

EL ‘QUIÉN INFORMATIVO’ EN EL PERIODISMO POLÍTICO EN ESPAÑA

Dra. María Luisa Cárdenas Rica

Dr. David Polo Serrano

Centro Universitario San Isidoro, adscrito a la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla

Resumen

El periodismo político ha estado presente desde los orígenes modernos de la prensa. Los medios de comunicación han sido testigos y notarios de los principales acontecimientos referidos a esta temática. Además, han servido de plataforma para las manifestaciones de las distintas ideologías y opiniones que han conformado los momentos históricos más trascendentales. Aunque como expresa Gomis, nacen al amparo y bajo la vigilancia de la autoridad política.

En España, hasta la transición democrática y la consiguiente consolidación de la libertad de expresión, no se consigue la irrupción de estos contenidos en los medios, la sección especializada en información nacional adquiere una mayor preeminencia y atención, aumentan el análisis, las crónicas parlamentarias, los editoriales y los comentarios; aparecen además, nuevas publicaciones diarias y no diarias, con un marcado carácter político.

La necesidad de un espacio periodístico dedicado a la política que evite el oficialismo al que está expuesto el lector y la apertura a otras alternativas, requiere de un mayor análisis que posibilite el contraste de pareceres y, además, compruebe si lo que preocupa a la sociedad es lo que realmente prevalece en los medios.

El objeto central del estudio serán los protagonistas de la noticia, por lo que se seleccionará el ‘quién’ dentro de las W’s que representan las cuestiones más relevantes a las que ha de responder un texto periodístico. Se cuantificarán y cualificarán las informaciones que tienen como quién noticioso a los individuos anónimos y a las plataformas ciudadanas, en contraste con la tendencia habitual de recurrir a las figuras institucionales: la Casa Real, el Gobierno en todos sus ámbitos y los partidos políticos.

Para describir lo que acontece, se analizarán los contenidos de dos diarios: *El País*, que nació de la mano de la democracia y hoy día es el diario global en español con más lectores e *Infolibre*, un nuevo diario digital que apuesta por otras formas de contar.

Palabras clave: Periodismo Político, Nuevos contenidos, Nuevos medios, El País, Infolibre

1. Introducción

Existe una estrecha relación entre el proceso político y el comunicativo, donde ambos tienen como finalidad “la interacción de los sujetos sociales dentro de un proyecto común de convivencia y diálogo social” (Esteve y Fernández del Moral, 1999: 59). Ambos guardan una amplia conexión y una dependencia mutua. Sus vinculaciones son múltiples y abarcan diversos campos como pueden ser la vida parlamentaria, partidos políticos, Casa Real y Gobiernos. Además, puede extenderse a otras esferas: económica, doméstica, educativa, etc.

1.1. El periodismo político

Esta temática forma parte, desde los orígenes modernos de la prensa, del centro de la actividad periodística. Ya en el siglo XVIII (Pérez Abril, 2009: 249-256) la prensa se presenta como medio político de una clase social nueva que requería una imagen propia: la burguesía. Servirá como medio para la divulgación de las ideas de libertad y racionalidad de la Ilustración. Filósofos como Voltaire y otros enciclopedistas llevarán aquí sus críticas contra los abusos del poder o los vicios sociales.

La edad de oro del periodismo político o ideológico se va a vivir a finales del XIX y comienzo del XX. En este periodo no estamos todavía ante un periodismo profesionalizado al servicio de la información sino de la ideología. Con frecuencia las revistas y diarios van a pertenecer a determinadas tendencias o partidos, y muchos de sus columnistas serán políticos, aunque también escritores y filósofos. En el caso español durante los años de la restauración y posteriores, los escritores ideólogos influirán en la composición de los gobiernos e incluso contribuyeron a sus caídas. Esta etapa fuertemente politizada de los medios escritos va a durar, al

menos, hasta bien entrada la segunda mitad del siglo XX (Martínez y Parra, 2010: 93-94).

La política ha estado presente en los medios y, especialmente, en la prensa. Ésta ha sido testigo y notario de los principales acontecimientos con estas temáticas. Además, ha servido de plataforma para las manifestaciones de las distintas ideologías y opiniones que han conformado determinados momentos históricos.

Aunque no será hasta la transición democrática y la consolidación de la libertad de expresión cuando estas materias adquieran un mayor arraigo. Las secciones especializadas en estos contenidos ganan una mayor relevancia y seguimiento entre los lectores y aumentan los análisis, las crónicas parlamentarias, los editoriales y comentarios. Asimismo, aparecen nuevas publicaciones diarias y no diarias, con un reseñable carácter político.

1.2. Contenidos del periodismo político

El periodismo político suele ser el ‘apartado estrella’ en la prensa escrita. Cualquier medio que pretenda ser influyente le dedicará un amplio espacio. Esto hace que los más distinguidos se hagan de expertos y prestigiosos comentaristas en estas temáticas. También es el más diverso de los contenidos especializados y el más extendido entre las secciones de un medio, pues afecta a todas ellas.

