


# Los primeros cien días del nuevo gobierno de Bulgaria según la prensa: un análisis de contenido

View metadata, citation and similar papers at [core.ac.uk](http://core.ac.uk)

brought to you by  CORE

provided by Portal de Revistas Científicas Complutenses

Recibido: 15 Marzo 2010  
Aceptado: 16 Marzo 2010  
Evaluado: 9 Abril 2010  
Aprobado: 11 Abril 2010  
(Abstracts y palabras clave al final del artículo)

*Los mismos mecanismos que permiten  
la encarnación de héroes  
pueden fabricar demonios.*  
Lippmann

## INTRODUCCIÓN

Este artículo se basa en el análisis de contenido de la información publicada en los principales diarios nacionales de Bulgaria, *24 horas*, *Trud*, *Monitor*, *Standart*<sup>1</sup> con relación a los primeros cien días del gobierno de Boyko Borisov<sup>2</sup>. El partido, GERB (Ciudadanos para el Desarrollo Europeo de Bulgaria), ganó las elecciones parlamentarias de julio de 2009 lo que convirtió al antiguo alcalde de la capital Sofía en Primer Ministro. Desde que hizo su aparición en el espacio político la gran pregunta siempre ha sido ¿dónde está la clave de su enorme popularidad que hizo posible que se convirtiera en la persona en la que la mayoría de la gente deposita sus esperanzas para un futuro mejor?

---

\* Doctoranda en el Departamento de Periodismo III, Universidad Complutense de Madrid.

<sup>1</sup> El diario *24 horas* fue fundado en 1990 por Petio Blaskov, uno de los personajes clave en el panorama mediático del país. En varias ocasiones, el periódico ha sido objeto de críticas por publicar artículos en favor de ciertos círculos políticos y económicos. A finales de los 90', P. Blaskov deja el periódico para fundar, junto con otros periodistas, el diario *Monitor* (1998). En 2007, Irena Krasteva, antigua directora del Instituto de la Lotería Nacional, compra *Monitor* junto con otras cabeceras propiedad de P. Blaskov-*Telegraf y Politika*.

El diario *Standart* empieza a salir en 1992. Es propiedad de Todor Batkov, cercano al controvertido magnate ruso Micheal Chorni. El periódico tiene fama de izquierdista y pro ruso.

*Trud* es el más antiguo de los importantes periódicos búlgaros. Aparece por primera vez en 1936 y durante el comunismo ostenta carácter de periódico sindical. Hoy en día es propiedad del grupo alemán WAZ.

<sup>2</sup> El marco temporal de la investigación comprende el periodo que va del dos al cuatro de noviembre de 2009 y consiste en 110 columnas (dos columnas en formato A4, Times New Roman, simple espacio, (incluidas las fotos). Ver anexo.

## METODOLOGÍA

El análisis de contenido está dividido en diferentes fases: pre-análisis, análisis del material, tratamiento de los resultados y su interpretación. En la fase del pre-análisis hemos intentado sistematizar las ideas de partida para poder llegar a un sistema preciso de desarrollo de las operaciones sucesivas. Es el momento de elegir los documentos y formular las hipótesis y los objetivos, también, de elaborar los indicadores en que apoyaremos la interpretación final.

Señalar los índices y elaborar los indicadores es un momento clave ya que “se considera a los textos como una manifestación portadora de índices que el análisis va a hacer hablar” (Bardin, 2002). El índice que hemos elegido en este caso es *la mención explícita de un tema* con su correspondiente indicador: *la frecuencia*.

Después de elegir los índices, procedemos a construir los indicadores. En primer lugar, hemos decidido delimitar el texto en unidades comparables que luego hemos pasado a codificar.

El análisis del material como siguiente fase, nos exigirá descomponer los textos, codificarlos y enumerarlos. Por último, organizaremos los resultados en cuadros y diagramas con la ayuda de operaciones estadísticas simples.

Hemos llevado a cabo el proceso de codificación en tres pasos: 1) descomposición, consistente en la elección de las unidades, 2) enumeración, y 3) clasificación, previa elección de categorías. Uno de los pasos más importantes supone elegir la *unidad de registro* que en nuestro caso ha sido *el tema*, es decir, la descripción completa (inicio, desarrollo, final) de cualquier acontecimiento o hecho.

