la televisión, Barkin afirma que cada noticia produce un significado que se deduce de la combinación de signos temporales, verbales, visuales y auditivos (Barkin, 1989). Con ellos, muchos estudios sobre el *framing* han seguido una vía de análisis textual, léxica o de análisis de símbolos. La investigación más reciente sobre el *framing* trata de poner en conexión los resultados descriptivos con las condiciones sociológicas de las redacciones. Es decir, y tomando los niveles apuntados por Shoemaker y Reese, trata de enriquecer las causas de los enfoques relacionando los factores individuales con elementos como las condiciones de trabajo y la identidad corporativa de las redacciones (vid. entre otros, Sphical, 1994; Weaver, 1991; Canel y Piqué, 1997).

3. Las políticas de opinión de los diarios

La "política de opinión" es un elemento explícito de la identidad corporativa de la redacción. Los medios tienen un cierto rechazo a hablar de la línea editorial o a reconocer que hay cierta "política de opinión". Parece que con esas expresiones aludirían a un plan secreto de transmisión de posturas ideado en la sala oscura del diario. Pero eso es, en definitiva, lo que hacen los diarios cuando deciden el número de columnistas, la posición y extensión de las páginas de opinión o los temas de los editoriales (Schlesinger, 1978).

Los medios analizados tienen diferentes políticas de opinión. No se ha utilizado en este estudio metodología de observación de redacciones por la que se hubiera llegado a los mecanismos con los que se toman las decisiones de opinión (nombramiento de un jefe de opinión como autoridad máxima o una decisión "compartida" entre el director y jefe de opinión, funcionamiento de un consejo editorial, acuerdo de uno o varios editorialistas, etc). El presente artículo se ciñe a comparar, por el análisis del contenido de los diarios: a) la prioridad otorgada a la opinión; b) el estilo argumentativo del editorial⁴.

ABC, bien comprometido con un lectorado opinante, hace una fuerte apuesta. Sus tres páginas de opinión, tras la *Actualidad Gráfica* y antes de Nacional, están compuestas por tres editoriales, seis columnas y el comic de Mingote. Pero los columnistas están además esparcidos por todo el periódico, una media de dos por sección; firmas más o menos fijas, bien conocidas y claramente identificables.

Las páginas de opinión de el diario *El País* van tras *Internacional* (páginas 12, 13 y 14), con una distribución sobria y fija. Los editoriales, una media de dos, en la parte superior de página par; debajo, el comic de Forges y a la izquierda, *Revista de prensa* selecciona unos párrafos del artículo de prensa internacional que considera de relevancia. En la página impar, el humor serio e intelectual de Máximo (quien no busca provocar la risa sino sumir al lector en un profundo pensamiento) centra la columna de opinión. Bajo ésta, las cartas al director. Esta misma estructura se repite en la última página par de opinión. *El País* es selectivo con la opinión: una media de dos columnas en *Opinión* y solo una por sección.

El Mundo es un periódico de opinión explícita. Con esta sección abre el periódico en las páginas 2, 3, 4 y 5. Ocho columnas, dos editoriales, dos comics (Gallego y Rey y Ricardo y Nacho) y una media de una o dos columnas por sección.

El editorial es el género que dibuja el perfil ideológico y periodístico, el texto en el que el diario toma postura "a título de periódico". Para describir las diferencias existentes, se ha examinado la agenda de temas de los editoriales y el estilo redaccional: recursos de autoridad usados por los editorialistas, la información de contexto y las expresiones explícitas de sus posturas.

Respecto a la agenda de temas, no hay grandes diferencias. *El País* tiene una agenda editorial temporal: lleva al editorial generalmente la noticia del día. La agenda de *El Mundo* es también temporal, aunque en ella tienen más espacio las noticias-revelación resultado del periodismo de investigación por el que apuesta el diario. Quizá sea la agenda del editorialismo de *ABC* la más atemporal de las tres y buena expresión del perfil del diario: la monarquía o la censura al nacionalismo encuentran espacio, sean o no estos temas noticia. Por eso, si bien en los dos primeros diarios son más frecuentes las expresiones como "a media tarde de ayer", "acaba de concluir" o "deja hoy", en el diario *ABC* es más frecuente expresiones como "desde junio", "días pasados", "el pasado viernes", "desde hace más de dos meses" o "estos días".

