

Análisis del discurso y estrategias políticas en las elecciones legislativas del 2004

Placido Guardiola Jiménez
Dtº Sociología y Política Social
Universidad de Murcia

pguardio@um.es

Análisis del discurso y estrategias políticas en las elecciones del 2004

En la actualidad el análisis de una campaña electoral, de los discursos y las estrategias de los distintos partidos políticos, pasa necesariamente por el estudio de los contenidos que sobre ella se vierten en los medios de comunicación y especialmente en la televisión. Es cierto que todavía perduran en nuestra sociedad los viejos sistemas de propaganda y discurso político para atraer y convencer al electorado; pero ni el cartel, ni los pasquines o el mitin tienen el sentido primigenio que tuvieron. Es más, si todavía perdura la vieja forma del mitin, congregado a centenares o miles de seguidores, no es sino para plasmar visualmente ante las cámaras a la hora del informativo el ambiente enfervorizado de una muchedumbre que sigue y apuesta por un determinado líder y opción. Es sabido que los líderes políticos están esperando el minuto exacto en el que se producirá la entrada en directo en esos informativos, para dejar caer la frase, el slogan del día. En ese momento, alguien de la organización dará la señal oportuna para que ondeen las banderas con los colores del partido, aplaudan o se pongan en pie los seguidores que se han colocado hábilmente detrás del candidato. De este modo, dan la impresión de que el apoyo y el entusiasmo de sus seguidores es completo.

En toda campaña electoral la televisión es una de las claves del éxito o el fracaso, pues a través de ella se visualiza la figura del líder y, lo que es más importante, el apoyo y entusiasmo de quienes le siguen. Fenómeno que tal y como señala la teoría de la *«espiral del silencio»* ¹ ayuda decididamente a la consecución del triunfo. La prensa escrita aun teniendo una menor importancia directa sobre el voto y la formación de la opinión pública, sigue jugando un importante papel; en primer lugar por cuanto que sus destinatarios son en gran medida agentes mediadores de opinión, pequeños líderes sociales que analizan con mayor profundidad el debate político, ya que este medio por sus características frente a los medios audiovisuales permite y requiere un debate más sosegado y razonado. En segundo lugar, la prensa escrita sigue marcando la agenda política, los temas que en ella se debaten tienen después su eco en la televisión o la radio. De ahí, que cada vez es más frecuente llevar a los informativos de televisión o las tertulias de la radio las cabeceras de los diarios del día siguiente.

¹ Noelle Neuman , E.(1995)

El medio escrito de la prensa aún conserva sobre los posibles electores el doble efecto mediático: uno directo al marcar la agenda política tal y como formulan en la llamada «*agenda-setting*» Becker, McCombs y McLeod (1975); el otro al constituir la base del debate en los líderes sociales de opinión cuyos efectos demostraron las teorías sobre los «efectos limitados» expuesta por Katz y Lazasfeld (1995), Lazasfeld y Berelson (1948). Por ambos motivos se justifica el estudio de la campaña electoral a través de la prensa tal y como nos proponemos en el presente trabajo.

Metodología

El presente trabajo se basa en el análisis de contenido sobre los textos periodísticos de un vaciado de prensa realizado en los diarios El País, El Mundo y ABC efectuado entre del 13 de febrero al 14 de Marzo. Para la realización de este análisis de contenido nos hemos ayudado del programa Winmax99, el cual nos permite crear categorías según el sentido y significado de los textos, clasificar estos según variables textuales y extratextuales así como exportar las tablas que resumen los resultados del análisis.

Para el vaciado de prensa hemos seguido el criterio de seleccionar únicamente aquellas noticias que cubrían actos electorales, declaraciones de los partidos o las de sus diferentes líderes, así como los sondeos de opinión. Por tanto, se desestimaron artículos de opinión, columnas fijas o editoriales periodísticas. Bajo este criterio nuestra base de trabajo la constituyen 301 textos de prensa.