Hoy se entiende, en sentido general, por información política a aquella que se refiere a cualquier ámbito que tenga que ver con lo público, es decir, todo lo referido a las instituciones (gobierno de la nación, gobiernos autonómicos, diputaciones, ayuntamientos, etc.), la hacienda pública, partidos políticos, etc. Y con otras instituciones relacionadas con la educación, sanidad, deportes, etc. Las organizaciones y plataformas ciudadanas también contribuyen a estos contenidos, aunque no se les concede el espacio informativo que en ocasiones requieren, restándoles relevancia y protagonismo social.

Esteve y Fernández del Moral (1999, 62-63) realizaron la siguiente clasificación, atendiendo a los grandes apartados informativos que trata. Ésta será la clasificación que posteriormente se utilizará para el análisis:

- **Administrativa:** se recoge toda la información emanada de las fuentes oficiales a través de sus distintos organismos de fusión. Puede entenderse como la información política oficial. Esta área informativa puede subdividirse a su vez en:
 - Jefatura del Estado. Es la información oficial proveniente de la Casa Real en la que se difunden las actividades del Jefe de Estado, especialmente en sus funciones políticas como discursos, viajes de Estado, recepciones, declaraciones, etc.
 - Gobierno. El poder Ejecutivo genera abundante información política. Destaca la relativa a la actividad pública del Presidente del Gobierno, los Consejos de Ministros, actuaciones de los distintos ministros, decretos oficiales, etc.
 - Gobierno autonómico, Diputaciones y Ayuntamiento. También se ofrece información sobre el funcionamiento de estos gobiernos, de las actividades de presidentes y alcaldes, consejeros y concejales, organizaciones oficiales, etc.
- **Parlamentaria.** Se entiende como tal la que se refiere y explica aspectos y debates parlamentarios y otras cuestiones de alta política nacional (Martínez de Sousa: 1981, 121). Dentro de esta podemos distinguir la relativa a las actividades del Congreso y del Senado. También se incluyen noticias referentes a organismos directamente vinculados con el Parlamento, el Defensor del Pueblo, Comisiones Parlamentarias, etc.
- **Partidos políticos.** Comprende información sobre actividades de los distintos partidos políticos y se subdivide en las siguientes áreas:
 - Elecciones. Las campañas electorales ocupan un amplio espacio. Incluye tanto generales, autonómicas, locales, europeas, referéndums, etc.
 - Organismos políticos. La propia dinámica y funcionamiento de los partidos políticos es elemento informativo, sus congresos, asambleas, campañas, declaraciones de sus líderes, etc.
- **Política internacional.** Gobiernos extranjeros, instituciones internacionales (ONU, OTAN, UE, etc.), Relaciones internacionales, conflictos bélicos, elecciones, etc.

- **Organizaciones ciudadanas.** También tienen cabida las actividades públicas de las diversas entidades y organizaciones que tiene cierta incidencia en la vida política, tales como asociaciones de vecinos, de consumidores, grupos feministas, ecologistas, etc.

1.3. Relación entre la clase política y los medios de comunicación

El periodismo político favorece la democracia porque permite que dirigentes y ciudadanos interactúen, para que esta funcione es imprescindible un intercambio de opiniones. Por un lado, el poder ha de comunicarse de forma fluida con aquellos a los que gobierna. Debe dar a conocer todo lo que se gesta y cómo se lleva a cabo, es indispensable una total transparencia²⁰. Con ello se consigue que se sepa y entienda la política y, por otro lado, permite organizar a la comunidad, ya que ésta, además, deberá respetar y asumir lo acordado.

En este proceso los medios juegan un papel especial, “llegan a erigirse como los instrumentos de expresión –y de presión– por excelencia en las ciudades modernas” (Trejo Delabre, 1997: 233). Permiten no solo conocer el quehacer político sino también lo que piensa la ciudadanía. No obstante, esta relación debería realizarse desde la libertad, lo cuál no sucede. De ahí que se deba prestar atención al control que ejerce el poder sobre el periodismo; se practica bien desde la censura previa (no se da en las democracias reales) o por medio de la propaganda, donde se conquista a la opinión pública con campañas mediáticas, haciendo uso de sus propios medios o por la labor que ejercen sus potentes gabinetes de comunicación.

A continuación se analizan los distintos factores que condicionan el periodismo político (Casero-Ripollés, 2011). No todo es negativo, los nuevos soportes aportan aires nuevos, están sometidos a un menor control mediático y cuentan con una mayor participación de los receptores. Entre los elementos que lo determinan se encuentran:

- a) **La mediatización de la política.** Es decir, los políticos se adaptan a los medios de comunicación, establecen en ellos su escenario y los convierten en sus

²⁰ España cuenta con la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. Se publicó en el BOE el 10 de diciembre de 2013. Cuenta con muchas críticas.

altavoces para llegar a la ciudadanía. Para lograrlo se adecúan a su lenguaje y a los formatos a los que se dirigen: impresos, digitales o audiovisuales.