¿En quién apoya el periódico su postura editorial? Son frecuentes y comunes a los tres diarios los siguientes recursos: a) El uso de declaraciones de políticos tanto del ámbito nacional como internacional; b) La comparación de la situación política del país con el extranjero; c) La opinión pública o la interpretación que hace el diario del "sentir común". Así, son frecuentes expresiones como: "el pacto con quien para muchos

sigue siendo el diablo"; impresión compartida por muchos ciudadanos", "según versiones", "el consenso entre los catalanes" o "en el mundo convergente es un lugar común esta posición"; d) La ley: son muy frecuentes en los editoriales las argumentaciones jurídicas en torno a la Constitución o la ley pertinente al caso, siempre dentro de la defensa del Estado de Derecho.

Sobre estas características comunes hay rasgos diferenciales. El editorialismo de *El Mundo* hace gala del papel que tiene el diario como instancia de opinión. Es *El Mundo* un diario que presentó su programa electoral durante la última campaña, programa tomado como referencia en el editorialismo. Por eso, son frecuentes los pronunciamientos del diario en primera persona: "como ya adelantamos en nuestro programa somos partidarios de", "coincidimos con el gobierno en...", "nos identificamos con la política de..."; "responde a lo que también nosotros pensamos", "tampoco ocultamos nuestras diferencias", "también nos sentimos distantes", "a nuestro juicio, el documental de Interior ofrece...", "es evidente que estamos ante unos presupuestos que...", "nos parece bien que...", "nuestro periódico aplaude las medidas de...". El diario es contundente en sus valoraciones y fuertemente connotativo en sus clichés: "defenestrado", "galindista", "felipista", "polanquista", "leyenda negra", "siniestros atajos", "guerra sucia" y "marasmo de acusaciones". Un estilo poco técnico, llano, con expresiones altisonantes y gráficas, adecuado a todo tipo de público.

ABC es también contundente en sus opiniones, pero no son éstas tan explícitas como en el editorialismo de *El Mundo*: "permítasenos recordar que", "podríamos recordar", "pensamos, por ejemplo que". Este diario se dirige a un público culto, recurriendo a la tradición histórica y cultural española y universal (Ortega y Gasset, Cicerón, Cervantes), con estilo pulcro y elegante, pero con ciertos cultismos: "sedicente", "megalómana", "verbosidad", "daguerrotipos virados en sepia", "hálito", "etapa crepuscular", "edulcoradas versiones", "palmarias evidencias", "el partero", "condición taimada" o "tortuosa".

El País tiene un perfil editorialista analítico. Utiliza una redacción discursiva y lógica: ha pasado X y como consecuencia Y. Por eso, son frecuentes en sus editoriales las enumeraciones analíticas, la conclusión sobre la presentación de posturas divergentes, la previsión del futuro, siempre dentro del alcance analítico del estilo de "si se optara por X, pasaría...; si se optara por lo contrario, lo más probable sería que...". Suele ofrecer información de "contexto", es decir, hace recorrido histórico de una ley, sitúa al lector en los precedentes de una entrevista entre dos mandatarios o trae a colación las tres cuestiones políticas que están en conexión con la que se está analizando. Es más impersonal en la expresión de sus posturas: "cabe apuntar que", "habrá que aceptar que", "podríamos considerar que". Utiliza adverbios un tanto descomprometidos: "curiosamente", "previsiblemente", "desafortunadamente"; o expresiones que difuminan la frontera entre la información y la postura del periódico "como era de suponer", "es de esperar que", "es hora de que", "detrás late", etc. Y expresiones ciertamente neutrales: "acuerdo básico", "normalidad democrática", "consenso básico", "respeto a la voluntad del electorado" o "línea de moderación y diálogo". La escasa prioridad al columnismo así como el estilo redaccional del editorial da una imagen de periódico más informativo que interpretativo. Solamente una visión completa del diario permitirá formular un juicio acertado.

