

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA
Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació



**Periodismo político en España: de la academia a las portadas de la
prensa.**

**La hegemonía política de las primeras páginas de 'El País', 'El Mundo' y 'La
Vanguardia' en contraposición a la enseñanza del periodismo político en las
universidades españolas.**

TESIS DOCTORAL

PRESENTADA POR

SALVADOR ENGUIX OLIVER

DIRIGIDA POR:

Josep Lluís Gómez Mompert

Catedrático de Periodismo

DOCTORADO 340-L INTERDISCIPLINAR

EN COMUNICACIÓN

VALENCIA, 2013

ÍNDICE

Introducción	7
0.1. Motivación profesional y personal	9
CAPÍTULO 1: Planteamiento e hipótesis de trabajo	17
1.1. Planteamiento	19
1.2. Hipótesis de la investigación	23
CAPÍTULO 2: El periodismo político	25
2.1. Hacia una definición del periodismo político.....	27
2.2. Qué es la noticia política	35
2.3. La comunicación política y el periodismo político	43
2.3.1 El poder político y su interés por condicionar el trabajo del periodista. El marketing político.....	50
2.4. Aproximación a la historia de la prensa en relación a la política.....	59
2.5 El periodismo político y la democracia	69
2.6. El periodismo político como especialización del periodismo	79
2.7. El periodista político.....	93
2.8. Los temas y campos que aborda el periodismo político.....	103
2.8.1. Cobertura Institucional	105
2.8.2. Instituciones de la UE.....	108
2.8.3. Partidos políticos	109
2.8.4. Instituciones no políticas	111
2.8.4.1. Tribunales	111
2.8.4.2. La Iglesia Católica.....	112
2.8.4.3. Sindicatos y empresarios	112
2.8.4.4 Otros actores	113
2.8.5 Las temáticas del periodismo político	113
2.8.5.1. La acción política de los gobiernos y de los parlamentos	114
2.8.5.2. La acción de los partidos políticos, elecciones.....	114
2.8.5.3. Acontecimientos extraordinarios.....	115

2.8.6. El periodista político ante la actualidad política.....	115
2.9. La relación del periodista político con sus fuentes de información	123
2.10. Las rutinas del periodista político.....	137
CAPÍTULO 3: Estructura de la Investigación y metodología	143
3.1. Análisis de las portadas de los diarios españoles El País, El Mundo y La Vanguardia	145
3.1.1. La metodología de la semana construida.....	146
3.1.2. La elección de portadas	147
3.1.3. Confección de las portadas	149
3.1.4. Recogida de la muestra.....	151
3.1.5. La elección de los diarios <i>El País</i> , <i>El Mundo</i> y <i>La Vanguardia</i>	152
3.1.6. Unidades de análisis	154
3.1.7. Modelo de ficha confeccionada para análisis de los datos de las portadas	158
3.1.8. Limitaciones del estudio.....	161
3.2. Análisis de la asignatura de periodismo en las universidades españolas	163
3.2.1. Metodología.....	163
3.2.2. Limitaciones del estudio.....	165
3.3. Encuesta de opinión a profesionales del periodismo en España sobre periodismo político y formación de periodistas	167
CAPÍTULO 4: Resultados y desarrollo	173
4.1. Hegemonía de la información política en los diarios españoles.....	175
4.2 El periodismo político en el ámbito académico español	183
4.3. La opinión de los profesionales	203
CAPÍTULO 5: Conclusiones y propuestas	211
5.1. Conclusiones generales	213
5.2. Propuesta de asignatura sobre Periodismo político	217
5.3. Posibles líneas de futuro	223
Bibliografía	227
Anexos.....	243
Anexo I. Ejemplo de ficha de portada	245
Anexo II: Listado de títulos verificados de Periodismo, a partir de ANECA	257
Anexo III. Cuestionarios.....	259

Anexo IV. Temarios de Periodismo Político en asignaturas de Grado de las universidades españolas.....	267
Anexo V. Resumen de contenidos de los planes de estudio de grado en periodismo en las universidades españolas	283
Anexo VI. Convenio laboral La Vanguardia.....	333

Relación de Anexos incluidos en el CD:

Anexo VII: Resultados del análisis de las portadas

Anexo VIII: Resultados de la encuesta a profesionales

Anexo IX: Portadas del periódico El Mundo. Fichas de análisis

Anexo X: Portadas del periódico El País. Fichas de análisis.

Anexo XI: Portadas del periódico La Vanguardia. Fichas de análisis.

INTRODUCCIÓN

0.1. MOTIVACIÓN PROFESIONAL Y PERSONAL

Esta investigación es fruto de una serie de inquietudes que han ido surgiendo a lo largo de los más de 12 años que he ejercido como profesor asociado de periodismo político en la Universitat de València. Porque nada más iniciar mi docencia, cuando me dispuse a diseñar el programa de la asignatura, descubrí que sobre la misma apenas había bibliografía académica publicada en España por autores españoles, salvo algunas dignas excepciones. Lo contrario que en el ámbito internacional, donde el periodismo político, como área especializada del periodismo, ha sido abordado en profundidad, especialmente en EEUU, Reino Unido, Francia y México. Es decir, cuando quise recurrir a bibliografía, estudios, investigaciones o materiales españoles sobre “periodismo político”, como especialización del periodismo generalista, sobre las bases teóricas, habilidades y conocimientos que debe tener un “periodista político” para ejercer con rigor y profesionalidad su trabajo, observé que los textos eran pocos, escasos. Mucho más escasos que en otras especialidades del periodismo como el “periodismo cultural”, el “periodismo científico” o “periodismo deportivo”. Sin embargo, en España sí existen exhaustivos y ambiciosos trabajos que abordan la metodología y la necesidad de la existencia de la especialización en el periodismo, para lo que destaco el trabajo de autores como Montserrat Quesada, Carlos Elías o Javier Fernández del Moral, entre otros.

No entendía esta realidad. Ejercí como periodista político en prensa escrita desde hace más de 24 años, y tengo la absoluta convicción de que el periodismo político es fundamental en la orientación de un medio de comunicación y para la conformación de una opinión pública capaz de comprender el ecosistema político de cada una de las sociedades. Aún recuerdo cuando en la Facultad de CC. de la Información de la Universitat Autònoma de Barcelona aprendí a entender el periódico como actor político en permanente conflicto con los otros poderes y actores de la sociedad, visión

argumentada, creo que con gran acierto, en la obra de Héctor Borrat (1989). Y así lo he entendido en todos mis años de ejercicio profesional, la mayoría en el diario *La Vanguardia*¹. Sin embargo, cuando quise ejercer de profesor no fue nada fácil encontrar trabajos académicos o investigaciones en las universidades españolas que me ayudaran a precisar, al menos, la definición de periodismo político, su génesis, las diferencias de este periodismo respecto a las otras especializaciones, y cómo debían orientarse las habilidades básicas en este área informativa. Textos que me ayudaran a comprender y objetivar, más allá de mi experiencia personal y profesional, cómo el periodista político debía enfrentarse al tratamiento de la información institucional, a las campañas electorales, resolver el conflicto con las fuentes, la comprensión del ejercicio del poder y la presión sobre el informador, el análisis de textos políticos desde el periodismo, entre otros temas. Sería injusto no destacar recientes trabajos como el de Xosé Ramón Rodríguez-Polo y José Ramón Santillán Buelna (2012) que, al menos, confirman el interés de abordar las rutinas del periodista político español. Además, en el terreno de la deontología, me interesaba conocer las investigaciones en las que se aborda cómo debía actuar el periodista político en situaciones límite con la clase política o con el propio medio de comunicación en el que trabajaba.

Me refiero, en todo momento, a “textos específicos”, a modo de artículos, libros o investigaciones, incluso manuales, que sí existen en otras especializaciones del periodismo y que sí existen, también, en universidades de otros países de Occidente. No es menos cierto, por un lado, que muchas de las teorías y habilidades documentadas en textos sobre periodismo cultural, científico o social, o sobre “periodismo de investigación”, o periodismo en general, sirven y son excelente referencia para el periodismo político en la medida en que plantean fundamentos metodológicos adecuados para comprender que cada área informativa de un diario exige al profesional una formación diferenciada del compañero de otra sección: ejemplo sería el periodista cultural, o el periodista deportivo. Por otro lado, existe gran abundancia de trabajos específicos, como veremos, que atienden a aspectos puntuales relacionados con el

¹ Entré de redactor de plantilla en *La Vanguardia* en mayo de 1991, con 26 años de edad. Ejercí de Delegado en la Comunidad Valenciana excepto en el periodo 1999-2002 en el que fui corresponsal en Bruselas de *La Vanguardia*.

periodismo político (desde los estudios descriptivos tradicionales sobre campañas electorales o sobre la relación con las fuentes, hasta las recientes investigaciones contrastivas sobre “cultura periodística”, de las que hablaremos en detalle). Pero la escasez de textos orientados única y exclusivamente a preparar al periodista político de manera global y sistemática, aunando los aspectos profesionales y teóricos, provocaba la sensación de que, tal vez, no se había establecido el equilibrio adecuado entre academia y profesión, y esta posibilidad me animaba a acercarme a la respuesta.

Sí que existe, sin embargo, bibliografía, investigación y docencia sobre la “comunicación política”, pero no era esto lo que a mí me interesaba. La “comunicación política”, que abordaremos en el apartado 2.3, es la disciplina que se ha desarrollado durante décadas, con participación de la sociología, la psicología, la lingüística – con mucha fuerza en los últimos años en el mundo anglosajón² -, el marketing, entre otros, justamente para, entre otros objetivos, condicionar la labor los profesionales y de los medios desde los partidos o instituciones políticas con el objetivo de condicionar la opinión pública a la que Habermas (1981: 22) atribuye el papel de magma fundamental de las democracias:

El Estado moderno presupone como principio de su propia verdad la soberanía popular, y ésta, a su vez, tiene que estar encarnada por la opinión pública. Sin esa atribución, sin la substitución de la opinión pública como origen de toda autoridad de las decisiones obligatorias para todo el mundo, falta la democracia moderna la substancia de su propia verdad.

En la jerga periodística se habla siempre de las dos trincheras; en una están los periodistas, en la otra aquellos que usan la comunicación política para condicionar la labor de esos mismos periodistas, aunque quiero referir que como señala García Marín (2007: 11) “la comunicación entre las instituciones que rigen una sociedad y los

² Obras como *Storytelling, la máquina de fabricar historias y formatear mentes* (2008) de Christian Salmon o *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político* (2004) de George Lakoff, son buenos ejemplos del auge e influencia de la sociología y la lingüística en el campo político en EE.UU. y el Reino Unido.

ciudadanos es un asunto central en cualquier sistema político". El terreno entre ambas trincheras es la opinión pública. Unos quieren condicionarla, otros defenderla de la manipulación e informarla de la verdad, en el mejor de los casos. Es sólo una metáfora, pero puede ayudar a comprender que mi intención era saber qué materiales eran los mejores para preparar al que estaba en la trinchera del periodismo político, no al actor político o institucional. Darle, al fin, las armas adecuadas al informador, si se me permite recurrir una vez más a la metáfora, para defenderse.

Tras comentarlo con mi director de tesis, el catedrático de Periodismo Josep Lluís Gómez Mompert, convinimos que la evidencia – escasez de textos sobre periodismo político en España – resultaba, como mínimo, extraña, y generaba suficiente inquietud o curiosidad académica para abordarla. No había una explicación lógica, y una posible hipótesis podía ser la de que las facultades de periodismo en España, más aún los equipos de investigación, son en general de reciente creación, con obvias excepciones. A priori, daba la sensación de que alguien estaba ganando la batalla en el terreno de la investigación, y ese alguien es la “comunicación política”, entendida, en este caso, como la ciencia pluridisciplinar que ha evolucionado para dotar de mejores armas e instrumentos a aquellos que pretenden condicionar el mensaje político.

El periodista político tiene una enorme responsabilidad ante su medio, ante la opinión pública y ante sí mismo, y cada día debe enfrentarse, en ocasiones en situación laboral muy precaria, al bombardeo constante de mensajes elaborados expresamente desde las instituciones y partidos políticos – y también presiones para modificar su criterio sobre los acontecimientos informativos que cubre y aborda –. Esos mensajes suelen estar preparados por grupos de profesionales perfectamente entrenados, los denominados jefes de prensa o directores de comunicación³, que han tenido y tienen a su alcance abundante bibliografía e investigaciones nacionales e internacionales que les ayudarán a ejercer con acierto su función, tanto en España como en todo el mundo. Sobre esta cuestión a mis alumnos siempre les pongo un ejemplo ilustrativo para comprender la dimensión de esta batalla desigual: en la Comunidad Valenciana la Generalitat dispone

³ Su denominación profesional es DIRCOM (Director de Comunicación), y en los últimos años se ofertan cursos, post grados y másteres en centros públicos y privados.

diariamente de más de 100 profesionales de la comunicación, entre periodistas de prensa, radio, televisión e Internet, expertos en comunicación audiovisual y en publicidad, para lanzar mensajes institucionales a redacciones que en el mejor de los casos (como las de los diarios *Levante-EMV* o *Las Provincias*) no tienen al día más de cinco redactores en el área de la información política. Más grave aún es en las ediciones digitales de estos mismos diarios, donde muy pocos redactores deben cubrir todas las áreas informativas. Se trata de gabinetes de prensa que divulgan por jornada decenas de informaciones (mensajes) que las redacciones, cada vez más pequeñas y con menos recursos, deben filtrar, analizar y valorar, dentro de la dinámica informativa de cada periódico. Mi buzón de correo electrónico puede recibir más de cien mensajes en un solo día de diferentes instituciones y actores políticos: *Generalitat* Valenciana (presidencia y *conselleries*), Cortes Valencianas, Ayuntamiento, sindicatos, empresas públicas, etcétera.

¿Formamos y preparamos bien al periodista político en las universidades españolas?
¿Formamos y preparamos bien al informador para especializarse en un área informativa? ¿Qué piensan los profesionales del periodismo político de la formación que se da en nuestras facultades? ¿Debemos entender el periodismo político como un área especializada del periodismo generalista? Esta era también otra cuestión que nuestra investigación quería responder. Deseábamos observar si el periodista político tenía la formación académica y universitaria específica en España para poder enfrentarse al ejercicio de esta especialidad, y cómo se estructuraba esta formación en las diversas Facultades de Periodismo del Estado. Es decir, si entendíamos el periodismo político como una especialidad propia del periodismo, al menos tan importante como el periodismo cultural, deportivo, social o científico, especialidades que también están presentes en muchas facultades de Ciencias de la Información y Comunicación Audiovisual, en lógica debíamos encontrar la formación específica del periodista político en estas mismas universidades. Porque entendíamos mi director de tesis y yo que, como señala Borrat (1989a: 10):

el periodismo político tiene extraordinaria relevancia: ocupa los escenarios frontales y permanentes de la información (secciones de información exterior, nacional, regional, local) y proporciona gran parte de los temas de opinión.

O, como señala Eric Neveu (2002: 23), el periodismo político sigue siendo una herramienta fundamental para la salud de nuestra sociedad:

One might add that political journalism is the most sacred part of journalism since it speaks of power and makes sense of an activity which is considered capable of radically changing society.

Conocer este punto era fundamental porque nuestra investigación, acotada al ecosistema español pero con constantes referencias en el ámbito internacional, debía contrastar esta realidad, la de la presencia de la formación específica del periodista político, con la importancia del periodismo político en la prensa española. Un elemento no tenía sentido sin el otro, y de forma paralela ambos debían contrastarse en nuestra tesis. Para ello queríamos demostrar con rigor científico cómo la noticia política condiciona la orientación de los medios de comunicación españoles, principalmente escritos; motivo por el cual el periodismo político juega un papel clave y fundamental en la configuración de esos mismos medios de comunicación escritos. De ahí que una parte importante de esta investigación trate de dar respuesta a la influencia del periodismo político en el diseño de los diarios españoles.

De alguna manera, deseaba apasionarme o desapasionarme según se fueran confirmando las hipótesis, y en coordinación con mi director de tesis ansiábamos dar una respuesta lógica al desequilibrio señalado o, al contrario, verificar si nuestra impresión era errónea. Como profesional del periodismo político, de la información política, de la política, al fin, quería confirmar el peso de “la política” en los medios de comunicación para así poder contrastar, posteriormente, si ese peso tenía su correlación académica. A partir de los resultados, cuantitativos y cualitativos, podíamos elaborar algunas respuestas adecuadas a nuestras inquietudes, confirmarlas o descartarlas. Este trabajo busca finalmente mejorar mis propias capacidades y habilidades, en beneficio de

0: Introducción

mis alumnos, que son quienes en muchas ocasiones buscan bibliografía de autores españoles que no existe de manera suficiente sobre cuestiones que planteamos en la docencia; desde cómo prepararse para cubrir una campaña electoral, abordar un caso de corrupción política, entender la importancia de los debates parlamentarios o analizar un discurso de investidura, como ejemplos. Son ellos, mis alumnos, los que algún día se enfrentarán a la realidad del periodismo político, a la política, con todas sus consecuencias.

CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO E HIPÓTESIS DE TRABAJO

1.1. PLANTEAMIENTO

Lo que hemos expuesto como motivación profesional y personal se concreta académicamente en el presente trabajo de investigación, donde abordamos el periodismo político en una dimensión doble: la profesional y la académica. Para ello, conjugaremos el estado de la cuestión derivado del repaso bibliográfico con el trabajo de campo, que se desarrollará en las dos esferas mencionadas: por un lado, recurriendo a la metodología de análisis del contenido observaremos los ámbitos de especialización predominantes en la prensa escrita española, tomando como referencia las portadas de *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia* durante el año 2011. Por otro lado, analizaremos la existencia de asignaturas concretas de Periodismo Político en los planes de estudio de grados europeos de las universidades españolas durante el curso académico 2012-13. Para completar la investigación aportaremos una encuesta realizada entre profesionales del periodismo en activo, directores de medios, redactores jefes, jefes de sección y redactores, no sólo del ámbito político, que nos ofrecerá el clima de opinión de referencia sobre la visión que estos mismos profesionales tienen del periodismo político en España y de su formación académica.

Como ya hemos señalado, y siempre por referencia a otros ámbitos de especialización periodística, resulta difícil identificar un listado bibliográfico básico para el Periodismo político. En el capítulo 2 de la tesis, “El periodismo político”, hemos elaborado el estado de la cuestión que se deriva de la bibliografía especializada, contrastando en todo momento las lecturas con nuestra experiencia profesional de los últimos 22 años. Es importante señalar que nuestra intención en este capítulo ha sido, exclusivamente, establecer las bases teóricas mínimas desde las que abordar nuestro concepto de periodismo político, y que nuestro objetivo no es la discusión teórica o el contraste de posturas académicas sobre la definición de los múltiples conceptos vinculados a la comunicación política, aspectos sin duda interesantes que podrían sustentar el desarrollo

de varias investigaciones. Efectivamente, cada uno de los apartados tratados en el capítulo 2 podría haber sido desarrollado siguiendo el encadenamiento de lecturas y problemáticas hasta constituir en sí mismo una tesis doctoral; pero serían *otras* tesis.

Como hemos señalado al exponer la motivación personal, esta investigación trata de responder a una pregunta muy concreta surgida por el contraste entre la realidad profesional y la planificación universitaria de los estudios de periodismo; por este motivo, el capítulo de fundamentos teóricos debe ser entendido como el fondo sobre el que se desarrolla la respuesta a dicha pregunta, y no como el objetivo central de la tesis.

Ha sido fundamental en este apartado, en el que planteamos una definición consensuada del periodismo político, la aportación de autores como Héctor Borrat, Xavier Giró, Montserrat Quesada, entre otros, en su esfuerzo por definir la especialización del periodismo político dentro del periodismo. Iniciamos el capítulo acotando las especificidades del periodismo político y la noticia política, su definición, a fin de contextualizar la discusión objeto de análisis de esta investigación, especialmente en lo que se refiere a su tratamiento en los medios escritos. En este estado de la cuestión también se ha dado especial relevancia a la historia del periodismo político, en la que autores como Josep Lluís Gómez Mompert, Josep Gifreu han realizado valiosas aportaciones. Y hemos querido significar la especialización del periodismo político en un aspecto tan determinante como es la relación con las fuentes de información, por cuanto de especificidad tiene la relación entre el periodista y el político, asunto ampliamente abordado en otros países como EE.UU, Inglaterra o Francia.

Así pues, en los apartados 2.1 y 2.2 analizaremos los dos conceptos fundamentales que nos sirven de base: el periodismo político y la noticia política; asumiremos básicamente los planteamientos de autores como Giró (2010) y Borrat (1989) por su visión compatible con nuestra experiencia profesional, y adelantaremos la clasificación de noticias políticas que utilizaremos en el análisis de las portadas. En el apartado 2.3 abordaremos brevemente las distancias teóricas y profesionales que separan el Periodismo político de la Comunicación política, cuestión esencial en cuanto afecta directamente al ejercicio profesional del periodismo. Ese contraste entre ambas

disciplinas tiene su traducción y efectos significativos en la labor de los periodistas políticos y, del otro lado, en la de los responsables de comunicación política. Autores como Canel (1999), García Marín (2007), Mc Nair (2000), Cook (1998), Kuhn y Neveu (2002) o Aguilera (1990), han sido destacados en este capítulo.

Para completar esta visión general, dedicaremos el apartado 2.4 a una breve reflexión sobre cómo la historia del periodismo puede ser vista como una historia del periodismo político; indudablemente, la bibliografía ofrece nutrida información sobre los aspectos de historia del periodismo; nos basaremos para ello en las publicaciones de Gifreu (1996), Treserras (1992), Gómez Mompart (1992), Fuentes y Fernández Sebastián (1998), o Guillamet (2003), entre otros. Vinculado a los aspectos históricos está también el apartado 2.5, donde brevísimamente tratamos algunos aspectos de la interdependencia entre periodismo político y democracia, que ha sido uno de los temas estrella en la investigación desde que Lippman señalara en 1922 el protagonismo del periodismo político en la configuración de la opinión pública. Una exposición exhaustiva de estas relaciones excedería sin duda nuestros objetivos, por lo que nos limitaremos a presentar algunas posturas que vinculan diferentes roles para el periodista político según los distintos modelos teóricos de democracia; para ello nos basaremos en los trabajos de Strömbäck (2005) y Roncarolo (2002).

Otro apartado fundamental es la definición del periodismo político como periodismo especializado (2.6), donde nos basamos sobre todo en la aportación de autores como Montserrat Quesada, Javier Fernández del Moral, Carlos Elías, Pedro Orive o Amparo Tuñón. Para la caracterización del periodista político (2.7) se ha consultado diferentes aportaciones, como la de Charron (2006) sobre los periodistas políticos franceses, y algunas publicaciones vinculadas a proyectos europeos sobre periodismo político, como las de Van Dalen et al. (2011) o Franklin (2012). La especificidad del periodista político se establece sobre todo por el tema de las noticias que cubre y por las repercusiones de su trabajo, así como por ciertas características de su ejercicio profesional que se manifiestan en diversos aspectos, como unas rutinas diferentes de trabajo y de agenda, una visibilidad social amplificada en otros medios de comunicación audiovisuales o, asociado a ello, un mayor prestigio. Hemos completado esta parte de la investigación

presentando los temas y campos que aborda el periodismo político (2.8), las rutinas del periodista político (2.9) y, como aspecto clave, la relación del periodista político con sus fuentes de información (2.10). Los trabajos de Mar Fontcuberta o Xosé Ramón Rodríguez-Polo y José Ramón Santillán Buelna han sido fundamentales para esos apartados.

El capítulo 3 presenta los trabajos de campo, justificando las elecciones metodológicas (análisis del contenido, metodología de la semana construida y encuesta a profesionales), y describiendo los hallazgos fundamentales de ambas líneas de trabajo, la referida a la prensa y la referida a los planes de estudio. En este capítulo se ofrece el análisis de la formación académica en Periodismo Político en España, ampliamente detallada, y la encuesta de los profesionales del periodismo en activo cuya visión consideramos determinante para reforzar nuestras hipótesis de trabajo.

Por último, en el capítulo 5 presentaremos las conclusiones fundamentales, donde se incluirá una propuesta de líneas básicas para una asignatura de Periodismo político para el Grado en Periodismo. Estas conclusiones confirmarán las líneas de investigación de nuestro trabajo y que las hipótesis planteadas respondían a la lógica motivación de esta investigación.

1.2. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo parte de la hipótesis de que la información política es la que condiciona las portadas de tres de los diarios españoles más importantes – *El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia*–; tres diarios que son fundamentales en la conformación de la opinión pública española. Entendemos que estos mismos diarios consideran los hechos políticos como muy relevantes para el ecosistema social y comunicativo en el que se distribuyen. Una relevancia que confirmaremos tanto en el aspecto cuantitativo como cualitativo del espacio que la información política ocupa en sus portadas.

Además, la investigación confirmará que los responsables y redactores del área de política algunos de los diarios españoles más importantes – *La Vanguardia*, *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Razón*, *Las Provincias*, *Levante-EMV*, *Diari ARA*, *El Periódico de Catalunya*, *Heraldo de Aragón*, *La Verdad de Murcia* e *Información de Alicante* – otorgan a la información política un papel fundamental en el propio diario; por el espacio que ocupa en sus páginas, por cómo condiciona el debate interno del propio diario y por el espacio de opinión que se dedica a los temas relacionados con la actualidad política. Además, estos profesionales consideran relevante el papel del periodismo político y del periodista político en la dinámica de control del poder político.

La investigación evidenciará que la información política ha sido y es fundamental en la historia del periodismo, desde los inicios de la prensa escrita hasta nuestros días, a través de las investigaciones que otros autores han realizado sobre la historia del periodismo. Asimismo, la investigación revelará que frente a otras especialidades del periodismo, resulta sorprendente la escasa atención otorgada a esta especialización en España en el terreno de la investigación, especialmente en lo referido al desarrollo de habilidades concretas necesarias para el buen ejercicio profesional del periodismo político. Habilidades que esta investigación ofrecerá y defenderá de manera

sistematizada, de acuerdo a la praxis profesional de los informadores del área de política de los diarios señalados y según las necesidades detectadas para la cobertura de ciertos acontecimientos políticos que están presentes en la sociedad de forma regular, como las campañas electorales, los debates parlamentarios, o los congresos de partidos políticos.

Como corolario a esta hipótesis básica, esta investigación desarrollará la hipótesis asociada que pretende argumentar que el periodismo político es una especialización del periodismo que no tiene el peso que debería corresponderle en los Grados de Periodismo de las universidades españolas en relación con la importancia que le dan los diarios españoles referenciados. Una hipótesis que se confirmará con el análisis de los programas de docencia de las universidades españolas y, especialmente, con la opinión de los profesionales del periodismo en España, que en general consideran insuficiente la importancia que se le otorga al periodismo político en el diseño de los planes formativos en España.

CAPÍTULO 2: EL PERIODISMO POLÍTICO

2.1. HACIA UNA DEFINICIÓN DEL PERIODISMO POLÍTICO

Es voluntad de esta investigación abordar lo publicado en España, así como en obras internacionales de referencia, sobre periodismo político; al menos en lo que debe considerarse bibliografía de referencia y apoyo a la docencia. Pero la primera dificultad para acotar la búsqueda de bibliografía ha sido la de definir qué es el periodismo político o qué hemos de entender por periodismo político. Acotación necesaria para evitar confusiones y focalizar el objetivo de este trabajo tomando como referencia toda la bibliografía que consideramos debe tenerse en cuenta antes de avanzar en esta investigación.

Además, nuestro objetivo de investigación está dirigido al ámbito del periodismo y de los periodistas encargados de informar sobre hechos y acontecimientos, no al periodismo de opinión. Es decir, este trabajo no abordará el ejercicio que desarrollan muchos periodistas para opinar, valorar o interpretar a título individual, en columnas y artículos de opinión, la realidad informativa a partir de las noticias ya divulgadas a través de los medios de comunicación, ni tampoco el papel de los editoriales de los periódicos, fundamentales para comprender el cuerpo ideológico de cada rotativo. Nuestro objetivo es, pues, tratar el periodismo que se manifiesta en la prensa escrita a través de géneros como la noticia, la entrevista, el reportaje o la crónica; siempre con la clara intencionalidad de informar sobre la actualidad. Y concentraremos nuestro esfuerzo en determinar las habilidades que desarrolla un periodista cuyo objetivo diario es, justamente, informar sobre esos mismos acontecimientos para divulgarlos en el periódico con los géneros informativos señalados, no elaborando opiniones sobre esos mismos acontecimientos.

2: El periodismo político

En línea con la pretensión de acotar el objeto de estudio que abordamos vale la pena señalar lo que el profesor Xavier Giró (2010: 80) apunta para definir lo es el periodismo político:

El periodismo político, en consecuencia, entendido como aquel que se ocupa de la política, es decir, de la actividad desplegada desde y alrededor del poder, abarcaría todas las áreas informativas de la sociedad porque en todas hay alguna forma de ejercicio de poder. Dicho de otra forma, todo periodismo sería o es político.

Esta primera definición es, objetivamente, imprecisa. Lo reconoce el propio Giró cuando la califica de “*omnicomprensiva pero poco funcional para tratar sobre la actividad de los y las periodistas que cubren a los actores que habitualmente conocemos como políticos*”. Y argumenta, en este contexto, la necesidad de conjugar esta visión general con una especificidad definitoria, en lógica con el objetivo de precisarla.

Pues bien, sin que deje de ser cierto que todo periodismo es político, podemos convenir una definición del periodismo político más restrictiva, paralela a una definición de la política. Entenderemos por periodismo político el que se ocupa de la acción de los gobiernos y de los grupos opositores, ya sean partido u otro tipo de organizaciones. Queda incluida la interacción de los partidos entre sí y con grupos o movimientos sociales no estrictamente políticos y, en congruencia, también la actividad parlamentaria y la movilización en la calle. (Giró, 2010: 80-81).

Giró amplía su definición inicial aumentando los campos de acción o cobertura del periodismo político que, como señala, alcanzarían no sólo a las instituciones y a los partidos políticos, sino también a “grupos o movimientos no estrictamente sociales”; referencia que consideramos fundamental y que ampliaremos en el capítulo de los actores políticos al hacer referencia, entre otros, a sindicatos, tribunales, u otros actores del ámbito de lo político. El profesor catalán concluye que el periodismo político trata

2: El periodismo político

de la cobertura de todos estos actores en situaciones de conflicto, concepto sociológico ya manejado por Borrat (1989b: 68) en su caracterización del periódico como actor del sistema político:

El periódico pasa a ser visto así como sujeto de relaciones bi- y multilaterales muy diversas pero relevantes para su mejor identificación como actor social y como medio de comunicación de masas. Al mismo tiempo que reafirma sus señas de identidad ya reconocidas e institucionalizadas como productor y comunicador público de la actualidad periodística, presenta otras que le perfilan como 'participante' de conflictos políticos, a título de parte principal o de tercero involucrado.

En esta misma línea, Giró (2010: 81) cita a Wolfsfeld y su teoría sobre el conflicto político⁴, al señalar:

concisamente, definiremos conflicto político como la disputa pública entre dos o más antagonistas sobre la influencia o el control del poder político.

El profesor Giró, conocedor de la praxis del periodista profesional, y consciente de la necesidad de establecer, aunque sin nombrarlo, el ámbito de especialización del periodista político, amplía su propia definición describiendo el ámbito de acción del informador a los acontecimientos políticos. Así, Giró (2010: 81) puntualiza como obligaciones del profesional la cobertura del periodismo político dedicada a “*las apariciones públicas, las campañas, las elecciones, los debates -parlamentarios incluidos-, las tareas que realizan los gobiernos y también las críticas y las acciones de los grupos opositores*”.

⁴ “Conflict is a central element of politics. Disagreement and confrontations between different legitimate positions are a necessary condition for the functioning of democracy (...). The battle for media attention is an integral part of political conflicts in institutional settings (...). Politicians have an interest in favorable coverage, which can have a positive impact on public support. Both the executive and legislative powers try to influence the media agenda or the way controversial issues are framed (...), which in turn can affect political power and government decisions” (Van Dalen 2012: 33).

A fin de reflejar el itinerario bibliográfico en España (como hemos dicho, muy escaso) sobre el tema que nos preocupa, utilizaremos como propuesta básica el texto de Giró, por ser el más ajustado a nuestra visión del tema basado en la praxis profesional⁵. La reflexión de Giró es acertada desde un punto de vista de la definición de la especialización de esta área del periodismo y cercana a la realidad del ejercicio de la profesión, es decir, al trabajo de un periodista en un diario. Pero creemos que aún puede acotarse más esta definición. Porque si bien es cierto que el periodista político da cobertura con su trabajo al conflicto que se genera entre las instituciones políticas y sus actores, no es menos cierto que muchos de los acontecimientos que se enmarcan en estas instituciones o actores no serán cubiertas por un periodista político, sino por informadores de otras secciones de un diario.

Para razonar esta posibilidad es necesario diferenciar e identificar lo que debe entenderse por información política de lo que no lo es, para lo que consideramos necesario una definición de la “noticia política”. Y este aspecto resulta fundamental porque es esta una discusión que, como veremos a continuación, se llega a producir incluso en las redacciones de los medios de comunicación; principalmente en los periódicos, cuando se presta atención a acontecimientos que, por su carácter fronterizo en diferentes áreas temáticas (política, economía, sociedad, etcétera), no queda claro dónde, una vez transformados en noticia, deben ubicarse. Cuestión esta que provoca no pocas tensiones en las redacciones.

⁵ Cabe matizar que la revisión bibliográfica realizada en el proceso de elaboración de esta tesis ha mostrado, no obstante, dos evidencias. En primer lugar, que en el resto de países europeos sí existe cierta tradición de estudios específicos sobre periodismo político; citaremos, entre ellos, varios trabajos referidos al periodismo político francés (Charron 2000, 2006; Seitta 2008; Sormany 2011), irlandés (Rafter 2009), alemán (Reinemann 2004), danés (Van Dalen 2009; Van Dalen et al. 2011), o británico (Van Dalen et al. 2009; Rafter 2013), así como proyectos internacionales de naturaleza comparativa (Van Dalen et al. 2012; Hanitzsch et al. 2011). Y en segundo lugar, que los últimos años sí han propiciado el desarrollo de proyectos de investigación sobre el periodismo político en nuestro país, vinculados parcialmente a estos proyectos internacionales (por ejemplo, Berganza et al. 2010; Rodríguez-Polo y Santillán Buelna 2012).

2: El periodismo político

Es interesante, antes de profundizar en este tema, clarificar las nociones teóricas que debemos tener presentes sobre el acontecimiento, la noticia y la información. Como señala Miquel Rodrigo Alsina (1989: 62) “*la producción de la noticia es un proceso complejo que se inicia con un acontecimiento*”. El problema es que el acontecimiento, como fenómeno social, tendrá una diferente consideración en cada sistema cultural; y son estos mismos sistemas culturales los que determinarán también cuáles deben pasar desapercibidos. En este sentido, señala las aportaciones de Sierra Bravo (1984: 197), quien apunta que:

Se puede entender como acontecimientos sociales los hechos de trascendencia social que acaecen en un momento determinado del tiempo. Se diferencian, pues, de los acontecimientos en general en la necesidad de que presenten una trascendencia social.