- b) **Profesionalización de la comunicación política.** Los políticos son sujetos entrenados y utilizan a los medios para potencian la propaganda más que la información. Además, imponen sus temas y su versión de los acontecimientos.
- c) **Mercantilización de los medios.** Los Periodistas están condicionados por los intereses económicos-editorialistas de sus empresas: subvenciones o adjudicaciones. También buscan captar audiencia e ingresos. Para lograrlo recurren al entretenimiento y al espectáculo en detrimento de los asuntos serios, y como la política resulta aburrida al receptor, se conecta con el infoentretenimiento²¹.
- d) **La digitalización de los medios.** Frente los factores negativos expresados, se encuentra la descentralización económica e ideológica que proporcionan los medios digitales: Ruptura de los monopolios, expansión global de la información, ciudadanos centro del proceso comunicativo, autonomía creativa del público (blog, redes sociales, etc.). De ahí que en nuestro estudio nos centremos en los nuevos medios y los comparemos con medios convencionales. Se trata de medios con menos recursos, pero más independientes. Ellos son los que están cambiando el panorama, aunque también son los que menos audiencia acaparan (Arta: 2013).

1.4. El periodismo político en España. Factores condicionantes

El modelo mediático español, partiendo de la relación entre los medios y los partidos políticos, establecido por Hallin y Mancini (2008, 73), se incluye en el modelo mediterráneo o polarizado pluralista. Se caracteriza por tener una prensa de élite de circulación reducida. Sus medios en general se alinean a una propuesta ideológica, lo que además se refleja en sus propios periodistas, de ahí que se cuestione su independencia. El Estado se muestra como dueño, regulador y fundador de los medios. El relevante papel que juega el Gobierno en la sociedad

²¹ La política como espectáculo en la televisión tiene entre sus antecedentes en los debates entre William F. Buckley, candidato conservador a la alcaldía de Nueva York, y Gore Vidal, parlamentario por Nueva York. Sus careos alumbraron un nuevo género en la pequeña pantalla. Todo ello tuvo lugar en 1968, cuando la cadena ABC, con menos recursos que la competencia y sin presentador estrella, introdujo en su cobertura electoral dos debates entre estas dos provocativas figuras, que representaban a la izquierda y la derecha estadounidense. Aguilar, A. (2016): "Aquí nació la política como espectáculo", El País, 14/12/1016.

está conectado con el tardío desarrollo del liberalismo. En este modelo también destaca el rol de los partidos políticos en la Transición Democrática y un débil desarrollo de la autoridad racional-legal. Este patrón se da, además de en España, en Francia, Grecia, Portugal e Italia (Teruel: 2006, 35).

En España, el periodismo político está condicionado por los factores citados anteriormente, así como por las características que le otorgan los medios nacionales y nuestro propio sistema político (Casero-Ripollés, 2011):

- a) **Fuerte politización de los medios.** Cuenta con unas líneas editoriales muy politizadas. Difusores de los conflictos y el escándalo.
- b) **Predominio de la bipolarización.** Promovido por el sistema electoral, hasta las pasadas Elecciones Generales de diciembre de 2015, en sus espacios informativos solo se promocionan a dos grandes partidos, Partido Popular y PSOE. La crisis ha impulsado la creación y el apoyo ciudadano a otros nuevos. Lo que ha obligado a los medios a incorporarlos en sus debates y a darle espacio en sus páginas. No obstante, continúa existiendo una división de los grupos mediáticos, en la que se apoya y sirve a los grupos citados. Aunque Internet ha facilitado el acceso a nuevos medios, sin la fuerza económica de los existentes, en los que se apuesta por nuevos contenidos, dando cabida tanto a nuevos líderes políticos como a plataformas ciudadanas.
- c) **Periodismo de declaraciones.** En los medios, en la sección política, siguen primando la reproducción de las declaraciones de los políticos. Se convierten en transmisores de sus mensajes, en plataforma para la discusión entre los partidos. La falta de recursos materiales y humanos, favorece estas actuaciones periodísticas; además, cuentan con gabinetes con profesionales conocedores de cómo acceder a los medios. Se sigue ejerciendo poco periodismo interpretativo. Y los partidos siguen imponiendo su criterio:
 - Ruedas de prensa sin preguntas y sin periodistas.
 - Rígidos bloques electorales (un tiempo determinado).
 - Impedimento de acceso a los mítines (ellos facilitan imágenes).
- d) Aún se le sigue dando **poco espacio a los movimientos sociales.** El quién informativo lo siguen copado los líderes de los partidos y las distintas

instituciones. Tanto las ONG's como las plataformas ciudadanas tienen poca cabida en estos espacios.

2. Método

Para conocer a los protagonistas de la noticia, objeto central del estudio, se cuantificará y cualificará el 'quién' dentro de las W's que representan las cuestiones más relevantes a las que ha de responder un texto periodístico. Se hará uso de la clasificación anteriormente citada para analizar en qué medida aparecen como quién noticioso los individuos anónimos y las plataformas ciudadanas, en contraste con la tendencia habitual de recurrir a las figuras institucionales: la Casa Real, el Gobierno en todos sus ámbitos y los partidos políticos.

2.1. Análisis del quién informativo en *El País* e *Infolibre*

Se han investigado los contenidos de dos diarios: *El País*, que cumple 40 años de la mano de la democracia, y es considerado en la actualidad como el diario global en español con más lectores (15.780.000 usuarios únicos en noviembre de 2015, según datos de Comscore) (El País, 2016), e *Infolibre*, un nuevo diario digital que apuesta por otras formas de contar, además se presenta "como una propuesta informativa y cívica que nace en el momento en que la crisis económica amenaza tanto a la democracia como al periodismo, subordinados cada vez más a los intereses del poder económico y financiero" (Infolibre, 2016).