## PREANÁLISIS E HIPÓTESIS

El preanálisis ha sido llevado a cabo mediante los binomios *concepto clave-ejemplos de palabras* desarrollados por el *Stanford Political Dictionary* y las categorías empleadas por Lasswell (1965: 237- 239) en sus análisis de contenido.

En el primer caso, para cada concepto clave, hemos señalado ejemplos de palabras y frases publicadas por los diarios objeto del análisis:

<i>Afecto Positivo:</i>	conquistar el amor de su pueblo, el político más querido del país, el líder más popular de Europa del Este.
<i>Afecto Negativo:</i>	obstáculos ante el Gobierno.
<i>Fuerza:</i>	poder fuerte, activo y enérgico, “he prohibido”, “he ordenado”.
<i>Debilidad:</i>	falta de voluntad suficiente, contradicciones entre los discursos de los ministros, falta de coordinación.
<i>Actividad:</i>	luchar contra la corrupción, nombrar las cosas por su nombre.
<i>Pasividad:</i>	falta de un programa político concreto, la reforma del sistema judicial no ha empezado.

Del preanálisis deja claro que el material que vamos a estudiar se caracteriza por su alto nivel de bipolaridad. A continuación, hemos aplicado la clasificación de los símbolos que emplea Lasswell en sus análisis de contenido:

- Los símbolos de la *Política Doméstica*: El Primer Ministro combate la corrupción que ha creado el anterior gabinete, intenta meter a los corruptos en la cárcel, el nuevo gabinete se distancia de los actos del anterior gabinete.
- *Personas e Instituciones* relacionadas con el objeto de estudio: El Ministerio del Interior, los fiscales, las aduanas, los servicios secretos, Rusia, el gabinete anterior, la Agencia Estatal de Seguridad Nacional (DANS), la Unión Europea.
- Los símbolos de *Moral*: “Todo para que la gente esté contenta”, “promesas concretas en plazos concretos”, “la gente debe entender las medidas”..
- Símbolos para la *Acción*: luchar contra el crimen organizado, “es un hombre fuerte”.

El preanálisis nos ayuda a establecer una imagen previa del objeto de investigación. Además, recibimos una idea clara de los nudos conceptuales con los que vamos a tratar en la siguiente parte. Después de aclarar la metodología y hacer el preanálisis, viene el momento de formular la Hipótesis: *A pesar de la difícil situación, económica, política y social, la prensa en Bulgaria crea una imagen despreocupada, favorable al gabinete del nuevo Primer Ministro, Boyko Borisov.*

## ANÁLISIS DE CONTENIDO

En primer lugar, hemos estudiado los mensajes con relación a las actividades del Gobierno desde las siguientes perspectivas: interpretación de los hechos, características temporales, valores positivos o negativos. El primer paso consiste en definir el carácter de la información que ofrecen los cuatro diarios para determinar si el *background* de los mensajes es neutral, favorable al Gobierno o desfavorable<sup>3</sup>:

Es evidente el gran porcentaje de mensajes favorables que se emiten acerca de la actividad del nuevo Gobierno. De hecho, la información negativa se queda en un escaso 17%. A esto hay que añadir, que dos de los cuatro periódicos, *Monitor* y *Standart*, no publican ningún tipo de información crítica para el periodo del estudio. También es importante resaltar que la imagen favorable viene asociada a actividades políticas que tienen que ver con la recuperación de la confianza por parte de las Instituciones Europeas hacia Bulgaria, la descongelación de los fondos europeos, la lucha contra la corrupción y el crimen organizado.

Es esencial comparar estos resultados con los resultados del análisis dedicado a las declaraciones sobre acciones y condiciones de actores relacionados con el evento:

---

<sup>3</sup> Cabe destacar la dificultad que existe a la hora de definir un texto periodístico como neutral, no obstante, en muchos casos, se dan claras evidencias en esta dirección: presentación de distintos puntos de vista, opiniones opuestas, múltiples fuentes.