4. Selección enfocada

Respecto al tratamiento de la información, el primer proceso de encuadre es el de la selección de noticias. Como en una fotografía, encuadrar es seleccionar aspectos de una realidad percibida y hacerlos más relevantes. La cámara se dispara cuando se considera que lo que está encuadrado es representativo de lo que se ve, es lo que se quiere guardar como imagen de lo que allí había.

Eso es lo que todos los días hacen los diarios al seleccionar las noticias. De todas las informaciones que en el día llegan a una redacción, sólo unas caben, sólo unas son (o se hacen por la selección) más importantes que las otras.

Las portadas analizadas en la prensa española muestran que las "fotografías" que los diarios hacen de la realidad se diferencian entre sí. Ejemplos paradigmáticos de esto lo constituyen las portadas posteriores a una contienda electoral. Lunes, 29 de Mayo de 1995. Se han celebrado las elecciones locales. El PP ha superado al PSOE, pero sin la contundencia que pronosticaban los sondeos. El PSOE no ha perdido votos; su derrota se debe a que hay que repartir la tarta entre más nuevos votantes. Sin embargo, estas elecciones han sido "El desastre felipista" interpreta *El Mundo* en su titular; pero la victoria la debe el PP a las grandes ciudades, dice *El País* ("Las grandes ciudades dan el triunfo al PP"); y *ABC* lo tiene claro: "González, arrollado por Aznar, no tiene otra salida ética que dimitir". Lunes 4 de marzo de 1996, se han celebrado las elecciones nacionales al parlamento español con una apretada victoria del PP. Para *El País* es un resultado muy justo ("Aznar obtiene una mayoría insuficiente para gobernar en solitario"); que presagia "Una tarea difícil" como adelanta que

explicará en el editorial; y no olvidemos que es la "Quinta victoria del PSOE en Andalucía", dice también en portada. En este caso *El Mundo* es escueto: "Aznar gana las elecciones pero necesita a Pujol para gobernar". Para *ABC* lo importante es que "Aznar derrota a González". Es ésta toda la información que aparece en portada, con un triunfante y orondo Aznar alzando la mano en saludo para sus votantes.

Juicio del caso Filesa, Felipe González y Guerra son llamados a declarar. "González y Guerra sostienen bajo promesa de decir la verdad que, como ellos se dedicaban a "gobernar" y no a la "contabilidad" nunca supieron que Filesa recaudó más de mil millones para el PSOE" es la irónica interpretación de *El Mundo*. En la misma línea *ABC*: "Caso Filesa: González declara ante el juez que también se enteró por la prensa". *El País* es más informativo; pero sutilmente incluye un matiz que no hacen los demás "González y Guerra dicen al Supremo que no supieron nada sobre Filesa. Los dos dirigentes socialistas comparecieron en el Supremo como testigos".

En el proceso de selección de noticias siempre hay algo que queda fuera, y en la definición de enfoque, es esto, lo excluido, más importante que lo incluido (Kahneman y Tversky, 1984). Esto es muy común en las informaciones que los medios dan sobre los propios medios. En España, un ejemplo ya casi manido lo constituye la información relacionada con la propiedad de los mismos. Así, son noticias esperadas en *El Mundo* e inimaginables en *El País*, "Fungairiño pide multa para Cebrián por mala fe al recusar a Liaño" (16.IX.97); El CGPJ pide al fiscal general que intervenga en el "caso Sogecable" (6.IX.97); "Vía Digital ofrece desde hoy 48 canales (Gratis hasta diciembre)" (15.IX.97); o "La concentración de Polanco es un peligro para la libertad de expresión, según una sentencia" (17.VII.1995). Las siguientes son noticias de *El País*, inimaginables en *El Mundo*: "Vía Digital no está inscrita en el registro de la CMT" (25.IX.97); "El 003 facilita en muchas ocasiones el teléfono de Vía Digital a quien pide el de Canal Satélite" (24.IX.97); "Echevarría y Díez Polanco reivindican la independencia de los medios (4.IX.97).

