



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

GRADO EN PERIODISMO



**Agenda pública, agenda personal y
agenda mediática durante la X
legislatura (2011-2015):
Análisis de evolución de la opinión pública**

Autor: Miguel Ordovás García

Tutor: Antón R. Castromil

Madrid, 4 de septiembre de 2016

Índice

1.- Resumen	4
2.- Introducción	5
3.- Objetivos	7
4.- Desarrollo	10
La cobertura mediática en el cambio de las opiniones	10
1. Noviembre 2011 - noviembre de 2012: la economía como prioridad	12
El auge de la corrupción y el fraude en los barómetros del CIS	17
3. Octubre de 2014 - julio de 2016: La corrupción en el centro de la Opinión Pública	18
El escándalo de las tarjetas ‘black’	19
Podemos irrumpe en el panorama político nacional	20
El papel de los medios de comunicación	23
El contenido político en la industria cinematográfica internacional y la televisión española	23
La agenda personal: un fenómeno egotrópico	26
5.- Conclusiones	27
6.- Bibliografía	29

1.- Resumen

La X legislatura (2011 - 2015) de España ha desembocado en una parálisis institucional nunca vista en nuestro país. En este trabajo investigamos las posibles causas de este bloqueo legislativo, preguntándonos qué ha cambiado en la opinión pública durante el último gobierno de Mariano Rajoy. Nos fijamos en dos de las principales preocupaciones de los españoles recogidas por el CIS: La corrupción y los problemas de índole económica. Después, nos preguntamos las razones por las que estos temas han oscilado en los últimos cuatro años. Las convulsiones políticas y económicas han cambiado de manera estructural la percepción de los ciudadanos sobre los principales problemas de España. Los acontecimientos de índole política y económica que han hecho mella en la opinión pública serán aquí el objeto de estudio, y articular de manera ordenada el papel de los medios en el tratamiento y cobertura de estos hechos resulta clave para aportar luz sobre el fuerte vínculo entre agenda política y agenda mediática durante la pasada legislatura. Un vínculo que se ha estrechado más que nunca hasta hacerse crucial en la decisión de voto de las sucesivas convocatorias electorales que pretenden abrir las puertas a un nuevo gobierno.

2.- Introducción

El panorama político previo a las elecciones del 20 de noviembre de 2011 tuvo, como principal característica o rasgo definitorio, una notoria evidencia. La visión retrospectiva permite afirmar que no había ningún misterio sobre quién ocuparía las instituciones los siguientes cuatro años de legislatura. El papel dominante del Partido Popular, en prácticamente todos los terrenos, le hizo ganador antes incluso del inicio de la campaña electoral. La cúpula del partido se sabía vencedora de los comicios por una sola razón: la economía.¹

La crisis económica llenaba las portadas de todos los grandes medios de comunicación. El panorama mediático previo a la cita electoral era abiertamente pesimista, apocalíptico hasta límites extremos, con el porvenir económico de los ciudadanos (Palacios, 2016). No es de extrañar, así, que el clima de opinión se mostrase a favor de un cambio de gobierno, abierto a nuevas formas de gestionar la segunda recesión a la que se dirigían las cuentas nacionales² y temeroso, también, de la situación extrema que se vivía en otros países de la zona euro, tal y como ejemplificamos más adelante con los casos de Italia y Grecia.

Y es que el ojo mediático apuntaba al tremendismo económico tanto a nivel interno (el paro en España era el más alto de su historia³) como a nivel internacional⁴. Poco antes de las elecciones en las que Mariano Rajoy sería elegido presidente por mayoría absoluta, la canciller alemana Angela Merkel se refirió a la racha política y económica por la que estaba transitando la UE como “la peor desde la II Guerra Mundial”⁵. El discurso de impacto de la mandataria ante los desafíos de los países en recesión fue también objeto de debate junto con la economía doméstica.

Cuatro años después de aquellas elecciones, el fenómeno resulta opuesto, tal y como estamos siendo testigos en las sucesivas convocatorias electorales de 2015 y 2016: lo que antes era evidente hasta generar apatía o desinterés⁶, se ha transformado hoy en un panorama incierto.

¹ Este fenómeno se encuentra profusamente analizado por los analistas políticos y recogido en *Elecciones Generales 2011*, VVAA, publicación del CIS.

² La crisis española de 2008 a 2014 causó dos recesiones. La primera fue de 2008 a 2010, y la segunda de 2011 a 2013, siendo este último el más largo período de crecimiento negativo en la historia de la democracia española.

³ Las tasas de paro en España no dejaban de crecer, hasta alcanzar el pico histórico de 26'14% en el primer trimestre de 2013.

⁴ El linchamiento político y, por tanto, mediático al que fue sometido el primer ministro griego Yorgos Papandreu por proponer un referéndum sobre el rescate griego en 2011, propició su renuncia en muy pocos días; la Italia de Silvio Berlusconi también se mostró díscola ante las medidas comunitarias para paliar la crisis, lo que precipitó del mismo modo su retirada del cargo presidencial el mismo año.

⁵ [Merkel: “Europa sufre su peor etapa desde la II Guerra Mundial”](#). El País, 15 de noviembre de 2011

⁶ El sistema bipartidista evidenciaba un claro turnismo después de las elecciones. Tanto la diferencia partidista como la posible influencia del voto eran evidentes. Siguiendo los preceptos básicos de la teoría del votante racional (Downs, 1957), la decisión mayoritaria de voto en el año 2011 no era ningún misterio dadas las opciones (dos partidos políticos). En un contexto de fuerte crisis económica, el PP

¿Cómo dar explicación a lo sucedido en el seno de la opinión pública española durante esta última legislatura? Resultaría complicado, e inabarcable en un trabajo de estas características, hacer un análisis minucioso de todos los factores que han condicionado la situación en la que, a mediados de 2016, nos encontramos. Nosotros analizaremos el pulso que toma el CIS en sus barómetros a la sociedad española, y obviaremos, o mencionaremos de manera breve, otras causas, tales como el nacimiento de dos nuevas formaciones parlamentarias, la alta disponibilidad del centro político en nuestro sistema de consenso o la alta competencia para acceder a él.

Estudios ya clásicos⁷ muestran la profunda conexión entre la situación de la economía y la confianza ciudadana en la democracia y sus instrumentos y actores. La muestra más visible de este nexo en aquel contexto preelectoral de 2011 fue el movimiento 15-M, que habiendo comenzado como un foco de protesta y resolución de las carencias del sistema económico y democrático, todavía no había encontrado una réplica parlamentaria en las elecciones del 20 de noviembre.

Resulta especialmente reseñable el hecho de que esta crisis llegase precisamente en medio de un proceso de integración europea, en el que los ciudadanos no veían con buenos ojos la poca eficacia de los gobiernos de la Eurozona para combatir la crisis económica. Esta percepción pronto caló en la ciudadanía generando sentimientos de desafección política (Polavieja, 2013: 259) que, en este contexto de integración europea, se habrían materializado de una manera más convulsa⁸, si cabe, que en cualquier otra nación soberana fuera de la Unión con plenas funciones sobre su porvenir económico.

Todas estas cuestiones han hecho de este período uno de los más convulsos para el clima de opinión de las últimas décadas. El análisis de los mensajes de los medios de comunicación, como nexo entre la especialización económica, política e institucional y el público, puede resultar clave para comprender los profundos cambios que hemos vivido en el seno de nuestra sociedad⁹.

sólo tuvo que hacer hincapié en el discurso económico —su punto fuerte— para ganar votantes (Michavila, 2014: 51) y cambiar el signo político al frente del gobierno.

⁷ En su informe *Los españoles y la calidad de la democracia*, N°74 de la publicación del CIS Opiniones y Actitudes, Irene Palacios se hace eco de los estudios (Weatherford, 1984) y (Hetherington, 2005). Estos estudios, apunta, “han mostrado que los resultados económicos afectan de manera decisiva a la confianza política de los ciudadanos, incluso en épocas marcadas por importantes escándalos como el Watergate o el *affair* Clinton-Lewinsky”.

⁸ Desde el desafío primigenio de Alexis Tsipras y Yanis Varoufakis en Grecia hasta el más reciente y temido *Brexit*, esta crisis económica ha tenido unas consecuencias políticas especialmente traumáticas en un contexto comunitario en el que la integración todavía tiene fuertes fallas.

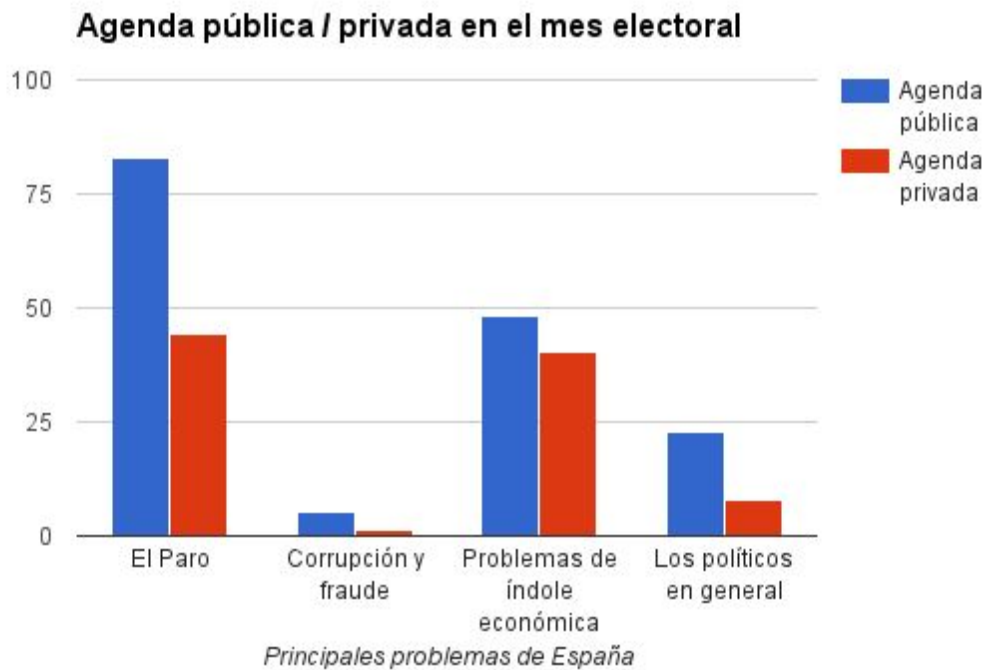
⁹ Veremos con detalle la evolución de los datos en los próximos capítulos.