Rodrigo Alsina reconoce la dificultad de definir qué se entiende por “trascendencia social” y apunta a que puede darse por el sujeto protagonista del acontecimiento o “*por el objeto del desarrollo del acontecimiento*” (1989: 63).

Por su parte, Fontcuberta (1993: 19) advierte que el acontecimiento se ha definido tradicionalmente a partir de dos características: “*a) es todo lo que sucede en el tiempo y b) es todo lo improbable, singular, accidental*”. Pero no debe confundirse el acontecimiento con el suceso, como bien señala Rodrigo Alsina (1989: 154):

El acontecimiento viene definido por la importancia del mensaje. En cambio, el suceso ocupa un lugar opuesto dentro de las categorías de importancia. El suceso nos remite a unas convenciones sociales que han sido vulneradas. Se produce por la ruptura de la lógica de lo cotidiano.

Rodrigo Alsina, para diferenciar lo que es un acontecimiento de lo que es una noticia anuncia que, en primer lugar, debemos establecer el punto de referencia. “*Lo que es noticia para un sistema puede ser acontecimiento para otro*”, insiste. Incluso se puede añadir que las mismas sociedades pueden variar su percepción de lo que es un

2: El periodismo político

acontecimiento y de lo que es una noticia según su propia evolución en cuanto a valores, legislación, permisividad respecto a ciertos actos, etcétera. Sería el caso, por ejemplo, en España, de la violencia de género: hace veinte años, como acontecimiento, como hecho que ocurría, rara vez era noticia o, en el mejor de los casos, nunca provocaba debate social, y menos aún entre los poderes políticos. Hoy, bien al contrario, cualquier caso de violencia de género es susceptible de convertirse en noticia destacada en todos los medios de comunicación de España⁶, y es prioridad de la agenda temática tanto de las instituciones políticas como de los partidos políticos a la hora de abordar esta realidad. Rodrigo Alsina (1989: 161) concluye que *“podríamos diferenciar el acontecimiento de la noticia señalando que el acontecimiento es un mensaje recibido mientras que la noticia es un mensaje emitido”*.

De entre todos los acontecimientos, los periodistas y los medios de comunicación seleccionan, con multitud de criterios, y según sociedades y dinámicas culturales, aquellos que pueden ser susceptibles de convertirse en noticia⁷. Böckelmann (1983: 65) razona algunos criterios o reglas de atención para la selección de acontecimientos entre las que destaca *“los síntomas del ejercicio del poder y su representación. El ejercicio de poder, político, económico, judicial, etcétera”*. Este proceso de selección es en sí mismo constitutivo de la actividad periodística, y nos enfrenta a uno de los temas más tratados en la investigación: la parcialidad o sesgo (*bias*) del informador. En palabras de Cook (1998: 87):

News is necessary selective. Reporters can attend to only so many possible events. Once their ideas are sold and crafted, the sample shrinks further. (...) The problem, of course, is that such a spotlight confers status as much as the

⁶ En el diario *La Vanguardia* se publican desde el año 1998 todos los asesinatos de mujeres a manos de sus parejas o ex parejas.

⁷ *“Les premières recherches empiriques sur la sélection des nouvelles faisaient de la subjectivité et des intentions de communication des journalistes-sélectionneurs (gatekeepers) les principaux déterminants de la sélection. Cette hypothèse a été, depuis les années 70, largement invalidée par des travaux empiriques qui ont établi que les pratiques de sélection des nouvelles varient relativement peu d’une entreprise de presse à l’autre. La sélection obéit à des critères relativement stables qui rendent le produit de la sélection largement prévisible”*. (Charron, 2000: 11).

2: *El periodismo político*

other way around. Journalists can create importance and certify authority as much as reflect it, in deciding who should speak on what subjects under what circumstances. Selectivity, in and of itself, does not automatically lead to bias.

A partir del momento en que cierto hecho es seleccionado, cada medio, acorde con sus propias características – sistema de soporte para la difusión del mensaje, espacios disponibles, horarios de difusión, etcétera – “informará” a sus lectores, oyentes y televidentes, de la noticia, que formará parte ya del sistema de construcción social. En el caso de los periódicos, por ejemplo, la manera de informar condicionará cómo la divulgamos, dónde se ubica – en qué sección informativa o temática -, con qué formato, y qué importancia se le da entre el grupo de noticias que ese día configurarán el discurso global del periódico. Más aún, el periódico destacará de entre todas, en portada, las que considera como noticias claves de la jornada, asunto este que desarrollaremos más adelante.

2.2. **QUÉ ES LA NOTICIA POLÍTICA**

De acuerdo a lo señalado, debemos entender como noticia política un acontecimiento o hecho dentro del ámbito de la política. Pero esta primera aproximación presenta excesivas imperfecciones teóricas. En primer lugar, si entendemos la política como el ejercicio del poder, como la voluntad de los actores políticos y no políticos por gestionar ese mismo poder, debemos entender la política también como la actividad encaminada a la toma de decisiones sobre cómo se distribuyen los recursos para satisfacer las necesidades o, en palabras de Bouza-Brey (2004: 45), “*como el gobierno de situaciones sociales mediante la toma de decisiones; las orienta hacia metas, las ordena y coordina, y para ello asigna papeles, recompensas y sanciones a los individuos*”. Y el periodismo político prestará su atención hacia el proceso y consecuencias de esta toma de decisiones.

Este enfoque corresponde a las posturas clásicas de la sociología y la teoría política norteamericana. Así, en su emblemático *Governing with the News: the news media as a political institution*, Cook tomaba como punto de partida la definición de política de David Easton:

What distinguishes political interaction from all other kinds of social interactions is that they are predominantly oriented toward the authoritative allocation of values in a society. (Easton 1965, apud Cook 1998: 85).

A partir de este concepto, se plantea Cook la conocida pregunta básica de “*How do the news media enter into the authoritative allocation of values?*” (Cook 1998: 86).

El informador, aunque sea miembro de la estructura del actor político que constituye el periódico, no es en sí mismo un actor; sabe, además, que la política tiene un amplio

2: El periodismo político

alcance y “*puede, pues, ser concebida también como la actividad alrededor del poder, lo es tanto la lucha para hacerse con él, como su ejercicio*” (Giró, 2010: 82). Por último, y como también reconoce el profesor catalán, el informador sabe que “*sin menoscabar el poder gubernamental, hay otros actores que ejercen poder económico, social o cultural*”. Esta última afirmación tiene mucho sentido y merece especial atención en esta investigación. Porque en ocasiones, en el ejercicio de la profesión, la definición del “ámbito de lo político” es un término confuso, abstracto y muy amplio, una imprecisión que se refleja también la bibliografía:

if one defines politics broadly enough –as many now do- it becomes difficult to draw any useful line, or even to establish what is not political at some level, and the term loses its practical utility. (Cook, 1998: 181).

Efectivamente, si nos atenemos al terreno autonómico valenciano, podemos ver cómo el *Consell*, el máximo órgano político-ejecutivo de todos los valencianos, gestiona la práctica totalidad de los servicios a los ciudadanos; desde la Educación y la Sanidad, hasta la Cultura, los Servicios de Emergencias o la Política Urbanística. ¿Son acontecimientos políticos todo lo que decide el ejecutivo valenciano? ¿Publicaremos todo lo que hace la Generalitat Valenciana en las páginas de política?

Antes de responder a estas preguntas detengámonos un momento en otra institución como es el Parlamento Valenciano, el órgano legislativo de la Comunidad Valenciana. La Cámara, donde se encuentran los representantes electos de los partidos políticos, se ha pronunciado desde la existencia de la autonomía valenciana sobre centenares de temas, ha aprobado decenas de leyes y se ha manifestado sobre aspectos netamente políticos como la reforma de l’*Estatut d’Autonomia* hasta cuestiones como el apoyo a un equipo de motociclismo o la Ley de Patrimonio Arbóreo de la Comunidad Valenciana, hechos estos últimos que nos harían pensar mucho en qué sección ubicarlos y que, en lógica, no serían acontecimientos abordados por un periodista político.

En el ejercicio diario de su profesión, el periodista político prestará una atención prioritaria a todo lo que ocurre en estas instituciones y entre sus protagonistas y/o

2: El periodismo político

actores. Así, todos los diarios tienen periodistas destacados en el seguimiento las decisiones del ejecutivo autonómico o de las Cortes Valencianas; e incluso de instituciones como el Ayuntamiento de Valencia. Sin embargo, todos estos periodistas saben que no todos los acontecimientos que se generan en estas instituciones y entre estos políticos van a acabar siendo noticias publicadas en las páginas dedicadas a la información política. Ocurre, en numerosas ocasiones, que son los periodistas de otras secciones del diario – Cultura, Deportes o Economía, por ejemplo – los que se desplazan a esas mismas instituciones políticas para asuntos concretos que no deben ser abordados por un periodista del área de política.

Rodrigo Alsina (1989: 45) ya nos marca el camino para tener las pautas que nos permitan identificar un acontecimiento dentro de un área temática: intencionalidad y protagonistas. El criterio para la identificación del acontecimiento político no será tanto observar exclusivamente el ámbito donde se genera el propio acontecimiento, sino el objetivo y la finalidad al que conduce el contenido de ese mismo “hecho”. Volvemos a la pregunta que había quedado antes en el aire: ¿es política todo lo que hace la *Generalitat* Valenciana?; sí, en la medida de que se trata de una institución política (Borrat, 1989). Pero ¿todo lo que ejecuta la *Generalitat* Valenciana es noticia política?; ¿deben ir a las páginas de política todos los hechos que se generan las instituciones políticas? La respuesta es, claramente, no.

Porque una cosa es la institución o los protagonistas y actores políticos de estas instituciones – el Presidente de la *Generalitat*, los *consellers*, los diputados, los concejales de los ayuntamientos, etcétera – y otra cosa es la acción que protagonizan estas instituciones o protagonistas, y el objetivo de estas acciones⁸. Así, no es lo mismo que el *President* valenciano y el líder de la oposición política en las Cortes Valencianas firmen la reforma de *l'Estatut*, a que ambos se unan y se pronuncien a favor de la selección española de fútbol en la pasada Eurocopa. No es lo mismo que el *conseller* de Educación y Cultura de turno anime a objetar contra la asignatura de Educación para la

⁸ En todo momento expongo ejemplos de instituciones valencianas en la medida que son las que mejor conozco y más he tratado en mis años de periodista; junto al caso de las instituciones europeas que utilizaré también a lo largo de esta investigación.

2: *El periodismo político*

Ciudadanía a que acuda a un concierto de la Filarmónica de Viena en un Palacio de la Música que se va a inaugurar en una capital valenciana. Siendo, en el segundo caso, el mismo protagonista, su primera acción será asumida por un periodista político y el segundo será un hecho informativo que podemos convertir en noticia que se encuadrará dentro de las páginas de Cultura de cualquier diario: el protagonista o la institución es la misma; el ámbito temático de su acción es netamente diferente. Siguiendo este último ejemplo, el primero sería un asunto de Política Educativa y el segundo un tema exclusivamente cultural.

Ocurre, en ocasiones, que los que “activan” un “hecho informativo” susceptible de ser divulgado como noticia política ni son políticos, ni trabajan en instituciones políticas, ni son miembros de un partido político. Giró (2010) lo razona. Un buen ejemplo son los Tribunales. No tendremos ninguna duda de que si un juez de la Audiencia Nacional ordena el ingreso en prisión de la cúpula de un partido político por complicidad con el terrorismo, o si un tribunal ordinario ordena la detención del alcalde de una ciudad por corrupción, estas informaciones serán tratadas en las páginas de política de nuestro diario y no en la de sucesos o tribunales, y definiremos esa información como información política o de otras maneras como política terrorista o corrupción política.

La razón es sencilla: la acción judicial ataca, en el sentido metafórico, directamente la acción de las instituciones políticas o a los políticos, les arrebató la iniciativa y modifica el estatus propio de estas instituciones y/o políticos. Y, como señalábamos con anterioridad, la clave no son tanto los protagonistas de la acción de la información – en este caso los jueces o fiscales y también los políticos detenidos y encarcelados – sino el objetivo y la finalidad de esta acción, fundamental para comprender la acción política. Al respecto, es clave comprender la importancia del conflicto en la acción política.

Giró (2010) y Borrat (1989b) abordan con detalle la hipótesis del conflicto, fundamental para comprender las tensiones del poder en nuestra sociedad y para comprender mejor la labor del periodista político. Giró (2010) señala que:

2: El periodismo político

El conflicto es el término que mejor define la función y el funcionamiento de la política. La existencia de cualquier sociedad comporta conflictos. Hacer política es gestionarlos, resolverlos si es posible, cooperando si llega el caso con algunos actores para imponerse sobre terceros con los cuales se está en conflicto.

Borrat (1989a: 24), por su parte, precisa que percibir el periódico como actor político es considerarlo como un actor social, puesto en relaciones de conflicto con otros actores, y especializado en la producción y la comunicación masiva de relatos y comentarios acerca de los conflictos existentes entre actores de éste y de otros sistemas:

El conflicto se presenta así como la categoría clave para orientar esta búsqueda. Como productor de la actualidad periodística política, el periódico tiene que ocuparse de un flujo continuo y siempre renovado de conflictos noticiables.

Podemos ver ejemplos aún más complejos, como el hecho de que instituciones tan alejadas de la praxis política, en teoría, como la Iglesia Católica, pueden llegar a condicionar duramente el debate político en cuestiones sociales, culturales e incluso identitarias: temas como el aborto, la asignatura para la Educación para la Ciudadanía, los matrimonios homosexuales, son buenos ejemplos. La Iglesia, como actor social, entra en conflicto con otro actor político, en este caso el Gobierno de turno. No nos importará tanto el hecho de que la Iglesia no sea una institución política en su definición pura, sino el hecho de que su acción se adentra directamente en lo que entendemos como debate político hasta alterarlo e incluso condicionar la acción de un ejecutivo a favor de una u otra posición en materia social. Si aplicamos esta norma a otros campos del conocimiento, como en el de la Economía, será más sencillo que clarifiquemos tanto la existencia de un acontecimiento político como su ubicación en las páginas de nuestro diario. A pesar de esto, la Economía es un ámbito marcadamente “fronterizo” con lo político en muchos temas; y no es extraño ver como muchos debates políticos tienen como trasfondo un debate económico y al revés, hecho que se evidencia aún más desde que se inició la crisis económica mundial en el año 2008. La denominada Política

2: El periodismo político

Económica, dictada por un gobierno, se aborda con intensidad desde la fecha señalada por las secciones de política de los diarios.

No todos los periódicos tienen definida la sección donde se van a ubicar las noticias políticas como “Política”. Por ejemplo, el diario *El País* publica las noticias políticas en su sección “España”, la misma en la que también se pueden leer informaciones sobre sucesos, infraestructuras o incluso sociales. Sin embargo, otros como *La Vanguardia* o *Las Provincias* sí que denominan las páginas donde se ubican las noticias políticas como “Política”. A pesar de esto, incluso en *La Vanguardia* se han llegado a divulgar noticias políticas “fronterizas” con otras áreas temáticas de los diarios como Sociedad o Economía en estas páginas. Borrat (1989a: 40-41) señala al respecto que:

Más todavía, la política invade con mayor o menor frecuencia las otras áreas y secciones que, en el periódico de información general, parecen otros tantos correlatos de los sistemas social, económico y cultural: Sociedad, Economía, Cultura, Espectáculos, Deportes. El periódico, pues, asigna a la política el lugar central en sus temarios pero, lejos de confinarla en ese espacio privilegiado, la expande también más allá de él.

La noticia política es, por tanto, aquel hecho susceptible de ser cubierto o divulgado en las páginas de política de un diario y cubierto por un periodista político especializado en información política, con todas las advertencias señaladas y las imprecisiones de una profesión que no es, en absoluto, una ciencia exacta. Y el periodismo político es la especialización del periodismo encargada de atender todo acontecimiento o hecho político, que acontece en o fuera de las instituciones políticas, pero que tiene incidencia directa en el debate político. Ello apunta, en línea con la tesis de Giró (2012), a que en todos los ámbitos del ecosistema social pueden producirse acontecimientos susceptibles de ser atendidos por el periodismo político, aunque no sean estrictamente hechos políticos, como aquí se ha razonado. Y este es un elemento fundamental de nuestra investigación que nos ayudará posteriormente, en el desarrollo del trabajo de campo de análisis de las portadas, a realizar una correcta segmentación de la información política aunque no se trate de hechos estrictamente políticos. Para una mayor comprensión de

2: *El periodismo político*

este punto creemos necesario precisar que sobre la noticia política estableceremos subdivisiones temáticas según el origen del acontecimiento, los actores y el ámbito social donde se produce.

Así, junto a la noticia política estricta, que deberíamos entender como aquella que tiene en su origen y en su finalidad actores exclusivamente políticos – un debate parlamentario, unas elecciones autonómicas, locales o generales, la elección de un secretario general de un partido, como ejemplos –, en el análisis de los datos hemos querido establecer una segmentación que contemplaría noticias de subáreas que clasificaremos como:

- Política Económica: Acontecimientos que tienen en su origen actores institucionales o políticos que en la gestión del poder condicionan con sus decisiones la realidad económica. Servirían como ejemplos una reforma laboral aprobada por el gobierno o la decisión de un rescate o intervención de una autonomía.
- Política Internacional: Acontecimientos que tienen su origen en actores institucionales o políticos internacionales, especialmente de ejecutivos de otros países, que afectan directamente a la vida de los ciudadanos. Ejemplos serían unas elecciones en cualquier país del mundo o la decisión de un país de entrar en hostilidades con otro país vecino.
- Política Tribunales: En este caso se considera como tales casi exclusivamente los casos de corrupción política investigados por jueces o fiscales en todo el ámbito nacional. Un ejemplo sería el caso *Gürte* o el caso *Undargarín*.
- Política Social: Acontecimientos que tienen su origen en actores institucionales o políticos, cuyas decisiones provocan un fuerte debate político aun tratándose de asuntos sociales, como podría ser la ley del aborto (Ley de Reproducción Sexual y Reproductiva, y de Interrupción Voluntaria del Embarazo).

2: El periodismo político

- Política Terrorismo: Se ha querido diferenciar este punto por su enorme importancia en el debate político general. Si bien es cierto que podría identificarse como una temática estrictamente política, no lo es menos que en el caso de España ofrece múltiples variables, muchas de ellas complejas de abordar, que exigen segmentarla para una mejor comprensión de su importancia en la prensa española.
- Política Educativa y Cultural: Acontecimientos que tienen en su origen en actores institucionales o políticos cuyas decisiones provocan una alteración de la conducta del mundo cultural y también educativo. En este caso podrían contemplarse hechos como el conflicto entre el Gobierno Español y Catalán por el uso del catalán en las escuelas, u otras cuestiones como el uso de símbolos.

2.3. LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y EL PERIODISMO POLÍTICO

En la presentación de esta investigación hemos esbozado la metáfora de las dos trincheras para establecer la diferencia que los profesionales del periodismo observan entre periodismo político y comunicación política. Entendemos, al respecto, que es clave comprender no sólo el marco teórico y conceptual de esta diferenciación, sino su traslado a la praxis profesional, para evitar confusiones que, en ocasiones, suelen darse cuando de abordar el periodismo político se trata. Porque en el terreno de la práctica profesional puede creerse que el periodista político hace comunicación política desde la idea, errónea, de que al informar del hecho político, al abordar el acontecimiento y convertirlo en noticia política, ha hecho comunicación política; lo que ha hecho, bien al contrario, es periodismo.

Probablemente sea necesario distinguir dos usos en el término de “comunicación política”:

- El que desde el ámbito teórico de la investigación académica se refiere de manera global a todos los flujos informativos implicados en la acción política (así lo vemos, por ejemplo, en un manual tan emblemático como el de McNair (2003) o la recopilación de Kuhn y Neveu (2002), y en otras referencias que citaremos a continuación).
- Y el que se utiliza en el ámbito estricto del desempeño profesional (y también, según veremos, en las denominaciones utilizadas en planes de estudio), donde no sólo podemos afirmar que ambos papeles son claramente separables, sino que su interacción dinámica constituye una parte esencial del periodismo político.

Asumiremos, por lo tanto, desde planteamientos teóricos, que el periódico y el periodista político, como actores fundamentales del proceso de comunicación de

2: *El periodismo político*

cualquier sistema político (Borrat, 1989a), participan del proceso de la comunicación política, en la medida en que en este mismo proceso será necesaria la participación de los medios de comunicación de masas. Y que el periodista y el periódico (Borrat, 1989b; Cook, 1998; Giró, 2012; García Marín, 2007) son actores políticos que como tales deben ser contemplados desde la ciencia de la comunicación política.

María José Canel (1999: 23-24) apunta con acierto que *“la comunicación política es el campo de estudio que comprende la actividad de determinadas personas e instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos) en la que se produce un intercambio de información, ideas, actitudes en torno a los asuntos públicos”*. Esta afirmación ya nos da a entender que el periodista, como elemento necesario del proceso de comunicación social de masas, más aún en el terreno de la política – aspecto que veremos más adelante en el capítulo dedicado a la relación del periodista político con sus fuentes – debe ser contemplado en todo proceso de comunicación política. Es, en este sentido, parte de un sistema en el que el emisor y el receptor – poder institucional y ciudadanos, principalmente – establecerán un diálogo que, como añade Canel, consistirá en un *“intercambio de signos, señales, o símbolos de cualquier clase, entre personas físicas o sociales, con el que se articula la toma de decisiones políticas así como la aplicación de éstas en la comunidad”*.

Y en este intercambio de signos, señales o símbolos, el periodista, y su medio de comunicación, participan del proceso. Sin embargo, el hecho de que el periodista sea un elemento necesario del proceso de comunicación política, y en este sentido objeto de estudio de la ciencia de la comunicación política, no significa que el periodista actúe como un “comunicador político” con los mismos intereses con los que actúa el poder político y sus actores institucionales, es decir, en el sentido profesional que hemos descrito.

El periodismo político, como se defiende en esta investigación, es la especialización del periodismo encargada de atender todo acontecimiento o hecho político que acontece en o fuera de las instituciones políticas, pero que tiene incidencia directa en el debate político; no es, por tanto, partícipe de esos hechos políticos. Es decir, el periodismo

2: El periodismo político

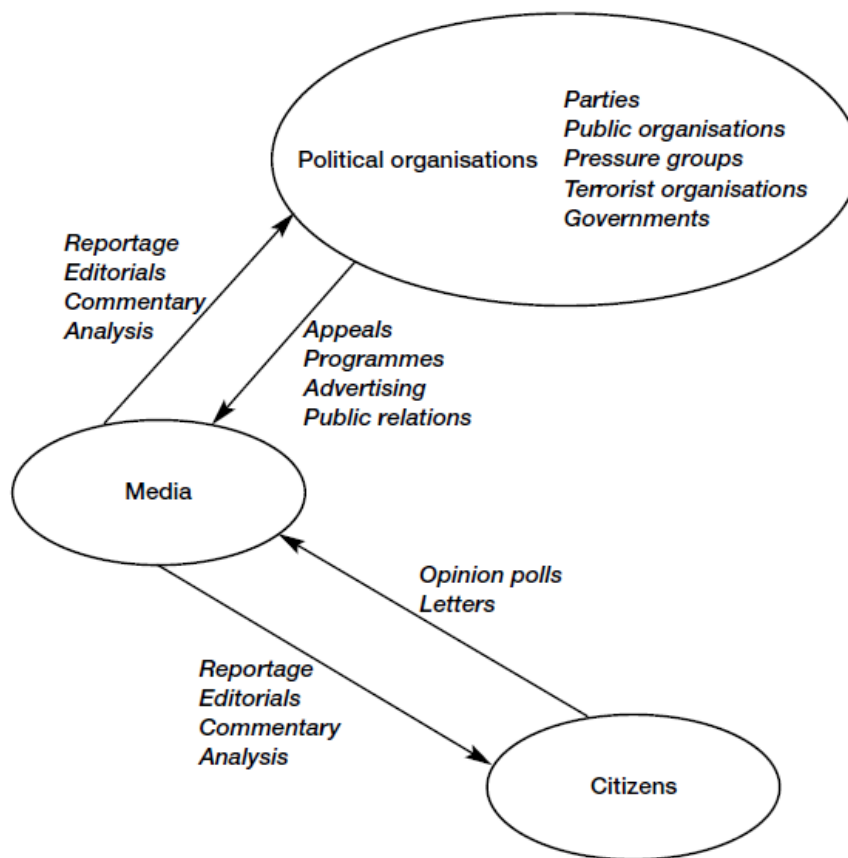
político no genera el hecho, lo aborda, analiza, lo interpreta y, si lo considera necesario, lo difunde. El periodista, en este sentido, es un intermediario entre el acontecimiento y la opinión pública. A pesar de esta descripción ideal, no obstante, no es menos cierto que el periódico tratará (Borrat, 1989a, 1989b) de condicionar la acción política de las instituciones y de los otros actores políticos para, de un lado, establecer un control real de la acción política de las instituciones, principalmente los gobiernos, y para mejorar la calidad democrática de las sociedades en las que están implantados estos mismos medios. En este sentido merece la pena destacar la obra ya mencionada de Cook (1998) *Governing with the News*, que establece que la prensa estadounidense no es objetiva ni imparcial, y da un paso más para afirmar que los medios están organizados como una institución política *per se*. Según este autor, los medios no realizan un simple reflejo de la realidad política, sino que la condicionan y promueven, pero en un punto paradójico de constante inclusión/exclusión respecto a la realidad política. Su punto de arranque es el cuestionamiento de la consideración de Cater de la prensa como "the fourth branch":

the actions of political actors and of journalists in the United States are contingent upon the rules they occupy within their perspective political and social systems, and the resultant rewards and sanctions to particular behaviours. In particular, when reporters make choices on who and what to cover and how to cover it, these choices are governed less by personal values prior to becoming a journalist or by their placement within the social structure as a whole than by 'a logic of appropriateness' based on their professional and craft-related roles as journalists. (...) If we are to take the possibility seriously that the news media now form an intermediary political institution, we must closely examine whether the media are institutional and whether they are political. (...) If the media largely distribute the voices of political actors, without shaping what those voices say, it cannot be a 'four branch'. As it turns out, the news media do have a powerful bias, but paradoxically it is embedded deeply into their operations (and institutionally across organizations) largely because of the ways in which politics is explicitly excluded, while being implicitly included in the production values of the news. In part, then, the very commitment of the news media to objectivity and desinterest gives the news its

2: El periodismo político

independent and far-reaching perspective, and its influence. (Cook, 1998: 61-62).

Una manera de visualizar lo dicho es analizar el modelo McNair (2003: 5) para establecer el proceso de comunicación política y la posición de sus actores en este mismo proceso. Como se puede observar, los medios de comunicación forman parte del sistema político de comunicación, participan de él.



Para dar cuenta de las interacciones y sinergias que mantienen estos actores sociales, la investigación científica sobre comunicación política maneja, como es sabido, tres paradigmas básicos:

- El que se orienta a la función propagandística que Chomsky y Herman (1998) llaman "fabricación del consenso";

2: El periodismo político

- El que subraya que la cobertura mediática coincide con los intereses de las élites políticas, es decir, la “teoría de la indexación” propuesta por Bennet (1990); frente a las teorías del *watchdog journalism* o el periodismo adversarial, la teoría de la indexación propone que son las declaraciones de los miembros de los gobiernos las que condicionan la selección informativa de los medios; los políticos pasan a ser las fuentes por excelencia.
- El que relativiza el protagonismo de la relación entre medios de comunicación y élites políticas, introduciendo otros elementos, es decir, el modelo de “activación en cascada” propuesto por Entman (2003). Según este planteamiento, el proceso de encuadre de las noticias comienza con la negociación entre los diversos actores políticos sobre los mensajes relativos a cierta realidad; este proceso es filtrado por los medios, que proporcionan a los ciudadanos los marcos de interpretación a partir de los mensajes recibidos por los políticos; y los ciudadanos a su vez, pueden influir en los medios según reaccionen a los marcos propuestos, reacción que se ha visto radicalmente amplificada en la era digital.

En las últimas décadas, la investigación ha prestado una gran atención a gran parte de las interacciones recogidas en el gráfico de McNair, lo que podría parecer que contradice nuestra afirmación inicial sobre la escasez bibliográfica. No obstante, los estudios sobre comunicación política han focalizado procesos y situaciones que, en la mayoría de los casos, otorgan al periodismo político cierto papel periférico, no central.

Así lo indican Neveu y Kuhn, que en su presentación del monográfico *Political Journalism*, señalan cuáles han sido las tres principales líneas de investigación desarrolladas (sobre todo en EEUU) desde los años 60, que dan una visión simplista del periodismo político. El primero de esos ámbitos sería la profesionalización de la comunicación política, tanto en el ámbito de las habilidades personales como de estrategia institucional; en segundo lugar, la descripción (“*with a strange blend of fascination and repulsion*”) del rol jugado por los consultores y asesores de comunicación; una tercera línea de interés sería la que atiende a la influencia del “demos”, ya sea considerado como opinión pública o como audiencia. En todas estas tradiciones académicas, Kuhn y Neveu señalan la posición marginal concedida normalmente al periodista político:

2: El periodismo político

This lines of research (...) often adscribe to political journalists a strange role in the political communication castlist. From one perspective journalists are frequently presented as trapped between the quest for audiences and the weight of public opinion on the one hand and the powerful influence of professionalized political sources on the other (...). Journalists thus appear as victims, condemned to purely reactive strategies in the face of a combination of forces which are shrinking their professional and intellectual autonomy. From another viewpoint, much research output portrays journalists as the villains of modern political communication (...), or at least as being responsible for an approach to coverage which threatens democratic ideals and weakens the public's interest in politics (Kuhn y Neveu, 2002: 2).

García Marín (2007: 12,13), siguiendo la propuesta de McNair (2003), señala que todos los textos contemporáneos que abordan la comunicación política se centran en tres actores “*algunos de los cuales operan más allá del Estado*”, y añade que “*todos producen comunicación política*”. Estos actores son, en primer lugar, el Estado y sus instituciones. “*Su papel es comunicar sus actuaciones y decisiones a la sociedad para ganar legitimidad y adhesión entre los ciudadanos*”. Tras el Estado, el investigador señala a todo el resto de colectivos: instituciones privadas, asociaciones, organizaciones sociales – Iglesia, sindicatos, banca, como ejemplos – que “*comunican en la esfera pública para lograr tener algún tipo de influencia*”. Por último, García Marín apunta en tercer lugar a los medios de comunicación “*que comunican mensajes sobre la política, influenciando al público y también a la esfera pública*”.

La cuestión de fondo, y este es un punto clave para diferenciar el periodismo político de la comunicación política, es que no todos los actores políticos persiguen el mismo objetivo a la hora de comunicarse con su público, especialmente en las sociedades democráticas. En toda sociedad democrática los ciudadanos eligen a sus representantes. Para que estos representantes alcancen el poder institucional, deben “comunicar” a sus electores una serie de mensajes que persiguen, al fin, que les voten. Es el caso, como ejemplo fundamental, de las campañas electorales, periodo en el que los partidos

2: El periodismo político

políticos realizan el mayor esfuerzo comunicativo para convencer a los futuros votantes de su opción política. En este periodo, los medios de comunicación de masas adoptan un papel fundamental, pues es a través de ellos como el político puede dirigirse a su público objetivo. Señala Octavio Aguilera (1990: 145) que durante las campañas políticas “*cualquier movimiento, por simple que parezca, cualquier noticia, cualquier espontaneidad (simulada), conlleva unos fines muy concretos: influir en el ánimo del electorado para que dirija su intención de voto hacia los candidatos convenientes*”. Y añade con acierto que:

la vida de los políticos está estrechamente ligada a la de los periodistas, ya que la campaña electoral en los mass-media no sólo constituye para aquéllos el mejor conducto hacia el votante, sino que los profesionales de la información también se han convertido en el canal principal para establecer contacto con sus competidores en la lucha electoral.

Los procesos electorales evidencian la enorme complicidad que se establece en la relación entre ambos actores. Los partidos persiguen convencer, persuadir, seducir a sus posibles electores. Y los medios de comunicación son el instrumento, el canal necesario, para alcanzar el objetivo. Sin embargo, en su papel fundamental, los periódicos no tienen el mismo objetivo que los partidos políticos, lo que no es obstáculo para que en muchas cuestiones las líneas editoriales de estos mismos periódicos coincidan con el programa electoral de estos mismos partidos, lo que explica que unos periódicos apoyen a una opción política u otra en estos mismos procesos electorales. Pero el papel de la prensa en una sociedad democrática es, en rigor y como señala Ángel Benito (1978: 17):

un instrumento para el control social, para un cabal conocimiento de la realidad por parte de todos, para el diálogo político, para el equilibrio de intereses y de opciones políticas, para la vigilancia y control social de aquellos que detentan cualquier tipo de poder, para denunciar los abusos de autoridad y satisfacer la razonable curiosidad de la gente por los asuntos públicos, su derecho a la información que es previo al ejercicio del deber de participar en la “res pública”.

Es decir, siendo ambos actores del sistema político, no todos los actores persiguen el mismo objetivo, y este punto es crucial para establecer la diferenciación sobre la función y papel de cada uno, y para diferenciar, desde un punto de vista metodológico, la comunicación política del periodismo político. Y es esta misma diferenciación la que explica la distinta evolución de cada uno en términos profesionales. En el primer caso, la comunicación política persigue persuadir y mantener durante largo tiempo esa persuasión para que los partidos, y también los poderes públicos – entiéndanse como tal las instituciones que quieren mantener su relación de poder con la sociedad – puedan mantener su estatus. Esto explica, como ejemplo, las cantidades millonarias que han invertido los republicanos en los Estados Unidos, como señala George Lakoff (2004), para mantenerse en el poder durante casi dos décadas, a través de la comunicación política.

Ello explica también, en parte, la enorme atención que se ha prestado a la ciencia de la comunicación política en las últimas décadas. Se trata, además, de una ciencia pluridisciplinar, en la que campos del conocimiento como la sociología, la psicología, las ciencias políticas, la lingüística o el periodismo, han aportado y aportan investigación y resultados con los que la comunicación política sigue evolucionando. Por ello, como se señalaba al inicio de este trabajo, es muy abundante la bibliografía sobre comunicación política, así como la atención que le han prestado destacados y prestigiosos investigadores de diferentes disciplinas, así como la atención que se le presta desde el mundo académico. Justo lo contrario de lo que a nuestro juicio ocurre con la especialización del periodismo político en España.