La postura política hace que unos periódicos encuentren noticable lo que otros ignoran. "Interior deniega asilo político a una familia iraní con cinco hijos y ordena su expulsión" (*El País*, 4.IX.97); "Las autonomías socialistas pierden 23.687 millones por rechazar la cesión del IRPF" (*ABC*, 9.X.1997); Maragall deja Barcelona con la deuda más alta de España (*El Mundo*).

El titular es también resultado de una selección. En una línea resume y adelanta lo que ha pasado. Pero al hacerlo, adopta un enfoque, un matiz, que es la "línea de la historia" (*story-line*) (Graber, 1989). Bajo la pregunta "¿son titulares de las noticias -y sólo de las noticias- informativos o valorativos?" se quiso analizar hasta qué punto esto era cierto en los modos de titular las noticias de los tres diarios nacionales. Por informativo se entendía una redacción puramente fáctica: los datos de la información; por valorativo, un titular con connotaciones que fueran más allá de la información, y que implicara un juicio. Como ya se ha adelantado, se excluyeron aquí los titulares de los artículos de opinión.

Pues bien, es frecuente en los tres diarios nacionales analizados el recurso a titular las noticias de modo valorativo. Lo hacen utilizando un adverbio de cantidad, un sustantivo jocoso, una selección irónica de declaraciones textuales, un entrecomillado o unos puntos suspensivos... Así lo muestran los siguientes ejemplos.

Durante las informaciones sobre el caso GAL, la noticia del día para *ABC* fue unas declaraciones del ministro del Interior socialista Juan Alberto Belloch en el Congreso, en defensa de los guardias civiles de Ichaurre, acusados éstos de estar implicados en el secuestro y asesinato de los etarras Lasa y Zabala. El titular decía: "Belloch agradece al coronel Galindo su "servicio impagable" en la lucha contra ETA" (4.V.1995) (El subrayado es mío). Un enfoque éste no tan sutil, por mucho que el servicio impagable entrecomillado fuera el extracto literal de las declaraciones del ministro. "El PSOE, en pleno juicio de Filesa, acepta que las empresas financien a los partidos" (24.IX.97) las dos, informaciones bien ciertas, pero que sólo este medio puso en titular para recordar al lector un matiz de la política financiera del partido.

Ejemplos similares, aunque con los protagonistas invertidos, los ofrece *El País*: "La oferta del PP incrementa la financiación autonómica para 1997 sólo en 70.000 millones (21.IV.1996), un "sólo" subrayado por la autora de este artículo, por no haber sido encontrado en los titulares de la misma noticia de los otros dos periódicos. Sin "sólo" el lector puede creer que es mucho; y no vaya a ser que los lectores no se den cuenta de que es poquísimo, de que las promesas no se cumplen. "La televisión gallega da seis veces más de tiempo al PP que a toda la oposición junta" (28.IX.1997), noticia que recuerda al control que *ABC* mantuvo de la dedicación de espacios de TVE1 a los partidos durante la campaña electoral de 1996 bajo el título "La televisión pública a examen".

Es el titular valorativo muy frecuente en *El Mundo*. Con "Los ministros de ETA" (12.I.1997), con la fotografía de los miembros de "Kas Técnico", lo que el diario denomina en antetítulo "El gabinete en la sombra" del "Movimiento de liberación nacional vasco", el diario hacía un juicio contundente sobre la confusa relación entre ETA, KAS y HB. Otro titular: "Los peritos, rotundos: Fiesla fue un montaje para financiar al PSOE" (17.IX.1997). El diario alertaba así a sus lectores de las posibles confusiones ante una información excesivamente técnica. No hay duda, parece decir el diario, de que *El Mundo* va por buen camino al emprender la batalla contra el partido socialista. Los peritos se lo confirman y, además, de modo rotundo. En plena reacción internacional de estupor por las operaciones nucleares francesas en el Pacífico, el entonces presidente del gobierno Felipe González explicó en rueda de prensa por qué su postura no era contraria. *El Mundo* no dudó en recogerlo de forma jocosa: "González no condena las pruebas nucleares para no dejarse arrastrar por las "emociones" (21.X.1995)