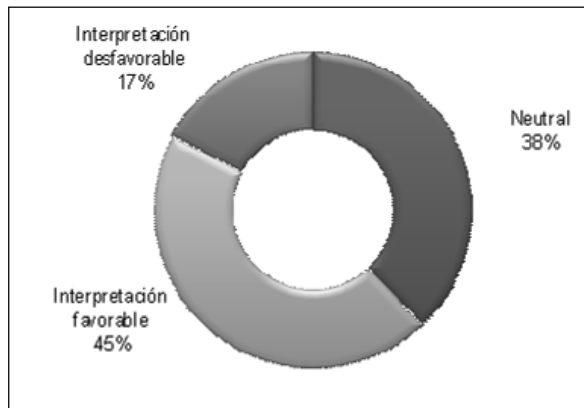


Gráfico 1.  
*La interpretación de los hechos*

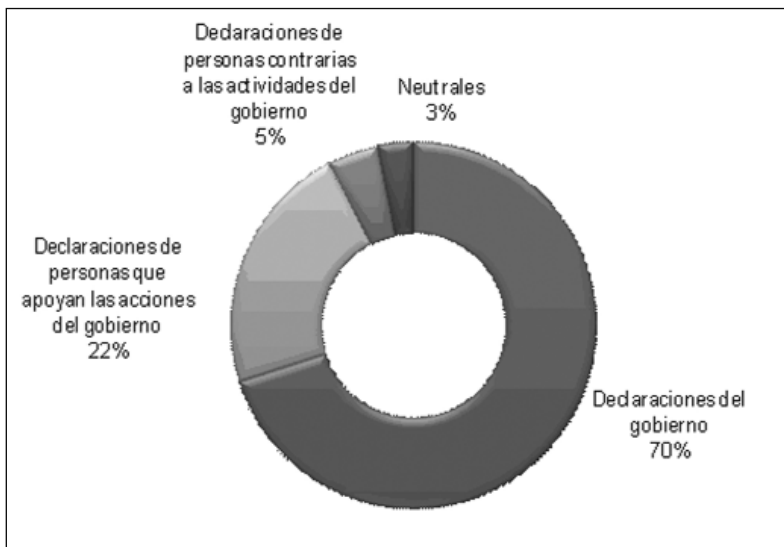


Gráfico 2.  
*Declaraciones a favor y en contra*

Evidentemente, el propio Gobierno es la principal fuente para la información que se publica en la prensa búlgara con relación a los primeros cien días del gabinete del Primer Ministro Boyko Borisov. Comparando con el diagrama que desvela la existencia de un tono altamente favorable, podemos deducir que en la mayoría de los casos se publican los propios mensajes positivos difundidos desde el poder ejecutivo sin ningún comentario crítico, ya que el porcentaje de declaraciones de personas contrarias a su línea es apenas un 5%. Nos hallamos ante una situación peligrosa

tomando en cuenta los mensajes de índole populista que suele difundir el Primer Ministro<sup>4</sup>:

... sacrificué a mi partido y ahora estoy recogiendo las negativas con esta herencia y con la crisis. Es para salvar a la gente, y a vosotros (los empresarios, nota mía), porque a mí los políticos no me interesan.

No obstante, las pocas críticas que se transmiten a través de la prensa son suficientemente serias: falta de debate social, concentración de poder, errores administrativos, un programa muy débil contra la crisis, los dossiers de los antiguos colaboradores de los servicios secretos del régimen totalitario se siguen guardando en secreto, etc. El periódico *Trud* es el que más mensajes desfavorables publica. Los periodistas afirman desde sus páginas que el Primer Ministro está más interesado en su imagen mediática que en la verdadera situación económica del país. Por otra parte, los ministros a menudo cambian de opinión o emiten mensajes contrarios a las declaraciones de sus compañeros. Otra crítica tiene que ver con el fuerte toque humorístico en el lenguaje de Boyko Borisov definido por algunos como el “nuevo lenguaje derechista libre de léxico anticomunista”. El discurso del nuevo gobierno de Bulgaria no se limita al acto del “convencer” sino que busca los efectos de las pruebas morales y subjetivas, es decir, del “conmover” (Labarrière, 1992: 13).