2.3.1 El poder político y su interés por condicionar el trabajo del periodista. El marketing político

No vamos a obviar una cuestión presente en la especialización del periodismo político: la clara intencionalidad del poder político por condicionar el trabajo de los periodistas políticos, y los recursos y la metodología empleada a tal fin. Porque el periodista

2: *El periodismo político*

político debe ser, sin exagerar, el que más mensajes recibe de los poderes públicos cada día con los objetivos que a continuación vamos a referir. Sirva como ejemplo el caso de la Generalitat Valenciana: el “aparato” de fabricación y emisión de mensajes de la administración valenciana, es decir, el equipo de responsables de prensa, redactores de apoyo y técnicos en medios audiovisuales, con los que cuenta es, tal vez, cercana o superior en número a cualquier plantilla de periodistas de cualquier diario valenciano.

Este es un primer dato para comprender la enorme importancia que las instituciones políticas dan a su relación con los medios de comunicación; en sentido positivo y también crítico. Otro ejemplo: cada día, a lo largo del año, sólo el ejecutivo autonómico – y eso que no incluimos a otras instituciones como ayuntamientos, diputaciones, el Parlamento Valenciano, empresas autonómicas, etcétera– convoca numerosas ruedas de prensa (ha habido días en los que se contabilizan hasta 12 convocatorias), remite decenas de notas de prensa y comunicados, y otras tantas invitaciones a actos diversos. Se puede verificar que en cualquier jornada de un día no festivo todas las instituciones públicas y privadas juntas de la Comunidad Valenciana pueden lanzar más de 30 convocatorias de prensa.

La dimensión del “aparato” mediático institucional no es una casualidad. A la voluntad de “vender” masivamente a los medios de comunicación los mensajes elaborados previamente en los gabinetes se suma una lógica, y clara, voluntad por parte del poder político y de sus instrumentos mediáticos de condicionar la opinión pública respecto a las actividades de la institución política. Una estrategia que lleva, en algunos casos, a la obsesión de “controlar el mensaje” porque lo que pretende el poder político es que, al final del proceso, el consumidor sea receptor de ese mensaje y cambie su opinión sobre un asunto concreto sobre el que tiene interés el poder político. Canel (2007: 30-31) señala que:

cuando el Gobierno anuncia la reducción de impuestos, actúa como institución legitimada para hacerlo (es el Gobierno, ostenta el poder ejecutivo, y está motivado para lograr la adhesión del público a la medida); se dirige a los afectados (son los ciudadanos los que pagan los impuestos); y lo que hay entre

2: El periodismo político

Gobierno y ciudadanos es la transferencia de una realidad cognoscitiva (los impuestos serán más bajos. La transferencia de esa realidad cognoscitiva produce modificaciones tanto en quien escucha (el ciudadano que paga impuestos recibirá la noticia con satisfacción) como en quien habla (el Gobierno al anunciar la medida, es un Gobierno que ingresará menos). La comunicación, por tanto modifica a quienes escuchan, tanto para bien como para mal, como para la indiferencia, pues recibir el mensaje y mantenerse indiferente implica, en sí mismo, un cambio: la adopción de la indiferencia ante algo. La comunicación, por tanto, está relacionada con el cambio.

Si, como añade Canel, la institución persigue el cambio, si lo que se pretende es que “*quien se comunica tiene unos objetivos hacia los que orienta todas sus actuaciones*”, es lógico, como reconoce esta investigadora, valorar que la comunicación política de la institución pública es “*un proceso de carácter estratégico*”. Para que el proceso funcione, la institución desarrollará un plan de comunicación, más o menos riguroso, en el que los medios de comunicación son el canal necesario para alcanzar a los públicos objetivos del mensaje que persigue el cambio o la adhesión a la institución que lo divulga. En lógica, el aparato mediático institucional trabajará día tras día para lograr que el objetivo se cumpla.

Creemos, por ello, necesario exponer que con tal objetivo el poder político hace uso de todas las herramientas y metodología que proporciona el marketing comercial o mercadotecnia para alcanzar su objetivo. El marketing comercial parte de la hipótesis de que el mercado no es un ente homogéneo, sino heterogéneo y profundamente segmentado. Esta segmentación se establece a partir de categorías o diferencias, desde la edad, el sexo, el lugar donde se vive, nivel cultural y económico, etcétera, y en cada uno de los casos lo que se busca es ofrecer una “satisfacción” a ese consumidor final; ya sea proporcionándole un producto tangible – un coche, una nevera – como un intangible, como apunta Rafael Reyes Arce (2002: 13). A tal fin, el marketing comercial es en sí mismo un proceso mediante el cual se analizan y estudian las necesidades de la población con el fin de satisfacerlas.

2: El periodismo político

El poder político conoce los beneficios de utilizar la metodología del marketing comercial, especialmente en procesos electorales. Es entonces cuando la disciplina adquiere el nombre de marketing político, pues lo que persigue, como señala Philippe J. Maarek (1997: 43,44) es:

Tratar de definir los objetivos y programas políticos e influir en el comportamiento del ciudadano. En muchos casos el ciudadano puede esperar beneficios no directos y no concretos, a corto plazo, del resultado de unas elecciones. Por tanto, el marketing político es el método global de la comunicación política dentro del cual, la publicidad política (que hasta la segunda guerra mundial solía denominarse propaganda) constituye una forma de información política.

Es fundamental entender que el marketing político va a utilizar las técnicas propias del marketing – las denominadas “políticas” – para lograr en el terreno de la comunicación política lo que se logra en otro tipo de productos: captar la atención del consumidor, convencerlo o persuadirlo y lograr que, al final del proceso, ese mismo ciudadano fidelice su opción política hacia determinado partido o institución. Rafael Reyes Arce y Lourdes Munch (20002) aciertan al señalar que el marketing político es

la aplicación de la mercadotecnia y de sus principios para definir la ideología y las propuestas de los partidos políticos, así como el manejo de las campañas que se desarrollan en los procesos electorales con la finalidad de satisfacer las necesidades de la ciudadanía.

El marketing comercial basa su estrategia en las denominadas “políticas” de marketing: de producto, de precio, de distribución o de comunicación. Sobre esta última es sobre la que se desarrolla el mayor esfuerzo estratégico, pues gran parte del éxito de una acción política o institucional dependerá, en parte, de que la “política de comunicación” haya estado bien diseñada de acuerdo al público objetivo al que va dirigida. La política de comunicación es, en sí misma, una estrategia que viene definida por una metodología que persigue hacer llegar un mensaje a un público final. El medio por el que se hará

2: El periodismo político

llegar ese mensaje puede ser una valla de publicidad, un programa de televisión, pero también una noticia de un periódico, que es el aspecto que más interesa a esta investigación. Y a tal fin, como se ha señalado anteriormente, el poder político activará todo un aparato de comunicación cuyo éxito dependerá de que al final del proceso el objetivo inicial se haya logrado, ya sea convencer al electorado hacia una determinada opción política o evitar el rechazo social de una determinada decisión institucional como pueda ser la subida del IVA.

En el apartado 2.3 de esta investigación hemos abordado la diferenciación entre la comunicación política y el periodismo político, y obviamente el marketing político forma parte de la estrategia global de comunicación política emanada desde las esferas del poder. Pero si hemos decidido desarrollar este punto en el capítulo dedicado a las fuentes de información es porque la acción del marketing político activará recursos que, en la mayoría de los casos, abordarán directamente a los periodistas: ruedas de prensa, comunicados, actos electorales, etcétera. Es lo que en marketing comercial se denominan “herramientas de comunicación”. En algunos casos, como en el de la publicidad, el periodista no es el profesional que ejercerá de interlocutor entre el mensaje y el consumidor final: el canal podrá ser un anuncio de televisión o una valla publicitaria. Sin embargo, otras “herramientas” de la política de comunicación, como las relaciones públicas o directamente las campañas de prensa, sí encontrarán en el periodista el interlocutor adecuado para intentar, con la estrategia previamente diseñada de marketing político, alcanzar el objetivo final señalado, ya sea persuadir en una campaña electoral para lograr el voto de los ciudadanos o divulgar las excelencias de una decisión gubernamental.

Por ello creemos interesante, en este capítulo global dedicado a las fuentes de información, detenernos en la lógica de las campañas de prensa, puesto que el poder político o institucional desea que el canal, es decir, los medios de comunicación, sirva para hacer llegar el mensaje elaborado por los gabinetes de comunicación o de prensa, al lector de esos mismos medios de comunicación. Al respecto, la disciplina ha evolucionado de manera formidable desde finales del siglo XIX hasta nuestros días, lo que explica lo señalado al inicio de este capítulo: las administraciones públicas dedican

considerables recursos económicos y humanos a tal fin para intentar “convencer” a los periodistas de la necesidad de que se publiquen determinados mensajes.

Las campañas de prensa, como su nombre indica, suponen la realización de un esfuerzo comunicativo por parte de los poderes políticos o institucionales durante un determinado periodo de tiempo – desde un día hasta varios años –, para lograr que el mensaje elaborado por esos poderes se instale con éxito en el ideario colectivo de un público objetivo determinado. Un ejemplo sería la campaña de prensa que en el año 1997 realizó el ejecutivo de Eduardo Zaplana para intentar convencer a la opinión pública valenciana de que el trasvase del Ebro era necesario para la supervivencia del tejido productivo valenciano. Durante el periodo escogido en la campaña de prensa, el contacto con los periodistas se intensifica, es decir, la relación entre con las fuentes alcanza momentos de gran tensión informativa. El poder político o institucional podrá recurrir a comunicados, notas de prensa, ruedas de prensa o contactos directos entre representantes del poder político e institucional, como *consellers* o diputados, con los periodistas especializados en el área informativa concreta, en este caso con los periodistas especializados en información política.

Una de las técnicas más utilizadas por los “aparatos” mediáticos de las administraciones públicas que alteran la relación del político con el periodista es la “serialización” de un acontecimiento⁹. Se trata de reconvertir un asunto que la administración de turno considera clave para su estrategia política en una especie de telefilme ante la opinión pública. Entendamos primero qué es un telefilm: sobre una misma identidad temática y narrativa se estructura una serie de capítulos que, como señala Omar Calabrese (1994: 52-53) es siempre, en el origen del telefilm, análoga:

*cada episodio acaba en una historia, y la serie no está dotada de historia (...)
la serie, en fin, es programable hasta el infinito, porque el tiempo de cada*

⁹ Bustamante (2004: 95) ha señalado cómo la serialización y la estandarización caracterizan los distintos productos de las industrias culturales, especialmente en televisión, recogiendo la caracterización que propusieron para la cultura de masas autores como Adorno y Horkheimer.

2: *El periodismo político*

episodio es metahistórico, siempre idéntico a sí mismo, y ningún episodio recuerda a los demás.

Si trasladamos esta hipótesis a asuntos que han sido claves en la estrategia política de la Comunidad Valenciana, como el tema del agua (la derogación del Trasvase del Ebro y del Plan Hidrológico Nacional), o en Catalunya –y también en Valencia – con el asunto de la financiación autonómica, comprenderemos de qué hablamos. Un determinado asunto o tema se serializa, propiciando su construcción “en cadena”. Esta “serialización” de los mensajes políticos permite que las administraciones públicas, a través de sus poderosos aparatos mediáticos, consigan condicionar la denominada *agenda-setting* de los medios de comunicación.

El investigador Maxwell McCombs (1996: 17), define la teoría de la *agenda-setting* como: “*la noción de que los mass media son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad*”. Por su parte E.Shaw (1991: 163) amplía el concepto señalando que

la hipótesis de la agenda setting no sostiene que los media procuran persuadir. Los media, al describir y precisar la realidad externa, presentan al público una lista de todo aquello en torno a lo que tener una opinión y discutir. El presupuesto fundamental de la agenda-setting es que la comprensión que tiene la gente de gran parte de la realidad social es modificada por los media.

Los instrumentos mediáticos de las instituciones y de los partidos políticos conocen bien la teoría general de la *agenda-setting*, y dirigen todos sus esfuerzos para que los medios de comunicación den prioridad a sus mensajes. Las técnicas se orientan a lograr no sólo que estos medios coloquen en su escala de prioridades de oferta informativa aquellos hechos o acontecimientos que sí son prioridad para las instituciones o para los políticos, sino que, además, los medios divulguen estos mensajes de acuerdo al interés específico de la fuente institucional. MacCombs (1996: 28) subraya sobre este aspecto que:

2: El periodismo político

los medios informativos no sólo determinan en gran manera nuestra concienciación sobre el mundo en general por medio de su entrega de elementos primordiales para elaborar nuestras propias imágenes del mundo, sino que también influyen sobre la prominencia de los elementos de esa imagen.

Los políticos y las instituciones parten de lo que Enric Saperas (1987: 56), define como “*el poder de los medios para influir y determinar el grado de atención que el público otorga a ciertos temas sometidos a la atención y el interés colectivo*”. Y añade que “*cuanto mayor es el énfasis de los media sobre un tema, mayor es el incremento de la importancia que los miembros de una audiencia ofrecen a estos temas como orientadores de la opinión pública*”. El uso de las televisiones públicas nos ofrece un buen ejemplo del papel que las instituciones políticas, implícita o explícitamente, otorgan a los medios informativos para perpetuar cierto estado de cosas o ciertas relaciones de poder. Difícilmente las administraciones públicas podrían condicionar en la opinión pública ciertos temas si no fuera por cómo desde estas televisiones se “*serializan*” los mensajes, para lograr convertirlos en una prioridad en los debates sociales e, incluso, condicionar que otros medios no dependientes de las administraciones públicas acaben por incorporar estos temas en su *agenda-setting*. Ocurre, además, que las televisiones se han convertido en lo que Ignacio Ramonet (1998: 38) denomina “*el media que domina los media*”. La presión de los medios audiovisuales no es una novedad; pero en ocasiones condiciona en exceso a los medios escritos.

Las ruedas de prensa han sido también históricamente una herramienta adecuada y efectiva para acercar los periodistas a la fuente interesada en divulgar su mensaje. Han permitido que los profesionales de la información pudieran, frente a frente con la fuente, recibir la información y, si era necesario, cuestionar el mensaje e, incluso, aprovechar la ocasión para preguntar a la fuente sobre otros asuntos. Pero en la actualidad, en el caso de las administraciones públicas y de los responsables de sus respectivas áreas, se abusa de forma exagerada de una técnica que debería utilizarse sólo cuando hay algo importante que decir y con la predisposición de abrir un debate con los informadores que pretendan interrogar al protagonista de la rueda de prensa. Bien al contrario,

2: El periodismo político

muchas ruedas de prensa son simples actos propagandísticos o publicitarios, sin más interés que la presencia del político de turno, con mensajes que difícilmente se podrán convertir en noticia. Una de las “modas” que se han extendido es la de realizar supuestas ruedas de prensa en la que realmente lo único que se hace es una comparecencia y una declaración pública sin posibilidad de preguntas por parte de los periodistas.

2.4. APROXIMACIÓN A LA HISTORIA DE LA PRENSA EN RELACIÓN A LA POLÍTICA

La historia del periodismo político no ha sido abordada con la misma intensidad que la historia de la prensa generalista, donde la bibliografía es abundante y donde se han generado en los últimos años interesantes trabajos tanto en el ámbito internacional (Leonard, 1986; Bumler y Kavanagh, 1999; Habermas, 1981; Neveu y Kuhn, 2002; Charle, 2004; Muhlmann, 2007), estatal (Guillamet, 2003; Fuentes y Fernández Sebastián, 1998; Gifreu, 1996; Gómez Mompert, 1992; Tresserras, 1994) e incluso autonómico, con excelentes obras como la de Ricard Blasco y Antonio Laguna referidas a la historia de la prensa en El País Valenciano, (1983 y 1990), como bien señala Joan Manuel Tresserras (1992). Pero apoyamos la afirmación de Neveu y Kuhn (2002: 3) de que la historia del periodismo político, tanto en el ámbito internacional como estatal-español, aún está por construirse, ante la evidencia de la escasez de trabajos.

Efectivamente, en su introducción a la recopilación de artículos titulada *Political Journalism* de 2002, Neveau y Khun señalan que la tradición de estudios sobre comunicación política desarrollada durante el siglo XX supone algunos “puntos ciegos”¹⁰, cuya resolución exige otorgar un papel central en la investigación al periodismo político¹¹. Y entre tales puntos ciegos destacan tres: la falta de estudios históricos y comparados, la falta de estudios sobre las relaciones entre periodismo

¹⁰ El monográfico de la revista *Journalism 13*, editado por Esser, Strömbäck y de Vreese (2012) supone también un intento de salir al paso de “puntos ciegos” en las bases teóricas de la investigación sobre periodismo político: “*research on political news journalism faces some serious challenges related to a lack of conceptual clarity as well as insufficient comparability across studies and cumulativity of findings. (...) We believe this situation is highly unfortunate, and that research on news content has a lot to learn from fields where standardization of key variables has progressed further.*” Esser, Strömbäck y de Vreese, 2012: 140).

¹¹ “[to] places journalism and journalists back at the core of the political communication process” (2002: 5).

2: El periodismo político

político y otras especializaciones, y la falta de estudios sobre el concepto de “política” tratado en los medios:

As any bibliographical investigation shows, no other kind of journalism has been the subject of so much research. Yet at the same time, this vast literature contains surprising blind spots, for example with regard to comparative and historical approaches. Three points can be made in this context. First, there is a lack of long-term historical analyses. While there are some remarkable studies in journalism in the 1900s or the 1060s, there are few books which (...) provide a broad perspective on the development of political journalism over time. Second, there has been little research focusing on the particularities of political journalism in relation to other specialist output, such as sports, social or crime coverage. Finally, there are relatively few studies which analyse the nature of the questions covered in the ‘Politics’ section of the media. (Neveu y Kuhn 2002: 3).

Creemos en esta investigación que para entender la historia del periodismo político debemos observar la historia global del periodismo, por cuanto los investigadores de la historia de la prensa sí reflejan, aunque no con el objetivo señalado, la importancia que esta especialización del periodismo ha tenido en paralelo a la eclosión de la prensa como medio de comunicación de masas. Y no sería exagerado concluir que el periodismo político, tal como lo conocemos hoy en día, existe desde el mismo momento en el que la prensa de masas comienza a jugar un papel fundamental en la generación de opinión pública en España y en Europa. Aunque desde el siglo XVII ya encontramos soportes de difusión de información escritos sobre papel, como las denominadas *gacetillas*, capaces de condicionar el clima político de la sociedad española (Juan Francisco Fuentes y Javier Fernández Sebastián, 1998), no obstante será en la Europa de la Ilustración cuando podemos situar los fundamentos del periodismo político en paralelo a la emergencia de la opinión pública (Habermas, 1981). En esta línea, Chirstophe Charle precisa que en el año 1830 (arranque de la Revolución Francesa) “*c’est donc la première fois qu’on peut parler d’un pouvoir médiatique sur les masses, socialement mesurable et politiquement décisif* (2004: 10). Añade este autor que otro

2: El periodismo político

aspecto fundamental de ese periodo es la aprobación de la Ley Ghizot, “*qui organise pour la première fois, de manière systématique, l’enseignement primaire et jette ainsi les bases de la croissance d’un public de lecteurs nouveaux*”.

Como defienden los profesores Josep Lluís Gómez Mompert (1992) y Josep Gifreu (1996), el periodismo de masas precisaba de unas condiciones sociopolíticas y socioindustriales para desarrollarse con plenitud que empiezan a darse desde mediados del XIX en los países más avanzados (Inglaterra y Francia) y en el último tercio de esta centuria en EE.UU. y principios del XX, también y especialmente en España. Gifreu (1996: 74–76) señala una serie de características “*que la tradició funcionalista ha destacat en la comunicació de masses*”. Cita la periodicidad de la difusión de las publicaciones, la estabilidad de los medios de impresión y difusión, la rapidez, la ubicuidad, la difusión “pública” de los mensajes y, lo más importante, la “institucionalización”. En este sentido señala que:

La comunicació de masses és una forma d’institucionalització de la comunicació pública per excel·lència que es pot entendre en dos sentits: globalment considerada, com a garantia del funcionament del sistema social en general, i del sistema polític, en especial; i en particular, les institucions de la comunicació són reconegudes com a tals (com a públiques o privades) dels poders públics.

La observación de Gifreu es fundamental para sostener el hilo argumental de esta investigación, en la medida que la aparición de la prensa de masas está directamente ligada al auge del periodismo político en el sentido antes precisado. Porque como añade Gifreu (1996: 83):

La premsa neix amb la impremta, però tardarà segles a ser un mitjà de difusió de masses. Hagué d’esperar que les màquines de la producció i les xarxes de transport estiquessin a punt. I que la gent sabés llegir. I que algú tingués coses a contar o a informar. I que les autoritats ho permetessin...Sabem que, en efecte,

2: El periodismo político

la lluita per les llibertats democràtiques ha estat històricament una batalla central de la premsa.

En el mismo sentido se pronuncia Gómez Mompart (1992: 13) cuando razona que “*la història de la premsa moderna ha necessitat un segle per a ser contemplada des d’una perspectiva social global*”. Gómez Mompart (1992: 8) destaca, al respecto del papel de los diarios, que:

La centralitat del periòdic modern industrial en els orígens de l’ecosistema de comunicació de masses és capital, no només perquè es tracta del primer mass-media, sinó perquè tindrà un paper decisiu en el desenvolupament de la nova societat i la nova cultura urbano-industrial.

Y sitúa el auge del diario moderno, y por lo tanto de la comunicación de masas, en España, en el periodo 1902-1923. Los diarios de masas nacen, en muchos casos, con una clara voluntad de generación de debate político; posición más evidente en los denominados “diarios de partido” que son casi el 60% de los que existen en España en el periodo 1913 a 1920 (Gómez Mompart, 1992: 97). Advierte no obstante este autor que las tendencias en esos años fueron las de la reducción de los diarios de partido y el auge de los generalistas:

A més, aquestes dades són, certament, molt inferiors al veritable procés seguit, ja què, primer, el conjunt de la premsa no partidista tirava un volum d’exemplars molt superior al de la partidista i, segon, perquè gran part de la premsa política, en rigor, també s’ha de considerar d’informació general, tenint en compte que pràcticament donava notícia de tot.

Fuentes y Fernández-Sebastián (1998: 147) coinciden con la reflexión de Gómez Mompart diferenciando entre las grandes posiciones políticas defendidas en ese periodo y señalan que:

2: El periodismo político

A la altura de 1892 circulaban en España diariamente un total de 580.000 ejemplares de periódicos políticos (de los cuales 236 títulos eran monárquicos, 137 republicanos y 8 sin filiación precisa) correspondiendo aproximadamente un 60% de esa tirada global a la prensa monárquica y el restante 40% a la republicana.

La información política, ya en esas fechas, tiene un peso crucial en el diario “moderno”. Gómez Mompart (1992) analiza la evolución de organización de secciones temáticas y de contenidos de doce diarios catalanes del periodo señalado: *La Vanguardia, Las Noticias, La Publicidad, El Noticiero Universal, El Diluvio, La Veu de Catalunya, El Día Gráfico, Diario de Barcelona, El Liberal, El Correo Catalán, El Progreso, La Tribuna*; y comprueba que la información política impregna casi todas las áreas “local”, “Cataluña”, “España” o “Internacional”. Como referencia adecuada a esta investigación, Gómez Mompart señala que

en els diaris partidistas predominaven els actes polítics servits informativament pels mateixos militants, mentre que en els altres diaris s'alternaven amb altres fets socials més o menys destacables. (1992: 103).

El trabajo de Fuentes y Fernández-Sebastián (1998) confirma también la estrecha relación que existió ya desde el siglo XVII entre la difusión de las primeras “gacetillas” y el poder político, como la “Gaceta de Madrid” que se fundó en el año 1661: “*significativamente, en su origen, no estuvo patrocinada por el Rey, sino por su hijo bastardo Juan José de Austria*” (1998: 18). Señala sobre este periodo Jaume Guillaumet (2003: 49) que:

La notícia política i militar és l'únic gènere informatiu clar en aquesta primera hora informativa, a més del relat tradicional de les relacions, sovint en forma de correspondència personal, mentre que els gèneres són deutors encara de formes retòriques com el sermó, el discurs i una tercera forma literària, els diàlegs, que per la seva lleugeresa i atractiu és usada per alguns dels principals polemistes anglesos, des del realista Roger l'Estrange a The Observador.

2: El periodismo político

En el siglo XVIII la evolución global de las gacetas se produce “*primero de lo informativo-noticioso a la crítica erudita para desembocar en el más amplio terreno de lo didáctico-cultural (género éste cuya presencia resulta abrumadora a lo largo del siglo), y de ahí se va avanzando hacia la crítica social y la polémica política más o menos atrevida*” (Fuentes y Fernández-Sebastián, 1998: 21). Soriano (2006: 30-31) señala que en el siglo XIX “*el papel de la prensa en la difusión de la ideas liberales fue decisivo, si bien tuvo que luchar a brazo partido con la censura que impusieron los últimos coletazos del Antiguo Régimen*”.

A finales de siglo y principio del XIX esta constante se consolida: “*El papel asignado a la prensa tiene, pues, una evidente carga pedagógica e indoctrinadora: puente de dirección única entre los ciudadanos y el poder ilustrado (...) Los gobernantes no dudaron en utilizar a fondo este instrumento cultural y protegerlo de diversas manera*” (1998: 24). Más significativa es la observación de Gifreu (1996: 85) cuando afirma que:

així, durant el segle XVIII i primera part del XIX es posen les bases del periodisme com a activitat política ja essencial en les societats occidentals industrialitzades. La premsa passa a ser el lloc del debat polític. La premsa també transforma la política, incidint en la transformació general de les societats on han triomfat les llibertats proclamades per la burgesia.

Pero, como se ha señalado con anterioridad, el auge del periodismo político está ligado al auge de la prensa de masas en el sentido de que justamente cuando los diarios alcanzan a gran parte de la población es cuando la información política comienza también a distribuirse de forma masiva, de forma paralela a la alfabetización de la sociedad Española. Es en ese periodo cuando el diario juega su papel real de actor político. Fuentes y Fernández-Sebastián (1998:147) coinciden con Gómez Mompart (1992) y Gifreu (1996) cuando apuntan a que a finales de siglo XIX, en efecto, puede hablarse ya de prensa de masas – elevadas tiradas, renovación temática, precio asequible, nuevo lenguaje -. Los límites de la expansión vienen dados por el modesto desarrollo de dos variables esenciales: la urbanización y la alfabetización. Ambos

2: El periodismo político

autores califican de “edad de oro” para la prensa de masas el periodo 1914-1930, con la crisis de la Restauración y la Dictadura Militar. Guillamet (2003: 109) subraya que:

A finals del segle XIX, el periodisme es convertí definitivament en una indústria... fou l'expressió màxima de pluralitat política i social, simultània a la de la premsa esportiva i d'espectacles.

Para la misma época, Gifreu advierte de la aparición de las agencias de información y su papel en la consolidación de la prensa de masas:

el gran salt cap a la premsa de masses s'efectua a la segona meitat del segle passat. L'aparició progressiva de les grans agències internacionals de notícies, igualment com les primeres agències de publicitat, contribuïren a l'enorme expansió de la premsa als països més industrialitzats. L'expansió de la premsa a tots els països industrials a principis del segle XX fou brutal i no parà en termes absoluts malgrat els graus conflictes bèl·lics i revolucionaris, fins a la Segona Guerra Mundial. (Gifreu 1996: 86-87).

Como destacan los autores referenciados, la información política no sólo ha formado parte del discurso principal de los diarios desde el inicio de la prensa escrita, sino que con la masificación de los periódicos la noticia política, lejos de ver reducido su papel determinante en la configuración de la opinión pública, se convierte si no en protagonista, sí en contenido clave de los rotativos españoles e internacionales. Destacan Fuentes y Fernández Sebastián (1998: 182) que en el periodo previo a la I Guerra Mundial:

Un sector significativo de la prensa española mantenía, por tanto, sus peores hábitos del pasado: su tendencia al minifundismo, su papel como correa de transmisión de grupos y personalidades políticas y sus relaciones ocultas con el aparato del Estado. Pero al propio tiempo se había avanzado notablemente en la consolidación de un periodismo de empresa, de diverso signo político, capaz de dotarse de una estructura profesional moderna – algunos periódicos cuentan

2: *El periodismo político*

desde principios de siglo con corresponsales en el extranjero – y de ensanchar los límites de un mercado todavía reducido.

La evolución del diario en el siglo XX está condicionado por la aparición de los nuevos soportes de difusión de información – Radio, Televisión y más recientemente Internet –, por la distribución, por los cambios de hábito de consumo de información, y por la propia competencia de un sector en constante evolución y adaptación, como coinciden en destacar Gifreu (1996), Guillaumet (2003), Gómez Mompart (1992) Soriano Ginéz (2006). Sin embargo, la información política se consolida como la que condiciona el discurso global de los rotativos, especialmente en periodos de preguerra y durante los conflictos bélicos (I y II Guerras Mundiales y Guerra Civil Española), así como en periodos de gran tensión política en España, como la Transición (1975-1981)¹², que permitió superar la prensa censurada de la Dictadura para generar la aparición de un nuevo periodismo abanderado por diarios, como *El País* o *Diario 16*, y por la modernización de diarios de larga tradición como *La Vanguardia*. Elisa Chuliá (2001) aborda con detalle el papel del Régimen de Francisco Franco respecto al control de los medios de comunicación. Al respecto, señala (2001:17) que “*junto con el resto de medios de comunicación existentes en la sociedad, la prensa se convierte en instrumento estratégico para la construcción y difusión de discursos de justificación de la dictadura*”.

No es objeto de este trabajo destacar el papel clave de la prensa española en un periodo tan significativo de la historia, aunque sirve como aproximación, como apuntan Fuentes y Fernández Sebastián (1998: 301) que “*la prensa diaria tuvo asimismo su protagonismo en la creación de una opinión pública plural e independiente*”. Una opinión pública ávida de información política para entender el momento que se vivía. Significativa resulta la observación de estos autores (1998: 322) cuando señalan que:

¹² Al respecto, sobre el denominado periodo de la Transición Española, existen varias hipótesis sobre su inicio y conclusión. Esta investigación recurre al periodo que tanto Javier Cercas (2009) como Gregorio Morán (1992) señalan como válidos: desde la muerte del dictador Francisco Franco el 20 de noviembre de 1975, hasta el golpe de Estado del 23 de febrero de 1981.

2: El periodismo político

Con la elección en 1977 de las primeras Cortes democráticas la prensa iba a dejar de ser ese Parlamento de papel que, a falta de instituciones verdaderamente representativas, había servido de tribuna de opinión y caja de resonancia de la vida pública española. Las Cortes y los partidos políticos empezarían a cumplir, de esta forma, el papel de representación e intermediación entre la sociedad y el poder que hasta entonces habían desempeñado provisionalmente los medios de comunicación. Ahora eran éstos los que tenían que abrir un espacio a la crónica y al análisis de la actividad parlamentaria, viejo y prestigioso género periodístico recuperado a partir de 1977.

En la actualidad es difícil separar discurso mediático de la información política. Porque el debate político está presente de forma significativa, a entender de esta investigación, en el discurso principal de los medios de comunicación en el terreno de la información de actualidad. Una hipótesis con la que coincide Muñoz-Alonso (2004: 481) cuando señala que:

La información política es así el nervio del proceso político democrático, y la prensa – que hasta la aparición de los medios audiovisuales era el único vehículo de difusión de las informaciones políticas – viene a ser desde sus orígenes una auténtica institución política de carácter extraconstitucional, en el sentido de que no está prevista ni regulada en los textos constitucionales pero desempeña una función indispensable para el funcionamiento y el equilibrio del sistema.

El auge del denominado periodismo digital, aquel que distribuye los mensajes a través de Internet, ha abierto un nuevo y enorme campo de investigación sobre las consecuencias que este nuevo canal, el “canal total”, según valoran Jean François Fogel y Bruno Patiño en *La Prensa sin Gutenberg*, sobre la prensa tradicional de masas. Entienden estos autores que lo que denominan “ciberperiodismo” puede acabar enterrando, si no todo, gran parte del soporte papel que ahora conocemos en un plazo relativamente breve de tiempo. Es una hipótesis que se alimenta desde hace años por el

2: El periodismo político

cierre paulatino de cabeceras en todo el mundo y la aparición de diarios digitales. En cualquier caso, no es objeto de esta investigación referirnos a este fenómeno, aunque consideramos importante reseñarlo por cuanto de alteración del ecosistema comunicativo y sus soportes puede y está suponiendo (Meyer 2004; Armentia 2011). No obstante apuntamos, como dato significativo, que las ediciones digitales de los diarios investigados recogen todas las informaciones políticas que son distribuidos en formato papel. Un apunte interesante que podría animar a realizar posteriores investigaciones en este mismo sentido, para determinar el papel del periodismo político en el entorno digital.

2.5 EL PERIODISMO POLÍTICO Y LA DEMOCRACIA

En los capítulos anteriores hemos abordado la importancia que ha tenido el periodismo político, especialmente a partir de la segunda mitad del XIX, en los debates políticos fundamentales de nuestra historia política, tanto en los periodos de consolidación de las democracias occidentales como, también, en los periodos en los que las dictaduras han ejercido su gobierno. Creemos necesario subrayar, al respecto, nuestra consideración hacia el papel fundamental que ejerce el periodismo político para la salud de nuestras democracias, y aunque somos conscientes de que abordar la relación del periodismo político con la democracia excede los objetivos y la extensión de la presente tesis, valoramos importante detenerse brevemente en este tema.

Habermas (1981) ya nos advierte de que no puede construirse ninguna democracia sin considerar el papel que juega la opinión pública, concepto definido ya desde los años 20 por Lippman a partir de las relaciones entre los medios y la sociedad¹³. Pero como añade el autor, la opinión pública, sobre la que reside la soberanía popular – figura constitucional que otorga al pueblo el derecho de elección de sus representantes, y por lo tanto, del poder -, necesita información de calidad, plural y no censurada, para configurar su criterio y adoptar decisiones, ya sea votar o manifestarse en la calle, que

¹³ Glyn et al. (1999) señalan que hay cinco posibles posturas teóricas sobre quién establece la opinión pública: 1) Conjunto de opiniones individuales, a las que se accede mediante metodología de encuestas y entrevistas. 2) Reflexión de las creencias de las mayorías, es decir, un equivalente de las normas sociales, valores y creencias de la mayoría; esta visión da pie a teorías como el falso consenso o la espiral de silencio de Noëlle-Neuman (1995). 3). Resultado del conflicto entre grupos de interés (Blumer), como partidos políticos, grandes empresas, grupos activistas, etc., cuyos portavoces tienen capacidad de presión. 4) Opinión de los líderes sociales (Lippman), entre los que se incluyen los medios; el ciudadano medio no dispone de acceso directo a la información, sino que siempre accede a través de la prensa y los líderes políticos. 5) Una ficción, la opinión pública no existe más allá de la construcción que elaboran los medios y las élites sociales (Bordieu 1972: “*l’opinion publique n’existe pas*”).

2: El periodismo político

condicionarán en mayor o menor medida el debate político e incluso en ocasiones forzarán giros radicales en las estructuras del poder institucional.