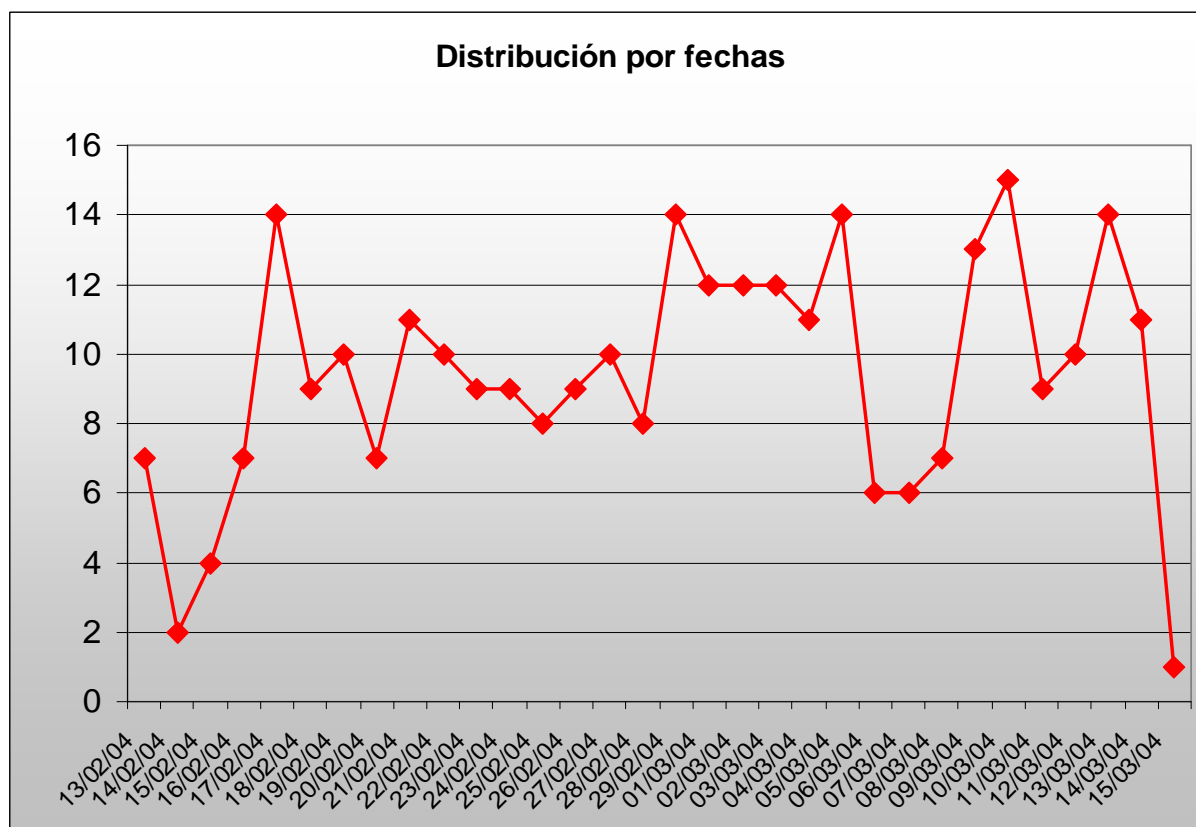
Análisis de los textos

Aun sin grandes diferencias entre los diarios elegidos, es el diario «*El País*» quien presta mayor atención por el número de reseñas que dedica a la campaña electoral con 117, lo que supone el 38,9%. Le sigue «*El Mundo*» con 94 reseñas (el 31,2%) y el «*ABC*» con 90 reseñas (el 29,9%).

La campaña al parlamento 2004 ha estado precedida por una precampaña intensa como demuestra la distribución diaria de reseñas aparecidas antes del 28 de febrero de 2004. Posiblemente fruto de las dos accidentadas campañas autonómicas de Madrid y Cataluña en las que el PSOE y su líder Zapatero habían centrado sus esfuerzos como primera etapa en la conquista del poder del Estado. En nuestro gráfico 1 se puede observar cómo durante los quince días previos a su inicio, los diarios han dedicado tanto

espacio a las noticias electorales como en el dedicado algunos días en plena campaña electoral, lo que confirma nuestra anterior afirmación.

Gráfico 1



Cuantitativamente hablando no parece que la afinidad o línea editorial del diario suponga una mayor atención a la opción política más afín. En realidad los tres diarios parecen prestar, aún con algunas diferencias, la misma atención a los grandes partidos en liza. De este modo, es el PP con sus dirigentes y líderes quien acapara el mayor número de reseñas periodísticas 125, seguido algo por debajo por el PSOE con 99 y cerrando IU con 44, con las que apenas alcanza la mitad de atención que los dos partidos antes mencionados.

Nuestra tabla T.1 recoge la distribución detallada de las reseñas de prensa aparecidas en los tres diarios así como su porcentaje. Es importante señalar el poco espacio concedido a opciones políticas minoritarias que englobamos bajo el epígrafe «*Otros partidos*» y que fundamentalmente están referidas a CIU y PNV que no llegan a alcanzar el 2%. Por otra parte destacan las reseñas dedicadas a sondeos electorales a cargo de diferentes empresas y que han ocupado un número significativo de reseñas y de espacio en estos

diarios, especialmente en el «ABC» que llega a destinar casi el doble que sus competidores en prensa.