3.- Objetivos

Con todo, el pretexto de este trabajo responde, ante todo, a una tendencia a medio plazo recogida por los barómetros del Centro de Investigaciones Sociológicas.

En el inicio de la última legislatura, los *problemas de índole económica* eran, después del paro, la segunda gran preocupación de los españoles. Los encuestados responden a estas dos preguntas: ¿Cuál es, a su juicio, el principal problema que existe actualmente en España? ¿Y cuál es el problema que a Ud., personalmente, le afecta más? De las que concluimos que subyacen datos empíricos sobre la agenda pública (cuestiones de carácter sociotrópico, representan los problemas que más daño hacen al conjunto de la sociedad española) y la agenda personal (de signo egotrópico, que más afectan al encuestado).

Fig. 1: Agenda pública: principales problemas del país en opinión de la persona entrevistada. Agenda privada: problemas que más afectan a la persona entrevistada. Noviembre de 2011



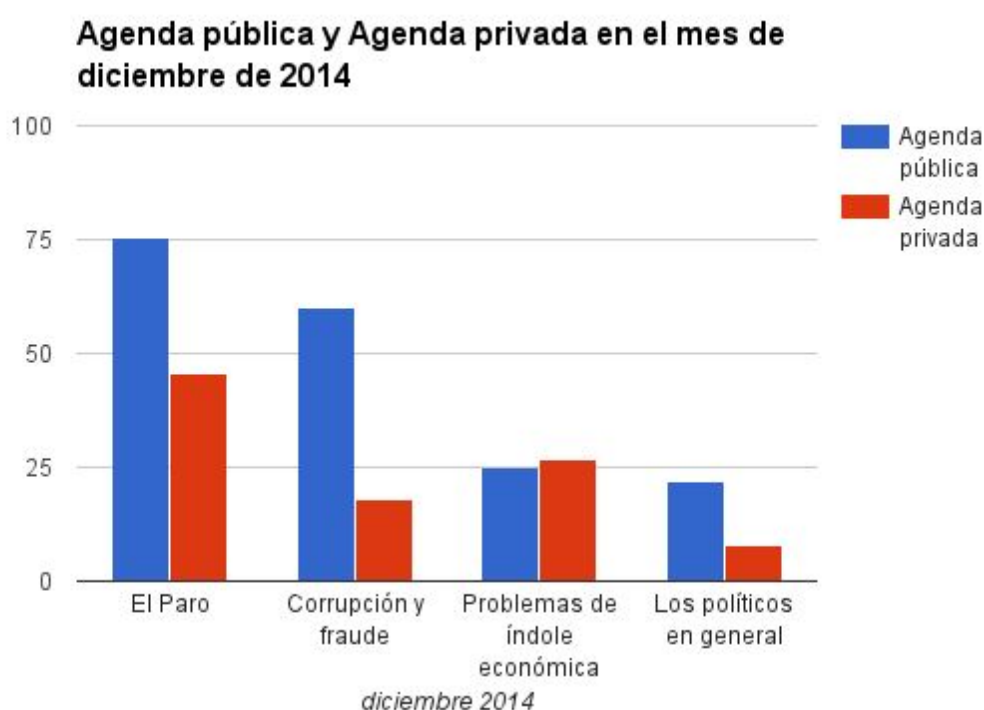
Fuente: CIS. Barómetro de noviembre de 2011. Elaboración propia.

El paro representa un problema estructural en el imaginario de los españoles, y desde que existen registros se sitúa en la primera de nuestras preocupaciones. Por ello, el objeto de nuestro estudio estriba en observar la evolución de la *corrupción y el fraude* y los *problemas de índole económica*. Tal y como muestra la Figura 1, la *corrupción y el fraude* se situaba, a noviembre de 2011, en una posición minoritaria y estable en la mente de los españoles. Mientras tanto, los *problemas de índole económica* son considerados como el segundo

problema más importante por casi el 50% de los españoles, superando los picos de anteriores ciclos económicos.

Tres años después del inicio de la legislatura del Partido Popular, los índices sobre *la corrupción y el fraude* y *los problemas de índole económica* se subvierten y, después de haber evolucionado siguiendo una pauta inversa, se sitúan de la siguiente manera:

Fig. 2: Agenda pública: principales problemas del país en opinión de la persona entrevistada. Agenda privada: problemas que más afectan a la persona entrevistada. Diciembre de 2014



Fuente: CIS. Barómetro de diciembre de 2014. Elaboración propia.

El seguimiento¹⁰ de los índices expuestos en los barómetros de los últimos cuatro años nos permite representar de manera visual la evolución cualitativa de la opinión pública española durante este período. El signo, como observamos, cambia si comparamos los dos gráficos: la preocupación por los problemas de índole económica desciende, y ese espacio en el imaginario colectivo español es sustituido por la *corrupción y el fraude*. En menos de tres años, la percepción negativa sobre la crisis se atenúa y las cuestiones relacionadas con la

¹⁰ Todos los datos han sido extraídos de los barómetros del CIS. Los datos de agenda pública se encuentran todos recogidos en http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Indicadores/documentos_html/TresProblemas.html, mientras que los datos cualitativos de los problemas que más afectan a cada español de manera individual se han extraído de los barómetros. La cifra que marcan las barras y las líneas de estos gráficos constituye el porcentaje de encuestados que situaron alguno de estos problemas entre los tres más importantes.

corrupción saltan a la primera línea de la opinión española de una manera nunca antes vista en los barómetros. Creemos que tiene lugar una relación, en clave económica, entre la corrupción y la atribución de responsabilidades, desde nuestro punto de vista errónea, injusta o poco acertada, a la clase política.

Este gráfico representa el pilar principal del presente trabajo, cuya última aspiración es dar explicación a los datos expuestos:

Fig. 3: Evolución de la agenda pública española durante los cuatro años y medio posteriores a las elecciones de 2011



Fuente: CIS. Barómetros de noviembre de 2011 hasta julio de 2016. Elaboración propia.

¿A qué se debe el auge exponencial de *La corrupción y el fraude*? Los contenidos publicados en los medios de comunicación nos pueden ofrecer pistas sobre las causas de la progresiva alarma ciudadana sobre los casos de corrupción.

Al mismo tiempo que aumentaba la preocupación por los problemas relacionados con los escándalos de fraude, la línea definida sobre los *problemas de índole económica* descendía paulatinamente. Los buenos datos cuantitativos sobre la marcha de la economía podrían estar detrás de este descenso y, sin duda, existen cifras que marcan una recuperación progresiva y objetiva. Sin embargo, se hace necesario observar la evolución de ambas líneas para apreciar si existe una relación inversa, lo cual no sería de extrañar, dado que la cobertura mediática difícilmente puede dar la misma importancia al desastre económico y a los casos de corrupción, que han asolado a la opinión pública pero que no se han traducido en voto de castigo, o ha tenido consecuencias limitadas para los partidos tradicionales, en las dos últimas convocatorias electorales.

Comenzaremos el desarrollo de este trabajo buscando la respuesta mediática a estos cambios en la opinión pública. Es capital observar las informaciones de los medios de comunicación para ver qué sucedió en cada uno de los picos que estudiamos en este último gráfico. El País y ABC serán los diarios que observaremos de manera predeterminada; sin embargo, se hace necesario hacer un seguimiento pormenorizado de una serie de contenidos televisivos y cinematográficos que destacaron la fuerte conexión entre economía y corrupción, haciendo mella en la opinión pública y convenciéndola, quizás en último término, de que los poderes financieros y políticos llevan años unidos por un nexo común: el fraude y la corrupción.

