



emeri ta zabal zazu



Universidad del País Vasco Euskal Herriko Unibertsitatea

Elecciones Vascas 2009

Presentación de conclusiones del Observatorio

En Bilbao, a 25 de febrero de 2009

*Miguel Ángel CASADO, Igor FILIBI, Estefanía JIMÉNEZ,
Jone MARTÍNEZ e Iker MERODIO*

El Observatorio en cifras:

- Elecciones Vascas 2009 ha sido el primer observatorio a tiempo real de una campaña electoral.
- La expectación ha sido máxima: durante la semana de precampaña las visitas superaban las 400 diarias, y las 700 durante la primera de la campaña (todos los datos son de lunes a viernes), llegando a un acumulado de 10.000 visitas en poco más de tres semanas.
- El tráfico del Observatorio ascendió más de un 200% cuando empezó el análisis.
- El planteamiento y desarrollo de esta investigación ha tenido seguimiento en numerosos medios, destacando la presencia en los radiofónicos:
 1. *Onda Vasca* y *Punto Radio* han ofrecido un resumen diario de la investigación.
 2. El Observatorio ha aparecido en los tres magazines de *Radio Euskadi*: “Boulevard”, “Graffiti” y “Más que palabras”.
 3. Miembros del Observatorio han facilitado declaraciones puntualmente a otras emisoras como *Bizkaia Irratia*, *Euskadi Irratia*, *Onda Cero*, *Radio Nervión* y *SER*.
 4. El “Teleberri” de *ETB2* del 4 de febrero ofreció una pieza de la presentación del Observatorio.
 5. Algunos de los diarios observados también se hicieron eco de la rueda de prensa del 9 de febrero: *Berria*, *Gara*, *Deia* y *El País*.
- El uso de redes sociales para emitir los informes ha provocado que otros blogs o espacios 2.0 se hayan hecho eco del trabajo:
 1. Blogs de ideología dispar como el de *Iñaki Anasagasti* o *Mi mesa cojea* han recomendado, por igual, la lectura de los posts diarios y han enviado tráfico.
 2. Las relaciones con otras bitácoras creadas para el seguimiento del desarrollo de la campaña como *Elecciones Vascas 2009 (Blogspot)* o *Euskaldemoscopia* han sido excelentes, intercambiando enlaces y comentarios.
 3. Del mismo modo, se ha establecido una vía de participación con *Politika 2.0* que se cerrará con el encuentro del sábado 28 en la sede de *EiTB* junto a otros expertos universitarios y de redes.
 4. La interacción con los lectores de www.eleccionesvascas2009.wordpress.com ha dado unos resultados excelentes, y se han superado los 100 comentarios.
 5. El grupo de *Facebook* se ha mantenido activo todo el tiempo y destacan las discusiones de las primeras semanas. Ha alcanzado los 150 miembros.
 6. El perfil en *Twitter* ha cumplido la función de atraer tráfico y, sin buscar interacciones, más de 30 usuarios de esta red –de impacto menor– se han acercado a nuestro espacios.

7. Finalmente, la observación externa también ha sido notable por medio de la red *Media & Nationalism*, en la que se integran investigadores de Cataluña, Inglaterra, Irlanda del Norte, Escocia, etc.

Elecciones Vascas 2009 ha sido el primero observatorio a tiempo real de una campaña electoral, alcanzando 10.000 visitas en tres semanas.

El inicio del análisis aumentó el tráfico en un 200%.

El uso de nuevas tecnologías como WordPress y las redes sociales Facebook o Twitter ha aumentado la participación.

Elecciones Vascas 2009 hauteskunde-kanpaina baten momentuan bertan egindako lehenengo behatokia izan da. Hiru astetan zehar 10.000 bisita lortu du.

Analisiaren hasierak %200ean handitu zuen trafikoa.

WordPress teknologia berriak eta Facebook eta Twitter giza-sareek parte-hartzea areagotu dute.