T.1.- Reseñas aparecidas según diario

	ABC		El Mundo		El País		Total	
	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%
PSOE	28	31,11	33	35,11	38	32,48	99	32,89
PP	43	47,78	38	40,43	44	37,61	125	41,53
IU	10	11,11	14	14,89	20	17,09	44	14,62
Otros Partidos	0	0,00	1	1,06	3	2,56	4	1,33
Sondeos	5	5,56	3	3,19	1	0,85	9	2,99
Otros agentes	4	4,44	5	5,32	11	9,40	20	6,64
Total	90	100	94	100	117	100	301	100

Las diferencias más acusadas las presenta el diario «ABC» siendo el que menor espacio dedica a IU y más atención presta al PP, mientras que los dos diarios restantes presentan una menor diferenciación en el espacio concedido a las tres opciones mayoritarias.

Para el análisis del contenido de los textos, hemos utilizado 71 categorías agrupando en cada una de ellas los fragmentos de texto que se ajustaban por su sentido y significación a cada una de sus temáticas.

Con el fin de no extendernos demasiado en la descripción de todos y cada uno de los códigos utilizados en el análisis de contenido, pasamos a describir aquellos que han obtenido mayor frecuencia de aparición en los textos de nuestro vaciado de prensa.

«Pacto Carod»: Se han codificado bajo esta denominación aquellos textos cuyo contenido trataba sobre los pactos entre ERC y PSC. En ellos se incluyen también las conversaciones entre su líder Carod Rovira y ETA que en buena medida marcarán el ritmo de la campaña.

«Unidad antiterrorista. ETA» Es la segunda temática en importancia y aparece estrechamente ligada a los textos del anterior código, pues en torno al Pacto antiterrorista se va a desarrollar gran parte de la dialéctica sostenida en la campaña entre PP y PSOE. Para el primero el Pacto en Cataluña con Equerra Republicana de Cataluña significa una ruptura clara del pacto por parte del PSOE, puesto que el líder nacionalista había mantenido conversaciones con ETA a espaldas del propio PSC y el Presidente de Cataluña Pascual Maragall. Por su parte el PSOE, argumentará la toma de medidas dentro del propio gobierno catalán y reivindicará en todo momento haber sido el impulsor del Pacto antiterrorista acusando al gobierno del PP de no reunir la comisión

de seguimiento de dicho pacto. Sobre este tema aparecerán las declaraciones más nacionalistas de los líderes regionales del PSOE Bono e Ibarra, que mantienen posiciones claramente diferenciadas de su compañero de partido Maragall.

Otra parte de los textos codificados bajo esta temática se refieren a los logros sobre la lucha antiterrorista el fin de ETA, ampliamente destacados por el PP. Frente a esos argumentos el PSOE promete terminar con esa lacra si consigue el mandato del pueblo y acusa de instrumentalizar los logros policiales. En este sentido, algunos líderes del PSOE pondrán en duda la desarticulación de un comando con la detención de la furgoneta en la que los terroristas transportaban varios cientos de kilos de titadine.

«**Cambio**» Desde el inicio de la campaña Rodríguez Zapatero acuñará este termino al que se irá refiriendo, de forma continuada, en el curso de la misma. El cambio se cifra en algunos puntos clave que va desglosando durante ese periodo y que cifra en un cambio de talante, en el que habrá más diálogo con las distintas fuerzas políticas, agentes sociales y gobiernos autonómicos.

Este cambio lo relaciona Zapatero con algunas medidas políticas concretas: vuelta de los soldados de Irak, fortalecimiento del eje franco alemán frente al atlántico, paridad de la mujer en los cargos, lucha contra el maltrato, vertebración de una España plural de las autonomías, etc. Por ello, los textos aquí codificados aparecen ligados a otros donde se han codificado esas medidas.

«**Críticas al PSOE**» Formuladas fundamentalmente por el partido Popular se basan en su mayoría en la falta de congruencia del PSOE, donde aparecen posturas divergentes entre sus dirigentes en función de la región de que se trate. Frente a ello los populares van a articular gran parte de su discurso presentándose bajo lo que denominan un proyecto coherente de España y «**Modelo de Estado**». Esta última denominación la hemos utilizado para codificar los textos en positivo en donde el PP contrapone su visión nacional del Estado.

Otra vertiente de la crítica que se le hace gira entorno a la figura de Zapatero, al que califican de voluble, con compromisos contradictorios y de escaso liderazgo.

«**Guerra Irak**» Los textos aquí codificados se refieren a uno de las principales argumentos del PSOE y en menor medida de IU, que hacen de la alianza Atlántica de Aznar y el envío de tropas a Irak uno de los temas más incisivos en el ataque al PP.