Alejandro Muñoz-Alonso (2004: 492) subraya que “*el hecho aparentemente elemental de poner en manos de los ciudadanos noticias e informaciones sobre el acontecer político pone a estos en condiciones de desempeñar un papel más activo*”. Es decir, el periodismo, el periodismo político, al difundir los mensajes en una sociedad libre, convierte a estos mismos ciudadanos “*en actores políticos, facilita su actuación como electores y les da un instrumento indispensable para ejercitar la crítica del poder*”. Atribuye además al periodismo político las funciones de recogida y presentación de información objetiva, interpretación y explicaciones de las informaciones, contribuir a la formación de la opinión pública, la fijación de la agenda política (*agenda setting*) y el control de los gobiernos y de otras instituciones.

Algunas de estas funciones son perceptibles en otros campos de la especialización del periodismo, como la necesidad de ofrecer siempre una información objetiva, interpretar correctamente los hechos o contribuir a la formación de la opinión pública. Pero el periodismo político, a diferencia de otras áreas temáticas del periodismo, aborda la necesidad de entregar a la opinión pública aquellos mensajes que permitan alimentar su reflexión en torno a la actividad política de sus poderes públicos y el control de los mismos. Existe una correlación, ya reseñada en el apartado sobre historia del periodismo político, entre la intensidad del debate democrático en una sociedad y la libertad con la que operan los medios de comunicación de masas. Prueba de la importancia que se otorga en estas mismas sociedades a la libertad de prensa como herramienta fundamental para la salud de esa misma democracia, son las leyes que las constituciones recogen para proteger tanto el derecho a la libre expresión¹⁴ como al de

¹⁴ Artículo 20 de la Constitución Española: *1 Se reconocen y protegen los derechos a: expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción; a la producción y creación literaria, artística, científica y técnica; a la libertad de cátedra; a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades. 2 El ejercicio de estos derechos no puede restringirse mediante ningún tipo de censura previa.*

expresar libremente las opiniones. Leyes que protegen derechos fundamentales de los ciudadanos y que son garantía del funcionamiento de cualquier democracia parlamentaria.

Por lo que se refiere a las restricciones o condicionamientos que los distintos sistemas democráticos imponen al desarrollo del periodismo político, en un trabajo de 2005, Strömbäck relaciona cuatro modelos teóricos de democracia con diferentes condicionamientos hacia la prensa. No es la única propuesta en este sentido. Otra correlación interesante desde el punto de vista de los medios (Roncarolo 2001; Van Dalen 2012; Hopmann et al., 2012) es la que se establece a partir de la diferencia entre los dos modelos democráticos básicos propuestos por Lijphart (1999): mayoritarios (Reino Unido, España) y consensuales (Dinamarca, Alemania):

the majoritarian model seems to be more able to guarantee the autonomy of the media from politics and journalism's watchdog function, but risks shifting towards an electronic populism that often prefers the appeal of scandal over the complexity of problems, uses forms of negative communication and feeds the 'spiral of cynicism' among the general public. In contrast, the consensual model can perhaps be more protected against 'media malaise', but it easily shifts towards autistic forms of self-referentiality, making politics less transparent and keeping people away from it. (Roncarolo, 2002: 85).

Por su parte, el trabajo de Strömbäck se refiere a cuatro modelos teóricos de funcionamiento democrático identificados por la teoría política; su punto de partida es la consideración de Kovach y Rosenstiel (2001: 18) de que la finalidad del periodismo es “*to provide people with the information they need to be free and self-governing*”.

3 La ley regulará la organización y control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España. 4 Estas libertades tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en este título, en los preceptos de las leyes que lo desarrollen y, especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y la infancia. 5 Sólo podrá acordarse el secuestro de publicaciones, grabaciones y otros medios de información en virtud de resolución judicial.

2: El periodismo político

La *democracia procesal* correspondería a los mínimos requerimientos formales y normativos para que un país se considere democrático (derecho al voto, libertad de expresión y de prensa, etc.), y no supone exigencias informativas para los ciudadanos, por lo que la función del periodismo político es también la mínima. La *democracia competitiva o electoral* sería un modelo “realista” de democracia, donde las elecciones son esenciales desde el punto de vista normativo, y los candidatos compiten por los votos; las élites políticas actúan y los ciudadanos reaccionan. Las elecciones, pues, cumplen varias funciones en este modelo: proporcionan gobiernos, son el mecanismo a través del cual las personas se expresan, permiten a los ciudadanos pedir responsabilidades, les permiten otorgar el poder a la alternativa política preferida, y por su naturaleza competitiva permiten que los ganadores finales sean más competentes de lo que serían en ausencia de elecciones. Por tanto, este modelo presupone que los electores tienen los conocimientos apropiados para su voto (conocer los problemas más importantes, tener propuestas de resolución, conocer las posturas de las distintas alternativas políticas y los candidatos que pueden solucionar los problemas), lo que a su vez impone exigencias informativas mayores para los ciudadanos, aunque solo espera de ellos que actúen en las elecciones:

Since people are supposed to react rather than act, there is no expectation that they participate in public life or the public sphere. If any kind of participation at all is deemed normatively important, it is electoral participation. Furthermore, low party identification and high political distrust is not necessarily a problem. As long as there is widespread support for the system and clear competitive alternatives at election time, democracy will be perceived as working.
(Strömbäck, 2005: 335).

El tercer modelo teórico de democracia es la *democracia participativa*, que no se limita al voto, sino que supone la implicación activa de los ciudadanos en la vida pública y en distintos tipos de acción política. En este modelo el sentido democrático impregna las acciones cotidianas de la ciudadanía; no se trata solo de un sistema político para la toma de decisiones, sino de una actitud. En tal contexto, los ciudadanos necesitan un tipo de

2: *El periodismo político*

conocimiento e información que les facilite la acción, la participación y el compromiso colectivo, por lo que el rol del periodismo y el periodista político se carga de mayor compromiso y responsabilidad.

Por último, la idea central en el modelo de *democracia deliberativa* descrito por autores como Habermas o Elster, es que la toma de decisiones colectivas debe hacerse con la participación de todos los afectados por tales decisiones, o por sus representantes, y que tal participación ha de apoyarse en argumentos basados en la racionalidad y la imparcialidad. Por tanto, en este modelo existen exigencias normativas tanto para los ciudadanos como para los actores políticos y los medios, que son concebidos como actores políticos de primera importancia, en la medida en que asumen el papel de fomento de la participación política de los ciudadanos:

What is important in the deliberative model of democracy is that (1) the decisions are proceeded by discussions in the public sphere as well as in smaller settings; (2) that the discussions are committed to the values of rationality, impartiality, intellectual honesty and equality among the participants; and (3) that the deliberative discussions can be seen both as ends in themselves and as means of producing agreement or at least a better understanding of the values underlying a conflict. (Strömbäck, 2005: 335).

Obviamente, la propuesta de Strömbäck asume que ninguna democracia existente puede ser caracterizada como un caso “puro” de ninguno de estos modelos. Lo interesante para el tema que nos ocupa es que cada uno de los modelos apunta a distintos procedimientos y procesos para la toma de decisiones políticas, con independencia de las múltiples orientaciones políticas que tales decisiones puedan tener. Entendiendo la democracia como un marco ideológico sobre la toma de decisiones, se asume que cada uno de los modelos de democracia implicará diferentes expectativas normativas sobre los ciudadanos y sobre los políticos, lo que a su vez tendría diferentes repercusiones en la función de la prensa.

2: El periodismo político

La siguiente tabla establece una correspondencia entre estos cuatro modelos teóricos de democracia y cuatro modelos igualmente teóricos de periodismo político:

Democracia Procesal	Democracia Competitiva	Democracia Participativa	Democracia Deliberativa
Respeto los procedimientos democráticos; actúa como un organismo de control (<i>watchdog</i>) o como una alarma antirrobo denunciando cosas mal hechas	Actúa como un organismo de control (<i>watchdog</i>) o una alarma antirrobo; se centra en el control de los cargos públicos y las plataformas de los candidatos y partidos políticos; se centra en los actores políticos	Deja que los ciudadanos determinen la agenda, movilizándolos para el interés, el compromiso y la participación en la vida pública; se centra en la resolución de problemas, y en los problemas; encuadra la política como un proceso abierto a todo el mundo y considera a los ciudadanos como sujetos activos.	Actúa para las discusiones abiertas; moviliza a los ciudadanos para el interés, el compromiso y la participación en los debates públicos; pone en relación a los oponentes; fomenta los debates públicos; se caracteriza por la racionalidad, la imparcialidad, la honestidad intelectual y la equidad.

Tabla: Cuatro modelos de democracia y sus implicaciones para el periodismo: núcleo de exigencias normativas para el periodismo (adaptado de Strömbäck 2005: 341) .

Como puede verse en la tabla comparativa, cada uno de los modelos supone un nivel de participación diferente de la prensa en la estabilidad democrática, desde la meramente informativa hasta la que impulsa la participación activa. En el modelo procesal es la iniciativa ciudadana la que demanda a la prensa su función informativa, equiparable al modelo de “alarma antirrobo” descrito por Zaller (2003):

as long as the media is catering to the interests of its public, the market mechanisms rather than normative demands will ensure that media and journalism provide the information people need. Thus, commercialism within the media is not perceived as threatening or undermining democracy (Strömbäck 2005: 338).

2: *El periodismo político*

En las democracias predominantemente competitivas existen más implicaciones normativas para el periodismo político, en la medida en que los ciudadanos deben elegir entre las distintas alternativas políticas que compiten electoralmente. Strömbäck propone cinco roles básicos: 1) proporcionar información fiable y a partir de la cual el público pueda actuar políticamente; 2) la información debería ser proporcionada, sin desviar la atención; 3) las noticias deben atender a las palabras y los hechos de las distintas opciones políticas, lo que supone que 4): el periodismo debe monitorizar a las clases políticas, tanto en lo que hacen como en lo que prometieron hacer; y 5) el periodismo debe proporcionar información sobre cómo funciona el sistema político y subrayar los aspectos en los que no funciona.

Por último, los modelos participativo y deliberativo incrementan la responsabilidad democrática y la implicación del periodismo político, paralelamente a la propuesta de un ciudadano más activo en la vida pública y más comprometido políticamente. Por tanto, el periodismo político no solo asume los roles descritos en el modelo competitivo, sino que además ha de proporcionar un ámbito de expresión al ciudadano corriente¹⁵:

The news should let people set the agenda for their coverage. Furthermore, the news should frame politics as issues and as open for citizen participation, not as a strategic game played for those already engaged. News should frame politics in a way that mobilizes people's interest and participation in politics. (2005: 340).

Concluiremos que sin libertad de prensa, de prensa política, difícilmente puede construirse el sistema democrático con las garantías mínimas de participación democrática de los ciudadanos. La prensa, en este sentido, es un fabuloso instrumento de control de la acción política, y de defensa de la sociedad de los abusos de esta acción política Y no es esta una visión nueva. De Tocqueville (1840: 194) advertía ya que:

¹⁵ Esto es algo que las tecnologías digitales han facilitado enormemente en los años inmediatos a la publicación que comentamos.

2: El periodismo político

... the liberty of the press is infinitely more valuable amongst democratic nations than amongst all others; it is the only cure for the evils which equality may produce. Equality sets men apart and weakens them; but the press places a powerful weapon within every man's reach, which the weakest and loneliest of them all may use. Equality deprives a man of the support of his connections; but the press enables him to summon all his fellow- countrymen and all his fellow-men to his assistance. Printing has accelerated the progress of equality, and it is also one of its best correctives

Muchos autores, de diferentes áreas del conocimiento, han subrayado el papel fundamental de la prensa como garantía del equilibrio de poderes en la sociedad, y del ejercicio libre de la manifestación política, tanto individual como colectiva. Kovach y Rosenstiel (2001) atribuyen, además, al periodismo, obviamente político, no sólo la opción de recolectar y difundir información necesaria para la garantía de los derechos señalados, sino la obligación de ejercer ese mismo control. Robert Hall, en su conocido panfleto “An Apology for the liberty of the press” (1975: 9) subraya que “*government is the creature of the people, and that which they have created they surely have a right to examine*”. Y entiende a la prensa como el instrumento que permitirá a todos los ciudadanos examinar la acción política.

La culminación de estos presupuestos nos lleva hasta lo que se ha dado en llamar “periodismo cívico” (Copeland, 2006), lo que no observamos como una exageración sino como una confirmación de que sólo con una prensa libre, capaz de ejercer un control del poder político, independiente y con profesionales bien formados, la democracia puede consolidarse con sistema político de libertades. Copeland (2006: 207) cita una declaración sobre la importancia de la libertad de la prensa publicada en el *Boston Gazette* (1768) donde se ejemplifica la función política del periodismo.

There is nothing so fretting and vexatious nothing so justly terrible to tyrants, and their tools and abettors, as a free press...it is ever watched by those who are forming plans for the destruction of the people's liberties, with an envious and malingnant eye ...Your press has spoken to us the words of Truth. It has pointed

2: El periodismo político

to this people, their danger and their remedy. It has set before them Liberty and Slavery; and with the most persuasive language, conjure them...for the sake of prosperity, to chose liberty and refuse chains

Esta posición teórica, defendida por el periodismo cívico, o periodismo público (y Merrit y Austin, 1997; Merrit 1995), entronca, aunque con matices, con el modelo de democracia que Strömbäck denominaba “deliberativa”, cuya función va más allá del rol informativo señalado por las teorías clásicas de Lipman. Merrit resume en cinco puntos sus presupuestos básicos:

El Periodismo Cívico es periodismo que implica los siguientes cambios de mentalidad:

- 1. Trasciende la misión limitada de ‘contar las noticias’ hacia una misión mucho más amplia de ayudar a que la vida pública funcione bien, y actúa basándose en este imperativo. Cuando la vida pública funciona bien, tiene lugar un verdadero proceso deliberativo que conduce a soluciones potenciales.*
- 2. Va más allá del ‘detachment’ para convertirse en un participante preocupado por la calidad de la vida pública. Los practicantes del Periodismo Cívico recuerdan que son ciudadanos además de periodistas.*
- 3. Deja de preocuparse por las adecuadas separaciones para atender a las adecuadas conexiones. Si somos capaces de lograr las conexiones adecuadas, las separaciones adecuadas se mantendrán por sí mismas.*
- 4. No sólo se ocupa de describir lo que ‘va mal’ sino que también imagina cómo serían las cosas si ‘fuesen bien’. Al describir las posibilidades realistas que subyacen a las soluciones inmediatas, el Periodismo Cívico informa a la gente acerca de sus elecciones potenciales para el futuro.*
- 5. Deja de ver a la gente como meros consumidores (...) para verlos como público, como actores potenciales que pueden alcanzar soluciones democráticas a los problemas públicos. Además, el Periodismo Cívico*

2: El periodismo político

busca maneras de alentar a la participación pública y a la verdadera discusión; maneras de construir la capacidad pública de hablar y alcanzar soluciones. (Merrit, 1995: 114-15).

2.6. EL PERIODISMO POLÍTICO COMO ESPECIALIZACIÓN DEL PERIODISMO

En los apartados previos hemos intentado destacar el papel del periodismo político a lo largo de la historia y su importancia en la actualidad, cuestión que se verá confirmada por el trabajo de campo que contempla esta investigación. Pero creemos necesario resolver, como parte fundamental, si cuando hablamos de periodismo político hablamos de periodismo especializado o de periodismo generalista. Porque si no entendemos el periodismo político como un área de conocimiento diferente y diferenciada del resto de las áreas temáticas del periodismo, si sólo lo conceptualizamos como periodismo generalista, difícilmente podremos justificar la necesidad de que el periodismo político forme parte de la enseñanza de periodismo especializado en nuestras universidades y, aún más, que se enseñe como materia diferenciada de otras especializaciones del periodismo como el cultural, económico o deportivo presente en algunas de las facultades de Periodismo o Comunicación en España. Algo que debilitaría e incluso podría invalidar la hipótesis principal de esta tesis.

La primera reflexión debe ir dirigida a definir qué es el periodismo especializado y cuáles son los criterios de identificación. Al respecto, para este capítulo se ha consultado la obra de autores como Pedro Orive (1974), Javier Fernández del Moral (1983), Héctor Borrat (1989, 1993), Amparo Tuñón (1989), Mar de Fontcuberta (1992, 2006), Carlos Elías (1999), Idoia Camacho (2010) o Montserrat Quesada (1998, 2012), en la medida que precisan la definición de periodismo especializado y, lo más importante, su metodología. Y si existe una amplia coincidencia entre ellos es la que afirma que el periodismo especializado necesita para su desarrollo la aplicación de una

2: El periodismo político

metodología cercana a la del periodismo de investigación¹⁶. Sirve, como referencia, esta definición de Quesada (2012: 24) en la que describe al periodismo especializado como:

El que resulta de la aplicación minuciosa de la metodología periodística de investigación a los múltiples ámbitos temáticos que conforman la realidad social, condicionada siempre por el medio de comunicación que se utilice como canal, para dar respuesta a los intereses y necesidades de las nuevas audiencias sectoriales.

Fontcuberta (2006: 77) señala de manera explícita la importancia del área temática como el eje en torno al cual se sustenta la especialización:

al tratamiento en profundidad en los medios de comunicación de un determinado campo de conocimiento. Nos referimos, pues, al periodismo político, económico, cultural, deportivo, etc. El concepto de periodismo especializado tiene un referente temático (...). Son, eso sí, componentes complementarios y fundamentales de la auténtica razón de ser de la especialización: el ámbito temático.

Borrat (1993:83) por su parte, propone tres categorías que permiten caracterizar el periodismo especializado, definiéndolo como

una ‘manera’ de producir textos periodísticos caracterizada por 1) la coherencia interna de los textos, 2) la correspondencia de sus afirmaciones con la realidad y 3) la pertinencia de los conceptos, categorías y modelos de análisis aplicados, fuere cual fuere el tipo de texto y el tipo de lenguaje escogidos, el tipo

¹⁶ Existe una orientación más restrictiva que identifica periodismo especializado como el que se refiere a temas científicos y/o que requieren una formación técnica específica (información económica, jurídica, científica), pero no será considerada aquí. Por ejemplo, Muñoz Torres (1997: 171) propone que la función social del periodismo especializado es “la mediación entre la ciencia –en el sentido más amplio del término- y el resto de la sociedad, a través de una adecuada labor de divulgación”.

2: El periodismo político

de periódico donde esos textos se publican y el tipo de audiencia al que preferentemente se dirigen.

Junto a la metodología rigurosa y la focalización temática, el periodismo especializado se identifica también porque persigue, como añade Quesada (2001: 129) “*explicar en profundidad la sociedad en la que se insertan los medios de comunicación*”. La “profundidad” referida puede comprenderse mejor por contraste: mientras el periodismo generalista busca dar respuestas concisas, claras y precisas al qué, quién, cuándo y dónde de cada hecho informativo, de cada acontecimiento, el periodismo especializado, al igual que el de investigación, se pregunta principalmente por el por qué y cómo ha sucedido un hecho informativo. En este sentido Quesada (2012:13) añade que:

El periodismo especializado pone el énfasis en la contextualización de los hechos periodísticos y sus antecedentes inmediatos, la utilización habitual de fuentes especializadas y expertas que puedan contrarrestar la información suministrada por las fuentes oficiales y por las fuentes implicadas en los hechos, el contraste de todas las informaciones relevantes y, también, de todas las fuentes, el manejo habitual de documentos fiables en los que apoyar la información y las volátiles declaraciones.

Cuando deseamos ofrecer una información más completa de la realidad, más “profunda”, en línea con lo señalado por Quesada, el periodismo especializado contextualiza la información con la idea de explicar al lector cómo se encadena ese hecho informativo con otros que forman parte del ecosistema comunicativo, de la realidad con la que convive. Se parte de la premisa de que el periodismo generalista no da satisfacción a la demanda de un determinado público que desea obtener elementos de un acontecimiento que le permitan comprender mejor no sólo el hecho concreto, sino también su conexión con otros hechos y, al fin, con la propia sociedad. Los medios de comunicación audiovisuales como la radio y la televisión, por su propia dinámica de emisión de mensajes, en la que se prioriza la actualidad y la inmediatez, no suelen, en general, abordar la complejidad de la realidad social. Obviamente esto no significa, en absoluto, que la radio y la televisión no puedan desarrollar periodismo de investigación,

2: El periodismo político

dado que existen múltiples ejemplos de cómo los medios audiovisuales pueden desarrollar un periodismo de alta calidad recurriendo a la metodología del periodismo de investigación, para profundizar en acontecimientos o incluso para descubrir realidades complejas difíciles de atender por el periodismo generalista. Elías (1999) lo razona señalando que:

La aparición de la radio y la televisión en el mundo de la información llevó a la prensa a especializarse para poder competir. Mientras la radio y la televisión aspiraban a la inmediatez, la prensa buscaba el análisis y la interpretación. Su camino debía pasar necesariamente por la reflexión. Nació así el periodismo especializado. Primero fue en política y economía, pero pronto aparecieron otras ramas como el periodismo educativo, científico, medioambiental o sanitario. Los principales diarios comenzaron a contratar a redactores especialistas en un principio para que elaboraran ese tipo de informaciones y, posteriormente, para realizar auténticos suplementos especializados.

Es importante subrayar cómo lo dicho por Elías tiene mayor significado en la actualidad. En el año 1999 la especialización de una parte de la prensa escrita era una posibilidad¹⁷ que se ha desarrollado aún más a partir del 2010 por el auge de Internet y la necesidad de establecer una competencia frente a la inmediatez (Quesada 2010). Es

¹⁷ Ramírez de la Piscina (1999: 265) refiere los resultados de tres encuestas sobre especialización periodística realizadas en España en 1974 (realizada a 20 directores de periódicos por Pedro Orive y Concha Fagoaga), en 1994 (Mariano Sánchez Martínez, realizada a profesionales de 19 periódicos) y en 1998 (AIPET, Asociación Iberoamericana de Periodistas Especializados y Técnicos, entrevistas a 496 periodistas especializados españoles). Señala que en los tres momentos reflejados en estas encuestas, la especialización periodística es considerada como algo positivo por los profesionales, pero siempre subordinado al equilibrio económico de las empresas. Este mismo argumento es utilizado por Turner y Orange (2013) en su Introducción al monográfico *Specialist Journalism*, cuyo punto de partida es la evidencia de que la realidad actual resulta demasiado complicada para el “periodista todoterreno” (“*jack for all trades*”), pese a que este perfil generalista no se da en otras profesiones cercanas al periodismo. Se señalan también, en este mismo monográfico, algunos riesgos de la especialización más vinculados al desempeño profesional, como el de “*becomes too intimate with one’s sources and too anxious to protect them*” (Knightley 2013: xi).

2: El periodismo político

decir, para poder competir con la enorme capacidad de la red a la hora de ofrecer la actualidad, la prensa escrita que mejor interpreta y profundiza en los acontecimientos es la que mejor se está posicionando. De todas formas, en esta cita se observa cómo Elías atribuye ya al periodismo político el privilegio de haber sido de los primeros en asumir cierta “especialización” respecto al periodismo generalista.

Pero antes de entrar más en esta cuestión, fundamental como se ha señalado al inicio de este capítulo, es relevante remarcar por contraposición a lo dicho hasta ahora, y como apuntan estos autores, que el periodismo generalista no puede resolver, en el terreno de la interpretación de la realidad, lo que sí logra el periodismo especializado. Al respecto, Quesada (2012: 13) señala que el periodismo generalista organiza su producción informativa a partir de la aplicación de técnicas profesionales sencillas y eficaces. Técnicas que permiten al periodismo garantizar la rapidez en la obtención y difusión de datos, la presencia destacada de declaraciones oficiales sobre hechos de actualidad y la fácil comprensión de los mensajes periodísticos por parte de todo tipo de audiencias. Sostiene además la investigadora que el periodismo generalista pierde eficacia comunicativa cuando de lo que se trata es de explicar en profundidad los hechos que conforman la realidad social *“debido a la ausencia de informaciones que den respuesta a preguntas fundamentales como por qué se produce determinado acontecimiento o qué consecuencias pueden derivarse del mismo”*.

La mayor parte de las noticias que leemos, vemos y escuchamos, nos informan nada más que de lo que en ese momento se ha puesto de actualidad de esa realidad o, por expresarlo en términos kantianos, de lo epifenoménico. Con lo que el periodismo más generalizado consagra la superficialidad y la parcialidad. Y los ciudadanos, acostumbrados a ese modo de proceder, y sin preparación o tiempo para pensar, creen que están informados, cuando lo que saben es muy poquito o anecdótico.

Quesada no cuestiona en ningún momento el “rigor” ni la “calidad” del periodismo generalista ni tampoco su eficacia para que el consumidor de información conozca lo

2: El periodismo político

qué está pasando en el contexto de la actualidad¹⁸. Entendemos que, por ello, no se está criticando al periodismo generalista en el sentido original de su función, dado que es esa, seguramente, su propia función: la de permitir a los oyentes, televidentes y lectores de prensa una rápida comprensión de la tensión informativa, a través de la lectura de noticias divulgadas en todos los soportes. Este aspecto es aún más evidente en la difusión de contenidos a través de Internet, en los diarios digitales y en las redes sociales, donde a la inmediatez se le suma la exigencia de que elaborar mensajes cortos, concisos, claros y contundentes para ser captados por los receptores finales. Otra cuestión que sí plantean los autores señalados es que el periodismo generalista no aporta los suficientes elementos para comprender en su totalidad las claves de la actualidad informativa. Orive (1977: 99) ofrece, sobre esta cuestión, una conclusión:

Sólo la especialización diagnostica los problemas de la sociedad dinámica, cuestiona sus posibles soluciones y despierta en el sujeto receptor el deseo de ahondar en la problemática conflictiva dentro de la cual está inmerso.

Si hablamos de periodismo generalista y lo diferenciamos del periodismo especializado es necesario observar la función del informador en cada caso. Los autores señalados coinciden en que el periodista generalista es en ocasiones un mero productor de todo tipo de textos que, en lógica, debe realizar su trabajo bajo la presión de los cierres de diario o en los medios audiovisuales por los boletines informativos. En el caso de Internet, de la producción de contenidos en los diarios digitales, este aspecto es más evidente y se agrava, dado que a la exigencia de la inmediatez se suma la necesidad de “montar” el mensaje con todos los lenguajes posibles que permite el medio, que son todos: texto, imagen e incluso sonido. A lo que se debe añadir el poder que siguen teniendo en el ecosistema informativo las agencias de información, cuya función es, justamente, cubrir los hechos y distribuir de forma inmediata, concisa y clara los mensajes que después se reproducirán, en el menor tiempo posible, en los medios señalados.

¹⁸ Recogemos aquí una afirmación de Ortiz (1997: 68), que señala que el periodista especializado es “*tan buen periodista generalista como el mejor de los periodistas generalistas, pero además tiene en cuenta la especialización de un determinado campo, que le da valor añadido*”.

2: El periodismo político

El debate sobre esta cuestión es complejo. Porque esta idea apuntada, lógica, y que reconoce una realidad productiva en los medios informativos, no da respuesta al hecho de que los periodistas políticos, a pesar de llevar un ritmo vertiginoso de producción de la actualidad, trabajan, en los diarios, en áreas diferenciadas de otras áreas, y con la intención de cubrir temáticas diferentes y diferenciadas de otras, con lo que se les exige, inevitablemente, un nivel de conocimiento del área superior al del resto de compañeros de otras áreas. Es decir, el periodista generalista de un área informativa como política, economía o sucesos ¿no debe ser considerado también como un periodista especializado? Al respecto, destacamos la siguiente reflexión de Elías (1999) sobre la situación en España:

Sin embargo, lo habitual en España es que la especialización se adquiera por la vía de acudir siempre a un determinado tipo de acontecimientos informativos que tienen que ver con un contenido similar, ya sea en el ámbito de la sanidad, la educación, la ciencia, la política, la religión o el deporte. El periodista, por tanto, sólo se limita a conocer quiénes son los responsables de esas áreas en las distintas administraciones públicas y privadas, y a disponer de una agenda de expertos -profesores universitarios, investigadores de centros oficiales, jefes de prensa de determinados organismos, directores generales, jefes de servicio, etcétera-. Es cierto que, con el paso del tiempo, se puede acostumbrar a redactar sobre ese tema, pero... ¿Será capaz de realizar un verdadero periodismo especializado? ¿Podrá realmente divulgar? (...) La respuesta no es sencilla. Básicamente depende de los gustos del periodista, de su formación previa, de su disposición para aprender y del nivel y circunstancias que los lectores tengan de esa materia concreta en la que el profesional del periodismo aspira a ser especialista.

El razonamiento de Elías nos parece sumamente interesante, porque entra de lleno en una cuestión fundamental para saber si podemos, por ejemplo, definir a un periodista político de un gran diario que lleva cinco años o más cubriendo el Congreso de los Diputados como un periodista especializado en periodismo político. O si podemos

2: El periodismo político

atribuir la misma definición a un periodista que lleve varios años cubriendo informativamente a un partido político. De alguna manera, Elías nos aporta un razonamiento clave: la “rutina” periodística en una determinada área de información, puede convertir al periodista de esa misma área en un profesional “especializado” en una temática concreta. Añadimos una conclusión de este autor (1999) que creemos ayuda a clarificar un poco la cuestión:

Desde el punto de vista del mensaje, el periodista especializado debe tener los suficientes elementos de juicio como para comprender lo que le dicen las fuentes y, sobre todo, para interpretar el contexto en el que lo dicen. La divulgación exige una explicación de las causas y circunstancias que concurren en el hecho noticioso y esto sólo puede conseguirse con una adecuada cultura periodística del redactor. Un elemento importante a resaltar es que la cultura se adquiere -nadie nace aprendido- pero se debe manifestar un interés explícito para paliar esa carencia de conocimientos. Posiblemente sea aquí donde resida la clave del problema de la deficiencia de algunos periodistas especializados. Y es que, mientras existe entre los licenciados en Ciencias de la Información cierta inclinación, en especial por los temas de política, de literatura o, incluso, de cultura en general, -y en este sentido, considero que estas especialidades sí están mejor tratadas en la prensa-, no ocurre lo mismo con parcelas como la ciencia, la medicina o el medio ambiente.

Elías nos habla de que el informador debe tener un interés especial, una vocación de contextualizar e interpretar los hechos, y en especial a las fuentes, además de profundos conocimientos en el área, para poder ser considerado un periodista especializado. En todo caso, debemos diferenciar claramente el área de trabajo de la especialización del informador: el hecho de que uno trabaje en Cultura o en Política en un diario no significa que sea un periodista especializado. En todo caso, la especialización requiere una actitud específica del informador, según todo lo señalado con anterioridad, y, lo más importante, una base de conocimientos que condiciona la metodología de trabajo a la hora de querer abordar esa misma realidad con mayor profundidad. Borrat (1989b: 50)

2: El periodismo político

da una primera pista sobre esta cuestión cuando apunta que el periodismo especializado es:

El periodismo producido por un periodista con experiencia profesional en el área de su especialización mediante la aplicación conjunta y articulada de la Redacción Periodística y de las disciplinas específicas correspondiente a esa área, tanto al informarse acerca de ella como al narrar y comentar las informaciones.

Creemos que la opinión de Borrat aporta claves y clarifica bastante el debate. El periodista de la sección de un diario no es en sí mismo un periodista especializado si no concurren en su persona dos cuestiones: experiencia en esa área informativa, y una manera específica de desarrollar la metodología de su trabajo. En el primer caso no podremos dudar de que si un periodista lleva cinco años siguiendo los debates institucionales en el Congreso o cubriendo todos los hechos de un partido político este periodista reúne parte de la condición por la que debe ser considerado un periodista especializado. Quedaría, desde un punto de vista teórico, añadir que además de esta experiencia acumulada, que le habrá reportado numerosos contactos “especializados” – fuentes como políticos, asesores, etcétera –, este mismo periodista deberá aplicar la metodología del periodismo de investigación para “profundizar” en aquellos hechos o acontecimientos que exigen, justamente de ese mismo periodista, un nivel elevado de especialización. Una labor profesional que se traducirá en la elaboración de, principalmente, reportajes de investigación cuyo objetivo será, como se ha razonado hasta ahora, explicar el por qué y el cómo de una realidad que no será suficientemente explicada por el periodismo generalista. Creemos necesario volver a Quesada (2012: 24) cuando señala que:

El Periodismo especializado es la modalidad profesional que permite activar rutinas metodológicas que tienen como objetivo prioritario explicar en profundidad la sociedad en la que se insertan los medios de comunicación

2: El periodismo político

Para ello es fundamental entender cuál es la metodología del periodismo especializado, describir esa “modalidad” de que habla Quesada, la “manera” de que hablaba Borrat. Como se ha señalado al inicio de este capítulo, se trata de una metodología semejante a la que se requiere para el periodismo de investigación, que es sin duda el que otorga más prestigio a un medio o a un periodista, al entenderse perfectamente la complejidad de abordar un hecho con el rigor y profundidad. Quesada (2012: 19) deja claro que la metodología del periodismo de investigación es, además, común a todas las manifestaciones del periodismo especializado, y que exige, por parte del informador, una actitud concreta, dirigida a ir más allá del primer punto de vista que nos puede ofrecer el *qué* de una información. Creemos oportuno, para entender qué es el periodismo de investigación, citar el punto de vista de The Missouri Group (1980):

Una peculiar actividad periodística determinada por la metodología que el profesional emplea para la obtención de los datos; una especial relación con determinadas fuentes de información y la búsqueda de objetivos concretos relacionados con el papel de crítica social que deben jugar los medios de comunicación en una sociedad democrática con una prensa auténticamente libre. Es un tipo de información en sí más detallado, más analítico y que exige más tiempo que la mayoría de cobertura periodística cotidiana. El periodismo de investigación tiene por objetivo alcanzar la información oculta, y su temario puede variar ampliamente con el ámbito de la actividad humana. [Traducción propia].

Se ofrecen dos ideas que, aunque señaladas de diferente forma por otros autores como Quesada, confirman la hipótesis: el periodismo de investigación tiene como objetivos, entre otros, la crítica social, y pretende descubrir, como señala The Missouri Group, el “lado oculto” de la realidad. Otra definición que encontramos válida es la de Borrat (1989b:70) cuando señala que:

El periodismo de investigación es aquel que contrasta con otros tipos de periodismo por diferencias que no son puramente cuantitativas (más detalles, mayor profundidad en el análisis, más tiempo de producción), sino que implanta

2: El periodismo político

una relación de conflicto entre el periódico que publica la información investigada y el actor social que pretendía mantenerla oculta.