4.- Desarrollo

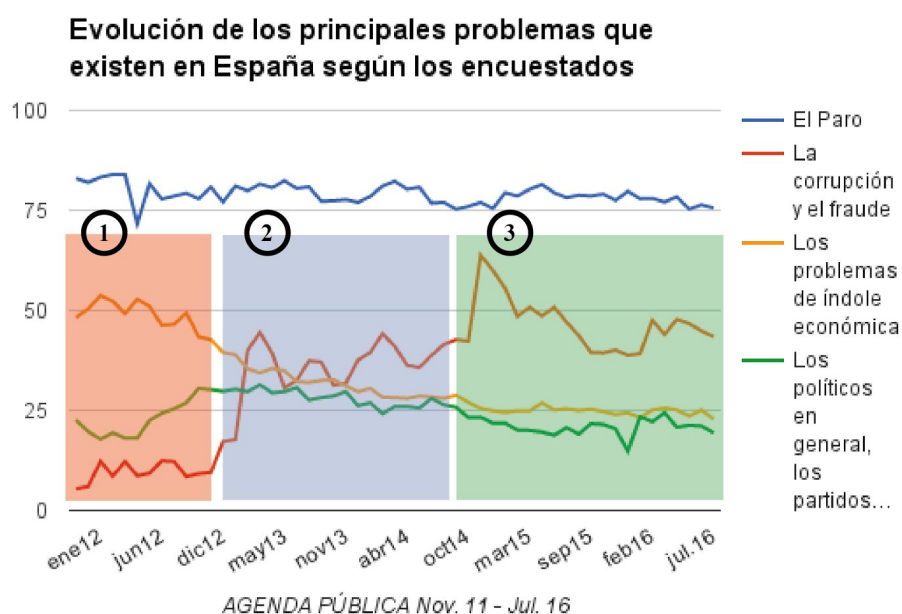
La cobertura mediática en el cambio de las opiniones

El pesimismo atroz con el que Walter Lippmann describió el fenómeno de la opinión pública (Lippmann, 1925: 64) no cabe en el análisis que vamos a pasar a desarrollar. Sin embargo, sí puede resultarnos útil, a la hora de dar luz a los cambios en la opinión de los ciudadanos en estos últimos años, una guía como la que dibujó este elitista autor en su obra *The Phantom Public*¹¹: el público como un ente tosco, que se alinea a favor o en contra de algunos asuntos cuando se siente capaz de reconocer quién es el héroe, y quién el villano, únicamente de los problemas de orden público que les afecten hasta tal punto que interrumpen su proceso de vida habitual.

Partimos de la certeza de que los medios de comunicación son, en determinadas ocasiones, los “pastores” que guían la opinión de algunas audiencias a través de los canales masivos de información. Y que está en su mano identificar las instituciones, los expertos o las fuentes de información adecuadas para convertirse en el nexo adecuado entre los hechos, la realidad, y el público.

¹¹ “En consecuencia, eximimos a la opinión pública de todo deber implícito de ocuparse de la sustancia de un problema, de realizar decisiones técnicas, de intentar hacer justicia o imponer un precepto moral. Y en su lugar decimos que el ideal de opinión pública es alinear a los hombres durante una crisis de tal manera que favorezca la acción de aquellos individuos que pueden enfrentarla.” (Lippmann, 1925: 64)

Fig. 4: Puntos de inflexión / análisis en el desarrollo de la agenda pública 2011-16



Fuente: CIS. Barómetros de noviembre de 2011 hasta julio de 2016. Elaboración propia.

Una vez definida la identidad esencial del público, pasamos a definir los distintos contextos mediáticos en los que su opinión convulsionó y cambió de signo.

Tal y como muestra la Figura 4, dividiremos esta evolución en tres fases con el objetivo de facilitar el análisis de las informaciones por períodos:

- 1.- Problemas económicos por encima de la corrupción y el fraude.
- 2.- Conflicto entre ambos temas. Descenso de los problemas económicos y auge de la corrupción y el fraude.
- 3.- Corrupción y fraude por encima de los problemas económicos.

Así, nos topamos con dos períodos divididos por una etapa de inflexión en la que el clima de opinión cambia de manera radical: los asuntos económicos comienzan un descenso sostenido por primera vez desde 2008, año en que comenzó la crisis, y ese descenso viene de la mano de un aumento convulsivo de la corrupción y el fraude como gran problema de España según los encuestados. Tanto *el paro*, como *los políticos en general, los partidos políticos y la economía*, quedarán excluidos¹² de nuestro análisis.

¹² Por dos razones: la primera, la falta de recursos para llevar a cabo un análisis minucioso de ambos indicadores. En segundo lugar, daremos por sentado que ambos problemas son cuestiones que permanecen estables en el clima de opinión. El paro es el primer problema de la nación, según los barómetros, desde que existen registros. La cuestión relacionada con los partidos políticos, aunque tiene un recorrido más oscilante y puede representar la causa directa de la apatía política o la falta de confianza en las instituciones democráticas, no cabe en detalle en un análisis en el que proponemos el

1. Noviembre 2011 - noviembre de 2012: la economía como prioridad

“Por primera vez desde hace una década la primera preocupación de la sociedad española coincide con el punto tradicionalmente fuerte del PP: la economía. (...) El propósito de Rajoy es que sea la economía la que marque la agenda política.” (Eduardo Michavila 2014: 52)

Tal y como hemos señalado con anterioridad, la primera legislatura del PP con Mariano Rajoy a la cabeza (2011 - 2015) comenzó con una prioridad fundamental: la economía.

El clima mediático a noviembre de 2011 ha sido calificado de conflictivo o abiertamente beligerante por diversos estudios, que confirmaron de manera empírica la posición de los medios de comunicación como actores políticos durante la anterior legislatura, bloqueadores de las medidas a tomar por el ejecutivo socialista ante la crisis y, en definitiva, creadores de agenda política en tiempos convulsos (Chavero, González, Bouza, Castromil, Rodríguez, 2013: 15).

En este período daremos por acreditada la conveniencia para el PP de una mala racha económica, tal y como se demostró en el resultado de las elecciones del 20-N y fue, por otro lado, anticipado durante una campaña en la que tanto las encuestas como las distintas élites económicas e intelectuales¹³ daban por claro ganador a Mariano Rajoy, al cual consideraban el salvador definitivo de la crisis:

“La crisis aplasta la campaña del 20-N. La peor cuota de paro registrado marca el final de la legislatura y el arranque de la carrera electoral” El País, 4 de noviembre de 2011; *“Rajoy exhibirá el desempleo ante un Rubalcaba forzado a arriesgar. El PSOE tiene un solo disparo; al PP le basta mostrar moderación”* El País, 7 de noviembre de 2011; *“El debate televisivo de hoy confronta dos maneras de intentar salir de la crisis: la austeridad de Rajoy, frente a más de lo mismo”* ABC, 7 de noviembre de 2011.

Estas líneas se vieron en las portadas de los diarios El País y ABC en el período de precampaña de las elecciones generales de 2011. El clima mediático estaba claramente influenciado por el tremendismo de la crisis, y la población veía cómo la economía entraba en la segunda recesión¹⁴.

estudio de un cambio drástico relacionado con otros dos asuntos —la economía y la corrupción— que, si bien pueden parecer distintos, tienen fuertes puntos comunes con la política.

¹³ Mario Vargas Llosa fue abiertamente partidario de un gobierno del Partido Popular. Aunque no deje de extrañar, resulta un ejemplo de la conversión del intelectual en actor político un artículo publicado en El País titulado “Una rosa para Rosa”, publicado el 5 de Noviembre de 2011, en el cual si bien anuncia que su voto irá dirigido a UPyD, celebra que el ganador de las próximas elecciones, con gran mayoría, será Mariano Rajoy.

¹⁴ “Guindos anuncia que la economía española caerá en recesión en 2012”. El País, 27 de diciembre de 2011.

Es valioso rescatar, a este respecto, el término negativismo mediático (Castromil, 2012). Titulares como “Rubalcaba triplica sus mítines en un esfuerzo final contra la debacle”, situado en la portada estratégicamente bajo una foto de Mariano Rajoy “botando” cuyo subtítulo reza: “Rajoy salta por la victoria: “Creo que vamos a ganar las elecciones”¹⁵, revelan no sólo el partidismo mediático de un periódico tradicionalmente considerado de centro-izquierda, sino un ataque al adversario con una finalidad clara en plena campaña electoral.

Si bien, como hemos comentado antes, estas portadas se mostraban concededoras de la próxima victoria de Rajoy, resulta curioso que aun habiendo escogido dos medios opuestos ideológicamente, ambos seguirán una línea partidaria a la victoria del Partido Popular. La economía vuelve a situarse entre las razones de esta línea editorial, que puede resultar contraintuitiva. El Partido Popular había sido capaz de situarse, a través de una estrategia de comunicación interna y localizada en sus muchos líderes regionales (Michavila, 2014: 47-58), en un espectro en el que quedaron como panacea única ante la crisis, tal y como explica Michavila: *“El propósito de Rajoy es que sea la economía la que marque la agenda política. (...) De esta manera, el pilar de su estrategia es lograr un mayor acercamiento a la opinión pública, por encima de la opinión publicada en los medios de comunicación, basado en explicar pedagógicamente lo que los ciudadanos están viendo en primera persona: que las políticas del partido en el gobierno no están funcionando.”* (Íbid, pg. 51)