«**Críticas al PP**» Aunque el mayor peso de ataque y crítica a la actuación del gobierno del PP vendrá argumentado bajo el anterior código, Zapatero desde su primer día de campaña electoral hace hincapié en mantener otro talante frente al PP basado en “*convicciones y principios*”² . Ese día define el suyo en cuatro mandamientos: no matar (refiriéndose a la guerra de Irak), no mentir (por el caso Prestige), no robar (caso del presidente de la Diputación de Castellón Carlos Fabra) y no abusar de menores (caso del Alcalde del PP de Toque). Aunque después rebajara la dureza de algunas de estas críticas, sostendrá la mentira, la manipulación y el no contar con las fuerzas sociales como los grandes males de la acción de gobierno del PP.

«**Mayoría suficiente**» Los textos aquí codificados hablan de la necesaria mayoría para ejercer una acción de gobierno eficaz y son protagonizados fundamentalmente por el PP quién ve en su consecución el objetivo de la campaña al entender por segura su victoria sobre el PSOE.

Dentro de este apartado se han codificado igualmente las noticias protagonizadas por la publicación de diferentes sondeos que pronosticaban una mayoría suficiente para el PP, aun cuando en a medida que avanzaba la campaña señalaban un acenso del PSOE.

«**Medidas fiscales**» Aparecen codificadas bajo este título una serie de anuncios en materia fiscal realizados en su mayoría por el PP tales como: una tercera reforma fiscal que liberará a 12,5 millones de personas del IRPF, subidas de 100 euros a mujeres trabajadoras, etc.

«**Gobierno de Izquierdas**» A él se referirá casi en exclusiva el líder de IU Llamazares, cuyo eje de campaña hasta bien avanzada esta será desalojar a la derecha del gobierno. Más tarde y, ya en el último tramo de campaña, reaccionará frente a la llamada al «*Voto útil*» realizada por Zapatero anteponiendo lo que él denomina «*Voto libre*». Bajo ambas denominaciones hemos codificado los textos en los que se vierten esos argumentos.

«**PHN**»³ Se han codificado en esta denominación los textos referidos al Plan Hidrológico nacional que será unos de los temas donde más claramente se sustancien las divergencias entre los dos grandes partidos, especialmente en los mítines que sendos cabezas de listas darán en las comunidades más afectadas; Murcia, Valencia, Aragón y

² El País, domingo 29 de Febrero 2004, pp. 23

³ Siglas referidas al Plan Hidrológico Nacional

Cataluña. Ambos partidos prometen cubrir las necesidades; pero el PSOE opta por las desaladoras que califica de más baratas.

«**Mentiras del PP**» El énfasis puesto por Zapatero en el primer día de campaña, sobre las mentiras de su oponente y los miembros del gobierno por el caso “*Prestige*”, será seguido por otros líderes socialistas como Felipe González. Este último, acusa al gobierno de mentir poniendo a dos encapuchados en TVE para acusar a de terroristas a los socialistas⁴.

La acusación de forma más o menos acusada se mantendrá por Zapatero a lo largo de la campaña y será, de forma paradójica el argumento revulsivo que ante los acontecimientos del 11 de marzo se retomará por la ciudadanía dando un vuelco electoral en las urnas.

«**Empleo**» El objetivo del pleno empleo por parte de los candidatos y las mejoras conseguidas en esta materia, bajo el mandato del PP, son los contenidos de los textos aquí recogidos.

«**Voto joven**» Fundamentalmente recoge los múltiples llamamientos que Zapatero realiza a los jóvenes para invitarles a participar, a dar el empujón necesario para poder realizar el «*cambio*» que él pretende, de ahí que aparezca ligado a los textos codificados con ese nombre.

«**Voto libre**» Término acuñado por Llamazares para solicitar un voto de izquierdas que fortalezca la presencia de IU en un hipotético triunfo minoritario del PSOE ante el PP. Para este político, dicho voto impedirá la derechización del PSOE y posibilitará una auténtica mayoría de izquierdas.

«**Inmigración**» En el se han codificado los discursos y propuestas concretas en torno al problema de los inmigrantes en España.

«**Logros del gobierno popular**» Bajo este código aparecen los argumentos en positivo que realiza el PP y sus líderes durante la campaña y precampaña, fundamentalmente se centran en la mejora de la economía, el saneamiento de las finanzas públicas, el peso alcanzado por España a nivel internacional y los logros en materia de Terrorismo.