Conclusiones generales:

- El espacio dedicado a los candidatos elegidos para el presenta análisis es sustancialmente mayor que el del resto de opciones, respaldando la selección de la muestra del Observatorio.
- Las cabeceras han insistido en diferentes momentos en la baja intensidad de la campaña electoral, y una buena muestra de ello es el escaso número de portadas protagonizadas por los partidos políticos que se presentan a estas elecciones.
- No obstante, lo más interesante es la intensidad o los planteamientos de las piezas informativas en piezas interiores.
- La composición de los diarios ha tendido, generalmente a ubicar en páginas enfrentadas y, prácticamente en todos los casos, consecutivas, a **Ibarretxe** y a **López**.
- No siempre que los diarios dedican espacios de relevancia alta o muy alta es para favorecer al candidato.
- Los comentarios de opinión han respaldado informaciones y han potenciado la intensidad de los discursos de los políticos, por ello se han tenido en cuenta pero no se han analizado por tratarse de opinión y no de información.
- Casi la totalidad los diarios analizados colaboran en la elaboración de un discurso favorable a alguno de los candidatos seleccionados. Sólo *Berría* ofrece una mayor neutralidad y *Gara* potencia un relato diferente.
- *Gara* es el diario que menos atención ha dedicado, con diferencia, a estos tres candidatos.
- El tratamiento de elementos como los pactos postelectorales dependen del lugar de emisión de las empresas periodísticas. Así, sólo *El País* y *El Mundo* abordan el posible gobierno de coalición entre socialistas y populares si la suma de escaños lo permite antes de la publicación de los sondeos del fin de semana.

- Después de esta jornada, otros medios no desfavorables a estos candidatos tampoco recogen la posibilidad de un modo explícito, colaborando en la elaboración del mensaje.
- Si se atiende a los resultados de difusión de los medios, el trato hacia **Juan José Ibarretxe** es destacadamente más desfavorable que el que reciben los otros dos candidatos analizados.
- Es destacable que entre las nueve cabezas de lista de los tres principales partidos de esta campaña, sólo dos son mujeres: Izaskun Bilbao por Vizcaya del EAJ-PNV y Arantza Quiroga por Guipúzcoa del PP. Por lo tanto, la masculinización de la política queda patente en los partidos y así es tratado por la prensa. No obstante, este Observatorio ha detectado la ausencia de referentes femeninos en las informaciones y las fotografías: sólo la ministra Cristina Garmendia rompe esta tendencia por el peso de su cargo, ya que otras mujeres que han entrado en la campaña de los tres partidos seleccionados (la propia Izaskun Bilbao, Leire Pajín, Soraya Sáez de Santamaría, etc.) lo han hecho siempre en un papel secundario.
- La campaña en Internet ha tenido su hueco en los diarios y este Observatorio es el primero que ha tenido que analizar piezas sobre las webs y los blogs de los candidatos.
- Finalmente, los diarios y las fuentes han transformado su discurso desde la victoria en las elecciones a la gobernabilidad, dando por segura, según pasaban las jornadas y sobre todo después de las encuestas, la victoria del PNV.

Deia, El Correo, El Diario Vasco, El Mundo y El País colaboran en la elaboración de un discurso que favorece a uno de los candidatos.

Los medios dedican los espacios más relevantes para volcar relatos negativos.

Juan José Ibarretxe es el candidato que recibe un tratamiento más desfavorable en los medios analizados.

La masculinización de la política se traslada a los medios y las mujeres suelen ocupar espacios secundarios en las informaciones y las fotografías.

Politikaren maskulinitasuna hedabideetan ere agerian da eta emakumeek bai berrietan baita ere argazkietan bigarren mailako lekuetan agertzen dira.

Deia, El Correo, El Diario Vasco, El Mundo eta El País hautagai konkretu baten aldeko diskurtsoaren elaborazioan parte hartzen dute.

Hedabideen esparru gailenetan aurkako kontaketak aurkitzen dira.

J.J. Ibarretxe aztertutako egunkariaren babes gutxien lortzen duen hautagaia da.