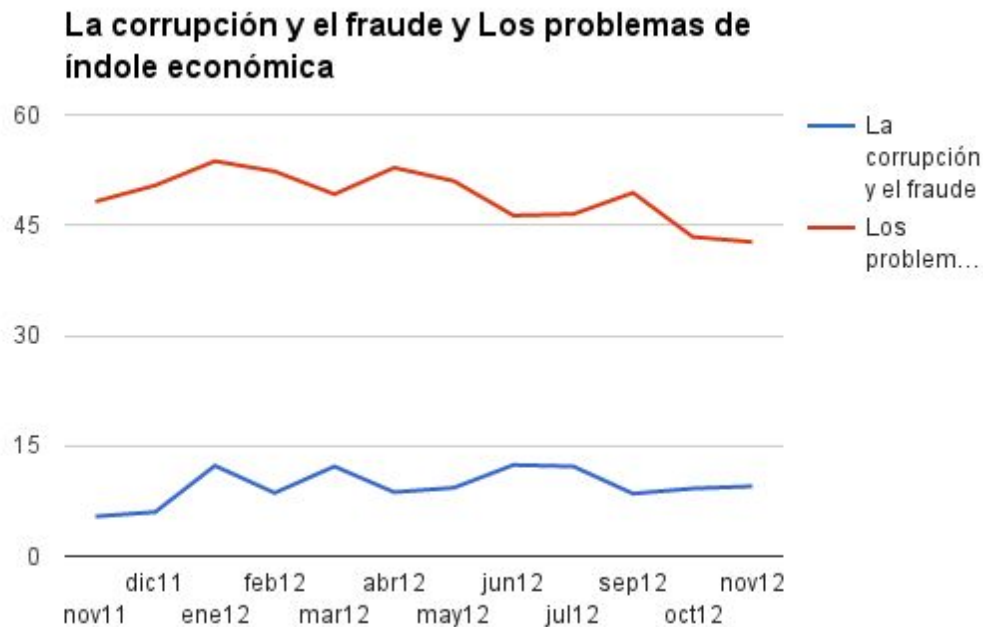
Todos los medios de prensa escrita llenaban sus portadas de titulares sobre los estragos de la crisis mientras que los casos de corrupción aparecían a cuentagotas en las columnas laterales o las páginas interiores. El tema *la corrupción y el fraude* todavía no alcanzaba los 10 puntos porcentuales, según los termómetros del CIS, y sin embargo estas piezas breves sobre la Gürtel y Bankia¹⁶ ya vaticinaban la explosión de una serie de escándalos de corrupción cuyo efecto en la opinión pública sería de magnitudes nunca vistas. Así pues, El País destaca en una pequeña columna de su portada del día 9 de noviembre el pago de 15 millones de euros del entonces presidente del PP en la Generalidad valenciana, Francisco Camps, al arquitecto Santiago Calatrava por unos rascacielos que nunca llegaron a construirse¹⁷. El fiscal, apuntan en el texto, archivó la denuncia porque no existe “la figura delictiva del derroche de dinero público por parte de los gestores”. La percepción del público sobre los problemas de España estaba claramente más cercana a los efectos de la crisis que a los de la corrupción política, tal y como muestra el gráfico de la evolución de los dos problemas que analizamos en este estudio:

¹⁵ El País, 14 de noviembre de 2011

¹⁶ La trama Gürtel comienza con una denuncia de la Fiscalía Anticorrupción ante la Audiencia Nacional en 2009, revelando una red de corrupción vinculada al PP en las ciudades de Madrid y Valencia. Contextualmente, la referencia a Bankia se debe al uso de dinero público para sanear el banco, que en 2011 aún no había iniciado la investigación interna que desvelaría los verdaderos excesos cometidos en la cúpula directiva de la entidad.

¹⁷ “Camps pagó 15 millones de euros a Calatrava por un proyecto que nunca se hará” El País, 9 Nov. 2011

Fig. 5: Agenda pública de noviembre de 2011 a noviembre de 2012.



Fuente: CIS. Barómetros de noviembre de 2011 a noviembre de 2012. Elaboración propia.

El día de las elecciones generales del 20 de noviembre de 2011, los principales diarios generalistas destacaron en sus portadas la imagen de Mariano Rajoy, ya sea de manera gráfica, como ABC¹⁸, o simbólica, a través de los titulares¹⁹ sobre una crisis de la cual el líder popular había conseguido asentarse como solucionador indiscutible en el imaginario de la opinión pública española.

Los días posteriores a las elecciones generales los medios de comunicación seguirán haciendo hincapié en las fallas en nuestro sistema económico. El tono catastrofista²⁰ allanaría el camino al Partido Popular para ejecutar todas las medidas de austeridad que exige Europa.

Resulta fundamental destacar la presencia constante de las autoridades europeas en las portadas de los diarios que hemos seleccionado. Junto con la campaña electoral y la alarma sobre la economía doméstica, la intencionalidad mediática con fines políticos también se deja

¹⁸ Ver portada de ABC del domingo 20 de Noviembre. El titular “20-N: España se juega su futuro” aparece acompañado de una foto de Mariano Rajoy paseando junto a su esposa en la jornada de reflexión. Debajo de la figura del candidato, se sitúa el título del editorial de Bieito Rubido: “Lo que quiere España”.

¹⁹ “España decide el gobierno que afrontará el vendaval de la crisis”. El País, 20 Nov. 2011

²⁰ “La destrucción de empleo pone a la seguridad social al borde del déficit. El paro marca un récord en noviembre con 111.782 afiliados menos. Los mercados cierran su mejor semana de los últimos tres años”. Portada de El País, 3 de diciembre de 2011. La mención a la mejoría de los mercados viene determinada, tal y como apuntan en el artículo, por la confianza de los inversores “en que las autoridades europeas empiecen a dar pasos para hacer frente a la crisis”.

ver de en una de cada dos portadas del diario El País. Ejemplo de ello es el ensañamiento con que los medios condenaron la tentativa de referéndum que convocó el socialdemócrata griego Andreas Papandreu²¹, que motivó su retirada de la presidencia en apenas una semana. Las pugnas políticas en el seno de la unión, a causa de los recortes que exigían las autoridades económicas, quedan plasmadas en titulares de impacto como “Merkel: “Europa sufre su peor etapa desde la II Guerra Mundial” (15 de noviembre de 2011). Esta línea continuará presente en las portadas de ambos diarios. La imagen de la canciller alemana con el semblante asolado por la preocupación ante los desafíos de los países de la periferia europea es un recurso empleado con frecuencia²².

2. Diciembre de 2012 - octubre de 2014: La corrupción irrumpe en el clima de opinión español.

El 28 de diciembre de 2012, el diario El País abría su edición escrita con una gran foto del Rey junto con el presidente del congreso y la reina Sofía. Titulaba: “Las Cortes arropan al Rey en plena polémica por el ‘caso Urdangarín’”. El tradicional discurso navideño de Juan Carlos I estuvo marcado por el escándalo de corrupción en el que se vio sumido su yerno desde hacía algunos meses.

La imagen de la Casa Real se encontraba profundamente deteriorada²³ después de varios acontecimientos que causaron un gran revuelo mediático. A la investigación del Caso Nóos se sumaría la implicación de Don Juan Carlos en una caza de elefantes en Botsuana²⁴, de la que volvió con la cadera rota. Este y otros hechos, unidos a la fuerte crisis económica, desembocarían en la abdicación de Juan Carlos, el 19 de junio de 2014, en su hijo Felipe VI y marcarían la tónica general de la etapa que analizamos a continuación.

El salto a las portadas de los distintos casos de corrupción no sucedería hasta bien pasada la tormenta electoral. Las informaciones de la anterior etapa no son sino la culminación de otra más larga, analizada por Irene Palacios, “en la que los ciudadanos vieron reducida en los medios la cantidad de noticias sobre escándalos urbanísticos en detrimento de la información sobre la crisis económica” (Palacios, 2016: 40).

Sin embargo, la portada del ABC del 13 de marzo de 2012 da señales de cómo sería la agenda mediática en los próximos meses. Una fotografía célebre²⁵ de Jean Claude Juncker bromeando con de Guindos, rodeando su cuello con las manos como si le estrangulara,

²¹ “Papandreu cede para evitar la quiebra y retira el referéndum”, ABC, 4 Nov. 2011.

²² El País, 3 de diciembre de 2011, ABC, 25 de noviembre de 2011, ABC, 4 de diciembre de 2011

²³ El CIS reflejó este descontento en su barómetro de abril de 2014, en el cual los encuestados situaron a la Monarquía en el sexto puesto en el ranking valorativo de las instituciones con una nota de 3,72.

²⁴ “El Rey es operado tras romperse la cadera en un viaje de caza en Botsuana”. Portada de El País, 15 de abril de 2012. Los días posteriores los periódicos abrirán sus ediciones con referencias a este hecho: “Cargos de casi todos los partidos reclaman al rey que se disculpe” El País, 17 abr. 2012; “La Zarzuela asegura que informó a Rajoy del viaje del Rey a Botsuana” El País, 16 abr. 2012, etc.

²⁵ ABC, 13 de marzo de 2012.

comparte tapa con un titular que daría comienzo a una suerte de guerra mediática de la corrupción, de cuyo ojo pocos políticos escaparían: “Millones a capricho en Andalucía”.

Mientras las noticias sobre los ajustes económicos, las advertencias europeas y los recortes permanecen en las portadas de los grandes medios, cada uno de ellos hará uso de su línea editorial para atacar al adversario político con los casos de corrupción. Así, la línea de centro-derecha, como ABC, esgrimirá con frecuencia el caso de los ERE de Andalucía y los falsos cursos de formación. El diario conservador utilizó estas informaciones con especial virulencia²⁶ en los días previos de las elecciones andaluzas, que tendrían lugar el día 25 de marzo.

Mientras tanto, El País cargará contra el Gobierno enfatizando en los efectos de los recortes y las numerosas movilizaciones sociales que tendrán lugar a consecuencia. Una serie de reportajes sobre la llamada “generación perdida”, titulada *#nimileuristas*, serán publicados desde el mes de marzo de 2012 para denunciar la situación en la que se encuentran numerosos jóvenes a consecuencia de la crisis.

Otro caso muy sonado en esta etapa, y que es recordado con frecuencia por los principales diarios, es el que implica a Dominique Strauss Kahn²⁷, exdirector del Fondo Monetario Internacional (FMI), en un escándalo de proxenetismo.