Borrat, que como se ha señalado reiteradamente es una referencia fundamental para este trabajo de investigación, profundiza en la idea de que el periodismo de investigación es la mejor disciplina para que la sociedad comprenda su entorno y las contradicciones del mismo, para descubrir y cuestionar la verdad, para establecer una relación de igual a igual entre la información que tiene el poder y la que tiene el consumidor y para, al fin, permitir que una sociedad democrática sea tal, impidiendo el abuso de los poderes públicos. El periodismo de investigación se desarrolla mediante una metodología compleja y exigente, en la que buscamos desarrollar con la mayor exactitud, rigor y veracidad posibles la contextualización de los hechos periodísticos y sus antecedentes inmediatos, la utilización habitual de fuentes especializadas y expertas que puedan contrarrestar la información suministrada por las fuentes oficiales y por las fuentes implicadas en los hechos, el contraste de todas las informaciones relevantes y, también, de todas las fuentes, el manejo habitual de documentos fiables en los que apoyar la información y las volátiles declaraciones. El periodismo de investigación busca, ante todo, plantear una hipótesis de trabajo y confirmarla a través de una investigación en la que las fuentes se convierten en parte fundamental.

En realidad, cuando se habla de periodismo especializado, la metodología no difiere según cuál sea el área temática del periodismo. Lo reconoce Sormany (2001: 378) cuando señala que:

Les aptitudes qui permettent à un chroniqueur sportif de rendre compte de ce qui se passe dans les coulisses d'une équipe professionnelle ne sont pas très différentes de celles que doit posséder le journaliste qui couvre la scène municipale ou celui qui est affecté à l'actualité scientifique.

Junto a la metodología, resulta clave también entender la especialización del periodismo como especialización del conocimiento, idea que ya hemos mencionado y que desarrolla Fernández del Moral (2004: 24), describiéndola como la necesidad de:

2: El periodismo político

Ofrecer una disciplina específica sobre las distintas especializaciones en información (...) se trata, por el contrario, de hacer posible al periodismo su penetración en el mundo de la especialización (...) no para obligar al periodismo a parcelarse, a subdividirse, a compartimentarse, sino al contrario: para hacer de cada especializada algo comunicable, objeto de información periodística, susceptible de codificación para mensajes universales.

La reflexión de Fernández del Moral incide en otra idea fundamental: entendemos la especialización como una necesidad para establecer un nexo entre el conocimiento especializado y la sociedad. Unas pautas de identificación que permiten, de un lado, clarificar la intencionalidad y objetivo de la propia especialización y, simultáneamente, acotar el campo de investigación en beneficio del desarrollo de la propia especialización. Como añade este autor (2004: 27) debemos considerar que cada especialidad “*no está aislada, en una burbuja al margen del resto de la sociedad*”. Y añade que:

Pero es que, además, las especialidades no surgen por generación espontánea, pertenecen a ramas del saber que suelen ofrecer perspectivas globales más o menos claras, lo cual permite una subordinación interna de cada especialidad hasta llegar a la llamada punta de lanza del conocimiento.

En definitiva, el periodismo especializado supone una focalización temática que conlleva elementos distintos a los del periodismo generalista (en ritmos productivos, relaciones con las fuentes, formación, actitudes, objetivos, audiencias, responsabilidad social) junto a una metodología equiparable a la del periodismo de investigación. Y desde este planteamiento resulta plausible considerar el periodismo político como periodismo especializado si cumple con los requisitos señalados para, en definitiva, dar una respuesta ambiciosa y profunda a las exigencias de los lectores.

Entendemos, por todo lo señalado, que el periodismo político es una especialización del periodismo generalista con las observaciones referenciadas, y que como tal utilizará

2: El periodismo político

para su desarrollo la misma metodología del periodismo de investigación. Defendemos que el periodismo político exige al informador un nivel de especialización diferente y diferenciada del resto de áreas temáticas del periodismo, que a su vez tendrán periodistas especializados en cada una de estas áreas: economía, cultura, deportes, internacional o incluso sociedad. Y concluimos que la especialización del periodismo político exige en el periodista un nivel de formación y de conocimiento de la realidad y de su área informativa que requiere también una formación específica y especializada en la misma. Con lo que concluimos que podemos observar el periodismo político como área especializada del conocimiento si el informador aborda su especialización con las exigencias metodológicas que nos señalan los autores citados.

Una vez identificada la naturaleza del periodismo político como periodismo especializado, dedicaremos los siguientes apartados a señalar cuáles son las especificidades de esta especialización, ocupándonos en primer lugar del periodista político, de las temáticas, áreas y acontecimientos que son motivo de ejercicio diario profesional, y posteriormente de la singularidad del periodismo político cuando del periodista y sus fuentes se trata, así como de las rutinas profesionales asociadas al periodismo político.

2.7. EL PERIODISTA POLÍTICO

Creemos necesario incorporar en esta investigación una aproximación a la labor del periodista político como intermediario entre el poder político y la ciudadanía, no tanto desde el campo teórico, sino desde la función que cumple y desde su praxis profesional. Es este uno de los aspectos donde la bibliografía manejada ofrece más lagunas, pues no resulta fácil encontrar obras que combinen el tratamiento de la especificidad profesional con la sistematicidad investigadora¹⁹. En este apartado abordaremos la figura del periodista político desde el punto de vista estrictamente laboral, comparándolo con otros profesionales de periodismo no político. Antes, no obstante, introduciremos una cita de Shribman (2004), que nos permite contextualizar esa actividad profesional:

Political journalism, much revered among its practitioners and much reviled among scholars, is an art form that is meant to be ephemeral. It is written by men and women in a hurry, working under impossibly trying conditions, and it is

¹⁹ En su análisis del contenido realizado a partir de la investigación publicada en cuatro revistas españolas sobre comunicación (*Anàlisi* -UAB-, *Comunicación y sociedad* -UNAV-, *Zer* -UPV- y *Estudios sobre el mensaje periodístico* -UCM-), Martínez Nicolás y Saperas (2011: 115) señalan, no obstante, que uno de los temas más trabajados (un 27,7% de los artículos analizados) es, precisamente, el referido a los profesionales: “*Los trabajos sobre profesionales y sobre empresas tienen también una presencia relevante en la investigación española. La primera de estas categorías recoge en nuestro análisis todos aquellos textos que se planteen objetos tales como los procesos y la organización de la producción comunicativa; las prácticas, organizaciones y formación de los profesionales; cuestiones sobre ética y deontología; aspectos históricos y jurídicos de las profesiones; o los estudios centrados en la obra de determinadas personas, un tipo de trabajo bien implantado en la investigación española sobre los profesionales de la comunicación.*” En la misma línea, Humanes (2007) analiza los temas predominantes en “*la mayor parte de las revistas del ámbito de la comunicación editadas en España*” desde 1980, y señala como temas preferidos de investigación los estudios sobre la obra de periodistas concretos (13,6%), los estudios sobre profesionalismo (13,1%), sobre las rutinas del periodismo digital (7,9%), sobre la formación del periodista (7%) y sobre las rutinas de trabajo del periodismo especializado (6,5%).

2: El periodismo político

meant to be read by men and women in a hurry, reading under impossibly trying conditions; sometimes it is skimmed by well-meaning people hanging onto a subway strap but not hanging onto every word and not even gleaning the meaning

This art form, if the phrase be permitted, is occasionally fun to write and less often fun to read. It is often indispensable to insiders and inconsequential to others. It is indecipherable to many. It is difficult to produce and easy to ridicule. It is intertwined with the important questions of the day, and its importance has often faded by nighttime. It is produced for the literate class, but its quality almost never approaches literature.

But no one argues that it is unimportant.

Subrayamos en primer lugar que desde un punto de vista exclusivamente profesional, el periodista político no tiene, en general, una relación laboral²⁰ diferente con el medio en el que trabaja respecto al resto de periodistas de la redacción de un diario: cabría añadir en esta observación las excepciones referidas a las categorías profesionales – redactor, redactor jefe, jefe de sección, etcétera – que sí pueden condicionar la relación laboral – es decir, mejores condiciones económicas y sociales –, y no incluimos las de los articulistas o columnistas, cuya relación contractual suele estar establecida al margen de los convenios consensuados entre las redacciones y las empresas editoras. Es importante este punto, puesto que confirma que las empresas editoras no diferencian, en general, la labor del periodista político de la de otras áreas temáticas como economía, deportes, cultura, etc., en cuanto a la cuestión contractual, y por lo tanto salarial.

Esta relación laboral equiparable a la de los periodistas de otras áreas contrasta, no obstante, con una realidad laboral diferente. Podríamos decir en este sentido que en las redacciones existe una clara percepción de que el periodista político ejerce una labor marcadamente diferenciada de la del resto de secciones. Percepción que se confirma en

²⁰ Se adjunta a esta investigación el convenio laboral de *La Vanguardia* (Anexo VI) donde se observa que las diferenciación salarial entre los profesionales no viene determinada por las áreas temáticas sino por las categorías profesionales, que en el caso de los redactores se subdividen en: Redactor Jefe, Jefe de Sección, Redactor Junior y Becario.

la propia especialización del área, que ya hemos descrito, pero también en la dinámica profesional que exige el periodismo político: agenda de trabajo, carga de trabajo, relación con las fuentes y *timing*. A ello se suma que en muchas ocasiones el periodista político de una redacción tiene un protagonismo social que va más allá de su papel en la propia redacción del periódico, mediante su participación en debates en los medios audiovisuales, lo que le confiere una proyección y una visibilidad social también diferente a la de otros periodistas. Sirva como ejemplo que en el diario *La Vanguardia*²¹ prácticamente todos los redactores de la sección de política participan en alguna tertulia radiofónica o televisiva – suelen ser espacios matinales de gran audiencia –, con diferentes periodicidades. Además, en estas participaciones abordan prácticamente toda la actualidad de cada momento, casi siempre condicionada por la agenda política, pero no exclusivamente. Una realidad que añade singularidad al ejercicio del periodismo político respecto a otras áreas informativas. De alguna manera, estos medios audiovisuales otorgan al periodista político el privilegio de poder valorar los hechos de “toda” la actualidad, sea cual sea la cuestión temática.

Es cierto que la dinámica redaccional del periodista político, su producción, está sometida a la misma disciplina que el resto de las secciones, con la salvedad de que en los últimos años se ha ido alterando por el trabajo que, cada vez más, realizan los periodistas de la redacción de papel en la sección digital. Pero, en síntesis, el horario de apertura de las páginas de un diario y el de cierre afecta a todos por igual, algo a lo que se suma la praxis diaria: asistencia a ruedas de prensa, contactos con las fuentes de información, consulta de documentos, contraste de informaciones, asistencia a eventos, etcétera. Lo que varía, por lo tanto, es la tipología de la información, que como ya se ha señalado anteriormente, exige del redactor de política un nivel de especialización diferente y diferenciado del resto de las secciones, más aún cuando de abordar en profundidad los temas se trata.

²¹ La sección de política en octubre del 2012 tenía como coordinadores en Barcelona a Enric Juliana, Jordi Barbeta, Isabel García, Carles Castro, Josep Gisbert: todos ellos participaban en tertulias tanto de medios catalanes como TV3, Catalunya radio, RAC o nacionales como RNE, TVE, Onda Cero, SER, entre otros.

2: El periodismo político

Si antes hacíamos referencia a la percepción del resto de la redacción es porque se entenderá, con lo señalado, que el periodista político asume una responsabilidad notable (Borrat, 1989) con la función que ejerce, en la medida en que en su trabajo debe, desde un punto de vista deontológico, defender el derecho de los lectores a tener la mejor información y, paralelamente, ejercer el control del poder político, que es en definitiva una de las funciones principales del propio diario. Y reafirmamos en este capítulo que la dinámica del periodista político ha sido así desde el momento en que tenemos constancia de la existencia del periodismo político; por lo que podemos señalar que el periodista político existe en la medida que existe el periodismo que aborda los hechos o acontecimientos políticos en cada una de las etapas de la historia, desde el inicio de las gacetillas antes señaladas hasta los diarios tal como los conocemos hoy en día, y tanto en soporte papel como digital²². Gifreu (1996: 144) destaca que:

el periodisme va néixer estretament relacionat amb les actuacions i necessitats de l'Estat modern. De fet, els governants i els règims polítics han buscat sempre, per la coacció directa o per les més variades fórmules de pressió, el control de la premsa i del periodisme. En el marc del sistema polític liberal, i sobretot en la tradició nord-americana, el periodisme rebé el qualificatiu de quart poder en reconeixement del seu paper de mediació entre els altres poders i entre la societat i el sistema polític.

La afirmación de Gifreu anima, en parte, el punto de partida de este trabajo de investigación, en la medida en que el periodismo político existe, en lógica, desde el mismo momento que el “oficio”²³ de periodista, en el que tenemos constancia de su

²² Neveu y Kuhn (2002: 3) señalan la escasez de trabajos que hayan abordado el periodismo político desde un punto de vista histórico: “*there is a lack of long-term historical analyses. While there are some remarkable studies in journalism in the 1900s or the 1060s, there are few books which (...) provide a broad perspective on the development of political journalism over time*”. Este sería uno de los “puntos ciegos” de la investigación, derivados del hecho de no centrar la atención en el periodismo político.

²³ Al respecto, suele jugarse en la jerga periodística en definir al periodismo como “oficio”, lo que le otorga una visión más artesanal, que como profesión, que adereza la descripción del trabajo de un informador de una manera más academicista.

2: El periodismo político

propia función. Otra cuestión es reconocer la importancia que el periodista político ha tenido a lo largo de la historia, no sólo en su propio ejercicio o para aportar calidad al conjunto de su periódico, sino a la propia evolución del oficio, así como en la propia sociedad, en el control de los poderes públicos, en la conformación de una opinión crítica con las instituciones, y en la salud de nuestras propias sociedades. Así lo señala Kantola para indicar su papel determinante en los cambios sociales de la década de los 60 del siglo XX (años de la “modernidad sólida”):

Political journalism, in particular, was at the core of the profession when the solid modern was characteristically the product of a state-centred society. Politics mattered, and politics was the central platform of the society. Political journalists were the crème de la crème of the profession in a state-centred era when national politics were regarded as representing the most vital public issues. (Kantola 2012: 5).

En cualquier caso, y como señala Gifreu (1996: 145-146), el periodismo político está asociado inevitablemente a la evolución del poder en las sociedades occidentales y democráticas, con especial énfasis en EE.UU.

En termes molt generals, el periodisme pot entendre's històricament com l'aparició i consolidació d'una activitat social especialitzada en la intercomunicació d'unes comunitats humanes definides per unes relacions cada cop més complexes i opaques. El periodisme fa possible en aquestes circumstàncies la circulació de la informació i del coneixement sobre la pròpia societat en dues direccions simultànies: horitzontalment, entre els diversos grups i classes socials; i verticalment, entre els òrgans de poder i de control i la població, i viceversa.

Es difícil, por no decir imposible, comprender la evolución de nuestras sociedades, principalmente en los siglos XIX y XX, sin comprender el papel del periodista y del periodismo político. Un papel que, especialmente en las sociedades democráticas más antiguas, ha convertido al periodista político en una figura de referencia como líderes de opinión, en un prescriptor necesario para una opinión pública madura y exigente para

2: El periodismo político

con los representantes elegidos en las instituciones. El periodismo y el periodista político, como señala Neveu (2002: 23), se ubican en lo alto de la pirámide del reconocimiento social en las sociedades modernas²⁴.

First, political journalism can be considered as enjoying a noble status in the field. In the hierarchies of functions and newsbeats which structure the journalistic field, and especially in the press and media dedicated to general news, political journalists usually occupy leading positions.

Josep Gifreu (1996: 151), en el mismo sentido, subraya que “*amb la societat industrial i de masses, el periodisme s’ha anat consolidant i transformant fins a ser una institució imprescindible per al funcionament general de les nostres societats, i especialment del sistema polític*”. Hasta en su visión crítica Luís Mínguez Santos (2005: 30) reconoce que “*el periodista no merece ni mayor ni menor consideración que otros oficios supuestamente más humildes, pero su materia prima y el resultado de su trabajo sí influyen en mayor medida en la vida de todos; ayuda a la toma de decisiones en cuestiones como decidir quiénes nos gobernarán*”.

No obstante, es necesario señalar que la evolución de las democracias occidentales ha erosionado parcialmente este prestigio social en las últimas décadas, aspecto que se recoge en varias investigaciones que desarrollan la línea de estudio de la “*espiral de cinismo*”²⁵ (Kuhn y Neveu 2002; Charron 2006; Van Dalen et al. 2011; Franklin, 2012; Van Dalen 2012):

²⁴ “*En recientes trabajos se concluye que los comunicadores, entre los que los periodistas entran como grupo específico, forman una “nueva aristocracia”, una especie de gremio que ha tomado la iniciativa de configurar la conciencia colectiva. En la práctica, han desplazado actualmente de esta función a los grupos institucionales que tradicionalmente la ejercían, principalmente la Iglesia, la universidad, la comunidad de científicos y la de los intelectuales.*” (Núñez Ladevéze y Torrecillas Lacave 2011: 45).

²⁵ Como es sabido, esta línea de investigación se ha desarrollado notablemente en los últimos años. El debate sobre la cobertura adversarial, incluso cínica, de la información política surge por la creciente atención de la prensa a los escándalos, y se relaciona también con el funcionamiento “saludable” de la democracia. Entre los motivos que suelen aducirse para explicar este fenómeno (Neveu y Kuhn 2002: 11-12; Lengauer, Esser y Berganza, 2011: 181) suelen aducirse los siguientes: 1) Al enfrentarse a fuentes

2: El periodismo político

Les journalistes politiques n'ont pas bonne presse. Ils sont aujourd'hui l'objet de bien des critiques et de commentaires négatifs (...) de manière particulièrement manifeste, la crise du politique en France conduirait à invoquer la question des journalistes et de leurs responsabilités dans celle-ci. (Charron 2006: 176).

Political journalists play an important, but contested role in democracy. Political coverage has been criticized for reinforcing what has come to be known as 'the spiral of cynicism': because of their negative reporting styles and cynical approach towards politics, journalists are blamed for decreasing levels of trust in government as well as increased political cynicism among readers and viewers. (Van Dalen et al. 2011: 147).

En este punto, la bibliografía suele utilizar una metodología de encuestas y entrevistas para revelar qué concepto tienen los propios periodistas políticos acerca de su profesión. Jean Marie Charron publicó en el año 2006 una interesante investigación sobre quiénes son y cómo trabajan los periodistas políticos franceses, basada en entrevistas realizadas en el año 2000 a 60 periodistas políticos, en la que define al periodista político²⁶ y

más profesionales expertas que en otros ámbitos, los periodistas tienden a reaccionar frente al riesgo de manipulación con un estilo más adversarial. 2) La cobertura de la política concede progresivamente más atención a las vidas privadas de los políticos, y a aspectos anecdóticos de la política, mientras cuestiones fundamentales ocupan los márgenes de la agenda mediática. 3) Estos rasgos se han visto potenciados por presiones comerciales; estas presiones fomentan un “market-driven journalism” que usa formatos breves, valora las noticias “blandas” y está más orientada a maximizar audiencias que a cubrir temas que puedan ser aburridos, con independencia de su importancia real. 4) Estos cambios se combinan para producir una cobertura de la información política cínica y despectiva, que alimenta la apatía y desconfianza de los votantes.

²⁶ Charron (2006: 188) señala, a propósito de su investigación basada en encuestas, la dificultad que supone identificar al periodista político de manera excluyente: “*La définition de ces journalistes politiques ne va pas sans poser problème. En premier rang figurent les journalistes rattachés aux services politiques proprement dits. Certains éditorialistes, chroniqueurs, rédacteurs en chefs et directeurs de rédaction le sont aussi, certainement, dans ces cas, c'est le volume de l'information politique qu'ils traitent qui a été prise en compte, voire leur itinéraire pour les hiérarques. La question se*

2: El periodismo político

propone tres grandes actitudes del mismo respecto a su profesión; según indica, sólo un 5% de los profesionales indicó interés específico por el periodismo político:

C'est peu de dire que la vocation pour le journalisme politique n'est pas la plus répandue parmi les motivations à l'entrée dans cette profession, puisqu'elle ne concerne que 5 % d'entre eux. Les motivations au moment du choix ou l'acceptation d'un poste dans un service politique sont diversifiées dessinant largement ce que seront par la suite les intérêts et les manières de pratiquer le journalisme politique. Grosso modo elles peuvent être regroupées en trois ensemble : 1) La politique en tant qu'idées, questions, programmes, institutions, etc. 2) La politique en tant qu'histoires d'hommes et de luttes de pouvoir. 3) La volonté de distance critique à l'égard de la chose et de l'univers du politique. (Charron 2006:177-178).

Según Charron, el desprestigio generalizado de los sistemas políticos habría afectado también, por contagio, al periodista político. Para Furio Colombo (1997: 9) dos de las principales amenazas hacia el periodismo vienen determinadas por la propia política: “desde sus orígenes el periodismo se ha visto amenazado y asediado por cuatro adversarios: la escasez de las fuentes, la fuerza del poder, el riesgo de la censura y el estado de ánimo de la opinión pública”. Colombo se refiere, cuando habla de poder y de censura, al actor político, institucional o de partido (Giró, 2010).

Hemos caracterizado al periodista político como un profesional especializado no sólo en las temáticas que aborda, sino también con unas rutinas de trabajo y una gestión de las relaciones con los demás actores políticos que son diferentes a la de otros periodistas. Neveu y Kuhn (2002: 6) definen, de hecho, el periodismo político como una gestión estratégica de interdependencias, motivo que justifica las posturas teóricas centradas en esa complejidad, frente a

pose d'autant plus, que le périmètre de l'information politique s'est rétréci à mesure que se développait une série de rubriques (éducation, économie, société, etc.) abordant des questions hier intégrées dans l'information politique et prises en charge par les journalistes politiques”.

2: *El periodismo político*

the weakness of a linear model of political communication in which spin-doctors package politicians'speeches which are then processed by the gate-keeping activities of journalists and then distributed to audiences. The very complexity of the processes requires a structural and relational approach. (2002: 9).

Las interdependencias que gestiona diariamente el periodista político para el desarrollo de su labor son múltiples:

Politicians, spin-doctors, fellow journalists, owners and managers, and finally the audience –the network of interdependencies is complex and multi-layered. Let us simply add that, notwithstanding strong cross-national differences, the analysis of political journalism is always improved by the additional consideration of its relationship with actors from the cultural and intellectual milieu. This would include references to ‘think-tanks’ in the UK and USA and the fascination for the status of ‘intellectuals’ among the elite of French political journalists. (Neveu y Kuhn 2002: 9).

En definitiva, la especificidad del periodista político deriva de la naturaleza temática de las noticias que cubre y de las repercusiones de su trabajo, tanto en la dimensión cívica de sus lectores como en las propias acciones de los actores políticos; pero además, estas diferencias se extienden a la propia naturaleza del ejercicio profesional y se manifiestan en diversos aspectos, como unas rutinas diferentes de trabajo y de agenda, una visibilidad social amplificadas en otros medios de comunicación audiovisuales y, asociado a ello, un mayor prestigio. En el siguiente apartado analizaremos con detalle las esferas temáticas y actores sociales a los que atiende el periodista político.

2.8. LOS TEMAS Y CAMPOS QUE ABORDA EL PERIODISMO POLÍTICO

En nuestro objetivo de acotar el periodismo político en cuanto especialización dentro del periodismo, creemos necesario describir los temas, áreas concretas, ámbitos políticos e institucionales y lugares en los que se desarrolla principalmente la actividad del periodismo político y del periodista político ya que, como venimos diciendo, de esta especialización temática derivan los demás rasgos característicos. En 2.2. hemos adelantado la segmentación temática de las noticias políticas que utilizaremos en el análisis de los datos. Nos planteamos aquí la identificación básica de los actores políticos que generan estas noticias. Al respecto, Giró (2010: 76) señala que:

Así como la política no se hace en abstracto, sino sobre realidades concretas – presupuestos, enseñanza, trabajo, inmigración, sanidad, seguridad, etcétera – de forma paralela, el periodismo político tiene que entender sobre cada uno de esos campos cuando sea pertinente, más allá de las reglas generales de funcionamiento de los órganos de gobierno que se vean implicados.

Esta primera aproximación descubre ya la enorme complejidad que plantea definir los campos de acción del periodismo político y sus actores, puesto que se trata de una especialización del periodismo que puede llegar a actuar en todos los campos temáticos de la actualidad informativa. Es el propio Giró (2010: 77) quien reconoce esta complejidad, y señala

entenderemos por periodismo político el que se ocupa de la acción de los gobiernos y de los grupos opositores, ya sean partidos y otro tipo de organizaciones. Queda incluida la interacción de los partidos entre sí y con grupos o movimientos sociales no estrictamente políticos y, en congruencia, también la actividad parlamentaria y la movilización en la calle.

Advierte, no obstante, que más allá de las características derivadas de los actores sociales protagonistas de las noticias, existen otras condiciones definitorias:

se trata de la cobertura de todos esos actores en situaciones de conflicto. (...) El periodismo político así concebido se ocupa de las apariciones públicas, las campañas, las elecciones, los debates – parlamentarios incluidos -, las tareas que realizan los gobiernos y también de las críticas y las acciones de los grupos opositores. Se dedica a la cobertura de la política, en cualquiera de las escalas territoriales dentro de un estado y de sus relaciones exteriores (Giró 2010: 77)..

La perspectiva de Giró (2010) nos ofrece ya un campo de trabajo enorme que intentaremos definir a lo largo de este capítulo. No obstante, creemos interesante observar los campos de acción del periodismo político no sólo desde la perspectiva del periodismo político sino también desde la comunicación política. Existen, no obstante, junto a los que podríamos considerar “protagonistas prototípicos” de la vida política, más actores políticos que requieren la atención del periodista político. En esta investigación queremos precisar aún más los campos de actuación del periodismo político tomando como referencia el esfuerzo diario del informador y las acciones regulares que realiza para poder desarrollar con éxito su trabajo. Entendemos además que para lograr esa mayor concreción, fundamental de cara a entender la importancia de las habilidades que debe tener todo periodista político, debemos delimitar estos temas y campos de acción según los niveles de actuación del periodista, y según la exigencia de cobertura informativa de los propios diarios.

La sistematización de los campos de acción no responde a la lógica de la organización redaccional tradicional y actual en los principales diarios españoles²⁷ porque, como se ha apuntado en capítulos anteriores, el periodista político puede, en muchos casos, cubrir hechos o acontecimientos de otras áreas temáticas del propio diario, en la medida

²⁷ Para esta investigación, y en concreto para este capítulo, se ha observado la organización del área de información política de las redacciones de *La Vanguardia*, *El País*, *El Mundo*, *Diario Levante-EMV*, *Las Provincias* y *ABC*.

en que la acción política del poder político contamina prácticamente toda la actualidad informativa, salvo excepciones muy marcadas como pueda ser el área deportiva. Aún así, existen conflictos dentro del mundo deportivo donde la acción política también está presente²⁸.

En todo caso, ofrecemos en esta investigación aquellos ámbitos de acción del poder político y actores que suelen tener presencia regular en la agenda de trabajo del periodismo político, en ocasiones con gran intensidad según el ritmo de los propios acontecimientos. Nos detendremos primero en la descripción de los actores políticos que promueven y protagonizan las noticias del periodismo político, y desarrollaremos después las temáticas específicas.

2.8.1. Cobertura Institucional

Un primer tema o campo de acción del periodista político es la denominada cobertura institucional, que supone atender toda la actividad de las instituciones políticas. En general, el área de información política de las redacciones distribuye el trabajo de los redactores en dos direcciones: cobertura institucional y cobertura de partidos. Obviamente, se trata de la dinámica “normal”, la que podríamos considerar diaria: aunque según se detecten ciertos acontecimientos como un debate de investidura o una campaña electoral estas dinámicas productivas pueden verse profundamente alteradas para destacar todos los recursos humanos a ese hecho informativo.

El profesional dedicará gran parte de su tiempo de trabajo a estar pendiente de la planificación y programación de actos, también denominada agenda política, y las decisiones de las instituciones políticas, es decir, aquellas que se han conformado por la

²⁸ En el mes de diciembre del 2012 la Generalitat Valenciana debía decidir si ampliaba el aval del préstamo de Bankia a la Fundación del Valencia CF o hacía uso de las garantías del aval concedido, lo que podía implicar que la Generalitat se convirtiera en el principal accionista del club, ante la incapacidad del Valencia CF de devolver el préstamo a Bankia. El 1 de febrero del 2013, ante la imposibilidad del Valencia de pagar los intereses del préstamo de Bankia, la Generalitat Valenciana se convirtió en la principal accionista de la sociedad anónima deportiva, un caso inaudito en la historia del fútbol español.

2: *El periodismo político*

voluntad popular expresada a través de las urnas y que gestionan el “poder” institucional. De los tres poderes del Estado, ejecutivo, legislativo y judicial, que son permanentemente objeto de atención del periodismo, debemos destacar en primer lugar el ejecutivo por su capacidad para transformar la sociedad, ya sea en el ámbito local, autonómico, o estatal: es decir, el Gobierno Español, los ejecutivos autonómicos, los ayuntamientos e incluso las Diputaciones provinciales. En el ámbito legislativo, la atención principal se dirige al Congreso y a los parlamentos autonómicos. En el terreno judicial, que se abordará en este trabajo con sumo interés, el Tribunal Constitucional, el Tribunal Supremo, la Audiencia Nacional, los Tribunales Superiores de Justicia autonómicos y los tribunales ordinarios pueden ser cubiertos de manera intensa en determinados momentos.

Según sea el ámbito de cobertura del diario, local o nacional, y los recursos propios del medio de comunicación, observamos diferentes niveles de atención dentro del periodismo político según qué instituciones cubre un determinado periodista. Por regla general, un diario local, como es el caso de los diarios *Levante-EMV* o *Las Provincias*, tendrá dentro de la sección de política un periodista dedicado “exclusivamente” a estar pendiente de cuanto sucede en el Ayuntamiento de Valencia y otro a la Generalitat Valenciana y las Cortes Valencianas. Puede haber momentos en los que las condiciones de trabajo, así como las temáticas a cubrir, obliguen a dedicar durante un tiempo a un periodista por institución local y autonómica – ayuntamiento, Cortes Valencianas, diputaciones y ejecutivo autonómico -, aunque se trata de un esfuerzo excepcional.

En el ámbito estatal, los diarios nacionales con capacidad para dar cobertura a las instituciones estatales destacarán, como norma general²⁹ a un periodista a atender las actividades del Congreso de los Diputados y el Senado, y entre dos y cuatro periodistas a cubrir las actividades del Gobierno Español. Este segundo ámbito de actuación estará condicionado por la cercana atención a la presidencia y vicepresidencia del Gobierno Español (vicepresidencias cuando ha habido varias), y a los ministerios. Es bastante común que los rotativos de distribución estatal – *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Razón* y

²⁹ He tomado como referencia al diario *La Vanguardia* por el mayor conocimiento de la distribución de recursos humanos para la cobertura de las instituciones política.

2: *El periodismo político*

La Vanguardia, principalmente – tengan a un periodista dedicado exclusivamente a la presidencia y vicepresidencia del Gobierno Español, y uno o dos más a seguir el resto de ministerios según las prioridades del propio diario. Se trata, insistimos, de la actividad diaria que se observa en la organización de las redacciones.

La atención del periodista que dedica su tiempo a la cobertura institucional va dirigida principalmente a los órganos de gobierno de estas mismas instituciones. De esta manera, focaliza su esfuerzo en mantener un contacto regular con los miembros del ejecutivo y su entorno, en el caso del Gobierno Español y los ejecutivos autonómicos, y una especial atención a las áreas de gobierno (economía, administraciones públicas, interior, etcétera). En el caso de los parlamentos autonómicos y el Congreso la labor es más amplia. La atención no se presta tanto a los presidentes de las cámaras como a las decisiones que se alcancen en las mismas como órgano legislativo, lo que obliga al periodista a tener un elevado conocimiento de la actividad de los partidos políticos con representación parlamentaria. Suele ser bastante común que el periodista que cubre a un determinado partido político sea también quien esté atento a los diferentes movimientos de estos mismos partidos dentro de los órganos legislativos. En el caso de los Ayuntamientos se presta especial atención a la labor de los alcaldes y a los plenos en los que se debaten cuestiones en las que existe una fuerte expectación ciudadana.

El periodista político que dedica gran parte de su tiempo a la cobertura institucional debe conocer bien el funcionamiento – reglamentos y leyes – de estas mismas instituciones. La mecánica de toma de decisiones institucional es en ocasiones compleja, tanto de cada una de las instituciones señaladas – Congreso, Gobierno Español, ejecutivos autonómicos – como en la relación que se puede establecer entre ellas, como es el caso del poder ejecutivo con el legislativo. Entendemos que el periodista político debe tener conocimientos básicos que le permitan comprender qué decisiones se adoptan en cada caso, cómo se adoptan y cuáles son sus consecuencias, conocimientos que incluyen nociones fundamentales de derecho constitucional y de las dinámicas reglamentarias en la toma de decisiones de las instituciones señaladas.

Como norma general, para alcanzar con éxito el objetivo de sus informaciones, el trabajo de los redactores del área de política cuenta con el apoyo de los redactores jefes y jefes de sección, así como en ocasiones de los directores de estos mismos medios por sus fluidos contactos con los actores políticos. Aunque este es un punto que desarrollaremos más adelante en el capítulo dedicado al periodista político y las fuentes de información, es fundamental destacarlo, en la medida que describe y prueba la estrecha relación de los responsables de los medios de comunicación con el poder político, unas relaciones que se describen normalmente como *“problematic because there are no prescribed rules in advance to follow as journalists and sources interact”* (Blumler y Gurevitz 1995: 25). La investigación que desarrollamos, a partir de la encuesta con directores y redactores jefes de periódicos de referencia en España, revelará también que casi todos estos directores de medios han sido en algún momento de su trayectoria profesional redactores del área de política.

2.8.2. Instituciones de la UE

Desde la entrada de España en la UE, en el año 1986, el periodismo político de nuestro país presta especial atención a cuanto sucede en las instituciones europeas. En el esquema general de las redacciones analizadas, los corresponsales destacados en Bruselas son los que prestan atención a cuanto acontece en la Comisión Europea, el Parlamento Europeo y el Consejo de Ministros de la UE. Los corresponsales en Bruselas están, en principio, adscritos a la sección de Internacional, aunque es notoria su labor en la sección o área de política de esos mismos rotativos. A pesar de esto, y desde el estallido de la crisis económica en el 2008, el esfuerzo de estos corresponsales ha sido el de seguir día a día la decisiones de la UE en materia de política económica y financiera, lo que les ha otorgado un mayor protagonismo en las páginas de política y de economía de los diarios referenciados. Ocurre además que en las redacciones, y a causa de la crisis, se ha acrecentado enormemente el interés por las decisiones que se adoptan en Europa y, obviamente, en Bruselas, lo que ha provocado en el área de Política y también en el área Económica, que los informadores hayan incorporado a sus agendas la actividad de la Comisión Europea y del Consejo de la UE con un interés desconocido en años anteriores.