«**España plural**» Zapatero intenta presentar un modelo de Estado donde exista el dialogo con las diferencias entre las distintas comunidades, donde “*se tiendan los*

⁴ El País, lunes 1 de Marzo 2004, pp.20.

puentes de diálogo que otros han dinamitado”⁵ garantizando la recuperación “del clima de convivencia en España”⁶

Del sentido de los textos analizados y el cruce entre los textos codificados y las opciones políticas que concurren en esta campaña, cuyos datos detallados acompañamos en la Tabla T.A1 al final de esta ponencia, se desprende la estrategia electoral que resumimos en el cuadro T.2

T.2.-Estrategias discursivas y de imagen en la campaña

Partido Socialista Obrero Español	Partido Popular	Izquierda Unida
Imagen que presentan		
El cambio necesario	Continuidad con lo conseguido	La fuerza de la izquierda
Buscan una España Plural	Poseen un modelo de Estado	España diferenciada
Afianzar el eje franco-alemán	Desarrollar el eje Atlántico	Antiimperialismo Yanqui
Centran su discurso		
Cambio y regeneración	Logros alcanzados	Voto libre y progresista
Ayudas sociales	Reformas fiscales	Empleo precario Inmigración ilegal
Pacto antiterrorista	Lucha antiterrorista	Fin del gobierno de derechas
Desaladoras	Trasvases	Preocupado por los impactos
Tratan de evitar los ataques de		
Pasto de Carod Rovira	La guerra de Irak	Madrazo. El frente de izquierdas
Imagen de su líder		
Amable y tolerante	Experiencia de gobierno	Junto a los débiles y marginados
Elegido democráticamente	Liderazgo sin contestación	Afianzado en la izquierda
Tratan de eludir en su imagen		
Falta de autoridad en sus filas	Haber sido elegido por Aznar	Discrepancias en algunos casos

Estas estrategias quedan configuradas en los textos de prensa de los diarios analizados que, aun cuando parecen presentar un tratamiento poco diferenciado en cuanto al número de reseñas aparecidas, si presentan desigual tratamiento cualitativo según el sentido que dan a sus noticias. De modo que en el tema «*Pacto Carod*», *El País* dedica un gran despliegue en el que permite a Zapatero defenderse de las acusaciones, mientras que es *ABC* el que menos espacio concede a esa defensa.

En el tema del «*Cambio*» y la regeneración democrática ocurre algo similar, es el diario *El País* el que concede mayor espacio al asunto frente al *ABC*. Inversamente ocurre con las «*Críticas al PSOE*», donde los términos en cuanto al tratamiento y espacio de los

⁵ El País lunes 8 de Marzo 2004, pp. 17.

⁶ El Mundo Martes 9 de Marzo de 2004, pp. 10.

textos referidos a este tema son muy superiores en el *ABC* 7,75%, frente al 3,01% de *El País*.

Por otra parte, es en el diario *El País* donde el PSOE y Zapatero obtienen reseñas más heterogéneas sobre su discurso y programa, apareciendo en sus páginas otros puntos de sus programas como «Ayudas a la escuela pública», «aumento de becas», «apoyo a la cultura y ciencia», etc. Es *El País* también quien mayor cobertura da a Izquierda Unida y su líder Llamazares frente a los otros dos diarios nacionales. Sin embargo, existen escasas referencias al programa y las propuestas de esta opción política, centrándose en sus textos en la llamada al voto de izquierdas que realiza Llamazares o las críticas a los dos grandes partidos que realiza este líder. Proyectando así la imagen de un líder crítico pero carente de soluciones alternativas. El diario *El Mundo* mantiene un tratamiento equidistante entre los dos anteriores en cuanto al tratamiento de las noticias referidas al PSOE.

Si la estrategia del PP en esta campaña electoral se centraba en mostrar sus logros de gobierno, las rebajas fiscales que se propone y el éxito en su política antiterrorista; es sin duda en el diario *El País* en el que con menor profusión se abordan estos temas.

La tabla siguiente tabla T.3 resume el tratamiento al líder del PP Mariano Rajoy

T.3.-Reseñas sobre Rajoy según medio y temática (en % sobre el total de sus reseñas)

	ABC	El Mundo	El País	Total
Pacto Carod	10,9		6,93	17,8
P. Antiterrorista	1,98	10,89	3,96	16,8
Modelo de Estado	4,95	5,94	3,96	14,9
Economía	4,95	2,97	2,97	10,9
Críticas PSOE	1,98	4,95	2,97	9,9
Ciencia/ NT	2,97	1,98	2,97	7,92
Cambio	1,98	1,98	0,99	4,95
Medidas sociales	1,98	2,97		4,95
Educación	1,98	0,99	0,99	3,96
Empleo			1,98	1,98
Inmigración			0,99	0,99
Agricultura			0,99	0,99
Cultura			0,99	0,99
Guerra Irak			0,99	0,99
Vivienda	0,99			0,99
Mujer	0,99			0,99
Total	35,6	32,67	31,68	100

En la tabla T.3 muestra cómo Mariano Rajoy, además de tener una mayor presencia en el diario *ABC*, es en ese diario donde se le ofrece un mayor despliegue para referirse al

pacto en Cataluña del PSC con ERC protagonizado por Carod Rovira; punto central de su argumentación durante la campaña en contra el PSOE.