El siguiente diagrama presta atención a los valores, positivos o negativos, señalados con relación al Primer Ministro y sus oponentes:

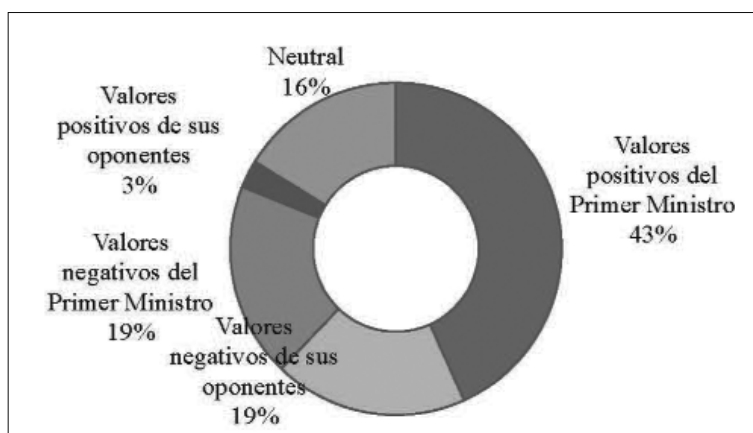


Gráfico 3.  
Valores positivos/negativos

<sup>4</sup> Para Monzón (2006: 291) el populismo consiste en “programas y promesas difíciles de llevar a cabo”. En los proyectos e intenciones late la promesa de mayor distribución de la riqueza, de una justicia equitativa, trabajo para todos, aumento de salarios, etc.” Para Álvarez Junco (en Monzón, 2006: 291) “los populistas hacen gala de antiintelectualismo, desprecian los programas y se mueven por gestos o estilos de tinte irracional y voluntarista”. Según Germani (1962), el populismo suele darse en las sociedades en transición y en este sentido, la sociedad búlgara todavía no ha encontrado su camino después de la caída del comunismo.

Evidentemente, los cuatro periódicos eligen centrarse en los valores positivos del Primer Ministro: el 43% del total de mensajes difundidos. En la mayoría de los casos las características favorables tienen que ver con actividades del tipo: “nombra las cosas por su nombre”, “poder fuerte, activo y enérgico”, “crea transparencia”, “intenta luchar contra la corrupción”, “trabaja por la estabilización del Estado”. También es importante resaltar que los periódicos se refieren no tanto al gabinete en su totalidad sino al Primer Ministro<sup>5</sup>.

Este asunto está relacionado con la manera de presentar los efectos del anterior y el actual Gobierno:

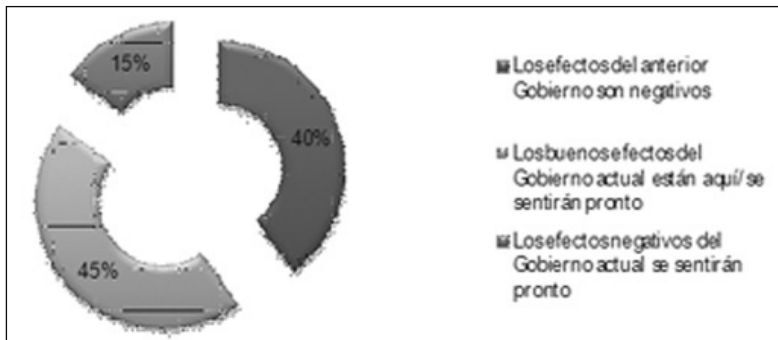


Gráfico 4.  
Los efectos

En este asunto destaca el hecho de que una parte significativa de la información dedicada a los primeros cien días del Gobierno de Boyko Borisov se dedica al análisis de los efectos del anterior gobierno. De hecho, es en este momento cuando el Primer Ministro empieza a insistir en la necesidad de llevar a juicio a su antecesor. En la mayoría de los casos se habla de: “la catástrofe causada por el anterior gabinete”, “revisión de las actividades del anterior Gobierno”, “los coches de lujo de los antiguos ministros”, “los ficheros secretos desaparecidos”, etc. Sin embargo, no se trata de una táctica nueva: un análisis de 145 discursos de las campañas electorales en los EEUU en el periodo 1884-1920 demuestra que emplearon más tiempo en atacar a la oposición que en subrayar los resultados del propio partido (Hayworth en Berelson, 1952: 72).