Pero en la esfera de los grandes escándalos económicos se sitúa el caso Bankia, cuyo rescate por parte del Gobierno superó todas las expectativas²⁸. La nueva directiva que sustituyó a Rodrigo Rato solicitó al Gobierno un rescate público de 19.000 millones de euros. Las noticias del saneamiento con fondos públicos de los bancos españoles compartirían portadas con los nuevos anuncios de recortes y despidos de empleados públicos por parte de la administración. La sombra del rescate por parte de las instituciones europeas se cernía sobre la opinión pública.

El 14 de noviembre el ejecutivo enfrenta la segunda huelga general en menos de un año²⁹. Las protestas de estudiantes de secundaria³⁰ se suceden por la educación pública, así como otras muchas manifestaciones de colectivos profesionales que abogan por no ceder espacio ante la voracidad privatizadora y austericida del Gobierno en el sector público.

²⁶ Las portadas de ABC de los días 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21, 22 y 24 de marzo de 2012 harán todas ellas referencia al caso de los ERE andaluces.

²⁷ “Strauss-Kahn, imputado por proxenetismo en el ‘caso Carlton’”. El País, 27 de marzo de 2012.

²⁸ “El rescate de Bankia desborda toda previsión. El banco nacionalizado recibirá la mayor ayuda financiera de la historia de España. Los consejeros dimiten tras pedir 19.000 millones adicionales.” El País, 26 de mayo de 2012.

²⁹ “Rajoy afronta su segunda huelga entre un malestar social creciente”. El País, 14 de noviembre de 2012.

³⁰ “Miles de alumnos de secundaria protestan contra los recortes”, El País, 18 de octubre de 2012.

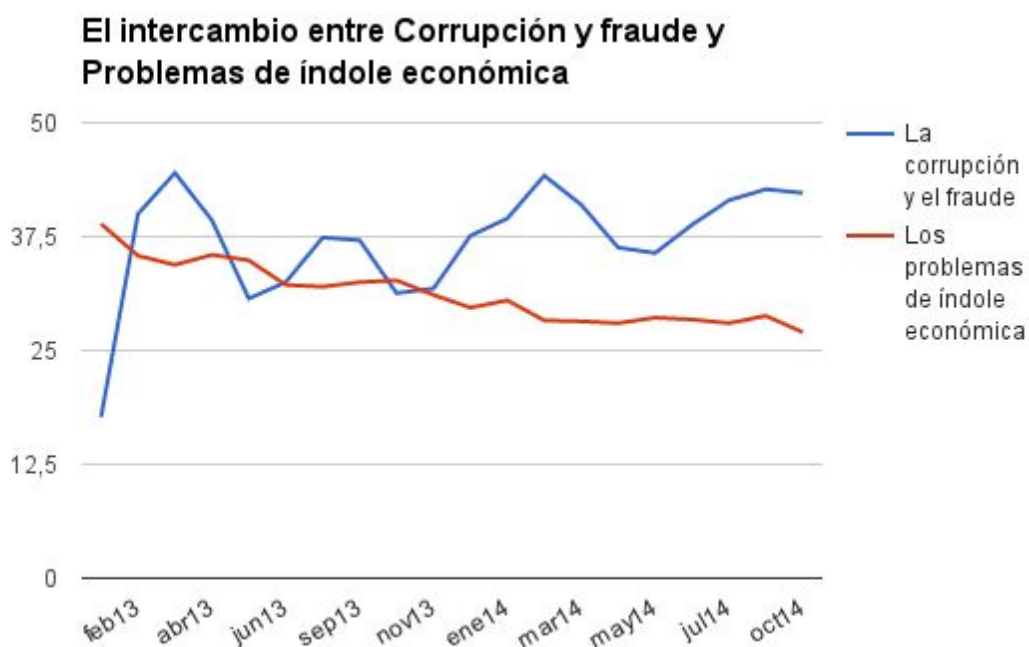
El auge de la corrupción y el fraude en los barómetros del CIS

El cambio de signo en la opinión pública comienza de manera abrupta el día 31 de enero de 2013. Aquel día, El País publica los llamados “papeles de Bárcenas”³¹, un escándalo que salpicó a la cúpula directiva del PP e indignó a una ciudadanía que llevaba años alarmada por la crisis y los recortes. La publicación de los papeles, cuya autenticidad sigue a día de hoy sin confirmar, constituyó una fuente de frustración extra en la opinión pública. El diario El Mundo ya había destapado el caso el 18 de enero³².

Este acontecimiento coincide con la tormenta igualmente tumultuosa de la investigación del Caso Nóos, que mancha a la Familia Real y es cubierto aquel día en la portada del diario ABC³³.

El escándalo de corrupción que afectó al partido en el gobierno hace cambiar de manera abrupta el signo sobre los principales problemas de España según los encuestados en los siguientes barómetros del CIS, tal y como muestra el siguiente gráfico:

Fig. 6: Cambio de signo *Problemas de índole económica / Corrupción y fraude* (agenda pública de diciembre de 2012 a octubre de 2014)



Fuente: CIS. Barómetros de diciembre de 2012 a octubre de 2014. Elaboración propia.

³¹ “Los papeles secretos de Bárcenas. Figuran numerosas donaciones de constructores, entre ellos tres imputados en Gürtel. Cospedal, Rato, Mayor, Arenas, Acebes y Cascos niegan haber recibido los pagos. Las anotaciones reflejan entregas a Rajoy de 25.200 euros anuales durante 11 años”. El País, 31 de enero de 2013.

³² “Bárcenas pagó sobresueldos en negro durante años a parte de la cúpula del PP” El Mundo, 18 de enero de 2012.

³³ “Urdangarín y su socio tienen 5 días para depositar 8,1 millones de fianza” 31 de enero de 2013.

La corrupción y el fraude pasa así de ser un indicador estable, sostenido en los diez puntos porcentuales a lo largo de toda la crisis, a convertirse en el segundo problema más importante para los españoles, sólo por debajo del paro y superando por primera vez a *Los problemas de índole económica*.

Los casos de corrupción legislativa pasan de ser un problema minoritario para los españoles a ser percibidos como algo endémico. Los días sucesivos, los principales diarios darán presencia y continuidad a este caso en sus portadas. Las informaciones sobre la crisis económica serán sustituidas de la noche a la mañana por una pugna mediática sobre los casos de corrupción.

El tratamiento de este caso por parte de los dos medios de comunicación que analizamos será, así, antagónico. La actitud del diario ABC será mayoritariamente de defensa activa del Partido Popular, mientras que El País expresará hasta la saciedad el revuelo informativo levantado por la exclusiva de los papeles y se hará eco de cada detalle de la investigación.

Un seguimiento detallado de las portadas del mes de febrero de 2013 evidencia un juego mediático a favor o en contra del gobierno del PP.

De los quince días siguientes al destape de los supuestos papeles de Bárcenas, El País invirtió 13 portadas en el caso. ABC le dedicó 10, aunque sólo una de ellas se mostró crítica con el Partido Popular. Así, titulares como “Acoso antidemocrático a la sede del PP” (2 de febrero), “Un documento que indica que no hay caja B” (3 de febrero), “El PP inicia acciones legales contra los que lanzan bulos” (5 de febrero) y el rescate, de manera defensiva, del escándalo de los ERE andaluces son ejemplos del sesgo informativo con el que el diario conservador trató la información.

El último gran pico que observamos en esta etapa intermedia se corresponde con el caso Nóos, y coincide con la declaración de la Infanta Cristina ante los juzgados de Palma³⁴ el día 8 de febrero de 2014. Sería la primera vez que un miembro de la familia real asiste a un juicio como imputado por delitos de evasión fiscal y blanqueo de capitales.

3. Octubre de 2014 - julio de 2016: La corrupción en el centro de la Opinión Pública

La última etapa culmina la trayectoria de la percepción de *la corrupción y el fraude* como principal problema de España después del paro. El indicador se consolida por encima de *los problemas de índole económica* y supera la barrera de los 60 puntos porcentuales, corroborando el hecho de que, por primera vez en los barómetros, más de la mitad de los españoles sitúan *la corrupción y el fraude* entre los tres problemas más importantes de

³⁴ El País y ABC, domingo 9 de febrero de 2014.

España. Una vez más, la presión mediática ante el último gran escándalo de corrupción, las tarjetas ‘black’, moldea a la opinión pública y se sitúa detrás del pico histórico (63%) de la Figura 3:

Fig. 7: Agenda pública en España durante el último año y medio de legislatura popular (octubre 2014-julio de 2016)



El escándalo de las tarjetas ‘black’

El caso de las ‘tarjetas ‘black’ estalló en octubre de 2014, abre la última etapa que analizamos y estabiliza a *la corrupción y el fraude* como uno de los núcleos de las preocupaciones de los españoles, según los barómetros del CIS.

Estas informaciones mermaron todavía más la confianza de los ciudadanos en el partido en el Gobierno, ya que fue Rodrigo Rato, antiguo ministro de Economía, director gerente del FMI, director de Bankia y hasta entonces miembro del Partido Popular³⁵, el encargado de suministrar dichas tarjetas a la cúpula directiva de un banco que más tarde tuvo que ser rescatado con dinero público.

El escándalo destacó una vez más los excesos del sistema bancario, recordó a la opinión pública el fuerte vínculo entre corrupción y grandes finanzas y evidenció que estos excesos no sólo tienen lugar en el seno del sector privado, sino que el sector público también es susceptible de verse afectado por una serie de individuos que actuaron con irresponsabilidad y que fueron, en origen, uno de los causantes de la crisis.