El líder popular también encuentra un mejor tratamiento en el diario *El Mundo* a la hora de explicar los logros del gobierno en materia antiterrorista, ocurriendo igual con una de las ideas centrales de la estrategia de su partido, la de poseer un modelo de estado definido frente a las contradicciones en esta materia de su principal oponente. Es en este diario donde las críticas de Rajoy hacia el PSOE y su cabeza de lista Zapatero también aparecen con mayor frecuencia.

El tratamiento informativo de Rodríguez Zapatero viene reflejado en la tabla T.4 tanto por diarios como por temática recogida.

T.4.-Reseñas sobre Zapatero por medio y temática (en % sobre el total de sus reseñas)

	ABC	El Mundo	El País	Total
Pacto Carod	2,20	4,40	7,69	14,29
Críticas al PP	7,69	5,49		13,19
Guerra Irak	4,40	3,30	5,49	13,19
Cambio	5,49	4,40	2,20	12,09
Regeneración democrática		2,20	7,69	9,89
Ayudas sociales		3,30	2,20	5,49
Economía	3,30	2,20		5,49
Medio Ambiente		2,20	1,10	3,30
Modelo Estado			3,30	3,30
Terrorismo	2,20	1,10		3,30
voto útil	2,20	1,10		3,30
Ciencia/ NT			2,20	2,20
Cultura	1,10		1,10	2,20
Papel de la Corona	1,10	1,10		2,20
Vivienda	1,10		1,10	2,20
Agricultura			1,10	1,10
Educación			1,10	1,10
Infraestructuras			1,10	1,10
Inmigración	1,10			1,10
Total	31,87	30,77	37,36	100

El diario El País destaca frente a los otros medios la imagen de Zapatero como impulsor de una regeneración democrática a la vez que permite al mismo, como antes señalamos, justificar o explicar el pacto en Cataluña, siendo a su vez el diario que más eco se hace de todas las cuestiones referidas concernientes a la guerra de Irak.

En el caso de Llamazares, es el diario *El País* el que mayor acogida da a las noticias, actos, declaraciones u entrevistas con él relacionadas; sin embargo más de la mitad se limitan a recoger las críticas especialmente las que formula contra el PP. Tal y como

muestra la tabla T.5 es el diario *El Mundo*, el que a pesar de tener sus reseñas menos espacio permite que explique en mayor medida sus propuestas electorales en materia laboral, justicia o género.

T.5.- Reseñas sobre Llamazares por medio y temática (en % sobre el total de sus reseñas)

	ABC	El Mundo	El País	Total
Inmigración	0,00	2,38	2,38	4,76
Crítica PSOE	9,52	7,14	9,52	26,19
Tregua ETA en Cataluña	0,00	0,00	4,76	4,76
Guerra Irak	2,38	0,00	7,14	9,52
Crítica al PP	0,00	11,90	14,29	26,19
Capacidad de Gobernar	0,00	0,00	2,38	2,38
medidas sociales	0,00	0,00	2,38	2,38
Gobierno de Izquierdas	2,38	2,38	0,00	4,76
Justicia	0,00	2,38	0,00	2,38
Terrorismo	2,38	2,38	0,00	4,76
Medidas laborales	0,00	4,76	0,00	4,76
Mujer	4,76	2,38	0,00	7,14
Total	21,43	35,71	42,86	100

Son los diarios *ABC* y *EL Mundo* quienes reseñan ese empeño de afianzar una mayoría de izquierdas que busca Llamazares con su consiguiente gobierno del mismo signo, mientras que *El País* sólo admite ésta posibilidad como capacidad para gobernar o mantener un amplio apoyo parlamentario.

Conclusiones

A pesar de que cuantitativamente no hay grandes diferencias en cuanto a número de apariciones y reseñas dedicadas a los distintas opciones políticas durante la campaña, si se observa un tratamiento más desigual desde el punto de vista cualitativo. En este sentido, algunas líneas editoriales favorecen temáticas positivas para las estrategias de las opciones que le son más afines. De este modo, *ABC* ofrece por el contenido y temática de sus informaciones un panorama bastante acorde con la estrategia popular, mientras *El País* se decanta hacia el PSOE.

El mundo por su parte, mantiene una posición equidistante entre ambos, decantándose más hacia los logros del PP en materia económica y lucha terrorista, a la vez que valora el cambio y la regeneración que representa Zapatero.

Los sucesos trágicos del 11-M conmocionaron a la opinión pública en España, lo que seguramente anuló o minimizó la eficacia de las estrategias seguidas por las distintas opciones políticas. Sin embargo, la apuesta realizada por Zapatero por el cambio, su

insistencia en las mentiras del gobierno (hasta el 11-M referidas al caso Prestige), y la recusación al gobierno por su participación en Irak sin contar respaldo del pueblo; se convirtieron después de la indignación del atentado, en las claves de la victoria socialista que no pronosticaba ningún sondeo.