En esta investigación, realizada del 15 al 21 de febrero, se han seleccionado las cinco noticias principales con contenido político que aparecen en la página de inicio de los periódicos analizados. Se han descartado las complementarias que las acompañan porque, pese a que aportan otros datos, sus contenidos siempre están vinculados a la trama que apoyan. La idea es observar la apuesta temática que hacen diariamente los medios. El País distingue las noticias principales de las complementarias, aportando a estas últimas una viñeta cuadrada, mientras que Infolibre separa los distintos contenidos con una línea de color rojo y coloca un epígrafe en la noticia principal. Eso nos ha ayudado a ser rigurosos en nuestra selección.

Como se expresaba anteriormente, es difícil determinar qué no es información política, aunque los medios ubican estos contenidos tanto en las secciones nominadas de este mismo modo (Política) como en las de carácter geográfico (Nacional, Internacional y Autonómicas). También los podemos encontrar en otras secciones distintas. Es complicado clasificar las temáticas, es más, una misma noticia puede aparecer, según el medio, en secciones diferentes. Atendiendo a lo expresado, se han definido como noticias de carácter político aquellas que el propio medio las clasifica de este modo, incluyéndolas en la sección Política, así lo hace Infolibre. También se han estimado las que aparecen en la sección de España, Internacional o Comunidades Autónomas. Otras, en menor medida, incluidas en secciones como Medios y Economía, por considerar su contenido vinculado al análisis realizado.

Aclarados estos conceptos que nos han permitido una selección ordenada y rigurosa, aclaramos los ítems utilizados para analizar el propósito de esta investigación:

- **Quién del título:** se atenderá a la clasificación de la información política ofrecida anteriormente.
- **Tipo de títulos,** siguiendo la clasificación clásica de los titulares periodísticos (Informativos (de hecho y de declaración), apelativos, expresivos y opinativos).
- **Sección:** se recoge la sección en la que ha sido incluida la noticia en el medio investigado.
- **Quién de las imágenes:** se pretende estudiar quién o qué se refleja en la imagen destacada del artículo, reflejando a posteriori la concordancia con el titular.
- **Orden en portada:** recoge el orden que la noticia principal investigada presenta en la portada. 1ª a la 5ª se consideran noticias principales, de la 6ª a la 10ª intermedias, a partir de la 11ª menor relevancia informativa.

a) Quién del título

El quién del título se ha clasificado atendiendo a la catalogación ofrecida anteriormente (Esteve y Del Moral, 1999), en ella se observa una apuesta de El País e Infolibre por temas que tienen como protagonistas a los partidos políticos (41%),

seguida de la información internacional (23%). A continuación se analizarán los diarios por separado. El País tiene como contenidos prioritarios a los Partidos Políticos (40%), de ellos el que más comparece es el PP²² (17%), aunque de este porcentaje, el 11% habla de su vinculación con la corrupción. Le sigue el PSOE (11%), Podemos (11%) y Ciudadanos (6%).

En Infolibre también el tema más tratado gira en torno a los Partidos Políticos (43%), al PP le dedica más (23%) aunque toda la información publicada versa sobre la corrupción. Le siguen PSOE (14%), Podemos (6%), IU (3%) y Ciudadanos (3%).

El País dedica un mayor espacio a políticas internacionales (31%), de este porcentaje, el 11% está dirigido a Europa y el 20% al resto del mundo (que a su vez se desglosa en política internacional (9%) y conflictos (11%)).

Infolibre contiene menor información sobre política internacional (14%).

El País también incluye noticias sobre distintas Instituciones Públicas (11%) (Ayuntamiento, Casa Real y Sanitarias) y temas jurídicos vinculados a la política (17%).

Mientras, Infolibre apuesta por otros contenidos y entre ellos dedica espacio a las voces ciudadanas. Entre sus temáticas destacan: Plataformas ciudadanas (17%), Sindicatos (6%) e Instituciones Públicas (14%) (Consejo RTVE, Parlamento y Ayuntamientos).

También se ha analizado si el quién informativo se corresponde con una persona o grupo o si por el contrario su protagonista es una entidad, en la que el individuo no queda identificado (instituciones, sindicatos, empresas o partidos políticos). En El País se recurre al primer caso en el 77% de las noticias y en Infolibre en el 66%.

²² Debe observarse que son días previos al debate de investidura y coincide con reconocimientos de casos de corrupción del PP.

Si nos detenemos en las informaciones que rompen con los contenidos convencionales, las que dan cobertura a las organizaciones ciudadanas o de trabajadores, solo se han detectado en Infolibre, como antes hemos citado.

La información política siempre ocupa las primeras noticias de la portada de los dos medios. Los primeros puestos están dedicados a la información sobre los Partidos Políticos, aunque Infolibre también reserva este espacio para los contenidos generados por las plataformas ciudadanas o las que tienen como protagonistas a los individuos anónimos. En ninguna de las noticias investigadas de El País se manifiestan estos temas. En El País, el 100% de los días la primera noticia apuesta por los partidos políticos. Sin embargo, en Infolibre aparece en un 14% como primera noticia, en el 29% en segundo lugar y otro 29% tanto en el tercer como en el cuarto. En todos estos contenidos se denuncian o reclaman justicia y respeto a los derechos civiles.