5. La competencia sutil de los enfoques

Como en el proceso de selección de información algo siempre queda fuera, los políticos aspiran a dominar los criterios de selección de los medios, asegurándose de que, lo que queda dentro es lo que a ellos les interesa. Se produce entonces una "pugna de enfoques" entre políticos y periodistas.

¿Cómo es el comportamiento de los medios en esa pugna de enfoques? Meyer afirma que, cuando los medios se enfrentan a la información gubernamental reaccionan de modo homogéneo. Todos coinciden en la selección del enfoque, enfoque por supuesto diferente al que quiso dar el político. Pero esta reacción homogénea es sólo aparente. Un análisis más atento de los enfoques muestra que persisten las diferencias, ahora ya más sutiles, entre los enfoques de los medios de comunicación (Meyer, 1995).

Tal es el caso de la cobertura que los tres diarios nacionales españoles dan a la rueda de prensa del ejecutivo. Todos los viernes y tras la celebración del Consejo de Ministros, el Secretario de Estado para la Comunicación convoca a los medios para informar sobre lo acordado y para someterse a preguntas de los periodistas. Suele comparecer con él un ministro, el que sea pertinente por el tema tratado. ¿Coinciden los intereses del Portavoz del Gobierno con los de los periodistas? ¿Es la misma cobertura la que hacen los medios a una misma rueda de prensa?

A través de Internet la autora de este artículo obtuvo la transcripción íntegra de tres ruedas de prensa, 18 de octubre de 1996, 10 de octubre de 1997 y 17 de octubre de 1997. La respuesta a las dos preguntas arriba apuntadas es negativa para los tres casos analizados. A continuación se expone lo más significativo del 10 de octubre de 1997 cubierto en prensa el sábado 11 de octubre.

La transcripción tiene una extensión de catorce folios, con intervención del secretario de Estado para la Comunicación, Miguel Angel Rodríguez, y la Ministra de Justicia, Margarita Mariscal de Gante; tras ellos, 19 preguntas de los periodistas. El tema de la rueda de prensa: la aprobación del Anteproyecto de Ley Orgánica que modifica el Código Penal para incrementar la protección de los menores frente a agresiones sexuales y la aprobación del Real Decreto que regula la ejecución del Himno Nacional. La siguiente tabla muestra cuál era en esa rueda de prensa la agenda de temas del gobierno, y cuál la de los periodistas.

Es preciso aclarar dos cuestiones previas. En primer lugar, esta rueda de prensa tuvo su antesala. Dos días antes *El Mundo*, publicaba el borrador del proyecto de ley sobre regulación del himno nacional al que decía haber tenido acceso. Al día siguiente dedicaba la portada, editorial, columna, comic y doble página de nacional a analizar el texto del borrador del proyecto y a recoger las reacciones de las distintas fuerzas políticas. Esto no lo hacían el resto de los diarios.

En segundo lugar, la rueda de prensa significaba un "encuentro de posturas" entre periodistas y portavoz de gobierno. La publicación del borrador del proyecto en *El Mundo* había provocado la reacción de los nacionalistas. Así, se cruzaron declaraciones de líderes de partidos políticos y de presidentes de gobiernos autónomos valorando negativamente la medida y "amenazando" (como reza uno de los titulares) con incumplirla. Pero llegó el día del Consejo de Ministros y en el proyecto de ley no aparecían las cuestiones más conflictivas sobre la regulación del himno (se eliminaban la obligación de escuchar el himno con actitud de respeto, y la obligación de anteponer el himno nacional a los himnos regionales). ¿Por qué este cambio? Fue la pregunta persistente de los periodistas. No ha habido ningún cambio, fue la respuesta del portavoz. Lo que hemos acordado hoy es lo mismo que estaba en el texto que hace tiempo se distribuyera en el Congreso.