Otra de las consecuencias en el contexto social y en el seno del imaginario de la opinión pública española es la puesta en duda de aquella idiosincrasia, generalmente aceptada en el marco discursivo del inicio de la crisis, de que “hemos vivido por encima de nuestras

³⁵ “Rato pide la baja en el PP para defender su inocencia”. El País, 21 de octubre de 2014.

posibilidades”. El discurso “culpabilizador” apremiaba a cada ciudadano a situarse en el lugar que le correspondía y a abnegar el estilo de vida hedonista previo al estallido de las recesiones económicas (Alonso, Fernández Rodríguez e Ibáñez Rojo, 2016: 25).

Así pues, al inicio de este estudio, el lenguaje que transmitían los *mass media*, y muy utilizado por el partido que ganó las elecciones en 2011, albergaba una fuerte carga culpabilizadora que condenaría a los españoles a ‘purgarse’ durante más de cuatro años para ganarse el derecho a ser europeos. Un seguimiento de las narraciones de estos cuatro años evidencian que el discurso de “hemos vivido por encima de nuestras posibilidades”, amplificado notablemente por los medios de comunicación y muy calado en el discurso de algunos sectores de la sociedad, acabó convirtiéndose en “son ellos los que han vivido por encima de sus posibilidades” (Ídem: 33).

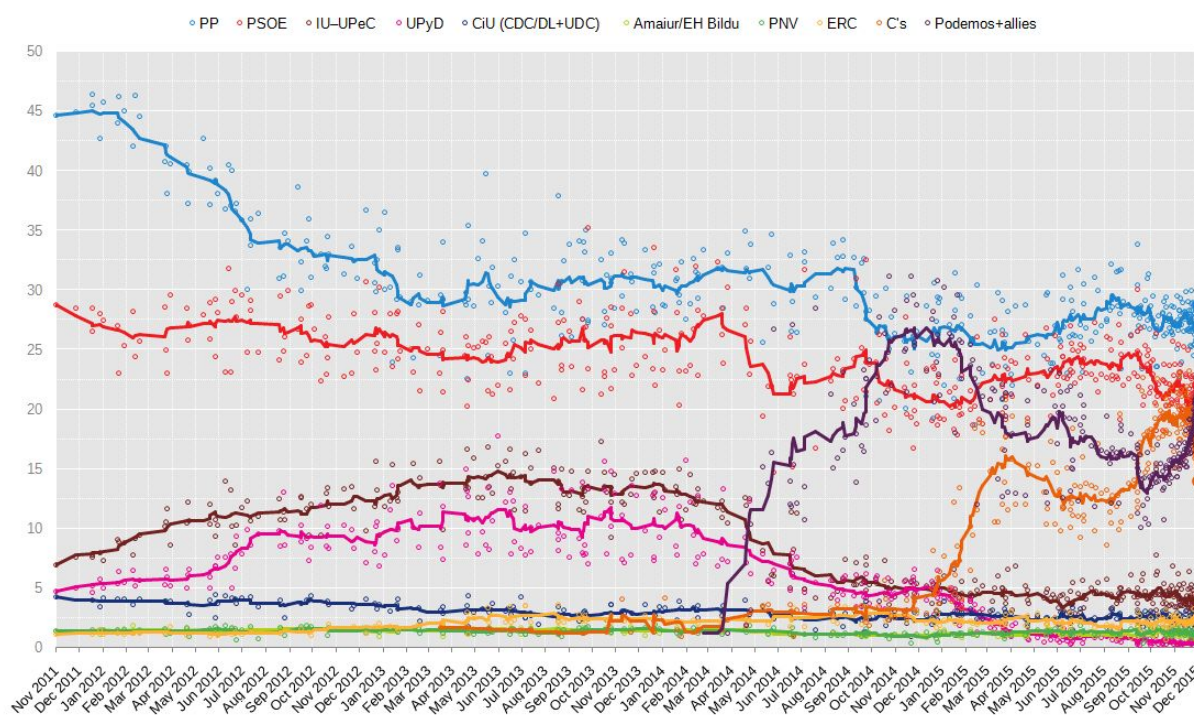
La gran repercusión de la información sobre las tarjetas ‘black’, que fue tratada fundamentalmente por eldiario.es y por La Sexta, no lo fue tanto para El País y el ABC, que ocuparon las portadas con otros casos de corrupción derivados de la ‘caja B’ de Bárcenas y los ERE de Andalucía, respectivamente. Esta información coincidió, asimismo, con la crisis del ébola³⁶.

Podemos irrumpe en el panorama político nacional

En este contexto de cambio estructural en el indicador de agenda pública, nace Podemos. Desde su creación, en marzo de 2014, la nueva formación se abre paso a gran velocidad, y llega al primer puesto en intención de voto en los sondeos a finales de ese mismo año. El siguiente gráfico muestra la evolución de estos sondeos desde noviembre de 2011 hasta diciembre de 2015.

³⁶ En 2014 tuvo lugar una epidemia de ébola, que tuvo su origen en varias regiones de África oriental y acarreó numerosas repercusiones políticas y mediáticas en España.

Fig. 8. Gráfico de sondeos sobre intención de voto³⁷



Puede apreciarse una coincidencia, a partir del mes de creación del partido político, entre el auge de *la corrupción y el fraude* en la agenda pública, que llega a un máximo histórico de 63,8 puntos porcentuales, y el rápido ascenso de Podemos en intención de voto³⁸. Esto demuestra que el partido morado supo capitalizar desde el principio el descontento de la ciudadanía³⁹ y atraer la atención tanto de ‘los indignados’⁴⁰, un colectivo hasta entonces poco definido que no había sabido traducir sus frustraciones en una respuesta política parlamentaria, como de abstencionistas y votantes descontentos.

Así pues, y observando esta coincidencia, podemos concluir que, del mismo modo que hacía tres años el PP se vio claramente beneficiado del contexto preelectoral de alarma y parálisis social generado por la crisis económica, la trayectoria de la nueva formación se vio

³⁷ Morado, Podemos; Azul, PP; Rojo, PSOE; Magenta, UPyD; Granate, IU; Naranja, C's. Gráfico creado por Impru20 para Wikipedia. CC BY-SA 4.0. *Evolution of voting estimations in Spanish opinion polling since the 20 November 2011 general election and during the run up to the 20 December 2015 general election. Points represent results of individual polls. Trend lines represent exponentially weighted moving averages.*

³⁸ Ver Figura 3. La trayectoria descrita por la línea que marca la preocupación por la corrupción es muy similar a la intención de voto de Podemos. El pico histórico en la línea de *corrupción y fraude* de noviembre de 2014 coincide, tanto en el ascenso como en el rebote posterior, con la línea de la formación morada en los sondeos.

³⁹ El entonces responsable de campaña de Podemos, Íñigo Errejón, dibujó con detalle el propósito de Podemos en “¿Qué es ‘Podemos’?”, un artículo que fue publicado en *Le Monde Diplomatique* (Nº 225, Julio 2014).

⁴⁰ ¿Adónde va el voto indignado? *El Mundo*, 14-11-2011

rápidamente impulsada en los sondeos a consecuencia de una agenda mediática cuyo tema central era, en la primavera de 2014, la corrupción.

Fig. 3: Evolución de la agenda pública española durante los cuatro años y medio posteriores a las elecciones de 2011



De hecho, y observando de nuevo la Figura 3, el primer aumento en el porcentaje de españoles alarmados por la corrupción y el fraude parece beneficiar a Izquierda Unida y UPyD durante la segunda etapa de nuestro análisis. El posterior nacimiento de Podemos parece desmovilizar rápidamente a estos sectores del electorado. La incapacidad de UPyD de dar una respuesta contundente tanto a esta nueva crisis de corrupción como a los envites de la formación de Pablo Iglesias, alejará al partido magenta de sus votantes y precipitará su salida de las cámaras en las siguientes convocatorias electorales.

Siendo la izquierda ideológica, dentro de la moderación, las posiciones en las que se sitúa mayoritariamente la población española (Michavila, 2014: 49), no es de extrañar que un nuevo partido capaz de canalizar el descontento y hacer uso de un lenguaje sin tapujos fuera también el único en despertar el interés de una mayoría del electorado a un año del fin de legislatura.

Aunque no es el objeto de este trabajo discernir las causas del rebote de un partido que estaba llamado a canalizar el descontento del electorado, primero; y de atraer a la opinión pública, segundo; cabe preguntarse las razones por las que esta formación acabó desencantando al electorado o desmovilizando su intención de voto.

El papel de los medios de comunicación

Un análisis valorativo sobre el papel de los medios de comunicación durante esta última legislatura resulta imprescindible para comprender, en este Trabajo de Fin de Grado, el fenómeno acaecido durante lo que han sido mis últimos cinco años de formación como periodista.

Más allá de los dos diarios observados, especialmente escogidos para recalcar el carácter antagónico y polarizado de los grandes medios impresos, es necesario hacer un comentario sobre los cambios globales en el panorama mediático que han tenido lugar durante el proceso de transición que hemos analizado.

El contenido político en la industria cinematográfica internacional y la televisión española

“En El Intermedio, en 2006 hacíamos un 6 por ciento de audiencia contando chistes de Falette. Cuando nos pusimos a hablar de política, subimos a un 12 por ciento. Pasamos a audiencias de 2,5 millones. En La Sexta, los programas más exitosos son Al Rojo Vivo, el informativo, Más vale tarde, El Intermedio y La Sexta Noche.”
Entrevista⁴¹ a Fernando González González en Negratinta, 1 de julio de 2016.