No obstante, hay que subrayar que el Gobierno de Borisov no logra atraer la total atención de los medios de comunicación hacia el pasado porque el análisis demuestra que prevalecen los mensajes centrados en el presente político:

<sup>5</sup> Hay que añadir que de las 24 fotos publicadas con relación a los primeros cien días del nuevo Gobierno, 15 son del Primer Ministro y su gabinete y 9 de otros personajes del espacio público. Lo importante, en este caso, es que una quinta parte de las fotos de Boyko Borisov son en contrapicado, una perspectiva que, como sabemos, crea la sensación de grandeza y supremacía.

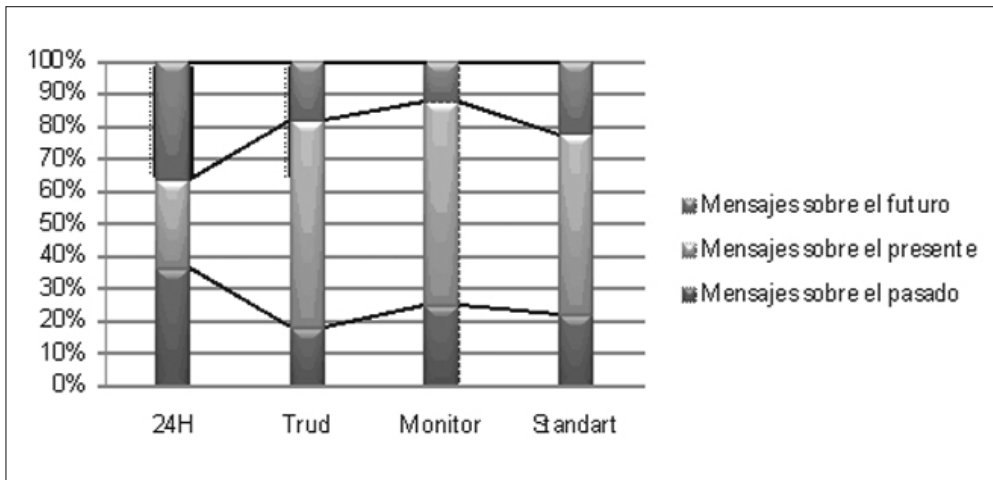


Gráfico 5.  
Dimensión temporal de los mensajes

## LA HIPOTESIS. CONCLUSIONES

Podemos concluir que la hipótesis que hemos formulado anteriormente encuentra su confirmación en las siguientes evidencias, resultado del análisis de contenido:

1. Es evidente el gran porcentaje de mensajes favorables que se emiten acerca de la actividad del nuevo Gobierno.
2. De todas las declaraciones que publican los periódicos, la mayoría tienen como fuente al propio Gobierno; en la mayoría de los casos se publican los propios mensajes positivos difundidos desde el poder ejecutivo sin ningún comentario crítico, ya que el porcentaje de las declaraciones de las personas contrarias a su línea es apenas del 5%.
3. Una gran cantidad de la información dedicada a los primeros cien días del Gobierno de Boyko Borisov se ocupa de los efectos del anterior Gobierno. Aparte quedan los problemas actuales y los planes políticos para el futuro.

A todo esto hay que añadir, el tono populista que emplea el nuevo Primer Ministro y la extraordinaria importancia que presta a sus relaciones con los medios de comunicación, para dejar claro que se trata de características que pudieran tener como consecuencia el descuido por parte de la prensa de su papel de guardián.

Para introducir más claridad en el asunto, podemos contrastar los resultados del análisis de contenido con el resultado sobre la intención de voto de una encuesta representativa llevada a cabo en el periodo que va del 30 de octubre al 2 de noviembre de 2009.