Se da una reacción homogénea de los medios en la selección de enfoques de la información gubernamental.

a) todos ignoran el enfoque de información del gobierno, para quien la noticia principal era la Ley Orgánica que modifica el Código Penal en materia de incrementar la protección de los menores frente a agresiones sexuales. Los medios apenas dedicaron espacio a esta información;

b) para todos la noticia de la rueda de prensa es la aprobación del Real Decreto que regula la ejecución del Himno Nacional;

c) pero, y también para todos, el enfoque sobre esta información no es el que quiso dar el gobierno. *Sí* hubo marcha atrás, a pesar de que el gobierno dijera lo contrario. Así lo muestra la interesante coincidencia de los titulares de los tres diarios: "El gobierno *da marcha atrás* en la regulación del himno"; "El Gobierno *cambia el decreto* sobre el Himno para evitar enfrentamientos con los nacionalistas"; "El Gobierno *da marcha atrás* y adecua el decreto del Himno al uso actual"; "El Gobierno *rectifica y suprime* la obligatoriedad del himno nacional"; "El Gobierno *suaviza* el decreto del himno español para contentar a CiU".

Ahora bien, un análisis más sutil de los enfoques muestra que, a pesar de que todos los diarios coincidieron en dar máxima prioridad a lo mismo, seleccionan matices distintos.

La selección de *El País* es el predominio de lo conflictivo sobre lo que no lo es: no se dice nada de la ley de protección de menores (tema sobre el que hay acuerdo) y sí sobre la ley de asilados políticos (ley que sólo contó con el apoyo de CiU y sobre la que hubo una enmienda a la totalidad). Para *El País* la marcha atrás se debe a la presión de los aliados nacionalistas quienes, a pesar de los cambios introducidos en el decreto (es la lectura que hace *El País*), mantienen sus discrepancias con el gobierno. Por último, saca a la luz un documento estratégico de Convergencia i Unió elaborado en verano en el que se expresa una postura contraria a la que ahora adopta sobre el himno nacional. ¿Será que los nacionalistas se están dejando convencer por un gobierno centralista?

Para *El Mundo* el tema era suyo. Él había adelantado el borrador del decreto, él había avisado con ello a los nacionalistas, él era el protagonista de la marcha atrás del gobierno. El propio diario aparece citado tres veces en una misma noticia: "... amenazaron con no cumplir la norma cuando el jueves se enteraron por EL MUNDO de su contenido"; "Miguel Ángel Rodríguez hizo algunas precisiones a propósito de la polémica surgida en este asunto, precisiones que sirvieron para minimizar la importancia de la publicación hecha por EL MUNDO del contenido del proyecto y reprochar a la oposición su pasividad inicial"; "pero lo que EL MUNDO publicó no fue un "dictamen" (como dijo Miguel Ángel Rodríguez) sino el "Proyecto de Real Decreto por el que se regula el Himno Nacional, según se lee en el título del documento al que tuvo acceso este diario".

Para *El Mundo*, y a diferencia de *El País*, ya no hay discrepancias entre los nacionalistas respecto al decreto (es *El Mundo* quien ha conseguido limarlas). Inicia una noticia diciendo "El Himno Nacional no será fuente de conflicto entre los españoles"; en otra "La discrepancia del PNV fue expresada antes de conocer las modificaciones"; y una última "EA admite que el Gobierno ha reculado un poco". Parece que los nacionalistas opinan cosas distintas en *El País* y en *El Mundo*!

A *ABC* no le interesaba dar mucha publicidad a la polémica sobre la marcha atrás del gobierno respecto al himno nacional. Por eso su enfoque es muy sencillo: deja claro que el himno nacional tendrá preferencia sobre los himnos locales y no menciona que, tal y como regula el Decreto, la obligatoriedad de interpretar el himno queda a juicio de los organizadores de los actos.