La maquinaria institucional de la UE es muy compleja. Existe abundante bibliografía de referencia necesaria para que los periodistas españoles puedan aproximarse a la comprensión tanto de la estructura institucional como del acervo comunitario. De manera sencilla, y para que se tenga en cuenta en esta investigación, señalaremos que la Comisión Europea es una institución con capacidad ejecutiva y de proposición de iniciativas a los países miembros. A pesar de esto, el órgano clave del entramado institucional europeo es el Consejo de la UE, donde están representados todos los ejecutivos de los gobiernos, ya sea a través de los ministros de cada área de gestión o directamente, en las cumbres europeas, por los jefes de gobierno y presidentes de la UE. El órgano legislativo, aunque con capacidad muy limitada, es el Parlamento Europeo, donde tienen representación todas las sensibilidades políticas de la UE. A estas instituciones se suman las judiciales, como el Tribunal de Estrasburgo, cuyo papel en el área del Mercado Interior y en la defensa de los derechos humanos es fundamental.

Como norma general, el nivel de especialización de un periodista que siga la actualidad de Bruselas exige del informador cualidades que no suelen requerirse al periodista político que sólo aborda las instituciones españolas. Bien al contrario, el nivel de especialización de ese periodista internacional es mucho mayor, pues une al conocimiento de la compleja maquinaria institucional europea y del sistema político de la mayoría de los países miembros, en especial aquellos que como el Reino Unido, Francia, Italia, Alemania o España tienen un peso decisivo fundamental en la UE, la obligación de conocer, como mínimo, el español, francés e inglés para poder desarrollar su trabajo con normalidad en Bruselas.

2.8.3. Partidos políticos

El seguimiento de la actividad de los partidos políticos es una faceta clave del periodismo político, de igual importancia que el seguimiento de las instituciones políticas. En especial, como es el caso español, a los dos grandes partidos estatales – PP y PSOE – y, en el caso autonómico, a los partidos nacionalistas con capacidad para condicionar la política nacional como son el caso del Partido Nacionalista Vasco, PNV,

2: *El periodismo político*

Convergencia i Unió, CIU o Esquerra Republicana de Catalunya, ERC, principalmente. Como norma, los diarios de ámbito estatal tendrán, en general, un periodista dedicado exclusivamente a cada uno de los dos grandes partidos. Este esfuerzo existirá también a nivel autonómico para dar cobertura a las actividades del PP y el PSOE a nivel regional; además de que en autonomías como Catalunya, Galicia o País Vasco, los diarios dispondrán de un redactor que seguirá al partido nacionalista en cada caso: PNV, CIU, BNG o ERC, como ejemplos.

Dentro de la cobertura de un partido político, el mayor esfuerzo del periodista político está dirigido a conocer cualquier decisión, debate o intencionalidad que adopte la ejecutiva de ese mismo partido y, en especial, del secretario general o presidente³⁰. En la cobertura de un partido político existen dos momentos claves: los congresos de estos partidos, que suelen celebrarse cada cuatro años, en los que se vota al líder, la ejecutiva y la ponencia marco (la estrategia política global y el discurso); y las campañas electorales, tanto locales y autonómicas como estatales, que traducen la fortaleza electoral, y por tanto institucional, de ese mismo partido. Los partidos políticos, más aún los de ámbito estatal, tienen grandes estructuras, decenas de miles de afiliados y multitud de actividades. Pueden tener presencia en todas las instituciones políticas señaladas, lo que obliga a los periodistas políticos a realizar un seguimiento casi diario de sus actividades.

Los partidos políticos se organizan con estructuras dominadas por una ejecutiva en la que se integran los responsables de las áreas de ese mismo partido, tanto de gestión interna –Organización - como de atención política – Sanidad, Educación, etcétera -. El periodista político tendrá en cuenta la actividad de todas las áreas, pero especialmente deberá mantener un atención especial a la actividad del presidente o secretario general, más aún si este líder es, a su vez, presidente de una institución de gobierno. Durante la

³⁰ La denominación del líder de una formación política difiere. En el caso del PP se le llama *presidente*, y el *secretario general* del PP funciona más como un secretario de organización. En el caso del PSOE el secretario general es el líder ejecutivo, mientras que el presidente tiene una función protocolaria. En cada caso la nomenclatura tiene explicación en la evolución de las organizaciones políticas en Europa desde finales del XVIII.

campaña electoral, la atención del informador focalizará especialmente el análisis del programa electoral de ese mismo partido.

2.8.4. Instituciones no políticas

Existen multitud de instituciones que no están conformadas por la voluntad popular a través de un proceso electoral y que sin embargo pueden jugar un papel importante, en determinados momentos, en el ámbito de lo político, lo que obliga a los periodistas políticos a prestar atención regularmente a las decisiones y acciones que realizan estas mismas instituciones.

2.8.4.1. Tribunales

El poder judicial, como ya se ha apuntado en el capítulo dedicado a la definición de la noticia política, condiciona en ocasiones el debate político. Especialmente cuando los tribunales, sean ordinarios o altos tribunales, adoptan decisiones que afectan a instituciones políticas, cargos institucionales o representantes políticos. Una realidad que adopta un especial significado en los casos de corrupción³¹. Existen multitud de casos a lo largo de la joven democracia española que ilustran lo dicho y que confirman que la judicatura y el Ministerio Fiscal pueden alterar la dinámica de la acción de las instituciones sobre las que recae el peso de la ley. No es objeto de esta investigación detallar el conflicto que en ocasiones se genera entre dos poderes del Estado: el judicial y el ejecutivo. Pero desde el inicio de la crisis económica, y por el estallido de varios y significativos casos de corrupción de la clase política española, las secciones de política han profundizado en su conocimiento de ámbitos del derecho como el penal o procesal.

³¹ Mientras se realizaba esta investigación, la prensa política prestaba especial atención a algunos casos como Gürtel, Brugal, Cooperación, la presunta financiación ilegal del PP valenciano o el caso Undargarín, entre otros. Poco antes de cerrarse esta tesis para presentarla al Tribunal estalló el caso Bárcenas, sobre la presunta contabilidad opaca del PP que llevaba entre sus manos el ex tesorero Lúis Bárcenas. Sólo en el año 2012 más de 60 políticos del PP valenciano estaban imputados en causas judiciales, entre estos 11 diputados autonómicos del Parlamento Valenciano.

2: El periodismo político

Como en el caso de la formación para dar buena cobertura a la información institucional, el periodista político necesita para el desarrollo óptimo de su trabajo un conocimiento adecuado del funcionamiento de las instituciones judiciales, especialmente en lo que afecta a políticos aforados, que son todos aquellos que forman parte de los parlamentos autonómicos o el Congreso y sólo pueden ser juzgados por los Tribunales Superiores de Justicia, y no por los tribunales ordinarios. Como veremos más adelante, en muchos Grados de periodismo se incluyen asignatura de Derecho Político o Derecho Constitucional para completar la formación en esta área. En el caso de que un plan de estudios de forma global no lo incluya, recomendaremos la presencia de estas asignaturas para la mejor formación del periodista político.

2.8.4.2. La Iglesia Católica

La Iglesia Católica es en ocasiones en España una institución clave del debate político. Especialmente cuando de interferir en las políticas sociales del ejecutivo español, y también autonómicos, se refiere. De hecho, en varias ocasiones la Iglesia Católica ha llegado a pedir el voto contrario o a favor de una determinada fuerza política con cuestiones como el matrimonio entre homosexuales o el aborto como temas de fondo. Este trabajo no tiene como objetivo subrayar el papel “político” que, además, ha tenido la Iglesia Católica española en determinados momentos de la historia, en ocasiones condicionando de forma determinante la política del Estado como así fue durante la dictadura del General Francisco Franco. Pero es importante entender que en las secciones de política se presta especial atención a la Iglesia Católica en momentos determinados, y que sin ser una institución política en sentido genérico puede llegar a condicionar el debate político general.

2.8.4.3. Sindicatos y empresarios

Las organizaciones empresariales y, especialmente, las organizaciones sindicales pueden, en ocasiones, condicionar también el debate político. Aunque muchas de sus acciones serán atendidas por el periodista económico, no es menos cierto que algunas decisiones de los ejecutivos, estatal o autonómicos, pueden encontrar antes o después de

adoptada la decisión una fuerte contestación de estos mismos actores sociales. Cuando estos asuntos tengan una proyección amplia y obliguen a la intervención de todos los partidos políticos, como en una reforma laboral, es probable que sea la sección de política la que deba ocuparse del acontecimiento dada la proyección política del mismo hecho informativo. No obstante, y como se ha señalado al inicio de este capítulo, existen noticias “fronterizas” que en ocasiones pueden ser abordadas por un periodista político o de otra sección, y en el caso de los actores sociales señalados puede ser bastante común esta confusión de intereses sobre los que no existe regla de oro.

2.8.4.4 Otros actores

En el ámbito de la política, cualquier colectivo social o institución privada puede convertirse en un actor político coyuntural que modifique el debate político. Desde el asociacionismo hasta la sociedad civil, y aquí englobamos todo tipo de organizaciones, han dado muestras a la largo de la historia de su capacidad para alterar el equilibrio pretendido por las instituciones públicas. Desde las víctimas de un determinado servicio sanitario hasta colectivos identificados en la defensa de un determinado valor cultural o educativo, pueden, mediante la movilización, captar la atención del periodismo político. Son, obviamente, excepciones, pero que el periodista político siempre tendrá en cuenta.

2.8.5 Las temáticas del periodismo político

Señalaremos a continuación aquellas temáticas del periodismo político que suelen tener presencia regular en los periódicos y que exigen atención especial por parte de los informadores. Ante la ausencia de textos en España que sistematicen esta dinámica profesional, ligada necesariamente a la dinámica productiva informativa, se ha recurrido a la praxis profesional de los periodistas políticos.

2: El periodismo político

2.8.5.1. La acción política de los gobiernos y de los parlamentos

Como ya se ha defendido en este trabajo, no todo lo que deciden o hacen los ejecutivos nacionales, autonómicos o locales es susceptible de ir publicado en las páginas de política de los diarios. Pero esto no significa que el periodista político no deba atender toda la actividad que desarrolla el poder ejecutivo. Así, toda decisión, desde una propuesta legislativa a un decreto ley o, simplemente, un nuevo reglamento, debe ser analizado y observado por el informador. La acción política, en este caso, debe incorporar también toda la acción de los gobiernos, incluyendo las relaciones institucionales de sus miembros, especialmente de sus líderes, e incluso la política gestual. A partir de ahí, el campo de trabajo es enorme: desde una remodelación de un gobierno hasta una iniciativa para subir impuestos, el periodista político tiene, a diario, una incesante labor que le obliga a estar atento ante la posibilidad de que cualquier decisión sea atendida mejor por la competencia.

En el caso de los parlamentos autonómicos se justifica la misma dinámica. Que será especialmente intensa en ocasiones especiales como un debate de investidura, la conformación de un nuevo parlamento, las sesiones de control al gobierno o ciertos debates como el de la ley de presupuestos. En general, es mucho más intensa la atención a la labor de gobierno que a la de los parlamentos, pero en ocasiones, y en periodos especiales por los hechos señalados, las cámaras legislativas se convierten en elementos claves del debate político.

Y no cabe duda de que de entre todos los actores políticos a los que se presta atención especial se encuentran los presidentes, tanto del Gobierno Español como de las autonomías. Suelen ser, como se ha podido comprobar en el trabajo de campo sobre las portadas de los diarios, los grandes protagonistas de la actualidad política.

2.8.5.2. La acción de los partidos políticos, elecciones

Hemos querido puntualizar en el enunciado de este apartado el tema de las elecciones porque es sin duda el momento de mayor tensión informativa del periodista político

respecto a los partidos políticos. Destacada ya la importancia de tener un cercano seguimiento del debate interno de los partidos – especialmente en los congresos – y de su líder, que en ocasiones puede presidir un órgano ejecutivo de una institución pública, es en el periodo de elecciones cuando la sección de política de un diario se moviliza de manera más intensa. En este periodo se distinguen tres fases claves: presentación de programas, campaña electoral y el análisis de resultados de la jornada electoral.

2.8.5.3. *Acontecimientos extraordinarios*

Por estos entenderemos aquellos que alteran de manera notable la agenda de trabajo del periodista político ante acontecimientos de gran repercusión política. En este caso se encuentran desde un atentado terrorista hasta la dimisión de un presidente de un gobierno por causas varias. En ocasiones, este tipo de acontecimientos pueden tener influencia en posteriores acontecimientos: una dimisión puede provocar un cambio de gobierno o unas nuevas elecciones. La historia del periodismo político está plagada de hechos informativos que por su envergadura han modificado el debate político durante años.

2.8.6. El periodista político ante la actualidad política

El conjunto de ámbitos temáticos que hemos recogido es definido por el propio concepto de Periodismo Político que tienen los profesionales, tema que ha sido investigado por varios autores entre los que queremos destacar el grupo del Instituto de Periodismo de la University of Southern Denmark. Entre 2007 y 2009 Arjen Van Dalen, Claes de Vreese y Erik Albaek desarrollaron el proyecto *Political Journalism in Comparative Perspective*, en el que combinaron una metodología de análisis del contenido (1306 noticias) y de encuestas a profesionales (425 periodistas políticos)³² para definir posibles diferencias entre el periodismo político de Dinamarca, Alemania, España y Reino Unido. Su objetivo era triple:

³² La metodología basada en encuestas a profesionales surge en 1963, con un estudio de Cohen sobre los corresponsales extranjeros.

2: *El periodismo político*

1. investigar las actitudes de los propios periodistas hacia los temas que cubren;
2. definir, identificar y analizar los diferentes tipos de información de las noticias políticas;
3. investigar los efectos de los distintos tipos de periodismo político (prensa y televisión) sobre el conocimiento, comprensión y opinión pública acerca de los hechos políticos.

Van Dalen (2010) señala que los periodistas políticos de los cuatro países muestran notables diferencias en sus concepciones de rol y en su percepción de limitaciones en su autonomía profesional; tales diferencias se relacionarían básicamente con las diferentes tradiciones democráticas de cada país, así como con las distintas culturas de relación entre los medios y la clase política, y con las diferencias en la profesionalización periodística. Sus conclusiones apuntan a que el autoconcepto profesional de los periodistas políticos españoles incide en su generación de contenido, es decir, en su selección de noticias:

The role conceptions of Spanish political journalists stand out as more sacerdotal, partisan and agenda-sending in comparison to their colleagues in Northern Europe. This is reflected in newspaper content. Although support for the relation between roles and content in the other countries was mixed, the study challenges the idea that journalists worldwide have the same conceptions of their role and shows that role conceptions are relevant for the reporting style of political news.

Berganza, Van Dalen y Chamorro (2010: 12) amplían la información sobre los resultados de estas encuestas por referencia a periodistas parlamentarios y políticos españoles; diferenciando modelos de relación simbiótica y competitiva, señalan que frente al predominio de modelos competitivos en el contexto angloamericano y del norte del Europa:

La relación en España entre parlamentarios/as y periodistas se acerca más a la primera, la simbiótica, aunque, como veremos, a la luz de nuestros resultados,

2: El periodismo político

los medios parecen comportarse de una manera más activa que la clase política, al menos de forma explícita.

En Van Dalen, de Vreese y Albaek (2012) se argumenta, en la misma línea, que el concepto de rol profesional reflejado en las encuestas de los periodistas influye en su propio desempeño; como ya se ha indicado, el estudio combina la metodología de encuestas con el análisis del contenido, y esto les permite establecer correlaciones entre el concepto de rol profesional y las tendencias temáticas no ya a nivel individual, sino nacional:

Since previous research suggests that both journalistic roles and content vary more across countries than within countries (...) and since previous studies have proven that roles and content are related at the level of the individual journalist, the main expectation of this study is that there is a relation between roles and news content at the national level. (Van Dalen et al. 2012: 907).

Para comparar las actitudes y conductas de los periodistas políticos británicos, españoles, alemanes y daneses, estos autores utilizan tres dimensiones, todas ellas con efectos en las audiencias:

1. El estatus de las noticias políticas: pragmático vs. sacerdotal. Un enfoque pragmático redundará en la aplicación a las noticias de marcos conceptuales como “conflicto” o “juego”, lo que a su vez repercutiría en el cinismo político (Berganza, 2008; Van Dalen et al., 2011). Las preguntas utilizadas para medir esta dimensión fueron:
 - a. *La política nacional es de interés periodístico por definición.*
 - b. *Los medios deben informar de la política nacional a todo detalle.*
2. El grado de compromiso partidista: imparcial vs. partidista. El compromiso partidista puede influir en el tono y en el grado de atención hacia los distintos políticos, lo cual a su vez repercute en la intención de voto de la audiencia. Las preguntas utilizadas para medir esta dimensión fueron:
 - a. *El medio para el que trabajo tiene una orientación política específica que me orienta sobre cómo hacer mi trabajo.*

2: El periodismo político

- b. *En la sección de noticias, el medio para el que trabajo mantiene una postura neutra respecto a las disputas partidistas o políticas.*
3. El enfoque hacia la audiencia: información vs. entretenimiento. El predominio de la función de entretenimiento puede seducir a los destinatarios pero a la vez puede reducir la participación electoral.

Este tipo de estudios contrastivo sirve para identificar y acotar las llamadas “culturas periodísticas” nacionales³³. Así, Berganza, Oller y Meier (2010) utilizan el modelo de Hanitzsch para comparar la cultura periodística de Suiza y España a partir de entrevistas cualitativas realizadas a 19 periodistas políticos de los periódicos *Neue Zürcher Zeitung* y *El Mundo*; el modelo se basa en tres dimensiones del periodista (Hanitzsch et al. 2011: 275):

- los Roles institucionales se refieren al papel que los propios periodistas creen tener en los medios, señalando polos de un continuo no siempre fácil de establecer. Así, el *intervencionismo* permitiría distinguir periodistas “activos” (cuyos valores y emociones se ven implicados) y “pasivos” (que actúan con objetividad e imparcialidad); la *distancia al poder* diferenciaría entre periodistas “adversarios” y “leales”; por último, según *la orientación de mercado*, el periodista consideraría a sus destinatarios como “consumidores” o como “ciudadanos”.
- las Epistemologías del periodismo se refieren a cómo el periodista se plantea su acceso a la realidad y a la evidencia, por lo que las dimensiones manejadas serán la *objetividad* y *empirismo* desde los que el profesional se enfrenta a su tarea informativa.

³³ “Over the last couple of decades, the political balance of the news and the potential biases in the coverage, particularly the so-called partisan media bias that favors one party or politician over the other(s), have been vigorously contested in western democracies. After every election scholars, politicians, journalists and sometimes even ordinary citizens are involved in debates on whether the political news was ‘fair and balanced’. In countries such as Belgium, Denmark, the Netherlands or the USA there seems to be a never-ending debate about the so-called ‘liberal media bias’ supposedly caused by left-leaning journalists (...); in Austria, Germany, Spain and Greece we find frequent debates about political interference with the media, in particular public service broadcasting (...); and in Italy a lack of balance is also discussed in the light of ownership concentration.” (Hopman et al. 2012: 241).

2: El periodismo político

- la Ideología ética: el relativismo e idealismo con el que se realiza esta misma tarea.

Las conclusiones de Berganza et al. (2010), no obstante, resultan limitadas por cuanto se reducen a un único medio de cada país, y realizan las entrevistas en un período concreto, lo que nos llevaría a relativizar la afirmación de que

Los y las periodistas españoles/as tienden a ejercer el rol intervencionista y situarse en el polo opuesto a los centros de poder. Ellos tienen una idea del público como consumidor/a, ya que tienen presente que lo principal para la empresa es el rendimiento económico y la máxima venta de ejemplares en los quioscos. (2010: 499).

Bastante más ambicioso es el trabajo de Hanitzsch, et al. (2011) – también con la participación de Berganza –, basado en las opiniones de 1800 periodistas³⁴, en el marco del proyecto internacional “Worlds of Journalism’ study, a collaborative effort of journalism researchers from 18 countries”. En este trabajo, referido a la profesión periodística en general, los periodistas españoles, junto a los suizos y australianos, se sitúan en un segundo puesto por lo que se refiere a su manera de entender la profesión respecto a la no implicación, el desapego, el control del gobierno, o la intención de motivar a los destinatarios para la participación cívica:

³⁴ “In every country we conducted interviews with a quota sample of 100 working journalists drawn from 20 news organizations. In most countries the interviews were conducted via telephone. In Bulgaria, Egypt and Indonesia, and also partly in China and Mexico, we organized personal interviews, mostly because we expected journalists in these countries to be not accustomed to or highly distrustful of telephone interviewing. Turkey was the only case where journalists completed questionnaires on their own while a researcher was present. The interviews were conducted between October 2007 and June 2009. With only 100 journalist interviewed in each country, it is hardly possible to provide a representative picture of news people in the 18 nations. Instead of aiming for samples that were representative in a statistical sense, we followed Hofstede (2001, p. 463) and decided to construct “matched samples” that allow for comparison across countries because of their similar internal compositions. For this strategy, Hofstede suggests minimal sample sizes of at least 20, preferably 50, respondents per country”. (2011: 277).

2: El periodismo político

A core group consisting of the United States, Germany and Austria strongly exhibits the ideal-typical values of this culture: non-involvement, detachment, monitoring the government, as well as providing political and interesting information to motivate the people to participate in civic activity. With Switzerland, Spain and Australia, the immediate neighborhood of this group is occupied by other western contexts. Brazilian journalists are also relatively close to this cluster due to a strong orientation of Brazilian media towards western journalism. On the fringe of this western cluster we find Bulgaria and Romania, the two Eastern European countries. This might be seen as an empirical indication of an advanced adaptation to western standards, a process that is accelerated by increased activities of Western European media conglomerates in these countries. (Hanitzsch 2011: 281).

Por lo que se refiere a la objetividad y empirismo, el estudio señala ciertas diferencias entre los periodistas de los distintos países; los españoles se sitúan en el grupo que más rechaza la idea de que las noticias se vean sesgadas por las creencias y convicciones propias (junto a Alemania, Indonesia y Chile). Respecto a la importancia del empirismo en el enfoque de las noticias, el estudio muestra diferencias entre países más significativas:

Large differences exist between countries with respect to the separation of facts and opinion. Journalists in Russia, Turkey, Israel, Mexico, Spain and Australia have the most favorable attitude towards providing analysis, and their American colleagues partly share this inclination. The least positive attitude towards providing analysis exists among journalists in Austria, Germany and Switzerland, as well as in Indonesia. Journalists in the three (mostly) German-speaking countries find it especially important not to publish material that cannot be verified. It is the journalists in South America, Russia and Uganda who seem to be most willing to publish unverified information. (Hanitzsch et al. 2011: 283).

2: El periodismo político

Con la cautela derivada de la metodología y representatividad de la muestra, el estudio sobre la identificación de culturas políticas nacionales establece grandes tendencias:

However, there are general tendencies in terms of how countries group together: one cluster consists of countries which represent a broadly understood “western journalism culture.” In our study, this group includes Austria, Australia, Germany, Spain, Switzerland and the United States. Brazil, Bulgaria, Israel, Mexico and Romania form another group that could be described as “peripheral western” and that is composed of countries that are, in many ways, remarkably similar to the West. A third group largely consists of developing countries and transitional democracies, of which some tend to be non-democratic. This is the largest group and includes Chile, China, Egypt, Indonesia, Russia, Turkey and Uganda. (Hanitzsch et al. 2011: 287).

En Van Dalen (2012: 39) se analiza la relación entre la cultura periodística y el protagonismo de los gobiernos en la información, concluyendo que las culturas periodísticas pragmáticas dan un protagonismo débil a los gobiernos debido a que los periodistas buscan el conflicto:

in pragmatic journalistic cultures, the dominance of government is weakened by journalists’ search for conflict. In countries where the news value of conflict is more important (Denmark and the United Kingdom), stories about government more often include oppositional voices than in countries where conflict is a less important news value (Spain).

2.9. LA RELACIÓN DEL PERIODISTA POLÍTICO CON SUS FUENTES DE INFORMACIÓN

La relación del periodista político con sus fuentes es uno de los temas más apasionantes del periodismo, en ocasiones aderezado de cierta épica alimentada por asuntos que como el caso Watergate³⁵ han generado cierta visión mítica en torno al periodismo y a los periodistas. Creemos necesario en esta investigación esbozar el marco de relación del periodista político con sus fuentes para comprender mejor, en línea con lo planteado en esta hipótesis, la importancia del periodismo político en su faceta de extrema proximidad (física) con los actores políticos y para perfilar el nivel de especialización de esta parte del periodismo, especialmente en la prensa escrita. Se trata de verificar cómo esta especialidad del periodismo es la única que mantiene un contacto diario, cercano e intenso con los líderes políticos e institucionales, con el poder político, al fin. Con unas características especiales en la relación humana y profesional que se establece entre periodistas y fuentes, una relación particular, diferente y diferenciada de la que existe en otras áreas temáticas del periodismo; lo que condiciona necesariamente la singularidad de esta especialización del periodismo.

Es obligado subrayar que la relación de las fuentes con el periodista, sea cual sea su especialización o sin ser especializado, es una cuestión fundamental en el proceso de producción informativa. Rodrigo Alsina apunta que: *“el tema de las fuentes es una parte muy importante en el proceso productivo de la noticia y en el estudio de la profesionalidad periodística”*. Aunque, como señala Manuel López (1995: 36), es imprescindible recordar también que

³⁵ Se conoce así al proceso de investigación periodística que The Washington Post llevó a cabo sobre la presunta financiación irregular del Partido Republicano y que provocó la dimisión del presidente Richard Nixon el 8 de agosto de 1974

2: El periodismo político

la verdad informativa no está en manos de nadie y debemos pensar que ninguna fuente tiene el ciento por ciento de la razón, aunque sí podemos establecer una cierta categoría entre las fuentes a través del análisis de su cercanía a los procesos de toma de decisiones.

Para nuestra investigación nos parece fundamental esta última idea, la de la cercanía a los procesos de decisiones, que tiene mayor sentido cuando de poder institucional se trata, dada la afectación que cada una de sus decisiones tiene en nuestra sociedad, como bien argumentaba Giró (2012).

En el periodismo político, y en el periodismo general, la mejor fuente es, sin duda, aquella que está más cerca del hecho informativo. Manuel López (1995: 37) precisa que *“las buenas fuentes siempre suelen estar cercanas al poder (político, social, financiero, religioso e incluso deportivo”*. Fontcuberta (1993: 57) apunta sobre esta cuestión que aunque en apariencia todos los medios se asemejan en la selección de temática de sus noticias *“hay diferencias incluso cuando explican una misma noticia; y en esas diferencias desempeñan una papel importante dos factores: la selección de las fuentes informativas y la elección de los aspectos formales de la información”*. En este sentido hay que subrayar la idea de Lorenzo Gomis (1974: 34) respecto a que cuantas más fuentes y más plurales tiene el periodista, más creíble será nuestro trabajo. Borrat (1989: 46-59) reflexiona sobre un aspecto fundamental en el informador: la calidad del trabajo y la credibilidad del periodista depende, en gran parte, de sus fuentes de información:

cuanto mayor sea la calidad, la cantidad y la diversidad de las informaciones que comunica y de las fuentes que cita tanto mayor será su credibilidad y, por tanto su influencia (...) la potencia informativa del periódico se pone de manifiesto entonces en el número, la calidad y el pluralismo de sus fuentes de información (...). Ante un hecho noticiable determinado, el periódico necesita disponer de varias fuentes contrastables para que su propia versión no sea una mera transcripción o reproducción de la que le ha proporcionado una sola fuente, ni refleje tan sólo la versión de una de las partes en conflicto.

Cualquier clasificación de las fuentes y denominación de las mismas puede ser válida para todas las áreas temáticas del periodismo: política, sociedad, cultura, economía, internacional o deportes. Por ejemplo Manuel López (1995: 37) las clasifica como propias, institucionales, espontáneas y/o confidenciales y anónimas. Sin embargo, en el periodismo político, dada su estrecha y especial relación con el poder institucional y administrativo, se establece una relación con los informadores que podemos definir como “singular”³⁶. Cuando hablamos con una fuente relacionada con un acontecimiento político hablamos, en la mayoría de los casos, con una persona, probablemente un político o un miembro de su equipo – jefe de prensa, jefe de gabinete, asesor - cuya opinión estará condicionada por muchos factores. En primer lugar, como “político” o “persona del entorno del político” pertenecerá a una organización – un partido – con la que deberá compartir muchos presupuestos ideológicos, sea de izquierdas, de centro o de derechas.

Ocurre que si además ocupa un cargo institucional y tiene una responsabilidad pública que desarrollar – por ejemplo, un vicepresidente del Gobierno Valenciano, un concejal, un *conseller*, etcétera – sus opiniones estarán sometidas no sólo a la disciplina del partido, sino a su compromiso con la institución, a la que deberá probablemente fidelidad y confidencialidad, en muchos casos establecida en un contrato. Hablaremos, por lo tanto, con alguien que como fuente de información tendrá su opinión encorsetada, condicionada, sometida, a una serie de factores con los que el periodista político deberá enfrentarse en su ejercicio profesional. Esto no significa que ese mismo político pueda, en determinadas circunstancias – en una conversación privada, en un *off the record*³⁷- expresarnos ideas críticas contra su partido, contra la institución con la que trabaja o contra el propio sistema al que pertenece.

³⁶ En su reciente trabajo “Political journalism”, Rafter (2013) analiza el periodismo político británico dando importancia central a cómo estos periodistas y, muy en concreto, el selecto grupo denominado The Lobby (“*The Lobby operates as an independent body and has its own comitee and rules*”, 20013: 31) desarrollan una relación absolutamente específica tanto con el sistema de sesiones informativas del Gobierno (“*briefing system*”), como con la Oficina del Portavoz del Primer Ministro.

³⁷ Off the record, debe entenderse como un “pacto” entre el informador y la fuente para, justamente, proteger a la fuente, por el cual no se divulga la información conocida por el periodista.

2: El periodismo político

El poder político tiende a buscar una dialéctica con el poder de los medios de información en la que el primero intentará siempre preseleccionar los acontecimientos para los periodistas, en el mejor de los casos; o, también, condicionar el trabajo del informador para que las noticias políticas, los mensajes, contribuyan a perpetuar el sistema de poder establecido. Grossi (1981: 75), señala al respecto que *“el poder político tiene la capacidad de influir en la información mediante la producción de acontecimientos dotados de sentido y mediante una nueva definición de la realidad”*. Y añade que *“el periodista que tiene necesidad de recontextualizar rápidamente el acontecimiento excepcional tiende a privilegiar las interpretaciones establecidas por el sistema político y esto le lleva a mezclar la relevancia pública del acontecimiento con la valoración establecida por el sistema político”*.

Esto explica por qué las grandes maquinarias mediáticas de las administraciones públicas y de los aparatos de los partidos han crecido tanto en el último siglo, en recursos y en investigación, como se argumentaba en el capítulo dedicado a la comunicación política (Borrat 1989, Cook 1998). Lo cierto es que el informador, en el mejor de los casos – contrato laboral estable, empresa mediática fuerte, apoyo de su estructura interna, etcétera – siempre está sometido en el periodismo político a una serie de “presiones” para contextualizar los acontecimientos, que le obligarán a disponer de una serie de fuentes que le permitan contrastar una versión, la oficial, que pretende, casi como una cuestión genética, reproducirse en los medios sin ser previamente filtrada.

Como señala Mancini (2000), en España, los medios de comunicación de masas privilegian la comunicación horizontal con la élite política. Para algunos autores, la relación es especialmente estrecha con las y los profesionales de radio y prensa (De Miguel y Pozas, 2009). Los gobiernos nacionales y regionales, por su parte, tienen influencia en los medios, lo que se refleja, entre otros factores, en subvenciones directas o en publicidad. (Berganza, Van Dalen y Chamorro 2010: 8).

2: El periodismo político

Cabe plantearse, pues, cuáles son las dinámicas que determinan la relación entre el periodista y sus fuentes³⁸. Neveu (2001: 57 – 58), acierta al destacar, en lo que él denomina estrategias de las fuentes para influir en los periodistas, dos procedimientos: el castigo y el premio. No es esta una característica exclusiva del periodismo político, pero es tal vez en esta área de trabajo donde más se verbaliza, en el sentido literal de la palabra.

Los periodistas acreditados en determinadas instituciones establecen una serie de relaciones con sus fuentes que suelen plantear unas reglas de juego. Estas reglas suelen restringir el poder de investigación de los periodistas, así para quien las vulnere puede suponer, por ejemplo, la pérdida de acreditaciones para poder trabajar en la institución.

El poder político delegará casi siempre su contacto con los medios a través de sus responsables de prensa, asesores o personas del partido próximas a él. Así, para tener información de un determinado acontecimiento político, en una parte importante de los casos serán estas las personas quienes facilitarán los datos, la descripción de los hechos y las opiniones sobre lo sucedido. No será así en los casos en los que el acontecimiento político puede ser observado directamente por el periodista: un debate parlamentario, una rueda de prensa de un determinado político, la interpretación de los resultados electorales de acuerdo con los escrutinios, etcétera. Son las noticias de primera mano (Fontcuberta 1993: 60) en las que el periodista asiste en persona al acontecimiento.

El problema siempre surge cuando el periodista necesita de las fuentes de información para reconstruir y contextualizar un acontecimiento al que no ha podido, o no se le ha permitido asistir en persona: ejemplos pueden ser desde los términos de un pacto

³⁸ “The intensity and regularity of interactions between politicians and journalists, sharing the same timetables, agendas and space (party conventions, parliamentary sessions, buses and planes during campaigns), create an intimate relationship which has few equivalents, apart from the case of sports reporters. This situation induces a powerful integration of political journalists into a world that Linsky (1983:6) depicts as a ‘family’ of ‘political junkies’ speaking in codes that only ‘the politicians, their team, the consultants and political journalists can completely decipher’.” (Neveu 2002: 24)

2: *El periodismo político*

político para lograr la investidura de un presidente autonómico, o el consenso entre diferentes familias políticas para aupar a cierto político a la presidencia o secretaría general de un partido, hasta los motivos por los que un presidente autonómico remodela su ejecutivo. En este sentido, Blumler y Gurevitz (1995:45) señalan que el propio concepto de fuente de información es ambiguo, y se aplica a individuos o colectivos con dos posibilidades de implicación:

organisations, individuals and groups that normally feature as subjects of news reports and in some cases as informants about events they have either witnessed or made themselves” (Blumler and Gurevitch, 1995:45).

Es en estas situaciones cuando las fuentes adquieren un gran valor no sólo para la credibilidad del periodista y del medio, sino para que el lector pueda disponer de la mejor información respecto al acontecimiento político que ha sido abordado por el medio de comunicación al que es fiel. En estos casos, en su mayoría, el político o los políticos que han participado directamente en el acontecimiento son, sin duda, la mejor fuente; pues son ellos los que, como actores y protagonistas de la información, pueden trasladarnos “su verdad” sobre el hecho que ha despertado nuestro interés.

Esto no significa que las fuentes denominadas secundarias, aquellas que no están directamente implicadas en el acontecimiento, no sean de gran utilidad. En ocasiones, serán este tipo de fuentes las que darán la mejor información, la pista o la idea para abordar con la mayor exactitud el hecho informativo. Incluso en los casos excepcionales, en los denominados “grandes temas” o en las “grandes exclusivas”, este tipo de fuentes – que pueden ser asesores, funcionarios, amigos personales, todos de las fuentes principales – pueden dar, sin duda, la noticia esperada. La historia del periodismo está plagada de “gargantas profundas” – término que hace referencia a una fuente clave para cualquier caso y que fue acuñado por los periodistas del Washington Post en el caso Watergate –, que han sido determinantes para “destapar” una gran historia periodística.