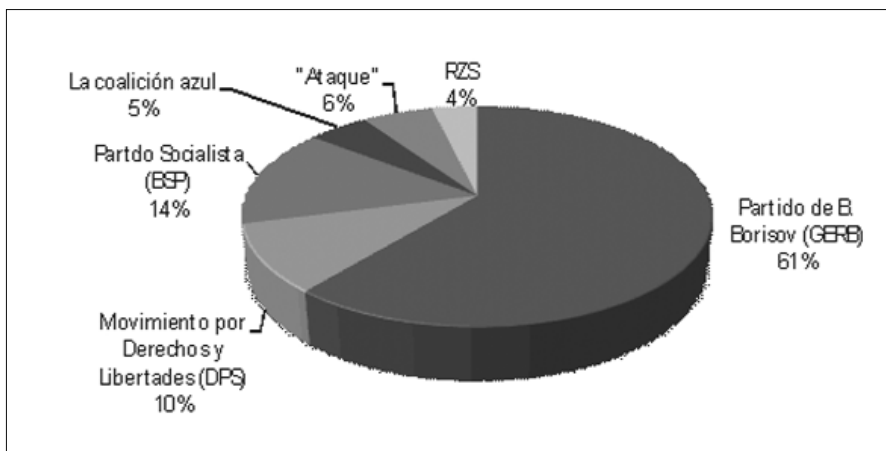


Gráfico 6.

*Intención de voto cumplidos los primeros cien días del Gobierno de Boyko Borisov*

Fuente: MBMD

Los resultados señalan el aumento de las actitudes positivas hacia el Gobierno de Boyko Borisov. Lo que debe llamarnos la atención es la ausencia de otro partido fuerte que podría servir de contrapeso en la actual situación. En realidad, el partido que ocupa el segundo puesto, el Partido Socialista de Bulgaria (BSP), logra alcanzar solamente uno 14% del apoyo que, si lo comparamos con el 61% del GERB, es un resultado preocupante. Si a todo esto añadimos el tono favorable de la prensa, hay que advertir que se está creando una realidad que puede producir efectos altamente negativos: concentración de poder, silenciamiento de las voces críticas, empleo de mecanismos autoritarios respecto a la oposición, etc.

En la misma línea, Bourricaud (1992: 270) señala en su análisis de la noción sociopolítica:

Una situación de confianza es una situación en la cual nos imaginamos lo que es deseable, como si el deseable fuera posible y hasta (y entonces la confianza puede transformarse en fanatismo) como si eso deseable fuera necesario.

Según Luhmann (1996: 95) la confianza política se exige y se da en dos niveles diferentes de generalización:

Por un lado, el ciudadano abraza ciertas expectativas acerca de lo que se decidirá, posiblemente, de lo que le interesa a él mismo, o del estilo de la política que apoya y puede usar su voto como una expresión de total desilusión o satisfacción. Por otro lado, otorga su confianza al sistema político como tal, quedándose en el país y confiando en poder llevar una vida razonable.

En un primer momento podemos pensar que estamos ante un ejemplo clásico de *espiral del silencio*, el enfoque que define que es menos probable que un individuo



dé su opinión sobre un determinado tema si siente que es parte de la minoría, por miedo a la represión o aislamiento por parte de la mayoría. Lo que sucede en realidad es que un partido que gana las elecciones con un 39,71%, en un periodo de cien días logra atraer al 61% de los votantes. Evidentemente, una parte de las personas que no han votado al partido en cuestión no permanecen silenciadas como debería de esperarse sino que han cambiado directamente su intención de voto: la *espiral del silencio* se convierte en *espiral de la aceptación*.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARDIN L. (2002): *Análisis de contenido*. Ediciones Akal, Madrid.
- BERELSON B. (1952): *Content Analysis in Communication Research*. Hafner Press, New York.
- BOURRICAUD F. (1992): “Sobre la noción de comunicación sociopolítica” en Labarriére J-L., Lazzeri, Ch. (ed.): *Teoría política y comunicación*. Editorial Gedisa, Barcelona.
- ELLIOTT A., RAY L. (ed.) (2003): *Key Contemporary Social Theorists*. Blackwell Publishing, Oxford.
- GERMANI G. (1962): *Política y sociedad en una época de transición*. Paidós, Buenos Aires.
- LASSWELL H., LEITES N. and ASSOCIATES (1965): *Language of Politics. Studies in Quantitative Semantics*. The M.I.T. Press, Cambridge, Massachusetts.
- LABARRIÈRE J-L. (1992): “Del discurso político como “apariencia engañosa” en Aristóteles” en Labarriére J-L., Lazzeri, Ch. (ed.): *Teoría política y comunicación*. 1992, Editorial Gedisa, Barcelona.
- LIPPMANN W.(2003): *La opinión pública*. Editorial Langre, Madrid.
- LUHMANN N. (1996): *Confianza*. Anthropos, Universidad Iberoamericana, México.
- MONZÓN C. (2006): *Opinión pública, comunicación y política*. Editorial Tecnos, Madrid.
- NOELLE-NEUMANN E. (2003): *La espiral del silencio: opinión pública: nuestra piel social*. Paidós, Barcelona.