Conclusiones

Las informaciones analizadas muestran que los tres diarios nacionales españoles tienen unas identidades corporativas diferentes, claramente identificables y diferenciales. Tienen diferentes políticas de opinión, como muestran la páginas de opinión y los estilos argumentativos de los editoriales. *El Mundo* y *ABC* apuestan por un fuerte predominio de la opinión e interpretación de la información, con agendas más atemporales en sus temas que *El País* y estilo argumentativo directo, explícito y agresivo. *El País* es más sobrio y analítico en su expresión y aparentemente, menos comprometido con una postura.

Pero los tres diarios hacen opinión no sólo en la sección correspondiente o en los géneros correspondientes (columna, comic, etc) sino a lo largo de todo el periódico y a través de la información. El tratamiento que dan a las noticias muestra que las mismas informaciones están *enfocadas* de modo diferente. Por medio de la

selección de temas, la inclusión o exclusión de matices, el diseño de portadas o la redacción valorativa de titulares los tres diarios manifiestan, unas veces sutilmente y otras de modo más explícito, una postura. Con ello, aunque los tres diarios tienen una distribución de secciones que separa opinión de información, en la práctica, la frontera ha quedado diluida. En la información hacen opinión y en la opinión hacen información.

La diferencia de enfoques entre los diarios se produce incluso cuando los medios se enfrentan a los enfoques de la información gubernamental. Cada diario mantiene su imagen e identidad propia por medio de enfoques muy sutiles que le diferencian del resto de los diarios.

Las informaciones analizadas confirman las investigaciones sobre la *teoría del enfoque*: la noticia, que es la representación que de la realidad hacen los periodistas, implica un juicio, una interpretación, un enfoque. El periodista, al contar la noticia, transmite su punto de vista.

Los enfoques acumulados a lo largo de la historia de cada periódico han hecho que la mancheta de los tres diarios tengan fuertes connotaciones. El cultista *ABC*, dirigido a un nicho de lectorado bien identificado, es bastión del tradicionalismo español, monárquico y nacional, católico e intelectual. *El País* es, de los tres, el que más encaja en la corriente objetivista: utiliza la técnica argumentativa analítica con la que da una imagen de moderado, progresista, abierto y tolerante, defensor del consenso e intelectualista. Pero tras esa técnica se esconden claros enfoques de las noticias, expresados, más que en las páginas de opinión, en la inclusión y exclusión de matices de las informaciones, de temas, de personajes. Por último el incansable y autoproclamado denunciante de la corrupción política *El Mundo* connota rotundidad, agresividad, denuncia; connotaciones en las que la definición del papel de un diario en la sociedad queda desdibujada.

Son tres manchetas, tres enfoques distintos. Si en el pasado la credencial del periodista consistía en lograr independencia editorial, es ahora credencial el saberse identificar con la empresa contribuyendo a la creación de un producto coherente, en línea con la imagen que de la mancheta tienen los lectores.

Notas

1. Sobre las sugerencias conceptuales en torno a la teoría del enfoque vid., entre otros, Goffman, 1974, Tuchman, 1978, Gitlin, 1980, Hackett, 1984, Gamson, 1989, Graber, 1989, Entman, 1989, Entman, 1991, Tankard, 1991 y Chen, 1996. La investigación empírica en torno al encuadre es tan extensa que sería imposible ofrecer aquí una relación completa.

2. Quisiera expresar mi agradecimiento a Natalia Rodríguez Salcedo, Cesar Ferrero y Ana Eva Fraile, estudiantes de Comunicación, por su paciente lectura de prensa y colaboración en la recogida de ejemplos.

3. En el momento de realizar el estudio las ventas eran las siguientes: El País 405.000, ABC 300.000 y El Mundo 260.000.

4. Los ejemplos son cogidos de editoriales entre mayo y septiembre de 1996, 20-30 de septiembre de 1997 y noviembre de 1997.

Referencias bibliográficas

Blumler, Jay, Gurevitch, Michael and Ives, J. (1978): *The Challenge of Election Broadcasting*. Leeds: Leeds University Press.