Análisis por candidatos:

- Siguiendo el recorrido de **Antonio Basagoiti** por las páginas de los diarios, parece intentar no descolgarse a lo largo de la precampaña y la campaña:

1. Aunque ningún medio le dedique, constantemente, espacios privilegiados, el trato en el discurso y la imagen que recibe en *El Correo*, *El Mundo* y *El País* es, en todos los casos, favorable o muy favorable. Especialmente en el diario de UNEDISA.
 2. *Berria*, *El Diario Vasco* y *Gara* le dedican tonos neutros y espacios diferentes. Mientras en la cabecera de Vocento éstos son destacados, en los otros dos diarios son menores e incluso inexistentes.
 3. Sólo *Deia* le dedica piezas con un tono más desfavorable pero sin ser llamativo y espacios claramente menores.
- **Juan José Ibarretxe** es, con bastante diferencia, el candidato que peor tratamiento recibe en los diarios analizados.
 1. Sólo en *Deia* cuenta con un discurso positivo.
 2. Por su parte, *Berria* ha mantenido relatos neutrales aunque ocupa espacios más destacados que los otros dos candidatos.
 3. En *Diario Vasco* pasa de contar con un discurso positivo durante la precampaña que se va neutralizando a medida que avanzan las dos semanas de campaña oficial.
 4. *El Correo*, *El Mundo* y *El País* le dedican, constantemente, discursos negativos y ubicaciones menores. Sólo ubican las piezas en las que Juan José Ibarretxe sea fuente o su partido el tema principal en espacios de mayor relevancia cuando el discurso es especialmente negativo.
 5. Posiblemente sea el candidato con mayor espacio en *Gara* aunque el tono de los discursos que recibe sea, en todos los casos, neutral o desfavorable.
 - **Patxi López** es el candidato que cuenta con un tratamiento más favorable en las cabeceras observadas:
 1. *El Correo*, *El Mundo* y *El País* ofrecen los espacios preferenciales y discursos favorables o muy favorables al candidato del PSE de un modo constante.
 2. *El Diario Vasco* mantiene la equidistancia entre **López** e **Ibarretxe** durante las dos semanas de campaña, si bien es cierto que parecen dedicar espacios más favorables al candidato del PSE y al del EAJ-PNV, respectivamente.
 3. El espacio de **Patxi López** en *Berria* ha ido aumentando y el discurso se ha mantenido neutro.
 4. *Gara* le dedica un espacio destacadamente menor en comparación con otros medios y un discurso menos favorable. No obstante, esta cabecera mantiene un relato más duro hacia **Ibarretxe**.
 5. Finalmente, sólo en *Deia* el discurso es más favorable hacia Juan José Ibarretxe que hacia Patxi López. No obstante, es destacable que la carga negativa del mensaje suele ir más en los comentarios o en las citas directas de las fuentes que en las propias informaciones.

Juan José Ibarretxe recibe discursos muy desfavorables en los medios de mayor difusión salvo El Diario Vasco, que se mantiene equidistante al principio de la campaña pero que, finalmente, bascula hacia Patxi López. Patxi López es el candidato que mejor trato recibe, con diferencia, en los medios. Los diarios relegan a un tercer espacio a Basagoiti que no recibe discursos especialmente negativos.

J.J. Ibarretxek zeharo kontrakoak diren diskurtsoak jasotzen ditu hedadura handien duten hedabideetatik, epelago jokatzen duen El Diario Vascoren salbuespenarekin.

Patxi López-ren aldeko joera ikusten da hedabide gehienetan. Hedabideek hirugarren lekura baztertzen dute Basagoiti, hautagai hau oso gaizki tratatua ez izan arren.

Análisis por medios:

- Berria mantiene discursos neutros hacia los candidatos **Ibarretxe** y **López** y mientras el espacio amplio del primero se mantenía, el del segundo ha ido creciendo durante la campaña. **Basagoiti** recibe un trato desigual.
- *Berría* se mantiene equidistante entre los candidatos del EAJ-PNV y PSE, si bien desarrolla un discurso levemente más favorable hacia **Juan José Ibarretxe**.
- *Deia* es el único diario con un discurso marcadamente favorable a **Juan José Ibarretxe** durante todo el análisis, mientras que se ha mantenido neutro hacia **Patxi López** y **Antonio Basagoiti** salvo en contadas ocasiones.
- *El Correo* dedica discursos muy favorables a **Patxi López** y **Antonio Basagoiti** y espacios mejores al primero.
- *El Diario Vasco* mantiene tonos similares hacia los candidatos del EAJ-PNV y del PSE, y temple progresivamente su discurso favorable inicial a **Juan José Ibarretxe**. En este sentido, durante la precampaña, en las páginas de economía se encontraban informaciones sobre iniciativas del Gobierno vasco que favorecían a Ibarretxe, este tipo de piezas desaparecieron durante la campaña. Finalmente, el tono hacia **Patxi López** ha sido favorable en las últimas jornadas.
- *El Mundo* es el único diario en el que **Basagoiti** recibe un discurso destacadamente favorable pero se caracteriza, sobre todo, por el marcado tono negativo hacia **Ibarretxe**. **Patxi López** recibe, además, un tono claramente favorable.
- *El País* tiene un discurso más favorable no ya sólo a los candidatos del PSE y el PP (no tan pronunciado en el caso de **Basagoiti**), sino que es el único que recoge el posible gobierno de coalición posterior. Es destacable, además, que introduce relatos desfavorables a **Ibarretxe** incluso en piezas informativas en las que el candidato de EAJ-PNV no es fuente ni tema principal. No obstante, es destacable que el diario hace del PSE el centro de la campaña y que cuando dibuja al PNV lo hace, sobre todo, para expresar la percepción de amenaza real de su hegemonía.
- *Gara* es el único diario que no dedica la mayor parte de su espacio durante la campaña a hablar de los tres candidatos principales sino al análisis político. La anulación de D3M y Askatasuna y la respuesta de PSE y EAJ-PNV centran su atención, recibiendo un discurso más desfavorable **Juan José Ibarretxe** en tanto que máximo responsable del anterior Gobierno vasco.

El tratamiento favorable a Patxi López y Basagoiti es la tendencia que más se repite.

El País es el único medio que plantea abiertamente el pacto postelectoral entre PSE y PP antes de los sondeos del fin de semana.

El Correo y El Diario Vasco mantienen discursos diferentes a pesar de pertenecer al mismo grupo empresarial.

Gara se centra en la ilegalización de D3M y Askatasuna y en las respuestas de EAJ-PNV y PSE.

Ibarretxe sólo recibe trato favorable en Deia.

Patxi López eta Basagoitirekiko aldeko tratamendua gehien errepikatzen den joera da.

Asteburuko iritzi-azterketak agertu baino lehen, PSE eta PPren arteko balizko paktua argi eta garbi aipatzen duen egunkari bakarra da El País.

El Correo eta El Diario Vascoren diskurtsoen artean desberdintasun nabariak daude, nahiz eta talde empresarial beraren parte izan biak.

Garak D3M eta Askatasunaren ilegalizazioen eta EAJ-PNV eta PSEren erantzunen inguruan kokatzen du bere diskurtsoa.

Deia egunkaria da Ibarretxeren alde agertzen den bakarra.

Justificación metodológica y equipo:

- Para la realización de este análisis se usó una metodología cuantitativa (escala de atención) y dos cualitativas (diferencial semántico y análisis icónico) que permitieron, respectivamente, categorizar el espacio, observar el discurso y describir las imágenes.
- El equipo de investigación ha estado formado por **Miguel Ángel Casado** (Doctor en Periodismo), **Igor Filibi** (Doctor en Relaciones Internacionales), **Jone Martínez** (investigadora en el departamento de Ciencias Políticas), **Estefanía Jiménez** (profesora del departamento de Comunicación Audiovisual) e **Iker Merodio** (investigador en el departamento de Periodismo). Todo el equipo pertenece a la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.
- Todos los análisis están disponibles en la dirección de Internet: www.eleccionesvascas2009.wordpress.com, desde la que se accede al grupo en *Facebook* y a la cuenta en *Twitter*. Cualquier información añadida se puede solicitar en la dirección de correo genérica eleccionesvascas2009@gmail.com o en la del coordinador, iker.merodio@ehu.es.