**Anexo**  
**Ficha del análisis**

	$\alpha A$	$\alpha B$	$\alpha C$	$\beta A$	$\beta B$	$\gamma A$	$\gamma B$	$\xi$
<b>24H</b>	5 $\alpha$ b	4 $\alpha$ a	3 $\alpha$ a	6 $\beta$ b	6 $\beta$ a	3 $\gamma$ b	6 $\gamma$ a	3 $\xi$ A, $\xi$ B
	2 $\alpha$ c	4 $\alpha$ c	3 $\alpha$ c	3 $\beta$ a	2 $\beta$ b	6 $\gamma$ a	5 $\gamma$ b	
	1 $\alpha$ a	3 $\alpha$ b	2 $\alpha$ b	1 $\beta$ c				
<b>Trud</b>	2 $\alpha$ b	2 $\alpha$ c	5 $\alpha$ a	2 $\beta$ a	6 $\beta$ a	5 $\gamma$ a	1 $\gamma$ c	3 $\xi$ A,
	5 $\alpha$ b	2 $\alpha$ a	4 $\alpha$ b	3 $\beta$ c	3 $\beta$ c	1 $\gamma$ b	2 $\gamma$ b	3 $\xi$ B, 3 $\xi$ C
	3 $\alpha$ c	7 $\alpha$ b	4 $\alpha$ c	4 $\beta$ b	3 $\beta$ c		5 $\gamma$ a	
			1 $\alpha$ d					
			2 $\alpha$ e					
<b>Monitor</b>	4 $\alpha$ a	5 $\alpha$ b	3 $\alpha$ e	3 $\beta$ c		2 $\gamma$ a	1 $\gamma$ a	2 $\xi$ B
	1 $\alpha$ b	1 $\alpha$ c	3 $\alpha$ a	1 $\beta$ b				
<b>Standard</b>	5 $\alpha$ b	5 $\alpha$ b	5 $\alpha$ a	4 $\beta$ b	3 $\beta$ b	5 $\gamma$ a	1 $\gamma$ a	2 $\xi$ A, 3 $\xi$ B
	1 $\alpha$ a	2 $\alpha$ c	1 $\alpha$ b	3 $\beta$ c	2 $\beta$ a			
			1 $\alpha$ e					

**$\alpha$ . A.** La interpretación de los hechos: a. Neutral; b. Interpretación favorable; c. Interpretación desfavorable. B. *Características temporales*: a. Pasado; b. Presente; c. Futuro. C. *Valores Positivos/Negativos*: a. Valores positivos del Primer Ministro y su gabinete; b. Valores negativos de sus oponentes; c. Valores negativos del Primer Ministro y su gabinete; d. Valores positivos de sus oponentes; e. Neutral.

**$\beta$ . A.** *Actitudes y acciones*: a. No apoyo; b. Apoyo; c. Neutral. B. *Virtudes*: a. Sus virtudes; b. Falta de virtudes; c. La falta de virtudes de los oponentes; d. Virtudes oponentes.

**$\gamma$ . A.** *Declaraciones del Gobierno*: a. Con respecto a personas que apoyan la acción; b. Respecto a los que se oponen a la acción. B. *Declaraciones de terceros*: a. De personas que apoyan la acción; b. De personas que se oponen a la acción; c. Neutrales.

**$\xi$ .A.** Los efectos del anterior Gobierno son negativos. B. Los efectos positivos del actual Gobierno están aquí/ se sentirán pronto. C. Los efectos negativos del actual Gobierno están aquí/ se sentirán pronto.