Barkin, S (1989): "Coping with the Duality of Television News", *Behavioural Scientist*, 33: 153-161.

Canel, María José (1997): "La objetividad periodística en campaña electoral: las actitudes profesionales de los periodistas de TVE1 y Antena3 en las elecciones de 1996", *ZER Revista de Comunicación*. Mayo, 55-70.

Canel, María José y Piqué, Antoni M. (1997): "Journalists for emerging democracies. The case of Spain", en Weaver, David (ed.): *The Global Journalist*. New Jersey: Hampton Press.

- Charnley, Michael (1936): "Preliminary Notes on a Study of Newspaper Accuracy", *Journalism Quarterly*, 13: 311-313.
- Chen, Chin Hwei (1996): "La teoría del framing en la cobertura de las elecciones europeas. El caso de la prensa española y británica". Tesina de máster. Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra.
- Entman, Robert (1993): "Framing Toward Clarification of Fractured Paradigm", *Journal of Communication*, 43(4): 51-58.
- Entman, Robert (1991) "Framing US Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Incidents", *Journal of Communication*, 41(4):6-27.
- Entman, Robert (1989): *Democracy Without Citizens, Media and the Decay of American Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Gitlin, T (1980): *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- Glasser, T.L. (1984): "Objectivity precludes responsibility", *The Quill*. February:120-135.
- Goffman, E. (1974): *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Graber, Doris (1989): "Content and Meaning", *Behavioral Scientist*, 33:144-152.
- Hackett, R.A (1984): "Decline of a Paradigm? Bias and Objectivity in news media studies", *Critical Studies in Mass Communication*, 1 (3), :229-259.
- Hermánus, Pertti (1979): "La objetividad en la comunicación de masas", *El periodista democrata*, 10: 8-11.
- Kahneman, D. y Tversky, A. (1984): "Choice, Values and Frames", *American Psychologist*, 39: 341-350.
- Meyer, David (1995): "Framing National Security: Elite Public Discourse on Nuclear Weapons During the Cold War", *Political Communication*, 12: 173-192.
- Roeh, I. (1989): "Journalism as storytelling, coverage as narrative", *American Behavioral Scientist*, 33: 162-168.
- Rosen, Jay (1994): "Making Things More Public: On the Political Responsibility of the Media Intellectual", *Critical Studies in Mass Communication*. No. 11.
- Rosen, Jay (1993): "Beyond Objectivity", *Nieman Reports*, Winter, 48-53.
- Scanlon, Joseph (1972): "A New Approach to the Study of Newspaper Accuracy", *Journalism Quarterly*, 49: 587-590.
- Schlesinger, Philip (1978): *Putting Reality Together*. Londres: Biddles Ltd.
- Semetko, Holli A. y Canel, María José (1997): "Agenda-Senders versus Agenda-Setters: Television in Spain's 1996 Election Campaign", *Political Communication Journal*, 14(4).
- Shoemaker, Pamela y Reese, Stephen (1991): *Mediating the Message. Theories of Influences on Mass Media Content*. New York: Longman.
- Smith, Anthony (1978): "The Long Road to Objectivity and Back Again" en Boyce, G.E. (ed), *Newspaper History*. Londres: Constable.
- Splichal, Slavko y Sparks, Colin (1994): *Journalists for the 21st Century*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- Tankard, James, Hendrickson, Laura, Silberman, Jackie, Bliss, Kris y Ghanem, Salma (1991): "Media Frames: Approaches to Conceptualization and Measurement". Ponencia presentada en Communication Theory and Methodology Division. AEJMC Convention. Boston.
- Tuchman, Gaye (1978): *Making News*. Nueva York: The Free Press.
- Tuchman, Gaye (1972): "Objectivity Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity", *American Journal of Sociology*, 77: 660-679.
- Weaver, David y Wilhoit, Cleveland (1991): *The American Journalist. A portrait of U.S. News People and Their Work*. Bloomington, Indiana: Indiana University Press.
- Weaver, David (1997): *The Global Journalist*. Hampton Press.