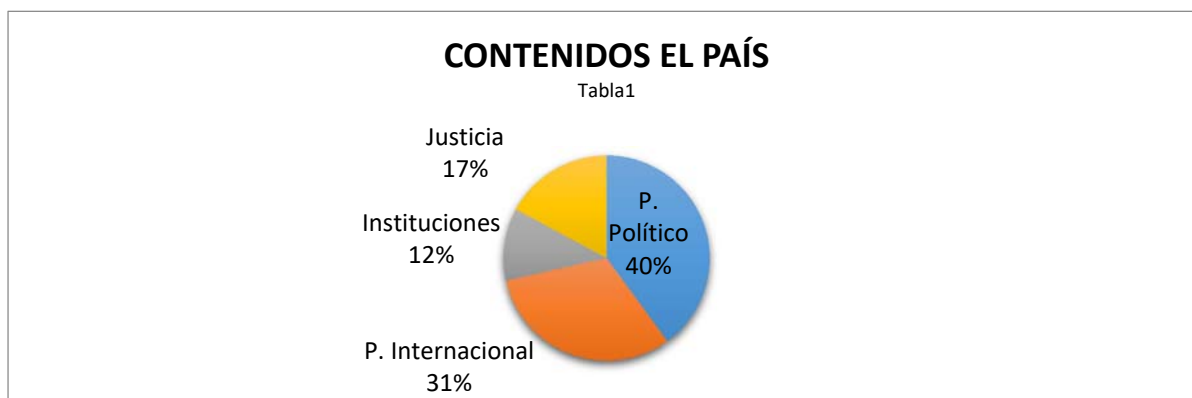


Tabla 01. Elaboración propia.



Tabla 02. Elaboración propia.

b) Tipo de títulos

Los titulares utilizados en los textos periodísticos analizados son informativos en el 93% de los casos, este tipo se ajusta al género al que rotulan: la noticia. Solo en el 3% de las ocasiones, los medios optan por el uso de títulos opinativos (se los reparten equitativamente El País e Infolibre); éstos erróneamente acompañan a noticias, donde también aparece otro con carácter apelativo (1%) que acompaña a un reportaje.

Los diarios, dentro de los informativos, utilizan en el 43% de los casos títulos de hecho, en ellos se recogen contenidos más generalistas que los de declaración (que apuestan por una frase tomada del protagonista de la información). El País hace uso de los títulos de hechos en el 57% de las noticias e Infolibre en el 29%. Ambos recurren a los títulos de declaración (57%) del siguiente modo: el 16% son directos (El País 14% e Infolibre 17%), el 10% indirectos (El País 14% e Infolibre 6%) y 16% mixtos, siendo este último donde se observa un mayor distanciamiento de los diarios analizados (El País 6% e Infolibre 40%). El directo permite una mayor objetividad, porque muestra la exposición del quién informativo, aunque el periodista interviene en la selección de la frase y el contenido suele ser más restrictivo. En los títulos mixtos e indirectos el periodista describe a través del verbo con el que introduce el comentario la intención del hablante.

Los dos medios analizados coinciden en la elección de los mismos temas en el 29% de los casos, del porcentaje citado solo el 12% el tratamiento informativo dado por ambos es idéntico. En estas últimas informaciones, los títulos empelados son de hechos (9%) y mixtos (3%), mientras que en las que solo concuerda el tema (17%) los planteamientos son diferentes, en ellos se recurre a títulos de declaración; como se expresaba anteriormente, al elegir una idea concreta, entre todo lo manifestado, se multiplican las posibilidades del titular y dificulta la coincidencia con el otro medio.