Siempre nos quedará la duda de si el resultado hubiese sido idéntico con independencia de la estrategia seguida por Zapatero; pero al día de hoy, cabe la certeza de que todo ello favoreció enormemente el cambio producido el 14 de Marzo.

Bibliografía:

LAZASFELD, P. F.; BEREELSON, B y GAUDET, H. (1948): *The people's Choice*, Columbia University Press, Nueva York.

KATZ, E. y LAZASFELD, P. F.(1995): *La influencia personal*, Hispano europea, Barcelona.

MUÑOZ, A.; MONZÓN, C. ROSPIR, J. I. y DADER J.L. (1990): *Opinión pública y comunicación política*, Eudema, Madrid.

NOELLE NEUMAN , E.(1995): *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Piados, Barcelona.

WIMMER, R. Y DOMINICK, J. (1994): *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*, Bosch, Barcelona.

T.A1.-Distribución temática según partidos

	PSOE		PP		IU		Otros		Total	
	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%	nº	%
Pacto Carod	9	5,5	41	21,2	0	0,0	4	10,3	54	12,1
Unidad antiterrorista, Eta	21	12,9	25	13,0	4	8,0	1	2,6	51	11,5
Cambio	25	15,3	1	0,5	0	0,0	1	2,6	27	6,1
Críticas PSOE	0	0,0	20	10,4	0	0,0	2	5,1	22	4,9
Guerra Irak	19	11,7	0	0,0	2	4,0	0	0,0	21	4,7
Crítica PP	12	7,4	1	0,5	3	6,0	2	5,1	18	4,0
Modelo de Estado	0	0,0	18	9,3	0	0,0	0	0,0	18	4,0
Mayoría suficiente	0	0,0	5	2,6	0	0,0	9	23,1	14	3,1
Medidas fiscales	1	0,6	12	6,2	0	0,0	1	2,6	14	3,1
Gobierno de izquierdas	0	0,0	0	0,0	12	24,0	1	2,6	13	2,9
PHN	4	2,5	8	4,1	0	0,0	0	0,0	12	2,7
Mentiras del PP	9	5,5	0	0,0	1	2,0	1	2,6	11	2,5
Empleo	1	0,6	9	4,7	0	0,0	0	0,0	10	2,2
Voto joven	8	4,9	0	0,0	1	2,0	0	0,0	9	2,0
Voto libre	0	0,0	0	0,0	9	18,0	0	0,0	9	2,0
Inmigración	1	0,6	3	1,6	4	8,0	0	0,0	8	1,8
Logros gobierno	0	0,0	8	4,1	0	0,0	0	0,0	8	1,8
España plural	7	4,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	1,6
Mantiene autoría ETA	1	0,6	4	2,1	0	0,0	2	5,1	7	1,6
Paridad	4	2,5	2	1,0	0	0,0	1	2,6	7	1,6
Pensiones y mayores	4	2,5	0	0,0	3	6,0	0	0,0	7	1,6
Medidas sociolaborales	2	1,2	2	1,0	1	2,0	0	0,0	5	1,1
Perejil	2	1,2	3	1,6	0	0,0	0	0,0	5	1,1
Vivienda	4	2,5	1	0,5	0	0,0	0	0,0	5	1,1
Ayudas dependientes	4	2,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	0,9
Incremento en I+D	2	1,2	2	1,0	0	0,0	0	0,0	4	0,9
Llamamiento unidad	2	1,2	1	0,5	0	0,0	1	2,6	4	0,9
Reformas electorales	0	0,0	3	1,6	1	2,0	0	0,0	4	0,9
¿Quién ha sido?	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	7,7	3	0,7
Amenaza de izquierdas	0	0,0	2	1,0	0	0,0	1	2,6	3	0,7
Manifestaciones sedes PP	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	7,7	3	0,7
Medios comunicación	0	0,0	3	1,6	0	0,0	0	0,0	3	0,7
Precariedad laboral	0	0,0	0	0,0	3	6,0	0	0,0	3	0,7
Señala «Al Qaeda»	0	0,0	3	1,6	0	0,0	0	0,0	3	0,7
Apoyo a zapatero	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	5,1	2	0,4
Apoyo Educación Pública	2	1,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,4
Aumento becas	2	1,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,4
Ayuda a la agricultura	1	0,6	0	0,0	1	2,0	0	0,0	2	0,4
Investiga autoría ETA	0	0,0	2	1,0	0	0,0	0	0,0	2	0,4
Deporte sin violencia	0	0,0	2	1,0	0	0,0	0	0,0	2	0,4
Infraestructuras	1	0,6	1	0,5	0	0,0	0	0,0	2	0,4
Maltrato	2	1,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,4
Nuevas tecnologías	0	0,0	2	1,0	0	0,0	0	0,0	2	0,4
ONGs	0	0,0	0	0,0	2	4,0	0	0,0	2	0,4
Programas	0	0,0	2	1,0	0	0,0	0	0,0	2	0,4
Salario mínimo	2	1,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,4
Voto útil	2	1,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,4
Otros temas	9	5,5	7	3,6	3	6,0	4	10,3	23	5,2
Total	163	100	193	100	50	100	39	100	445	100