**Artículos objeto del análisis publicados en el periodo 02/11/2009- 04/11/2009**

**24 horas:** “Pararon a las brujas, ahora es el turno de la crisis”, “Borisov pide a los bancos intereses bajos”, “El Primer Ministro: el Viernes Santo no debemos trabajar”, “El Primer Ministro: todos de la Agencia Nacional de Seguridad Estatal jubilados, quiero a gente joven”,

“Borisov con 147 diputados en elecciones hoy”, “Con 30% por debajo del umbral de la pobreza y 15% al tope somos los más decepcionados con la transición”, “El Partido Socialista de Bulgaria mostró 100 días de mentiras en la pequeña pantalla”, “Boyko sustituye a suyos por indicación de Jane Janev”, “El poder en Sofía divierte al pueblo”, “Boyko: quien quiere pelearse en la Agencia Estatal de Seguridad Nacional que venga a verme”, “Reacciona rápido y en la mayoría de los casos, de manera correcta, elogia Kostov”, “En el Ministerio de Agricultura cenaron con dinero de la Unión Europea”.

**Monitor:** “Borisov pone fin a las peleas en la Agencia Estatal de Seguridad Nacional”, “El Primer Ministro: confío que vamos a detener al grupo de los secuestradores”, “En el programa hasta 2013 el gobierno define 157 objetivos principales”, “El balance de los primeros cien días”, “Dos tercios de los búlgaros confían en Borisov”, “El Primer Ministro nº 1 en el ranking de los líderes europeos”.

**Standart:** “Kostov: Borisov apaga incendios, GERB mantuvo la confianza durante los primeros cien días”, “Boyko prohibió las peleas en la Agencia Estatal de Seguridad Nacional”, “Borisov: estamos por encima del cero con 8 mill.”, “Boyko entregó a la Fiscalía caso de fraude en el IVA. El delito es por 300 mill. leva”, “El Primer Ministro escribió a la Comisión Europea por el Tamiflu. Queremos 200.000 dosis más”. “Borisov el líder europeo más apoyado”.

**Trud:** “Borisov: ¡sin peleas en la Agencia Estatal de Seguridad Nacional! ¡Quien quiere pelear que venga a verme!”, “Apoyamos a Borisov, observamos y esperamos”, “La luna de miel todavía no ha acabado”, “Los ministros en la sombra del Primer Ministro”, “Borisov no deja a Sertov salir a Solun, se esperan detenciones”, “Boyko 20.000 más barato que Leo Messi”, “Borisov persigue 157 objetivos hasta 2013”, “Cien días, cien acusaciones ¿y luego?”, “El Primer Ministro y el Ministro del Interior: encuentro en la Agencia Estatal de Seguridad Nacional”, “Los búlgaros son los que más quieren a su líder”, “MBMD: cuatro sobre seis para el gabinete”, “Los cien días de Borisov– opiniones extremas”, “Borisov: los bancos deben bajar los intereses”.

## RESUMEN

En la base del artículo está el análisis de contenido de la información publicada en cuatro diarios nacionales de Bulgaria, *24 horas*, *Trud*, *Monitor*, *Standart*, con relación a la interpretación periodística de los primeros cien días del gobierno del Primer Ministro Boyko Borisov. El análisis está dividido en diferentes fases: pre-análisis, análisis del material, tratamiento de los resultados y su interpretación.

**Palabras clave:** análisis de contenido, prensa, comunicación política, opinión pública.

## ABSTRACT

The article is a content analysis of the information published in four national newspapers in Bulgaria, *24 Horas*, *Trud*, *Monitor* and *Standart* in relation to the journalistic interpretation of the first hundred days of the Government of the Prime Minister Boyko Borisov. It is divided into different phases: pre-testing, analysis of the material, processing of results and their interpretation.

**Key words:** content analysis, press, political communication, public opinion.

## RÉSUMÉ

On peut lire en bas de l'article l'analyse des informations de quatre quotidiens bulgares: *24 Heures*, *Troud*, *Monitor*, *Standart* concernant l'interprétation journalistique des cent premiers jours du Gouvernement du Premier Ministre Boyko Borisov. L'analyse se divise en différentes parties: préambule, analyse des articles, traitement et interprétation des résultats.

**Mots clé:** analyse de contenu, presse, communication politique, opinion publique