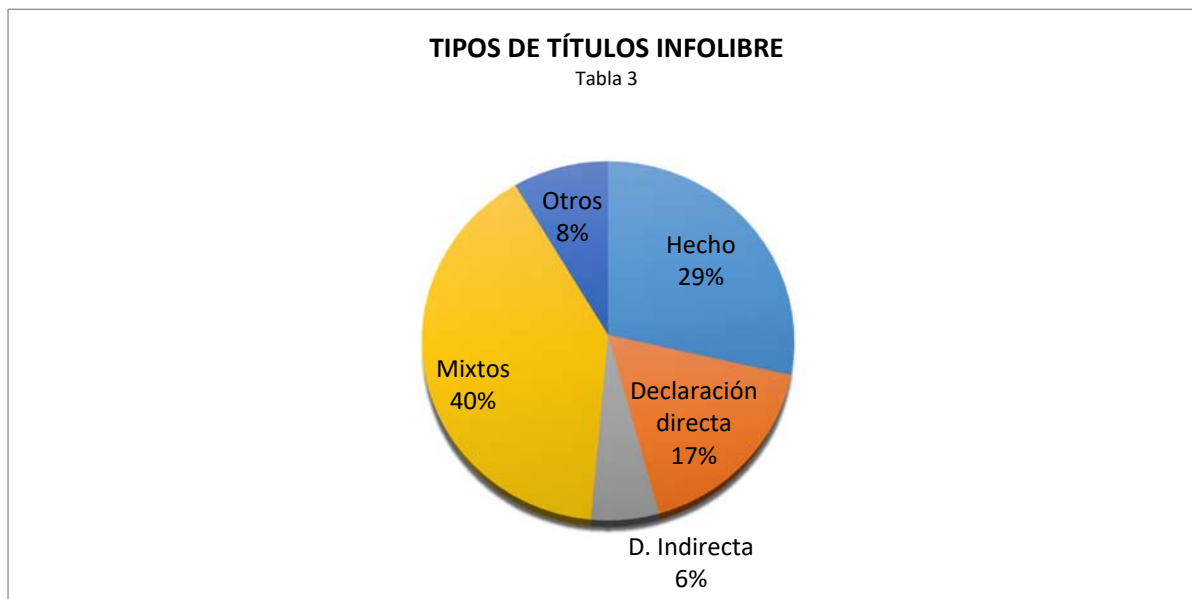


Tabla 03. Elaboración propia.

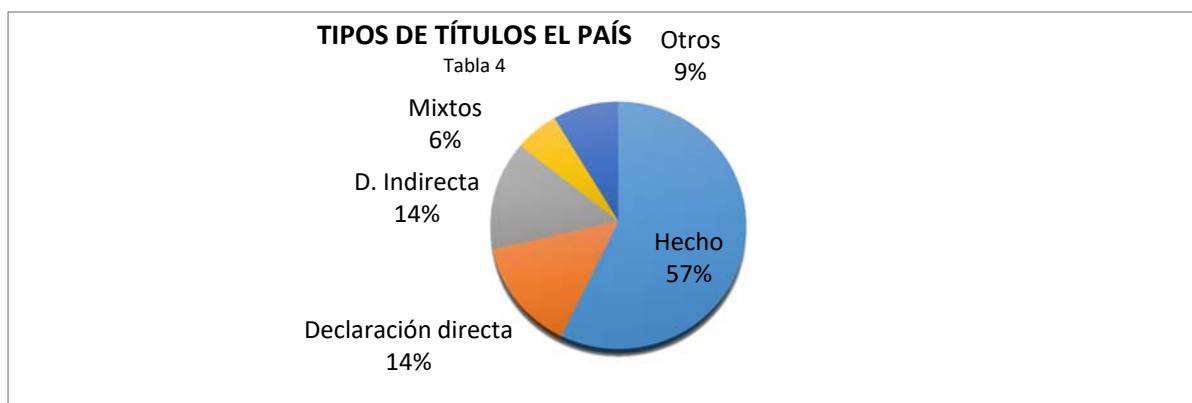


Tabla 04. Elaboración propia.

c) Sección

La sección que concentra el mayor número de las informaciones analizadas es Política (77%), seguida de Medios (14%), Cultura (6%) y Economía (3%). En El País, las secciones geográficas en las que se suelen insertar los contenidos políticos están fragmentadas por territorios: España (57%) es la que más recoge, a continuación Internacional (34%), una sección muy cuidada en este diario, seguida de Cataluña (6%) y Madrid (3%).

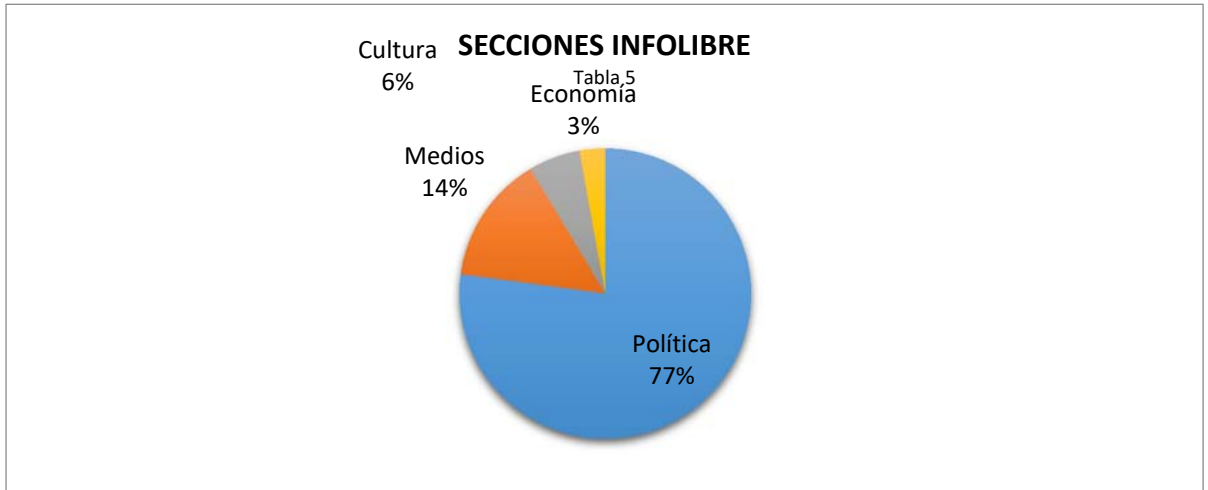


Tabla 05. Elaboración propia.



Tabla 06. Elaboración propia.