Abrimos este apartado valorativo desde la convicción de que los cambios estructurales de carácter orgánico suelen llegar con un cierto retardo a nuestra sociedad, algunos de cuyos sectores más conservadores son poco abiertos a las novedades y se encuentran arraigados en la costumbre y el conformismo político. Reiteradas pruebas de ello se han dejado ver en las sucesivas convocatorias electorales de diciembre de 2015 y julio de 2016, en las que las novedades en el sistema de partidos no se han traducido en un cambio claro de signo político.

A nivel valorativo, desde Estados Unidos ya se llevaba advirtiendo de que las verdaderas causas de la crisis económica se encontraban sentadas en los asientos directivos de los grandes bancos, multinacionales y gobiernos. En 2010, la película *Inside Job* (Charles Ferguson, 2010) ganó el *Oscar* al mejor documental. El largometraje alertaba de la espiral de excesos en la que se sumergieron bancos, empresas y gobiernos de todo el mundo y que acabaron motivando el estallido de la crisis global.

Del mismo modo, otros productos cinematográficos trataron, con un estilo didáctico, las causas de la crisis económica desde planteamientos bien distintos a los que aquí se presentaron a través de los *mass media*. Los más recientes ejemplos de ello, pues la filmografía producida puede ser inabarcable, son *La Gran Apuesta* (Adam McKay, 2016) o

⁴¹ Negratinta, 1 de julio de 2016

<http://negratinta.com/desde-nino-me-gusta-ser-el-que-pregunta-no-el-que-responde-tengo-mas-cosas-por-saber-que-por-contar/>

El Lobo de Wall Street (Martin Scorsese, 2013). Propuestas, estas, que llegaron del otro lado del Atlántico y que no llegaron a tener una respuesta o aceptación en nuestros medios televisados hasta bien entrado el año 2012, momento en que aparecieron espacios que cogieron el relevo de films como el anteriormente mencionado *Inside Job*⁴².

La cita que abre estos párrafos está extraída de una conversación con *Gonzo*, un célebre reportero caracterizado por un estilo que pretende incomodar tanto al entrevistado como al espectador. Al preguntarle sobre el cambio de temática que ha seguido el espacio en el que trabaja, *El Intermedio*, y otros, como *Salvados*, que pasaron de elaborar contenidos satíricos a abordar cuestiones políticas desde la primera línea mediática, González nos recordó la buena acogida que tuvieron, por parte de la audiencia, este tipo de contenidos.

La aceptación de estos espacios televisivos delata el período de descontento social que caracterizó al clima preelectoral de 2011, marcado por la acampada del 15M de aquel mismo año y que hasta 2012 no llegó a materializarse en forma de contenidos televisivos en los *mass media*⁴³ que dieran respuesta a la incipiente crisis de corrupción⁴⁴. El gran éxito de estos formatos, con marca desencantada y fuerte carga ideológica, hizo que la gran mayoría de los programas de esta cadena adoptaran el mismo carácter ‘indignado’ que acabaría abriendo las puertas a nuevas exigencias por parte de la opinión pública.

Una vez más, nos encontramos frente a un papel movilizador de los medios de comunicación, que, despertando el interés de las audiencias, “*movilizan a la opinión pública alineando a los hombres durante una crisis de tal manera que favorezcan la acción de aquellos individuos que pueden enfrentarla.*” (Lippmann, 2925: 62)

El éxito de audiencias en los contenidos políticos, de fuerte carga ideológica como ya hemos dicho, y la presencia del movimiento indignado en las redes y en algunos debates televisados, propicia la aparición de contenidos con un tono similar en otras cadenas.

⁴² El capítulo de *Salvados* “Bancos, del crédito al descrédito”, emitido el 6 de mayo de 2012, hace un seguimiento de cómo se vivió la crisis en Islandia. Dos años antes, la película *Inside Job* le dio una importancia central al caso de la privatización de la banca islandesa.

⁴³ El estudio “*El movimiento 15-m en los medios y en las redes. Un análisis de sus estrategias comunicativas*” demuestra que el fenómeno de la *des-intermediación*, por el cual los ‘indignados’ trataron de sacar a los grandes medios de prensa escrita de la ecuación comunicativa mediante el uso de Internet y las redes sociales, tuvo mucho que ver con la poca representación del movimiento en el medio televisivo hasta bien entrado el año 2012 (José Manuel Robles, Antón R. Castromil, Arturo Rodríguez y Mildred Cruz, 2015: 38-62)

⁴⁴ Los datos de audiencia por temporadas de *Salvados*, que sería el primer espacio que capitalizaría el desarraigo de la opinión pública con la situación económica y política, arrojan cierta luz sobre esta buena acogida. La quinta temporada, en septiembre de 2011, entraría de lleno por primera vez en cuestiones de carácter social. La progresión de las audiencias desde el inicio hasta el fin de esta temporada sigue una línea que va desde el 5% de share hasta el 11% en los últimos espacios, en los que se hablaba del rescate y la crisis bancaria.

Por otro lado, es necesario aclarar que esta clase de contenidos televisivos supieron dar cabida, muchas veces por razones de audiencia, a los que en el futuro formarían parte de la cúpula de la formación política Podemos y que procedían de medios minoritarios. Tal y como explica Pablo Iglesias⁴⁵, fueron sus intervenciones en Intereconomía TV las que permitieron, en origen, dar voz a una izquierda que acabaría traduciéndose en un partido que, a día de hoy, pugna por entrar en las instituciones.

Un fenómeno similar sucedió con la actual alcaldesa de Barcelona, Ada Colau. Su labor como activista y líder de la Plataforma Antidesahucios le concedió muchos minutos en la televisión, con la consecuente proyección mediática y creación de significados simbólicos en torno a su figura. La presencia mediática y la consiguiente difusión de un discurso directo capaz de atraer a una ciudadanía descontenta con las instituciones constituye uno de los pilares básicos⁴⁶ del éxito político de estas nuevas fuerzas políticas.

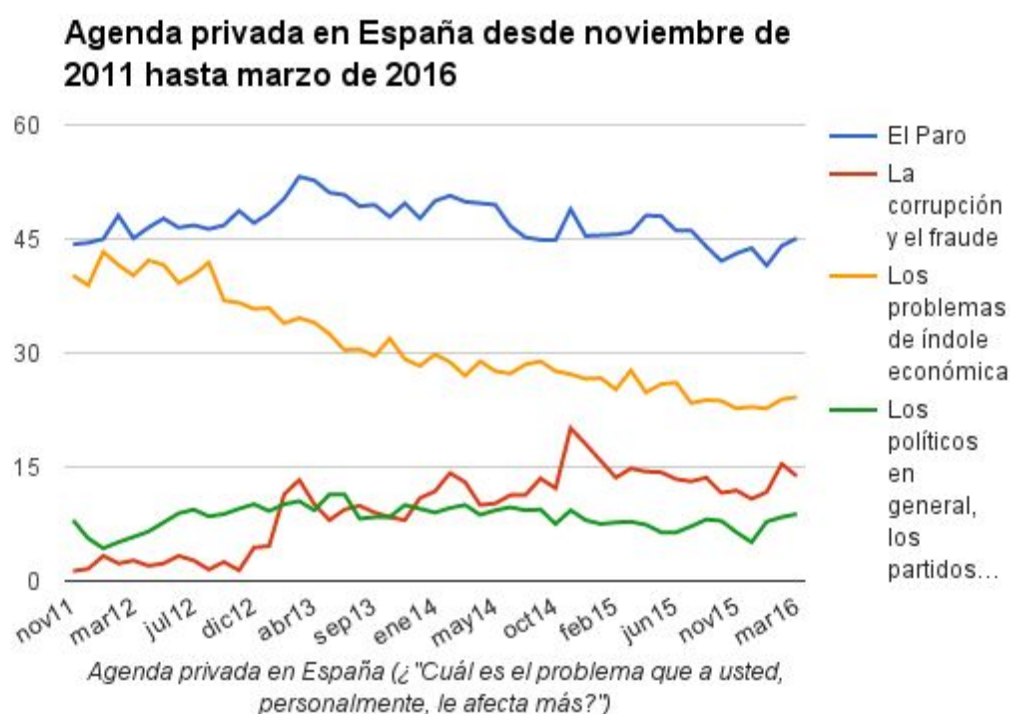
⁴⁵ El actual líder de Podemos reconoció, en un discurso metalingüístico, que Intereconomía sirvió para proyectar su imagen política bastante antes del nacimiento de la formación: *“Si no fuera por Intereconomía, yo no saldría en la tele (...) Por primera vez, la izquierda pudo ver a uno de los suyos ‘zumbando’ a lo que estaban acostumbrados a ver. Y me dieron espacio para zumbiar(...) Al mismo tiempo, se dieron cuenta de una obviedad, y es que aquellos debates daban audiencia”*. En Pablo Iglesias Turrión: *Comunicación contrahexemónica #MeiosEPoder* (recurso audiovisual), <https://www.youtube.com/watch?v=o3me4hDrbzU>, a partir del minuto 1:07:00

⁴⁶ De nuevo, es en el artículo ‘¿Qué es Podemos?’ , escrito por uno de los creadores de la formación, donde encontramos una explicación pragmática, casi *de laboratorio*, al auge de estas fuerzas autodenominadas ‘de voluntad popular’: *“Esta hipótesis descansa sobre tres columnas (...) La segunda es el desarrollo de una práctica teórico-comunicativa que combina el análisis del discurso con la creación de programas de televisión propios en cadenas comunitarias. Esta experiencia supuso un aprendizaje de la tarea de traducción de diagnósticos complejos en narrativas y marcos discursivos directos, que se refleja en (...) la elevada visibilidad mediática de Pablo Iglesias (...) en las principales tertulias políticas del país. Una visibilidad que se convirtió en la más poderosa herramienta comunicativa y en catalizador simbólico de la articulación popular de campaña”*. Le Monde Diplomatique, Nº 225, Julio de 2014. <http://www.monde-diplomatique.es/?url=articulo/0000856412872168186811102294251000/?articulo=8c640f81-5ccc-4723-911e-71e45da1deca>

La agenda personal: un fenómeno egotrópico

Si observamos el desarrollo de la agenda personal, los datos son bastante distintos y, aunque el vínculo inverso *economía/corrupción* no varía, no lo ha hecho con tanta virulencia como en la agenda pública, tal y como muestra el siguiente gráfico:

Fig. 9: Desarrollo de la agenda privada durante la última legislatura popular



Fuente: CIS. Barómetros de noviembre de 2011 hasta marzo de 2016. Elaboración propia.