2: El periodismo político

Por esta razón, el periodista político debe haber establecido una buena relación de complicidad con el “entorno” de aquellos políticos que van a ser los grandes protagonistas de los hechos políticos en cualquier legislatura. Y conocer ese entorno, la responsabilidad de esas personas en el trabajo diario del político, su relación personal, su proximidad con los acontecimientos que regularmente protagoniza ese político, etcétera, determinan en parte el nivel de especialización del periodismo político respecto al resto de áreas temáticas del periodismo y, especialmente, la singularidad de una especialización que como se ha señalado, se basa en la interacción dialógica permanentemente con el poder institucional y político.

En la medida en que ambos profesionales se necesitan mutuamente (Blumler y Gurevitch, 1995; Davis, 2009), aunque con objetivos diferentes, su relación ha sido descrita en ocasiones como un “tira y afloja” inestable y cambiante. La pregunta que tradicionalmente se ha planteado la investigación es cuál de las dos partes tiene en general mayor control sobre la otra. Los estudios realizados señalan que es la fuente política quien domina la relación la mayor parte del tiempo (Davis, 2009: 205), ya que la fuente es la que instiga la mayor parte de las noticias, y los periodistas necesitan no solo de un suministro regular de información, sino también de retroalimentación para las noticias proporcionadas por fuentes institucionales:

Such is the level of journalist dependency on sources that, when politicians reach a broad consensus on key issues, reporting becomes less pluralistic and critical.(...) Sources, whether by fostering information dependency or by more covert means, have regularly gained the upper hand. More often than not journalists are forced into the role of being ‘secondary definers’ to more powerful ‘primary definer’ politicians.” (2009: 205-206).

No obstante, el estudio de Davis (2009), basado en entrevistas semiestructuradas a periodistas políticos británicos y miembros del Parlamento, muestra que hay un alto grado de variación en cómo perciben este control los periodistas, que a menudo encuadran sus noticias en detrimento de sus fuentes, dependiendo de otras presiones como los plazos del trabajo, las líneas editoriales del medio, etc., algo que lleva a

plantear la pregunta anterior en sentido inverso. La cuestión es, entonces, hasta qué punto la relación de los medios con las fuentes condiciona la conducta institucional de los políticos en el día a día. A este respecto, Davis señala que estas relaciones entre ambos roles se han institucionalizado e intensificado:

Relationships are institutionalised, intense and reflexive as both sides have come to incorporate the other within their everyday thinking, decision-making and behaviour. Politicians have thus sought to use their relations for more than mere publicity. They have also attempted to make use of reporters as sources of information about policy, presentation and, above all, the micro-level politics of Westminster itself. As a result, journalists have themselves come to act, often inadvertently, as political sources, intermediaries and political actors. (2009: 215).

Charron (2006: 181), en el caso de los periodistas franceses, establece lo que podríamos señalar como una jerarquía de relación del periodista con las fuentes, que expresa, al tiempo, esa interdependencia confirmada por una relación intensa y personal³⁹:

Au premier rang des sources et ressources figurent les relations directes avec les politiques, avec des confrères, avec des «experts» du domaine, avec des contacts au sein de la «société civile». Les contacts avec les politiques – les leaders, leurs «entourages», les portes paroles, des personnalités marquantes, voire quelques députés de base – sont les plus cités et les plus denses, faits d'appels téléphoniques, de rencontres au cours de déjeuners, de participation aux conférences de presses et «déplacements», sans oublier quelques échanges moins fréquents que jadis et plus compliqués à la «salle des colonnes» de l'Assemblée.

³⁹ En el caso catalán, “la gran majoria dels periodistes pensa –si mes no així ho afirma- que una relació d'amistat amb el polític distorsiona la relació professional, però d'una forma corregible” (Giró 1995: 27).

2: El periodismo político

Pero en el periodismo político, como en el resto de áreas del periodismo especializado, no sólo existen las fuentes físicas o humanas. También las fuentes escritas o documentales adquieren un papel fundamental que determina, en parte, la especialización de esta área del periodismo. El estudio de proyectos de ley, de iniciativas parlamentarias, de documentos sobre propuestas políticas, programas de partido o pactos institucionales, entre otros, determinan una manera de trabajar en el periodismo político singular y específica. Debemos subrayar la importancia de estas fuentes documentales porque nutren cada día la mayoría de las informaciones que son publicadas en los periódicos. Al respecto, Nel.lo Pellicer (2005: 137) señala con acierto la intertextualidad constante que entreteje el texto periodístico:

la major part de la informació emprada per a escriure un text periodístic té el seu origen en un complex repertori de veus (declaracions, entrevistes, rodes de premsa, comunicats, etc.). Els periodistes, en l'actualitat, rara vegada observen directament els esdeveniments. Aquests, per regla general, son coneguts finalment, a través dels discursos ja codificats i interpretats per altres, i de manera més rellevant a través dels teletips de les agències informatives.

Son estos textos los que se denominan “texto fuente”; y se pueden incluir en este grupo las notas de prensa, los comunicados, las noticias de agencias de información, los documentos, los informes, etcétera. El texto fuente ha logrado convertirse en los últimos años en un potente referente para la producción periodística. Multitud de medios de comunicación, especialmente aquellos que disponen de plantillas muy reducidas, y en especial muchos diarios digitales, se alimentan de estos textos fuente para “llenar” sus espacios, tanto en texto como en audiovisual. Pellisser (2005: 138) apunta también a las limitaciones del tiempo en la producción de la noticia y a la tendencia, generalizada, de recurrir a los textos fuente no sólo para disponer de información de un determinado acontecimiento, sino incluso condicionando la agenda temática de los medios de comunicación (en especial las noticias de agencias)

De ahí que los propios periódicos establezcan pautas de actuación respecto a estas fuentes documentales. Señalamos, en este sentido, que los manuales de estilo de *El País*

y *La Vanguardia* son, al respecto, y como ejemplos, exigentes a la hora de marcar una pauta de conducta necesaria en el trabajo de periodista: la fiabilidad de la información de un acontecimiento conocido a través de un teletipo de agencias, de un comunicado de prensa o una nota de prensa, no exime al periodista de, primero, confirmar con sus propias fuentes esa información y, además, contrastarla y si es necesario ampliarla.

Un aspecto fundamental al analizar el papel de las fuentes en el periodismo su posible clasificación (Hallin y Manzini 2004). Gieber y Jonson (1961 (apud. McQuail y Windahl, 1993: 181-185) identifican tres aspectos claves de la interrelación del periodista y las fuentes de información. En el primero argumentan que *“puede darse una total independencia entre la fuente y el periodista. Es decir, hay un distanciamiento entre el que produce la noticia y el que informa sobre la misma. Nos encontramos con el llamado periodismo de investigación”*. En estos casos, las fuentes que podrían dar la información al periodista se niegan a pasársela, *“por ello éste debe buscar fuentes alternativas o sencillamente idear alguna estrategia para obtener la información deseada”*. En el segundo caso, los autores se refieren a la posibilidad de que *“la fuente y el periodista cooperan, fuente y periodista tienen algunos objetivos comunes: uno necesita que una determinada información se publique en el periódico y otro necesita obtener noticias para satisfacer a sus superiores y vender diarios o aumentar audiencias”*.

En estos casos la cooperación es máxima. En ocasiones, añaden, determinadas fuentes filtran una información que les interesa que aparezca y que los medios no se pueden resistir a publicar. También puede darse el caso de que a la fuente le interesa aparecer en los medios y el periodista negocia con ella para que, en otra ocasión, le pase información cuando se lo solicite, que sea de mayor interés periodístico. Y concluyen que *“este cruce de favores respectivos va creando una serie de relaciones y complicidades entre el periodista y sus fuentes”*. En último lugar apuntan a la posibilidad de que *“la fuente es la que prácticamente hace la noticia”*. Sería el caso de los comunidades oficiales. Igualmente Rodrigo Alsina cita a Neveu (2001: 55-56) cuando se refiere, al respecto, a la *“profesionalización de las fuentes”*. Así, recoge que

2: El periodismo político

en Francia, en 1995, había más profesionales que trabajaban en gabinetes de comunicación que periodistas.

Las personas que trabajan en gabinetes de comunicación conocen perfectamente el trabajo periodístico y así pueden anticiparse a las expectativas de los periodistas y presentarles dossiers perfectamente confeccionados que facilitan el trabajo del periodista. Pero esto tiene un resultado: la fuente prácticamente redacta la noticia. Como reconoce Neveu, *“controlar la influencia de las fuentes supone también disponer realmente de medios financieros y humanos de recolectar información original”*. Igualmente Rodrigo Alsina concluye que *“hay que decir que la información redactada por la fuente sale más barata”*.

Para dar cuenta de los posibles modelos de clasificación de las relaciones entre periodistas y políticos, Casero (2008) se basa en la combinación de dos criterios fundamentales para abordar esta clasificación: la dependencia/independencia del profesional de la información, y el grado de cooperación/conflicto del vínculo entre ambos. A partir de estos dos ejes, Casero identifica cinco tipos de relación entre periodistas y políticos, sustentados por un “principio de negociación constante”:

1. Modelo adversarial que concibe el periodismo como un verdadero *“cuarto poder”*, encargado de supervisar sistemáticamente los posibles abusos del poder político para proteger a los ciudadanos.
2. Modelo colateral, caracterizado por el predominio del paralelismo político: *“El sistema mediático se ve subordinado, así, a la lógica política, perdiendo parte de su autonomía profesional. Su sometimiento a directrices y objetivos propios de los actores políticos los coloca, con mayor o menor grado de intensidad en función de cada caso y cada contexto, bajo los parámetros de la instrumentalización política”*.
3. Modelo de competición, que se corresponde con la propuesta de Borrat (1989), según el cual *“ambos ámbitos pugnan por controlar la definición de los problemas políticos que afectan a la ciudadanía y de las percepciones públicas a ellos asociadas”*.

2: El periodismo político

4. Modelo del intercambio, que supone la mutua dependencia entre ambos sistemas.
5. Modelo de la negociación constante, en el que “*como punto de partida, ningún sistema se ve sometido al otro, sino que cada uno conserva cierto grado de independencia. El periodismo no está subordinado a la política ni a la inversa, aunque esta situación puede alterarse en función de la naturaleza y la forma que tomen las interrelaciones entre ambos ámbitos*”.

En definitiva, la relación entre periodista y político ha sido abordada en abundantes estudios, en unos casos desde una visión puramente académica, en otros para descubrir las “complicidades” que surgen de la praxis profesional, en ocasiones con visiones muy críticas, como la que esboza Pierre Bordieu (2000: 2 y 3) reconoce que:

Hay una complicidad – complicidad es una palabra demasiado fuerte – entre los mayores periodistas políticos, aquellos que son conocidos por la televisión, etcétera, y los políticos, connivencia que reposa sobre una familiaridad real: son gentes que se ven constantemente. Los periodistas políticos, en particular, conocen mejor lo que pasa dentro del microcosmos político que los problemas de los cuales debe en principio ocuparse el microcosmos político. La mayoría de los periodistas, incluso políticos, conocen mucho mejor las relaciones entre Balladur y Chirac o entre Jospin y Chevènement que la cuestión de la Seguridad Social o del presupuesto europeo. Por esto, están inclinados a reforzar esa tendencia del campo al enclaustramiento, planteando pequeñas preguntas sobre el pequeño mundo de la política. Y los periodistas que se piensan como observadores del campo político son de hecho agentes del campo político – habría que englobar también a los sondeadores de opinión-, por las preguntas que plantean y por las preguntas que no plantean. Tomo un ejemplo simple: el Club de la Presse d’Europe 1 es el equivalente del caucus norteamericano, es un lugar donde se elaboran las candidaturas políticas importantes.

Una cuestión interesante es el nivel de confianza que existe entre los políticos y los periodistas políticos, tema ya abordado la pasada década en dos encuestas de la Universitat Autònoma de Barcelona (Giró 1994, 1995), la primera para conocer la

2: El periodismo político

visión que tenían los políticos catalanes (diputados del Parlament de Catalunya) de los periodistas de esa comunidad, y la segunda para descubrir el otro punto de vista, el de los propios informadores. La primera confirma la profunda desconfianza de los políticos hacia los periodistas; la segunda, más amplia en los campos de investigación y en el interrogatorio, confirma lo avanzado en la primera: *“La fiabilitat de què gaudeixen els polítics entre els periodistes és mínima. (...) Als ulls de les enquestes, la imatge del polític es veu prou deteriorada: fer propaganda és la raó fonamental que mou el polític –diu la majoria- a l’hora de concedir una entrevista.”* concluye Giró (1995: 27).

La relación del periodista con otros colegas ha sido también foco de interés de algunos estudios. Por ejemplo, Reinemann (2004), a partir de encuestas a periodistas políticos alemanes (500 de distintos medios), se plantea el uso de otros medios como fuente. Reinemann investiga en concreto cuáles son los rasgos que permiten que los periodistas políticos utilicen como fuente a otros colegas y medios, y concluye que, efectivamente, y pese a las diferencias individuales y organizativas, los medios ajenos al propio lugar de trabajo se convierten en un eje importante del trabajo del periodista político, lo que se mide según el tiempo dedicado a usar otros medios (*“the typical political journalist in Germany spends four-and-a-half hours per day using the traditional news media (newspapers, magazines, radio, and television programs)”*), y la valoración que se otorga a los medios competidores como generadores de fondo informativo y de opinión, y como indicadores de calidad del propio trabajo.

Reinemann señala que la bibliografía ha justificado la confianza del periodista político en otros medios por algunas de las restricciones a las que se somete su trabajo. Una de estas restricciones es la que obliga a los periodistas políticos a tomar decisiones sobre la incertidumbre, y a hacerlo además sometidos a presiones de tiempo; en este contexto, la cobertura que dan otros medios serviría como “validación social” de ciertas decisiones. Otros autores señalan que los periodistas políticos no tienen relaciones con sus audiencias, o las tienen negativas, y por este motivo los colegas de otros medios son su mayor punto de referencia, aunque tal y como señala Reinemann, la orientación hacia otros colegas no es incompatible con la orientación hacia las audiencias, y el hecho de que algo haya sido ya publicado garantizaría su noticiabilidad. El tercero de los

2: *El periodismo político*

argumentos que suele darse para justificar la confianza en otros medios tiene que ver con la competencia: *“tracking the competitors’ product is way of controlling the environment of the news organization. From the journalists’ point of view, success can be secured by providing more timely, comprehensive, or exclusive reporting than competitors.”* (2004: 859). Por último, otras investigaciones señalan que los periodistas políticos alemanes atienden a otros medios por cuestiones de calidad informativa, es decir, tratándolos como fuentes por sí mismos.

2.10. LAS RUTINAS DEL PERIODISTA POLÍTICO

Para terminar el estado de la cuestión en que se enmarca este trabajo dedicaremos este apartado a reflexionar sobre las rutinas de producción del periodista político atendiendo a la praxis profesional. Estas rutinas están, sin embargo, en plena evolución por la aparición de las ediciones digitales que están alterando profundamente la manera en la que se trabaja en las redacciones de papel. Aunque los modelos de integración de redacciones – papel y digital – son diversos y están en fase de experimentación, adoptaremos como referencia el modelo de *La Vanguardia*, que es también el de otros diarios como *Le Monde* o *La Stampa*: en estos casos existe una “redacción digital”, de nueva creación, pero los miembros de la redacción de papel cada vez participan más en la producción de noticias para la edición digital. En otros modelos, como el de *El País*, “toda” la redacción de papel participa de la digital, es decir, “divulga” todos los contenidos impresos en su edición digital. En definitiva, la evolución de los sistemas de producción periodística de los periódicos y su adaptación en la edición digital no tiene, hoy por hoy, modelos consensuados, dado que se encuentran en fase estrictamente experimental. La tendencia observada, no obstante, es que cada vez los periodistas de papel se incorporan con mayor participación en las ediciones digitales de sus propios medios. Y, paralelamente, las redacciones exclusivamente digitales crecen: de hecho casi todos los nuevos contratos laborales se realizan en digital.

La rutina de un periodista político está condicionada, en primer lugar, por la agenda de hechos previsible: un debate parlamentario, una rueda de prensa, una decisión de un ejecutivo prevista con antelación, etcétera. A lo que se suma el contacto regular con las fuentes de información protagonistas y conocedoras de esos mismos acontecimientos previstos en las agendas. Destacamos, en este punto, la observación de Xosé Ramón Rodríguez-Polo y José Ramón Santillán Buelna (2012, 229) respecto a que “*la estructuración de los recursos de la sección política de la prensa española viene determinada por la organización de la administración del estado*”. Se refieren ambos

2: *El periodismo político*

autores a los diarios de ámbito estatal; en el caso de aquellos de ámbito autonómico, la estructura de la sección de política vendrá determinada por la organización de la administración de la propia autonomía. En cualquier caso, Rodríguez-Polo y Santillán Buelna (2012, 224) reconocen que:

El seguimiento de la actividad política, tal y como lo plantean estos medios de referencia, requiere de una infraestructura grande, por lo que es lógico que los periodistas de la sección de política sean los más numerosos del periódico.

La rutina, en el terreno de la producción, está sometida al sistema de producción del propio diario, apertura de páginas – generalmente a primera hora de la mañana – y cierre de las ediciones, normalmente hacia la medianoche; aunque todos los periódicos disponen de sistemas de avance de producción para poder cerrar varias ediciones hasta bien entrada la madrugada. Entre ambos tiempos, entre apertura y cierre de edición, se suelen producir dos reuniones que verifican la importancia de la agenda y la prioridad que debe otorgarse a cada acontecimiento; son los denominados Consejos de redacción. En estos, participan el director y su equipo directivo, generalmente integrado por los subdirectores y redactores jefes, aunque en este aspecto no hay fórmulas únicas, en ocasiones pueden participar jefes de sección y redactores según la intensidad informativa de cada jornada y de los recursos humanos disponibles en cada momento.

Obviamente, nos referimos a rutinas regulares sin que medie ningún acontecimiento extraordinario no previsto en la agenda: una dimisión, un atentado, un pacto político inesperado, etcétera. En estos casos, la rutina informativa del periodista se ve profundamente alterada, pero su dinámica de producción seguirá estando condicionada por la apertura y el cierre del diario. Asimismo, en casos excepcionales, ante hechos informativos no previstos, el modo de abordar un acontecimiento siempre es el mismo: confirmar el hecho, a través de las fuentes, y redactar la información según el espacio concedido en el papel.

La concesión de “espacio”, es decir, el tamaño en papel que se concede a una información, condiciona notablemente el trabajo y la rutina de un periodista. No es lo

2: El periodismo político

mismo tener que redactar un *breve* informativo, de unos 200 caracteres, a una *información* con 3.000 o más caracteres. En esta investigación no abordamos el uso de géneros ni aspectos fundamentales de la redacción periodística, pero resulta obvio que el esfuerzo para redactar una gran información no es, ni de lejos, el mismo que con un breve. Porque cuanto más espacio, más riqueza de datos se puede aportar al lector sobre cada hecho concreto, lo que otorga al periodista la posibilidad de incorporar más fuentes a su texto, algo que necesariamente conlleva, en la mayoría de los casos, un mayor esfuerzo y más dedicación, en tiempo, a esa misma información. La construcción de una noticia condiciona, notoriamente, la rutina de un periodista.

La aparición de las ediciones digitales está alterando profundamente el modo en que el periodista político, y los de las otras áreas temáticas, producen las noticias. En las ediciones digitales predomina la inmediatez, lo que obliga al periodista a difundir la información nada más tenga conocimiento del hecho, mientras que en la edición de papel el informador sólo está condicionado por el cierre de la edición. No es objeto de esta investigación abordar tampoco estos cambios tan profundos que se están produciendo en el periodismo (Kawamoto, 2003; Jones y Salter, 2012), tanto en el modo de consumo de información como de producción; una realidad está condicionando la otra⁴⁰. Pero creemos necesario reseñar como aspectos que deben tenerse en cuenta que:

- Las ediciones digitales permiten el uso de todos los lenguajes del periodismo – oral, escrito y visual – frente a los medios de comunicación convencionales.
- En las ediciones digitales el lector puede leer realmente dos ediciones: la del papel que se ha trasladado a Internet (generalmente previo pago), y la estrictamente digital, que en España son gratuitas para el consumidor.

⁴⁰ En la redacción digital de *La Vanguardia* trabajan actualmente 35 personas, cuando en el año 1999 solo eran 5. Además, de las que trabajan en la edición digital no todos son periodistas; nuevos perfiles profesionales como el *community manager* o *social manager* juegan un papel que hace no muchos años apenas se conocía.

2: El periodismo político

- La noticia, como género, encuentra en las ediciones digitales un espacio más dinámico que en las ediciones de papel. De alguna manera, la noticia ha migrado del papel a Internet.
- Las ediciones digitales no tienen restricción de horarios ni problemas de espacio para la difusión de los mensajes. Son, en este sentido, medios vivos de principio a fin, donde la inmediatez es el elemento, hoy por hoy, más significativo; aunque en EE.UU., Francia o el Reino Unido comienza a demostrarse que el terreno de la “interpretación” informativa, aquella que se encuentra más cómoda en géneros como el reportaje, la entrevista o la crónica, puede encontrar buen acomodo.
- El periodismo político, al igual que el resto de especializaciones del periodismo, está presente en las ediciones digitales de los diarios de papel con un protagonismo destacable.
- La aparición de ediciones digitales de los propios periódicos modifica no sólo rutinas, sino aspectos fundamentales del periodismo escrito como la cobertura de acontecimientos, la selección, la priorización o la difusión, más aún con el notable crecimiento de las redes sociales y su capacidad no sólo para difundir mensajes, sino para enlazar contenidos.

El denominado periodismo digital está experimentando enormes cambios⁴¹ desde que el acceso a Internet se masificó. La aparición de las redes sociales, de los nuevos lenguajes

⁴¹ Así resume Bob Franklin la incidencia de estas transformaciones en el editorial de presentación de la nueva revista *Digital Journalism*, creada por Routledge, Taylor y Francis en enero de 2013: “*the great majority of journalists and scholars of journalism have become increasingly aware, across the last few years, of fundamental changes which have been restructuring all aspects of journalism and journalism studies. And, because journalism is such a significant institution, these changes have in turn had implications for the economic, social, political and cultural life of communities and nations. The development of digital media technologies has been particularly crucial and radically altered virtually every aspect of news gathering, writing and reporting. The collapse of traditional business models to fund and resource a critical and independent journalism, as well as the absence of any widely accepted alternative funding strategy, has triggered a radical reshaping of journalists’ employment, their work places, products, role .perceptions, ethical values and ways of working. These important changes*”

2: *El periodismo político*

digitales, de los nuevos recursos, auguran unos profundos cambios en la estructura social de los medios de comunicación, en la labor de producción informativa y en el consumo de mensajes. Consideramos que estos cambios van a ser determinantes para el periodismo, para el periodista y para la sociedad de la comunicación de masas, una revolución que está modificando el actual ecosistema comunicativo y que exigirá una especial atención de los investigadores.

En el libro *La prensa sin Gutemberg*, Jean François Fogel y Bruno Patiño subrayan que “*en Internet ha nacido una nueva prensa, con su propia identidad, su lenguaje y un crecimiento tan vivo que desafía a sus competidores*” (2007, 15). Y añaden que Internet

no es un soporte más, significa el final del periodismo tal como lo hemos conocido hasta ahora... La prensa bajo el régimen de Internet no ha iniciado un nuevo capítulo de su historia, sino más bien otra historia.

Fogel y Patiño abordan la cuestión no desde el pesimismo, sino desde la perspectiva de un cambio de ciclo que, inevitablemente, no sólo está cambiando el mapa de los medios escritos en el mundo, sino también la manera de trabajar de los periodistas, de los periodistas políticos.

challenge traditional assumptions in journalism practice, but also journalism scholarship and education, make definitional boundaries fluid and suggest reassessment of even the most fundamental questions.”

***CAPÍTULO 3: ESTRUCTURA DE LA INVESTIGACIÓN Y
METODOLOGÍA***

3.1. ANÁLISIS DE LAS PORTADAS DE LOS DIARIOS ESPAÑOLES EL PAÍS, EL MUNDO Y LA VANGUARDIA

En este apartado presentaremos cuál ha sido el análisis concreto aplicado para desarrollar las hipótesis presentadas al principio de este trabajo:

- que la información política es la que condiciona las portadas de tres de los diarios españoles más importantes – *El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia*–; tres diarios que son fundamentales en la conformación de la opinión pública española
- que estos mismos diarios consideran los hechos políticos como muy relevantes para el ecosistema social y comunicativo en el que se distribuyen.

Resulta obvio que demostrar estas hipótesis nos situaba de lleno en el ámbito metodológico del análisis del contenido (Berelson, 1952; Krippendorff, 1990; Andréu, 2001; Neuendorf, 2002; Macnamara, 2005; Colle, 2011), que permite realizar estudios centrados en la dimensión semántica de los mensajes periodísticos:

Content analysis is a summarizing, quantitative analysis of messages that relies on the scientific method ... and is not limited as to the types of variables that may be measured or the context in which the messages are created or presented (Neuendorf 2002: 10).

Desde los trabajos iniciales de Lasswell en los años 20, y las técnicas descritas en más tarde por Berelson y Lazarsfeld (Berelson 1952), los avances tecnológicos han permitido una radicalización de los enfoques cuantitativos (en 1960 Hays publica el primer estudio computerizado, “Automatic content analysis”), destacando como el campo metodológico más desarrollado en las últimas décadas del siglo pasado

(Neuendorf 2002: 1). Nuestro planteamiento, con todo, es de naturaleza básicamente cualitativa, y no atiende campos semánticos concretos, sino a la orientación temática general de las noticias seleccionadas para la base de datos.

3.1.1. La metodología de la semana construida

Para obtener una visión válida de cómo el periodismo político impregna y condiciona los diarios españoles seleccionados – *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia* – se han analizado las portadas de los citados diarios del año 2011 mediante la metodología de la semana construida para el análisis de contenido de los medios de comunicación de masas (Krippendorff, 1990; Stemple; 1989, 1981):

La semana construida consiste en seleccionar un día de la primera semana del período elegido, luego el segundo día de la segunda semana y así consecutivamente hasta cumplir una semana calendario. El monitoreo a través de semanas construidas permite obtener una muestra aleatoria de la información de los medios ampliando el rango de su selección. Esto evita distorsiones propias de un momento informativo reducido, al mismo tiempo que suele conservar las marcas de la pauta editorial. (Teramo, 2006).

Es decir, el criterio metodológico de la semana construida permite que un mes de noticias pueda quedar representado en una semana; y un año de noticias en 45 días representativos de la semana construida durante todas las semanas del año, con el apunte de que los días 1 de cada año, así como el viernes santo, no se publican diarios. Se logra, además, evitar la contaminación que puede suponer, en este caso, el análisis de portadas en periodos concretos como un proceso electoral en los que se suelen recargar de información política los medios de comunicación en general, y por lo tanto los medios escritos y estos, a su vez, lo destacan en sus portadas. La metodología de la semana construida evita las distorsiones y logra mostrar de forma equilibrada la tendencia en la manera en la que destacamos editorialmente las temáticas durante el periodo estudiado.

Según estos planteamientos se tomó como muestra el contenido de las portadas desde el 1 de enero al 31 de diciembre del año 2011, para lo que se confeccionó una muestra aleatoria y estratificada que dio como resultado 45 portadas de cada uno de los diarios señalados, con un total de 135 portadas, equivalente, según esta metodología, a 362 ediciones de cada uno de estos periódicos, con un total de 1.086 ediciones.

La muestra aleatoria ofreció como solución la elección de las portadas de los siguientes días del año 2011:

- Enero: días 10, 18 y 26.
- Febrero: días 3, 11, 19 y 27
- Marzo: días 7, 15, 23 y 31
- Abril: días 8, 16 y 24
- Mayo: días 2, 10, 18 y 26
- Junio: días 3, 11 y 19
- Julio: días 5, 13, 21 y 29
- Agosto: días 6, 14, 22 y 30
- Septiembre: 7, 15 y 23
- Octubre: días 1, 9, 17 y 25
- Noviembre: días 2, 10, 18 y 26
- Diciembre: días 4, 12, 20 y 28

3.1.2. La elección de portadas

La portada de un diario muestra los acontecimientos que el diario quiere destacar porque los considera los asuntos más importantes que el lector debe conocer (Borrat 2006). Andreu Casero y Pablo López (2012: 3) aciertan al subrayar que la definición de los contenidos de portada “*constituye la apuesta estratégica más relevante en la gestión diaria de un periódico*”. En general, una portada suele llevar entre uno (cuando se trata de hechos realmente excepcionales⁴²) hasta más de diez temas destacados de

⁴² Como pudo ser la muerte del Papa Juan Pablo II que ocupó toda la portada de *La Vanguardia*.

3: Estructura de la investigación y metodología

más de cincuenta asuntos que, regularmente, suelen estar impresos en los diarios⁴³ si sumamos todas las informaciones publicadas en toda la paginación. Además, el equipo de dirección de los rotativos, así como el consejo editorial de estos grandes diarios, es consciente de que la “selección” temática que se visualizará en las portadas condicionará no sólo la opinión de sus lectores, sino parte de la opinión pública por el efecto que provocarán los medios audiovisuales al divulgar las portadas de estos mismos diarios. Son por ello las portadas el mejor ejemplo de la aplicación de la teoría de la agenda-setting (McCombs y Shaw, 1972). La citada teoría intenta constatar cómo el grado de énfasis puesto en los temas por las informaciones divulgadas influye en la prioridad que les concede a estos acontecimientos el público. De tal manera que la “agenda” temática que presenta un diario, reflejada en su portada, desde la idea de qué es lo más importante que debe ser conocido cada día, condiciona la percepción de los consumidores de información sobre qué es lo más importante cada día, qué debe tenerse en cuenta de todos los asuntos que pueden ser susceptibles de ser actualidad.

Por ello la portada plasma los que debemos denominar principales ejes de la actualidad informativa a consideración de la empresa editora. Casero y López (2012: 4) afirman que a nivel profesional, la portada de la prensa de referencia constituye un espacio informativo muy destacado donde se representan con la máxima claridad los criterios de selección y jerarquización de un determinado medio de comunicación, en línea con lo anteriormente señalado por Tuchman (1978), Gans (1980) y Borrat (2006). Una prioridad temática que se trasladará o se verá reflejada en los “sumarios” de los informativos en radio y televisión que, por regla general, divulgan cada noche y cada mañana las portadas de estos mismos rotativos. Esto no significa, en absoluto, que el resto de temas que serán divulgados en las páginas de cada uno de los diarios señalados no sean importantes. En ocasiones, las discusiones más duras en los consejos de redacción de las tardes⁴⁴ suelen estar centradas en la selección de los temas de portada.

⁴³ Depende de la paginación de cada diario. *El País* y *El Mundo*, por su modelo de página, tipo de letra y extensión de las noticias, suele llevar más asuntos que *El Mundo* o *La Vanguardia*.

⁴⁴ Normalmente, en los diarios escritos se celebran dos consejos de redacción. El de la mañana, que sirve para planificar la jornada y analizar las previsiones temáticas, y el de la tarde, en cuya conclusión debe decidirse los temas que estarán impresos en la portada. Ello no significa que pueda modificarse

Y es así desde la absoluta convicción de los profesionales de que cierto tema en portada captará con mucha más intensidad la atención del lector que aquellos que no están destacados en esa misma portada. No ocurre lo mismo con las ediciones digitales de los diarios, puesto que estas actualizan la portada según la dinámica de actualidad, de tal manera que puede variar tantas veces como se considere oportuno. Todo esto justifica que la investigación de análisis de contenido sobre periodismo haya focalizado especialmente las portadas como unidad de análisis (Erbring, Goldenberg y Miller 1980, Danielson y Lasorsa 1997).

3.1.3. Confección de las portadas

Todas las portadas de los diarios analizados presentan una configuración y diseño en los que se destacan de mayor a menor importancia las noticias elegidas. Es decir, como norma se otorga más espacio (texto y en muchas ocasiones foto) a la noticia considerada más importante del día⁴⁵, y se sigue el mismo criterio hasta la noticia menos importante de la portada, que será a la que se dedicará menos espacio en esta primera plana. En los tres rotativos objeto de estudio, las portadas suelen destacar la principal noticia debajo de la cabecera, con titulares de entre tres y cinco columnas⁴⁶; a partir de ahí el resto de las informaciones tendrán menos espacios (cuatro, tres o dos columnas, y menos módulos). Asimismo, el refuerzo para captar la atención incluirá fotografías o incluso infografías no sólo para destacar y hacer más atractiva la información, sino para suministrar más información al lector en esta primera aproximación a la lectura.

En los consejos de redacción de la tarde se deciden las portadas. Si la dinámica informativa de la jornada se ha cumplido, es decir, no ha habido grandes

posteriormente esa portada hasta el cierre de las rotativas, normalmente de madrugada, si ocurriera algún hecho informativo excepcional.

⁴⁵ En la jerga periodística usada en el diario *La Vanguardia* se le denomina a esta noticia la “primera”, “la percha” o “la llamada”.

⁴⁶ El espacio de una página de un diario se divide en columnas (cinco o seis dependiendo del rotativo) y en módulos (entre 60 y 80 módulos, dependiendo de formato de periódico). La noticia principal, por esta razón, suele ocupar varias columnas. La noticia menor de la portada seguramente ocupara sólo una columna y uno o dos módulos.

3: Estructura de la investigación y metodología

acontecimientos susceptibles de modificar la agenda diaria, el director junto a los subdirectores, jefes de sección y redactores jefes⁴⁷ deberán consensuar los temas que deberán anunciarse en la portada. La última palabra siempre será del director de cada diario. Como norma general, una vez decididos los temas será el director, junto al director de arte o responsable de diseño de cada diario, quien elegirá la forma en la que se distribuye el espacio de la primera plana para cada una de las informaciones elegidas ese día y cómo se presentan ante el lector.

El proceso de elaboración de una portada es, tal vez, el que más tensión provoca. Una buena portada puede no sólo seducir más a los lectores que una mala portada y animarlos a consumir la información que se les presenta, sino también establecer distancia respecto a la competencia tanto en contenido como en presentación temática; y más aún con los nuevos recursos infográficos incorporados ya en todas las redacciones gracias al diseño digital.

La portada puede, sin embargo, variar en cualquier momento. Un ejemplo es una noche electoral: dependiendo del cierre de la primera edición la información del resultado electoral puede ampliarse hasta el cierre de la rotativa, entre las tres y las cuatro horas de la madrugada, incorporando en la portada no sólo datos actualizados de última hora, sino fotografías e infografías para clarificar al lector las consecuencias de esos comicios locales, autonómicos o generales. Esta es la razón por la que en ocasiones especiales las empresas editoras se esfuerzan en realizar varias ediciones sobre un mismo tema, con el objetivo de que el lector disponga de la mejor y más actualizada actualidad sobre un acontecimiento concreto.