Como se aprecia, Infolibre al hacer uso de contenidos diferentes a los de El País, recurre a otras secciones que le permiten integrar estas noticias, y esto sucede porque sus protagonistas y sus temáticas son otras. También se observan otras diferencias con respecto a El País; este último difunde un alto porcentaje de información internacional, lo que va unido a su línea editorial en la que apuesta por ser un diario de mirada global, dedicando a estos contenidos una parte considerable de sus presupuestos, de ahí que su información internacional sea un referente. Este medio cuenta con relevantes accionistas, “la familia Polanco y el mexicano Alcantara, que tienen un pacto de sindicación de acciones, suman el 17,7%; de ellas,

algo más del 10% son de los fundadores. El fondo Amber Capital acumula el 16,4% del capital, mientras que Telefónica alcanza ya el 13,1%. Los bancos tienen el 15,4% y el jeque catari Jalid Tani Abdulá Al Tani un 8,2%” (Soteras, 2016). Infolibre no dispone de los mismos recursos, su estructura empresarial “se diseñó pensando en cuatro núcleos de accionistas: los periodistas fundadores, el periódico digital francés Mediapart, el presidente de la editorial Edhasa y los lectores. Para canalizar la inversión de los lectores se ha creado la Sociedad de Amigos de infoLibre SL” (Infolibre, 2016).

d) Quién de las imágenes

En relación a las imágenes que acompañan a los artículos informativos, todas ellas representan al quién informativo: líderes políticos, manifestantes, trabajadores, etc. Cuando el periodista no puede acceder a los protagonistas recurre a sus archivos o a imágenes que representan a sus protagonistas: logos de empresas, fachadas de edificios, etc. En El País el 23% no aportan foto y en Infolibre²³ el 34%.

3. Resultados

Tras la investigación realizada, se observa en los dos medios analizados un cambio en la bipolarización; ambos abren el abanico a los partidos emergentes, aunque se siguen dejando a los minoritarios fuera, y donde antes tenían voz dos grupos políticos, ahora el número se amplía a cuatro. El análisis arroja los estos resultados: PSOE (25%), Podemos (9%), Ciudadanos (8%) y PP (17%); a este último le otorga más espacio dado que hay que sumarle otros contenidos informativos (ligados a la corrupción en un 33%) y no solo a su gestión.

²³ Infolibre dispone de una pequeña imagen destacada en la portada del medio, pero si se hace clic en la noticia, la misma desaparece cuando la noticia es solo para suscriptores.

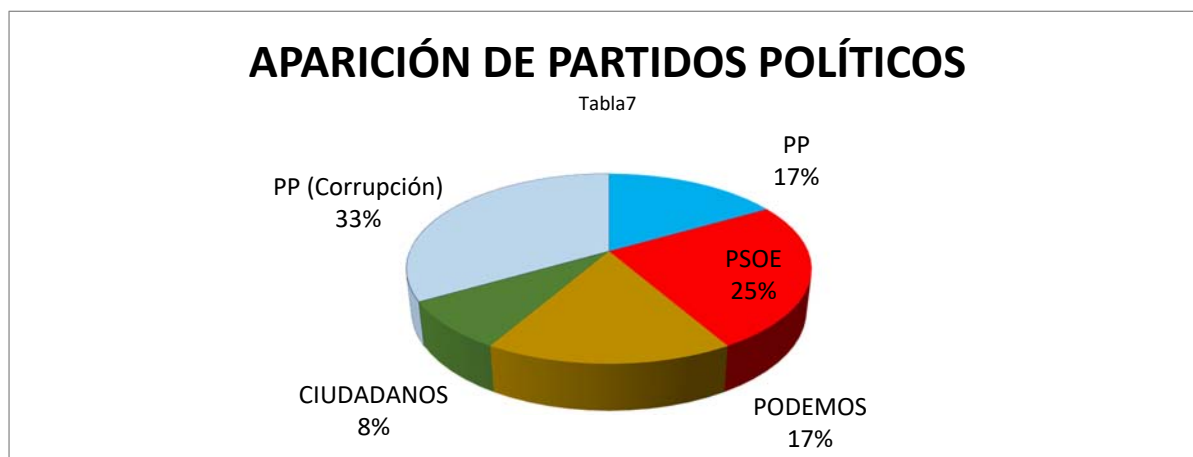


Tabla 07. Elaboración propia.

Sigue predominando el periodismo de declaraciones. Este no solo queda reflejado en el cuerpo de la noticia sino que también se recoge en los titulares seleccionados, donde el 57% obedecen a títulos de declaración en sus distintas tipologías.

En las noticias en las que el quién informativo son los partidos, prevalece la voz de sus líderes. Como se expresaba en los epígrafes introductorios, la profesionalización de la comunicación política desvela el entrenamiento de sus protagonistas y su capacidad para forzar titulares periodísticos. Además, estos contenidos no requieren de ningún esfuerzo por parte del periodista, les son servidos a través de notas o ruedas de prensa, y se ajustan a sus registros lingüísticos y estructurales.