T.A2.- Distribución temática según medios

	ABC		Mundo		País		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Pacto Carod	20	14,08	14	10,14	20	12,05	54	12,13
Unidad antiterrorista. ETA	15	10,56	17	12,32	19	11,45	51	11,46
Cambio	7	4,93	9	6,52	11	6,63	27	6,07
Criticas PSOE	11	7,75	7	5,07	5	3,01	22	4,94
Guerra Irak	6	4,23	6	4,35	9	5,42	21	4,72
Crítica PP	5	3,52	5	3,62	8	4,82	18	4,04
Modelo de Estado	7	4,93	5	3,62	6	3,61	18	4,04
Mayoría suficiente	7	4,93	5	3,62	2	1,20	14	3,15
Medidas fiscales	6	4,23	3	2,17	5	3,01	14	3,15
Gobierno de izquierdas	3	2,11	5	3,62	5	3,01	13	2,92
PHN	5	3,52	4	2,90	3	1,81	12	2,70
Mentiras del PP	4	2,82	4	2,90	3	1,81	11	2,47
Empleo	4	2,82	2	1,45	4	2,41	10	2,25
Voto joven	3	2,11	4	2,90	2	1,20	9	2,02
Voto libre	5	3,52	2	1,45	2	1,20	9	2,02
Inmigración	2	1,41	3	2,17	3	1,81	8	1,80
Logros gobierno	4	2,82	3	2,17	1	0,60	8	1,80
España plural	1	0,70	3	2,17	3	1,81	7	1,57
Mantiene autoría ETA	3	2,11	4	2,90	0	0,00	7	1,57
Paridad	3	2,11	2	1,45	2	1,20	7	1,57
Pensiones y mayores	2	1,41	3	2,17	2	1,20	7	1,57
Medidas sociolaborales	1	0,70	3	2,17	1	0,60	5	1,12
Perejil	2	1,41	1	0,72	2	1,20	5	1,12
Vivienda	2	1,41	1	0,72	2	1,20	5	1,12
Ayudas dependientes	1	0,70	2	1,45	1	0,60	4	0,90
Incremento en I+D	1	0,70	0	0,00	3	1,81	4	0,90
Llamamiento unidad	1	0,70	2	1,45	1	0,60	4	0,90
Reformas electorales	2	1,41	0	0,00	2	1,20	4	0,90
¿Quién ha sido?	1	0,70	1	0,72	1	0,60	3	0,67
Amenaza de izquierdas	0	0,00	2	1,45	1	0,60	3	0,67
Manifestaciones ante sedes PP	1	0,70	1	0,72	1	0,60	3	0,67
Medios comunicación	1	0,70	1	0,72	1	0,60	3	0,67
Precariedad laboral	0	0,00	1	0,72	2	1,20	3	0,67
Señala «Al Qaeda»	1	0,70	1	0,72	1	0,60	3	0,67
Apoyo a zapatero	0	0,00	1	0,72	1	0,60	2	0,45
Apoyo Educación Pública	0	0,00	1	0,72	1	0,60	2	0,45
Aumento becas	0	0,00	0	0,00	2	1,20	2	0,45
Ayuda a la agricultura	0	0,00	0	0,00	2	1,20	2	0,45
Busca confirmar la autoría ETA	1	0,70	0	0,00	1	0,60	2	0,45
Deporte sin violencia	0	0,00	1	0,72	1	0,60	2	0,45
Infraestructuras	1	0,70	0	0,00	1	0,60	2	0,45
Maltrato	0	0,00	0	0,00	2	1,20	2	0,45
Nuevas tecnologías	1	0,70	1	0,72	0	0,00	2	0,45
ONGs	0	0,00	1	0,72	1	0,60	2	0,45
Programas	0	0,00	1	0,72	1	0,60	2	0,45
Salario mínimo	0	0,00	1	0,72	1	0,60	2	0,45
Voto útil	1	0,70	0	0,00	1	0,60	2	0,45
Otros temas	1	0,70	5	3,62	17	10,24	23	5,17
Total	142	100	138	100	166	100	445	100