Esto puede resultar evidente, dado que pocas personas sienten que la corrupción, que sucede en el seno de las empresas y los partidos políticos, les afecte personalmente, a título individual. Aunque la mayoría de los encuestados haya afirmado que la corrupción se encuentra entre los principales problemas de España, desde luego, no la perciben como un problema que les haya afectado personalmente.

Así pues, nos hallamos ante un conflicto egotrópico vs. sociotrópico, una cuestión de percepciones que habría tenido impacto en los resultados electorales y habría impedido un fracaso notable de las fuerzas políticas consideradas como 'corruptas'. Los españoles no piensan que los problemas de su país les afecten directa e individualmente.

Aunque es pronto para concluir las razones del bloqueo político y, desde luego, este no es el lugar ni el objeto de este análisis, creo que, por nuestra parte, debemos cuestionar la percepción de la ciudadanía sobre los asuntos que afectan tanto a la sociedad como a ellos mismos, como individuos.

5.- Conclusiones

En 2004, el prestigioso economista John Kenneth Galbraith escribió un ensayo titulado *La economía del fraude inocente*. El tema sobre el que reflexiona parece purgar al académico en los últimos años de su vida, pues supone una confesión reflexiva, una denuncia abierta a colegas, empresas y gobiernos y, ante todo, una gran puerta de entrada a la crítica de un sistema económico con altos visos de corrupción endémica .

Hasta hace pocos meses, sin embargo, la sabiduría convencional sobre la realidad chocaba con la realidad misma (Kenneth Galbraith, 2004). El sistema económico está ahí, con sus crisis de temperamento cíclico y sus consecuencias para las distintas realidades sociales; y, sin embargo, es difícil encontrar ojos críticos con el sistema, lo suficientemente independientes como para detectar las fallas regulatorias, los excesos en las cúpulas directivas, el poderío sin precedentes de las corporaciones; el error evidente, pero ampliamente tolerado, de comparar el crecimiento del conjunto de una sociedad con el crecimiento de las cifras macroeconómicas y del PIB.

Lo que hemos visto en el desarrollo de este análisis no ha sido un intercambio circunstancial entre las preocupaciones de índole económica y las relacionadas con la corrupción: ha sido, más bien, un cambio de signo propiciado por el descubrimiento, por parte de la opinión pública, de que la crisis económica no es el problema en sí, sino los individuos corruptos que pueblan las instituciones de gobiernos y empresas.

Dar a conocer y contrarrestar los excesos cometidos es un deber primordial al que se enfrenta tanto el periodismo como la investigación social.

Si bien hemos comprobado que el auge de la alarma sobre la corrupción y el fraude se ha visto moldeado por las publicaciones de los *mass media*, no hay que olvidar que éstos dejarán de informar de manera veraz sobre estos escándalos en el momento en que sus intereses económicos se pongan entre medias. Hemos visto numerosos ejemplos del manejo de información con motivaciones partidistas por parte de los medios analizados.

A partir de los datos y portadas consultadas, parece claro que la influencia mediática en la opinión pública durante estos últimos cuatro años ha sido especialmente traumática. La prensa tradicional, o los viejos medios, no han querido, o no han sabido, canalizar en un primer momento el descontento latente en la sociedad desde el inicio de la crisis económica, y han tendido más bien a hacer uso de su condición de ‘de masas’ para condicionar resultados electorales y presionar a las distintas formaciones políticas.

Un poderoso ejemplo de ello, especialmente reseñable dada la magnitud contextual de las informaciones publicadas, lo hemos visto al inicio del presente trabajo. En 2011, los medios de comunicación llevaron a cabo una difusión ‘en bloque’ de la catástrofe económica. El contexto preelectoral en el que aparecieron los numerosos titulares, que alertaron al electorado sobre las posibles consecuencias de su voto, evidenciaron el carácter partidista de unos medios de comunicación que, mayoritariamente, dedicaron sus esfuerzos a condicionar el resultado de los comicios.

La progresividad con la que la crisis hizo mella en la sociedad y, por tanto, en los medios de difusión que de ella emanan, facilitó un cambio de dinámica por el cual la tormenta económica, de carácter aparentemente cíclica, no era ya el objetivo de los focos; la corrupción legislativa, los excesos de las empresas bancarias y el alto nivel de vida de los directivos encargados de sustentar el sistema sustituyeron a los indicadores, a la prima de riesgo y a las instituciones europeas. Claves económicas que, sin embargo, habían podido desplazar el escándalo de la trama Gürtel a las páginas interiores en aquel contexto preelectoral de 2011.

La evolución de la agenda mediática ha moldeado el progreso de la agenda pública y personal entre los años 2011 y 2016, convenciendo al público de que el problema no es el sistema, sino ciertos individuos que, encargados de servir a la sociedad en puestos de alta responsabilidad tanto en el ámbito público como en el privado, han hecho suyos unos privilegios que nos pertenecen a todos.

Esta narrativa ha calado en las conciencias de las distintas audiencias, motivando esta inversión de los grandes temas y generando una opinión pública que ha acabado culpabilizando, quizás de manera injusta o inexacta, a toda la clase política, siendo evidente que sólo algunos sectores, tanto conservadores como progresistas, pueden considerarse responsables de los numerosos problemas que han asolado a la ciudadanía durante la convulsa y traumática X legislatura (2011-2015) de España.

6.- Bibliografía

- ALONSO, Luis Enrique, FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, Carlos J., IBÁÑEZ ROJO, Rafael: “Entre la austeridad y el malestar: discursos sobre consumo y crisis económica en España”. En *Reis. Rev. Esp. Investig. Sociol.* N° 155, Julio - Septiembre 2016, pp. 21-36.
- CASTROMIL, Antón (2012): “Negativismo mediático y campaña electoral en las Elecciones Generales de 2008”, en *Reis* N° 139, pp.163-172
- DOWNS, Anthony (1957): *An economic theory of democracy*. Harper & Row Publishers, pp. 36 - 47.
- ERREJÓN, Íñigo (2014) “¿Qué es podemos?”. En *Le Monde Diplomatique* N° 225, Julio de 2014.
- FERGUSON, Charles (2010), *Inside Job*. (Recurso audiovisual)
- HETHERINGTON, Marc J. (2005). *Why Trust Matters: Declining Political Trust and the Demise of American Liberalism*. Princeton: Princeton University Press.
- KENNETH GALBRAITH, John (2004), *La economía del fraude inocente. La verdad de nuestro tiempo*. Crítica.
- LIPPMANN, Walter (2011) *El público fantasma*. Genuve Ediciones, p. 62
- MICHAVILA, Narciso (2014). “El PP en la oposición”, en ANDUIZA, Eva, BOSCH, Agustí, ORRIOLS, Lluís, RICO, Guillem, *Elecciones generales 2011*, Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 47 - 58.
- PALACIOS BRIHUEGA, Irene (2016), *Los españoles y la calidad de la democracia*. En *Opiniones y actitudes*, N° 74. Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 43 - 56
- P. Chavero, J. J. González, F. Bouza, A. R. Castromil, R. Rodríguez (2013): “La mediatización de la agenda política: la discusión del pacto social como conflicto de agendas, 2009-2011”, en *Revista Latina de Comunicación Social*.

- POLAVIEJA, Javier (2013): “Economic Crisis, Political Legitimacy, and Social Cohesion”, en GALLIE, Duncan. *Economic Crisis, Quality of work, & Social Integration. The European Experience*, Oxford, pp. 256 - 278.

- ROBLES, José Manuel; R.CASTROMIL, Antón; RODRÍGUEZ, Arturo; CRUZ, Mildred (2015): “El movimiento 15-m en los medios y en las redes. Un análisis de sus estrategias comunicativas”, en *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, N° 32, septiembre-diciembre 2015, pp. 37-62.

- WHEATHERFORD, M. Stephen (1984). «Economic «Stagflation» and Public Support for the Political System». *British Journal of Political Science*, 14(2): 187-205.

-Pablo Iglesias Turrión: *Comunicación contrahexemónica #MeiosEPoder* (recurso audiovisual), <https://www.youtube.com/watch?v=o3me4hDrbzU>, a partir del minuto 1:07:00

- Centro de Investigaciones Sociológicas: *Tres problemas principales que existen actualmente en España (Multirrespuesta %)*, Recurso web http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Indicadores/documentos_html/TresProblemas.html

- WIKIPEDIA. “Auge subsecuente”, en *Podemos*. Gráfico de sondeos creado por Impru20.