Aún se sigue dando poco espacio a las organizaciones y plataformas ciudadanas: en los dos diarios tan solo Infolibre les da cabida (17%), e incluso arranca su página de inicio con ellas. Las noticias que siempre prevalecen y ocupan los primeros puestos de la portada digital son las relacionadas con los partidos políticos (43%) y la mayoría aportadas por éstos. Este tema sigue siendo preocupante, porque las propuestas que imperan son las difundidas en los medios y si no aparecen en ellos no existen. El hecho de que sea Infolibre el que apueste por estos protagonistas nos hace pensar que algo está cambiando en el entorno mediático. Los nuevos medios manifiestan no estar sujetos a los intereses de las empresas no periodísticas, que suelen financiar a los grandes diarios. Sus presupuestos están desvinculados de este accionariado, lo que les ayuda a ofrecer otras opiniones y actuar con independencia.

A lo mencionado hay que sumarle otro dato destacable, fruto también de lo expresado en líneas precedentes, la intención que hay detrás de la noticia: El País interpreta el 46% de la información analizada, mientras que Infolibre presenta los textos periodísticos desde la denuncia o el análisis, no se ciñe solo a los datos, va más allá, y así se manifiesta en el 71% de los contenidos investigados, lo cual no significa que siempre aporte exactitud o sea imparcial en sus propuestas, esto último ya formaría parte de otro estudio.

Los resultados arrojados por esta investigación manifiestan cambios, se percibe que una nueva forma de hacer periodismo está irrumpiendo en el panorama mediático. Los nuevos medios se abren paso con otros protagonistas en sus noticias políticas y hacen uso de otras acciones informativas. La profesionalizada comunicación política es cuestionada, el nuevo periodista requiere del dato, estudiar la información y no transcribir las declaraciones.

Pero para que estas nuevas vías consigan su espacio, también hacen falta receptores que consuman y paguen por estas propuestas, que hagan uso y defiendan el pensamiento crítico. Y, por supuesto, para amplificar los quiénes informativos es preciso contar con noticias generadas por la gente de la calle, no solo por los profesionalizados políticos; es decir, para cambiar la sección política es necesaria la intervención de una activa ciudadanía, esta no podrá ocupar las páginas de los diarios si continúa pasiva y solo lectora de lo que acontece.

4. Referencias bibliográficas

- Aguilar, A. (2016): “Aquí nació la política como espectáculo”, El País, 14/12/2016.
- Esteve Ramírez, F. (2010): “Fundamentos de la especialización periodística especializada. En Camacho Markina, I. (coord.): *La especialización en el periodismo. Formarse para informar*. Sevilla: Comunicación social.
- Casero-Ripollés, Andreu (2012): “El periodismo político en España: algunas características definitorias”. En Casero-Ripollés, Andreu (Editor): *Periodismo político en España: concepciones, tensiones y elecciones*. La Laguna (Tenerife): CAL, Cuadernos Artesanos de Latina/ 33. pp.19-46.
- El País (2016). “Únete al 40 aniversario de EL PAÍS”. [Fecha de consulta: 09/01/2016].

http://politica.elpais.com/politica/2016/01/08/actualidad/1452278398_707620.html

- Esteve Ramírez, F. y Fernández del Moral, J. (1999): *Áreas de especialización Periodística*. Madrid: Fragua.
- Fernández del Moral, J. y Esteve Ramírez, F. (1993): *Fundamentos de la Información Periodística Especializada*. Madrid: Síntesis.
- Hallin D.C. Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados: Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona:Hacer.
- Martínez, L. y Parra, A. (2010): *Periodismo especializado: teoría y práctica de la especialización informativa*, Murcia: ICE, Universidad de Murcia.
- Martínez Sousa, J. (1981). *Diccionario General del periodismo*. Madrid: Paraninfo.
- Pérez Abril, D. (2009). “Lujo, moda y modernidad en la prensa española del siglo XVIII”. En *Res Pública: revista de filosofía política*.
- Sociedad Amigos de Infolibre (2016). Infolibre. [Fecha de consulta: 05/02/2016].
http://www.infolibre.es/suplementos/sociedad_amigos_info_libre/home.html
- Soteras, Jaime (2016): “Así se reparte ahora el capital de Prisa”. Infolibre [Fecha de consulta: 01/03/2016].
http://www.infolibre.es/noticias/medios/2016/02/27/los_duenos_prisa_45574_1027.html
- Teruel Rodríguez, L. (2006). *Los medios en la construcción de la realidad política: el caso de El Mundo (1993-1996)*. Universidad de Málaga: Facultad de Ciencias de la Información (Tesis Doctoral).
- Trejo Delabre, R. (1997) “Teatralidad política y realidad virtual. El televisor, el ordenador, el poder y los medios”. En DÍAZ NOSTY, B. (dir) *Comunicación Social 1996, Tendencias*. Fundesco, Madrid

BREVE SEMBLANZA DE LOS AUTORES

Dra. María Luisa Cárdenas Rica, Directora del Grado Oficial en Comunicación en el Centro Universitario San Isidoro (adscrito a la Universidad Pablo de Olavide

de Sevilla). Compagina su actividad académica con la investigación científica y publicación literaria.

Dr. David Polo Serrano, Director del Grado Oficial en Comunicación Digital en el Centro Universitario San Isidoro (adscrito a la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla). Compagina sus tareas académicas con la investigación científica sobre la comunicación en entornos digitales.