Por todo ello, la portada ofrece el “criterio” básico que el diario quiere mostrar sobre lo sucedido durante toda la jornada anterior. A la hora de observar la selección realizada

⁴⁷ Cada diario tiene un organigrama propio. Sin embargo, ciertas figuras de la redacción como el director, el o los subdirectores, los redactores jefes, los jefes de sección y los redactores son comunes. Hay variaciones en cuanto a la función de cada una de estas figuras, que deben su denominación a la tradición anglosajona de denominación de las funciones del periodista dentro de la redacción.

no existe, desde un punto de vista de análisis temático del contenido de un diario, nada que se pueda comparar a la portada.

3.1.4. Recogida de la muestra

La recolección de información se hizo sobre el soporte en papel de las portadas de cada una de las ediciones seleccionadas mediante el muestreo. En todos los casos se trata de las últimas ediciones de cada diario tras el cierre de las rotativas, es decir, no de las primeras ediciones, lo que se realizó para captar el máximo esfuerzo de actualización de cada uno de los diarios elegidos en cada una de las jornadas de difusión. No son, por lo tanto, portadas de ediciones electrónicas, puesto que estas se actualizan constantemente y no responden al criterio de selección de información y ubicación en el papel escrito de acuerdo con el criterio del organigrama de cada uno de los diarios. No obstante, esta dinámica está variando de forma acelerada a causa de la evolución de las ediciones digitales. De tal manera que en los consejos de redacción en los que se integra el responsable de la edición digital suelen consensuarse la portada en papel y la digital para ciertos momentos del día – especialmente por la noche y primera hora de la mañana – con dos objetivos: diferenciar ambos productos informativos principalmente por la tipología de contenidos y, al tiempo, retroalimentarlos haciendo que uno sirva de enganche al otro. Una tarea que no está siendo fácil y que está dando pie a multiplicidad de organigramas en las redacciones de papel de todos los diarios del mundo. En el caso de *La Vanguardia*, el responsable de la edición digital participa de todas las reuniones que el director mantiene con los responsables de sección para decidir los temas de portadas y los que deben estar presentes actualizándose durante el día en la edición digital.

Además, se trata de las ediciones en papel “nacionales” de cada uno de los diarios, no de las portadas de las ediciones de ámbito autonómico o locales. Este punto era importante en el caso de los diarios *El País* y *El Mundo*, que disponen de ediciones autonómicas y locales en autonomías como Catalunya, Andalucía, País Vasco o la Comunidad Valenciana. No es, sin embargo, el caso de *La Vanguardia*, rotativo que realiza una única edición que se distribuye tanto en el ámbito geográfico catalán como

en el resto de España, sin modificación parcial de sus contenidos con este fin. La única variación de *La Vanguardia* respecto a los otros dos rotativos objeto de estudio es que difunde una edición íntegramente en catalán, pero con los mismos contenidos, diseño y organización que la que se distribuye en español. Al no haber variación de ningún tipo sobre los mensajes, sólo en el idioma elegido, se ha considerado analizar para esta investigación las portadas en español.

3.1.5. La elección de los diarios *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*

Para la realización de esta investigación se consideró oportuno elegir tres de los principales rotativos de difusión nacional con notable notoriedad, no sólo por los datos de su difusión y lectura, sino por su evidente y marcado peso histórico y actual en el mercado de la prensa escrita y en la configuración de la opinión pública general. Desde un punto estrictamente objetivo, *El País* y *El Mundo* son los dos diarios con mayor número de ejemplares vendidos en España según la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). El tercer lugar suele estar en ocupado alternativamente por *ABC* y *La Vanguardia* desde hace unos tres años. En el caso de los datos ofrecidos en esta investigación, el OJD de abril del 2012 señalaba que la difusión media era la siguiente:

- *El País* 335.244 ejemplares
- *El Mundo* 212.629 ejemplares
- *ABC* 182.143 ejemplares
- *La Vanguardia* 176.134 ejemplares

En cuanto a lectura de diarios, concepto que debe tenerse en muy en cuenta frente al de difusión, los datos confirman que *El País* y *El Mundo* son los diarios más leídos de España, y en tercer lugar se ubica ya *La Vanguardia*, según los datos del Estudio General de Medios.

Oleada de julio del 2012

- *El País* 1.899.000 lectores.
- *El Mundo* 1.219.000 lectores.
- *La Vanguardia* 816.000 lectores.

3: Estructura de la investigación y metodología

Entendíamos que la elección de *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*, además de ser representativos en cuanto a su difusión y lectura, ofrecían, por sus líneas editoriales, perspectivas de la actualidad que respondían a un amplio espectro ideológico, desde la defensa de posiciones más progresistas de *El País*, el conservadurismo de *El Mundo*, y la visión de la realidad política española desde la periferia de un diario regional conservador como es *La Vanguardia*. Son cabeceras que diariamente sirven de referencia a los medios audiovisuales, como así se confirma en el hecho de que están presentes, físicamente, en la práctica totalidad de las tertulias televisivas y radiofónicas, así como en los informativos diurnos y nocturnos de las principales cadenas, donde incluso se recurre a sus portadas para ejemplificar el tono de la actualidad informativa.

Se trata de diarios generalistas. Es decir, no es prensa especializada. En sus páginas se ofrecen informaciones de todas las temáticas presentes en el ecosistema comunicativo español, desde información internacional, política, cultural, social, económica, deportiva, etcétera. Son periódicos que dominan todos los géneros informativos – noticia, reportaje, crónica, entrevista – y de opinión – columna, artículo y editorial -. Se trata de diarios, finalmente, de referencia, es decir, presentes en el debate político, social, económico, deportivo e incluso internacional que se produce en los ámbitos de debate y coloquio naturales en la sociedad española, desde los medios de comunicación hasta en ámbitos institucionales o incluso académicos.

Un hecho es relevante en los tres diarios para esta investigación. No todos denominan de la misma forma a las secciones temáticas. De esta manera, la sección donde se ubican las informaciones políticas en *El País* y *El Mundo* se denomina “España”, mientras que en *La Vanguardia* la denominación es “Política”. En el caso de *El País*, se trata de la misma sección en la que en ocasiones se pueden divulgar otras temáticas, incluidos grandes sucesos como el triple crimen de las niñas de Alcasser⁴⁸, acaecido en el año 1992; algo parecido a lo que ocurre en *El Mundo*. Sin embargo, los tres diarios sí

⁴⁸ El caso explotó en el año 1992, tras la aparición de los cuerpos de las tres niñas, Miriam, Toñi i Desirée, en un paraje montañoso: habían sido violadas, torturadas y asesinadas. *El País* divulgó toda la información de este caso en la páginas de España y no en las de Sociedad.

tienen compartimentadas y diferenciadas las secciones de Deportes, Economía, Cultura o Internacional.

3.1.6. Unidades de análisis

Como unidades de análisis de las portadas se han contemplado en esta investigación todos los textos informativos – noticias, reportajes, entrevistas – y también las fotografías que acompañaban a los textos periodísticos, en todas las portadas analizadas. Sólo se han descartado, para no contaminar el análisis pretendido en esta investigación, las opiniones y la publicidad presente en las portadas.

Para el análisis de las unidades se han confeccionado unas fichas con las que poder objetivar tanto el resultado cuantitativo pretendido así como el cualitativo. Cada ficha corresponde a una portada, y en cada ficha se analizan todos los textos presentes en esa misma portada con categorías y campos de análisis que permiten tanto el análisis cuantitativo como el cualitativo, así como una visión detallada de la configuración temática de esa misma portada.

Para el análisis de los resultados se ha confeccionado una hoja de Excel que ha permitido extraer tanto datos absolutos como porcentuales, datos que ofrecían, en sí mismos, conclusiones cualitativas sobre el peso de las temáticas en la confección de las portadas, con sus conclusiones posteriores. Reproducimos a continuación tres ejemplos de portada de los periódicos manejados.

EL PAÍS

www.elpais.com

EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

SÁBADO 26 DE NOVIEMBRE DE 2011 | Año XXXVI | Número 12.574 | EDICIÓN MADRID | Precio: 1,50 euros

findesemana

REVISTASÁBADO

La guerra del lujo es puro arte
Arnaud, Pinault y Prada trasladan su rivalidad de las tiendas a los museos



MADRID SÁBADO

Construir economía con ideas audaces
Emprendedores de la capital combaten la crisis lanzando sus proyectos



BABELIA

¿Quién critica a los críticos literarios?
Exhaustivo análisis de un oficio intelectual contra las cuerdas



La moda en la Red

► Astrid Bergés-Frisbey, futuro en el cine español
► Revolución cosmética



Foto: (MOHAMED ORAB)

El Ejército de Egipto se atrincheira en el poder pese al clamor de la calle

Sordo a los gritos de decenas de miles de personas que claman por su abandono del poder, el Ejército de Egipto se atrincheira. Mientras la multitud continuaba anoche en la emblemática plaza Tahrir de El Cairo, la Junta Militar designó ayer nuevo primer ministro a Kamal Ganzari, de 78 años, que confirmó su irrelevancia en la primera comparecencia, como narra Enric González, enviado especial de EL PAÍS. Si la junta resistía ante la calle, la nueva incógnita es si podrá resistir una presión nueva e inesperada: la de EE UU. **PÁGINA 3**

narra Enric González, enviado especial de EL PAÍS. Si la junta resistía ante la calle, la nueva incógnita es si podrá resistir una presión nueva e inesperada: la de EE UU. **PÁGINA 3**

narra Enric González, enviado especial de EL PAÍS. Si la junta resistía ante la calle, la nueva incógnita es si podrá resistir una presión nueva e inesperada: la de EE UU. **PÁGINA 3**

Italia paga tipos insostenibles para colocar su deuda pública

Merkel y Sarkozy dijeron a Monti que "si cae Italia, cae el euro"

PABLO ORDAZ, Roma

El Tesoro italiano se vio obligado ayer a ofrecer intereses del 7,8% para colocar bonos a dos años y del 6,5% para sus letras a seis meses. Son tipos de interés que, de extenderse al conjunto de la deuda pública, la harían prácticamente insostenible para Italia. El Gobierno de Mario Monti reveló que Angela Merkel y Nicolas Sarkozy le expresaron el jueves "ser conscientes de que la caída de Italia llevaría inevitablemente al final del euro". **PÁGINA 27**
EDITORIAL EN LA **PÁGINA 32**

El PSOE diseña un congreso que facilita más candidatos que nunca al liderazgo

► La dirección propone el modelo que encumbró a Zapatero en 2000
► 36 avales del comité federal bastarían para ser aspirante oficial

ANABEL DÍEZ, Madrid

El PSOE arranca hoy su refundación tras un vertiginoso viaje a la oposición en menos de seis meses, después de cosechar los peores resultados electorales de su historia. El comité federal convoca hoy el congreso para elegir nuevo líder. La dirección del PSOE defenderá en este órgano un modelo de congreso similar al que aupó a José Luis Rodríguez Zapatero

su historia. El comité federal convoca hoy el congreso para elegir nuevo líder. La dirección del PSOE defenderá en este órgano un modelo de congreso similar al que aupó a José Luis Rodríguez Zapatero

La dirección del PSOE defenderá en este órgano un modelo de congreso similar al que aupó a José Luis Rodríguez Zapatero

a la secretaria general en 2000. Ese modelo permite que se presenten más candidatos que nunca y facilita a cualquier afiliado ser precandidato si logra el 15% de avales del comité federal, integrado por 246 personas. Con esta fórmula se promueve el mayor número de aspirantes. Hasta seis podrían lograr los avales. En 2000 hubo cuatro candidatos al cargo. Ahora parecen seguros Alfredo Pérez Rubalcaba y Carme Chacón. **PÁGINAS 12 Y 13**

ta fórmula se promueve el mayor número de aspirantes. Hasta seis podrían lograr los avales. En 2000 hubo cuatro candidatos al cargo. Ahora parecen seguros Alfredo Pérez Rubalcaba y Carme Chacón. **PÁGINAS 12 Y 13**

El gran viaje a Marte en busca de la vida

El robot todoterreno 'Curiosity' analizará el hábitat del planeta rojo

ALICIA RIVERA, Madrid

Ni se ha encontrado vida en Marte ni va a ser fácil comprobar si la hubo en el pasado, pero una de las misiones más ambiciosas de la NASA se lanza hoy con el objetivo de aclararlo. El Curiosity es un robot con forma de gran todoterreno, un labora-

torio rodante que analizará la geología y la atmósfera marcianas, a la vez que intentará identificar compuestos de carbono en un hábitat hostil a la vida. Está prevista su partida para esta tarde desde Florida y no llegará al planeta rojo hasta agosto de 2012. El coste asciende a 1.900 millones de euros. **PÁGINA 38**

Nueva ruta
Luanda

730,44€*

Precio final

Hemos puesto el corazón
en acercarte al mundo.

IBERIA

iberia.com

*Precio final comprando ida y vuelta en noviembre en iberia.com con salidas desde Madrid. Más información en iberia.com

3.000 científicos censuran los despidos en el Príncipe Felipe

El despido de 113 de los 224 trabajadores del Centro de Investigación Príncipe Felipe por los recortes de la Generalitat valenciana ha sublevado al mundo científico. Más de 3.000 investigadores han unido sus voces en una carta de protesta: "Es un tremendo golpe a la investigación biomédica". El centro es uno de los más destacados en investigación biomédica en España. **PÁGINA 41**

Somos fácilmente engañados por aquellos a quienes queremos (Molière)

EL MUNDO

DOMINGO 4 DE DICIEMBRE DE 2011. AÑO XXIII. NÚMERO: 8.017. EDICIÓN MADRID. PRECIO: 2,50 €.

JANES	FEBRES	MARCES	ABRES	MAYES	JUNES	JULIES	AGOSTES	SEPTIEMBRE	OCTUBRES	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
5	6	7	8	9	10	11	12				

Cómo sería una España sin puentes
 Calendario de 2012 si los festivos se movieran al lunes / CRÓNICA



Goleadas para calentar el clásico
 El Madrid gana en Gijón (0-3) y el Barça al Levante (5-0) / Págs. 30 a 32

El fiscal acusa a Urdangarin de evasión a paraísos fiscales

La Policía halló en la empresa de su socio un plan manuscrito para crear en el Reino Unido y Belice 'una estructura fiduciaria'

En el documento figuran I. U. y D. T. como destinatarios del dinero y el nombre del asesor que iba a ejecutar la operación

El Instituto Nóos transfirió en los años 2006 y 2007 al menos 650.000 euros a la sociedad De Goes con matriz en Belice

ESTEBAN URREIZTIETA
 EDUARDO INDA / Madrid
 La Fiscalía Anticorrupción acusa a Iñaki Urdangarin de evadir fondos a paraísos fiscales de Belice y el Reino

Unido. Así consta en uno de los autos firmados por el juez Castro tras los registros efectuados en los locales de la trama Nóos en Barcelona. Los fiscales calculan que el mari-

do de la Infanta y su socio Diego Torres se llevaron al menos 650.000 euros a Belice y otros paraísos fiscales vinculados al Reino Unido a través de 'una estructura societaria fiduci-

ria'. En la documentación intervenida figura el plan manuscrito para llevar a cabo la operación, incluidas las iniciales de los dos destinatarios: «D.T. e I.U.» [Sigue en página 4](#)

La Asociación de Ayuda a las Víctimas del 11-M cerrará si no recibe más fondos

FERNANDO LÁZARO / Madrid
 La situación es tan dramática que si no recibe más fondos tendrá que echar el cierre. La Asociación de Ayuda a las Víctimas del 11-M, única personada en todas las causas judiciales aún abiertas, ha dejado de percibir ayudas de la Comunidad de Madrid, que hasta ahora era la que más aportaba para su supervivencia. Esta asociación mayoritaria representa a más de 650 víctimas directas de la masacre. [Sigue en página 14](#)

Acción y Clase: el club que unía a todas las tramas de Lugo

Dorribo coordinaba bajo la apariencia de una sociedad gastronómica a imputados en los casos 'Campeón' y 'Carioca' [Página 8](#)

Los escándalos sexuales acaban con Herman Cain

El candidato republicano, obligado a abandonar su carrera por la presidencia de Estados Unidos [Página 28](#)



Rajoy, junto a Ana Pastor, Alberto Núñez Feijóo y otros cargos del PP, saluda a sus seguidores al término de la reunión de ayer en Pontevedra. / ROSA GONZÁLEZ

«No está esto para cenas»

Rajoy descarta celebrar la victoria con el PP de Pontevedra y advierte que «lo que viene para España es muy difícil»

NATALIA PUGA / Pontevedra
 El líder del PP y próximo presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, eligió jugar en casa en su primer acto público desde la victoria en las elecciones generales y acudió a una reunión con políticos populares en la sede del partido en la que está afiliado, en Pontevedra. En sus primeras declaraciones después de la noche electoral definió de forma muy gráfica la España que le tocará gobernar: «No está esto para cenas».

Rajoy aludió así al primer acto público realizado tras la derrota electoral de 2008. Entonces, acompañó también en la ciudad en la que comenzó a hacer política hace 30 años, pero en una cena con 2.000

militantes y simpatizantes. «Ahora no está esto para cenas, hay muchos llos, pero si quise venir aquí y dar las gracias a todos», dijo ayer. El futuro presidente del Gobierno apareció a mediodía casi por sorpresa en la sede provincial del PP. Rajoy viajó a Galicia para visitar a su padre, al que no había podido ver desde la victoria electoral, y quiso aprovechar para mantener un encuentro con los suyos. [Sigue en página 10](#)
 Editorial en [página 3](#)

Merkel se reunirá en Marsella con el líder del PP para pedirle apoyo a su plan sobre el euro / [Pág. 11](#)

DESCUBRE
Mar de Frades
 Cuando el vino está en el momento óptimo de consumo, un galeón azul aparece en su etiqueta.
Un mar que es vino

Impreso por Salvador Laguna Oñ. Ver. Fotografiado en reproducción.

LA VANGUARDIA

FUNDADA EN 1881 POR DON CARLOS Y DON BARTOLOMÉ GONDÓ

El 1.º de Mayo acaba con 14 detenidos en Barcelona

Agitadores antisistema causan destrozos en bienes públicos y privados, y catorce mossos d'esquadra resultan heridos leves en los desórdenes **ECONOMÍA 66 Y 67**



El Barça encara su gran semana

DEPORTES 45 A 50

El Supremo deja a Bildu fuera de las elecciones

► El alto tribunal, muy dividido, impone la prohibición por nueve votos contra seis

► Un posible recurso al Constitucional debería resolverse antes del viernes **POLÍTICA 13**



Lleno total en la plaza de San Pedro. Los peregrinos católicos acudieron ayer en masa a la ceremonia de beatificación de Juan Pablo II, presidida por su sucesor, Benedicto XVI. **INTERNACIONAL 3 A 6 Y EDITORIAL**

En català i amunt!



PIERO MARCENGO

● 'La Vanguardia' publica a partir de mañana su edición en catalán, que cuenta ya con 20.000 suscriptores **VIVIR 1 A 3**



Juan Pablo II, seña del catolicismo

● Magna ceremonia de beatificación en la plaza de San Pedro, con más de un millón de peregrinos

EUSEBIO VAL
Roma
Corresponsal

MARÍA-PAZ LÓPEZ
Roma
Envía da especial

● Benedicto XVI: "Invirtió con fuerza de gigante una tendencia que parecía irreversible"

Mas asiste al acto de cierre de la campaña de presentación

CULTURA 37

PARIS 428292-001208

3.1.7. Modelo de ficha confeccionada para análisis de los datos de las portadas

Para el análisis del contenido, se ha diseñado un modelo de ficha que nos ha permitido observar cada portada en su conjunto, la cantidad de informaciones y el peso de cada una de ellas según el espacio concedido, así como la forma, contenido y orientación temática de cada una de las noticias publicadas en estas primeras planas. Los primeros datos de referencia de cada ficha sirven para identificar el número de las mismas, la fecha de publicación, el día de la semana y el número de noticia de portada. Este último dato nos parecía determinante para observar la presencia de más noticias de política o menos según el número de informaciones divulgadas.

A partir de ahí, la ficha analiza en primer lugar la noticia de apertura, la que el diario considera la primera noticia, la más importante. Para cuantificar su valor y peso en la configuración de la portada se ha observado el espacio que se le ha concedido en número de líneas de titular y de columnas; así como si va acompañada de fotografía, entradilla o antetítulo. La ficha identifica la temática que aborda esta primera noticia, y las siguientes. Para una correcta segmentación temática se han diferenciado las noticias de cada portada según las temáticas que abordan, de acuerdo con el criterio y argumentación defendido en el apartado 2.2 de esta investigación: Política (en sentido estricto), Política Económica, Política Cultura, Política Social, Política Terrorismo, Política Internacional, Política Tribunales, Economía, Sociedad, Cultura, Deportes e Internacional.

Uno de los aspectos que hemos considerado necesarios en la elaboración de la ficha de análisis es la localización de la noticia. Y se ha considerado de la siguiente manera: España, España Región (en el caso de informaciones cuyo ámbito es local o autonómico), Internacional Europa, Internacional EE.UU., Internacional resto del mundo, Internacional conflicto Oriente Medio (en este punto hemos considerado relevante la especificidad de un conflicto que suele ser tratado de forma especializada por todos los rotativos del mundo).

3: Estructura de la investigación y metodología

Creímos asimismo necesario e importante diferenciar el género en el que se presentan las informaciones: noticia, crónica, reportaje y entrevista. Decidimos también incorporar un elemento cualitativo clave en la ficha que es la valoración que el autor de la información realiza del acontecimiento del que informa. Siendo este un aspecto subjetivo del medio, nos servía para subrayar la tonalidad de las informaciones, que en ciertas cuestiones políticas, y dependiendo del diario que se trate, resulta fundamental. Finalmente, y como último campo de trabajo, se incorporó un punto en el que se ofrecía un resumen del número de noticias políticas registradas en cada una de las portadas analizadas.

Detallamos a continuación la estructura utilizada para la ficha de análisis del contenido de cada noticia:

- Número de documento:
- Fecha:
- Día de la semana:
1 Lunes 2 Martes 3 Miércoles 4 Jueves, 5 Viernes 6 Sábado 7 Domingo
- Número de noticias de portada:
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- **Noticia apertura**
- Título de documento:
1 (Dos líneas o más)
2 (Una línea)
- Superficie:
1 (Cinco columnas)
2 (Tres columnas)
3 (Dos columnas)
4 (Una columna)
5 (Faldón)
6 (Breve)
- Fotografía:
1 Sí
2 No

3: Estructura de la investigación y metodología

– Entradilla:

1 Sí

2 No

– Antetítulo:

1 .Sí

2 No

– Área Temática:

1 Política

○ Política Económica

○ Política Cultural

○ Política Social

○ Política Terrorismo

○ Política Internacional

○ Política Tribunales

2. Economía

3. Sociedad

4. Cultura

5. Deportes

6. Internacional

– Localización

1 España

2 España Región

3 Internacional Europa

4 Internacional EE.UU.

5 Internacional resto del mundo

5.1 Internacional conflicto Oriente Medio

– Autoría del documento

1 Propia

2 Agencias

– Género

1 Noticia

2 Crónica

3: Estructura de la investigación y metodología

3 Reportaje

4 Entrevista

– Valoración de la noticia

1 Positivo

2 Negativo

En el Anexo I adjuntamos un ejemplo de ficha cumplimentada. La información recogida mediante la cumplimentación de estas fichas se importó luego a un archivo informático de base de datos, con la intención de agilizar el análisis cuantitativo posterior, si bien nuestra investigación persigue un planteamiento predominantemente cualitativo. Aunque alguna posturas reivindican que el análisis del contenido solo puede ser cuantitativo (Krippendorff, 1990; Neuendorf, 2002, Andreu, 2001), creemos que la reflexión teórica necesaria para comprobar las hipótesis aducidas en este trabajo, se alinea básicamente con interpretaciones contextualizadas de los datos, motivo por el cual nuestro análisis cuantitativo se limitará a ofrecer una descripción general de los mismos datos buscando tendencias y predominios. En el apartado 4 exponemos y valoramos los resultados obtenidos.

3.1.8. Limitaciones del estudio

El modelo de ficha que hemos descrito se aplicó a las portadas seleccionadas para el estudio, pero su aplicación resultó poco relevante en el aspecto referido a la valoración positiva o negativa, por lo que es un ítem que solo hemos codificado para 133 del total de las 938 noticias analizadas. Inicialmente, creímos interesante introducir este aspecto en relación a la línea de investigación que se plantea la tendencia a la negatividad en la información política (Neveu 2002; Lengauer, Esser y Berganza 2011), pero su reflejo en las portadas no ha proporcionado suficiente información como para desarrollarlo.

3.2. ANÁLISIS DE LA ASIGNATURA DE PERIODISMO EN LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

3.2.1. Metodología

El análisis de la asignatura de periodismo político de las universidades españolas se ha basado en la identificación completa de esta asignatura en todas las facultades de periodismo y comunicación del Estado Español, tanto públicas como privadas; y hemos querido, para ampliar el Mapa, incluir también los másteres que sobre periodismo se están impartiendo en el Estado. Se ha considerado conveniente, al respecto, esbozar un mapa completo de la situación de la docencia de periodismo político que incluya todos los perfiles posibles de la asignatura y su docencia. Se ha identificado, en el caso de no existir la asignatura con tal denominación, los módulos o materias donde se enseña “periodismo especializado” al entenderse, como se ha defendido en esta tesis, que el periodismo político podría ser materia docente dentro de esta asignatura.

Campos de las fichas:

- Universidad: Denominación y ubicación de la institución.
- Comunidad Autónoma: Autonomía donde está ubicada.
- Facultad: Si se trata de Facultad de Periodismo, de CC. de la Información o de Comunicación.
- Titulación: Dado que en el momento de la redacción de esta tesis aún se estaba implantando el Plan Bolonia en algunas universidades y facultades creímos necesarios identificar si la asignatura estaba en programa de licenciatura o de grado, y comprobar si la implantación de los grados europeos ha supuesto alguna modificación.
- Profesorado: Esta era una parte clave de la investigación. Se trata de averiguar no sólo el nombre sino aspectos curriculares (doctor o no), su situación contractual (asociado, titular, etcétera) y, si era posible, su currículum investigador.

3: Estructura de la investigación y metodología

- Carácter de la asignatura: creímos fundamental detectar si se trataba de una asignatura básica, obligatoria, optativa, etcétera.
- Créditos: Otro aspecto notable para identificar la importancia que esa Facultad concedía en tiempo a esta asignatura.
- Programa de la asignatura: contenidos y temáticas que se abordan.
- Bibliografía: La ofertada de referencia por el profesor en esa asignatura.

La ficha del trabajo de campo queda configurada de la siguiente manera:

UNIVERSIDAD	
C. Autónoma	
Facultad	
Titulación	
Nombre Asignatura	
Profesor	
Tipo Profesorado (vinculación laboral)	
Carácter Asignatura	
Créditos	
Bibliografía básica Guía Docente	

Para visualizar mejor el trabajo de campo se ha configurado una hoja Excel con los resultados. Además, para acceder a esta información se ha utilizado la página web de cada universidad, así como el listado títulos verificados que la ANECA tiene en su página web (<http://srv.aneca.es/ListadoTitulos/busqueda-titulaciones>). Recogemos en el Anexo II el listado de títulos de periodismo, que ofrecen 37 de las 76 universidades españolas.

Un ejemplo de ficha rellena sería la siguiente:

UNIVERSIDAD	Universitat de València
C. Autónoma	Valenciana
Facultad	Filología, Comunicación y Traducción
Titulación	Grado en Periodismo
Nombre Asignatura	Periodismo Político

3: Estructura de la investigación y metodología

Profesor	Salvador Enguix
Tipo Profesorado (vinculación laboral)	Asociado
Carácter Asignatura	Obligatoria
Créditos	6
Bibliografía básica Guía Docente	Adjunta a programa

3.2.2. Limitaciones del estudio

Como hemos indicado, hemos tenido acceso a la información completa de todos los planes de estudio, a través del buscador existente en la página web de ANECA, pero el acceso a los programas concretos e información sobre el profesorado siempre no ha sido posible o fácil. Menos aún los contenidos específicos y temáticas de cada asignatura, así como su índice y su praxis docente en cuanto a parte teórica y práctica de la misma. A pesar de esto, los datos extraídos consideramos que son suficientemente significativos para confirmar la hipótesis de nuestra investigación.

3.3. ENCUESTA DE OPINIÓN A PROFESIONALES DEL PERIODISMO EN ESPAÑA SOBRE PERIODISMO POLÍTICO Y FORMACIÓN DE PERIODISTAS

Para completar el trabajo de campo se consideró interesante poder contrastar las hipótesis manejadas con la opinión de profesionales del periodismo político de los principales diarios españoles. Para ello se diseñó una breve encuesta (cf. Anexo III) donde se recogían cuatro grupos de preguntas referidos a

- La importancia de la información política en la prensa escrita
- El periódico como actor político
- El periodista político
- La formación universitaria sobre periodismo político

Este cuestionario fue enviado por correo electrónico, entre diciembre de 2012 y enero de 2013, a 46 profesionales del periodismo español, la mayoría de ellos con experiencia en el ámbito del periodismo político. Nuestra intención no fue de exhaustividad, como se observa por ejemplo en algunas investigaciones que hemos manejado⁴⁹, sino de completar el resto de informaciones abriendo la investigación al ámbito profesional, de ahí que el tamaño de la muestra sea reducido por referencia al conjunto global de profesionales españoles. Así pues, la opinión recabada a partir de las respuestas recibidas no ha sido tratada como dato central de la investigación, sino como refuerzo

⁴⁹ Por citar los casos más numerosos, Charron (2006) realiza entrevista en profundidad a 60 periodistas políticos franceses; Van Dalen, de Vreese y Albaeck encuestan para su proyecto “*Political Journalism in Comparative Perspective*” (2007-2009) a 425 periodistas políticos de Dinamarca, Inglaterra y España; Berganza, Oller y Meier (2010) basan su análisis en 19 periodistas políticos de España y Suíza; Reinemann (2004) encuesta a 500 periodistas políticos alemanes de prensa, radio y televisión. Por último, el proyecto internacional de Hanitzsch et al. 2011 con 1800 periodistas de 18 países.

3: Estructura de la investigación y metodología

puntual de algunas conclusiones. Estamos convencidos, no obstante, de que la muestra es representativa del colectivo.

Se trató, en definitiva, de un muestreo simple y no probabilístico, ya que los destinatarios fueron seleccionados específicamente por su perfil profesional, a partir de nuestro conocimiento previo (sería, por tanto, un “muestreo intencional”, en términos metodológicos). Por lo que se refiere a la escala de medición, el cuestionario se diseñó con el formato de Escala Likert, es decir, pidiendo a cada informante que expresara su nivel de conformidad/disconformidad (con cinco posibilidades) respecto a ciertas afirmaciones. No obstante, a fin de que los datos no fueran solo cuantitativos y referidos a nuestras propias opiniones (los enunciados de la encuesta), se incluyó un apartado de “Observaciones” en cada bloque temático, donde algunos de los encuestados han incluido aportaciones espontáneas sobre los aspectos planteados que sí serían susceptibles de mayor análisis cualitativo si la muestra fuera mayor (Ortí 2005).

Para el diseño del cuestionario se utilizaron algunas ideas manejadas por Van Dalen et al. (2009) en su encuesta planteada a periodistas políticos británicos. En esta encuesta se planteaba la opinión de los profesionales sobre la función de los medios y los roles del periodista político. Consideramos que algunos de los enunciados propuestos, que se adjuntan en el Anexo III, servían para el objetivo de nuestra investigación y cuestionario a los profesionales del periodismo en España. En nuestro caso, queríamos dar mayor prioridad a conocer la opinión respecto a la formación de los periodistas españoles, que no se contemplaba en la citada encuesta. Inversamente, nosotros no hemos planteado preguntas referidas al rol de los propios políticos en su actividad mediática.

Respecto a los perfiles profesionales a que se envió el cuestionario, se incluyeron Directores, Subdirectores, Redactores Jefes, Jefes de sección, Redactores y Directores de Delegaciones. Para que la muestra alcanzara un amplio ámbito geográfico se consultó a profesionales de los diarios *La Vanguardia*, *El País*, *Levante-EMV*, *Las Provincias*, *Diari ARA*, *El Mundo*, *El Periódico de Catalunya*, *La Razón*, *ABC*, *La Verdad de Murcia* y *El Heraldo de Aragón*. Se entrevistó también a dos profesionales del semanario *El Temps* dedicados a la información política y al Director de *Valencia*

3: Estructura de la investigación y metodología

Plaza, Cruz Sierra, por su larga experiencia como periodista político en medios como el diario Sol o Diario 16. De los 46 contactados, contestaron a la encuesta 45 personas. De estos, seis eran Directores de Medios, cinco subdirectores, un director adjunto, ocho jefes de sección, diecinueve redactores, cuatro redactores jefes.

Como hemos hecho en el apartado de análisis del contenido, reproducimos el cuestionario enviado por correo electrónico con un ejemplo cumplimentado.

NOMBRE	JOSÉ ANTICH VALERO						
PERIÓDICO	LA VANGUARDIA						
EDAD	57	SEXO	H	PUESTO	DIRECTOR		
¿Ha trabajado alguna vez en la sección de política?	SÍ	X	NO				
¿Cuántos años has trabajado en la sección de política?							

Marque con una X su nivel de conformidad con las siguientes afirmaciones, siendo

1 = Completamente en desacuerdo, y 5 = Completamente de acuerdo.

SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA					
	1	2	3	4	5
La información política es fundamental para un periódico			X		
La información política condiciona la agenda de un periódico			X		
La información política es más importante en un periódico que en Radio o TV				X	
La sección de política de un periódico es la más importante de un periódico			X		
La prioridad de un periódico es estar muy atento a la actualidad política			X		
Observaciones:					

3: Estructura de la investigación y metodología

SOBRE EL PERIÓDICO COMO ACTOR POLÍTICO					
	1	2	3	4	5
El periódico es un actor político fundamental para el control de los poderes públicos					X
Los periódicos tienen un gran poder político			X		
El poder político intenta un control de los periódicos				X	
La prensa escrita condiciona la agenda política de los actores políticos				X	
La prensa escrita es un soporte fundamental para configurar la opinión pública					X
El poder de la prensa escrita está sobrevalorado				X	
Observaciones:					
SOBRE EL PERIODISTA POLÍTICO					
	1	2	3	4	5
El periodista político juega un papel fundamental en el periódico			X		
El periodista político tiene un nivel de especialización diferente al de otras áreas informativas					X
La función del periodista político es proporcionar, además de información, análisis e interpretación de la realidad política					X
La función del periodista político es investigar las denuncias y declaraciones del Gobierno y el resto de actores políticos					X
La relación de los periodistas políticos con los políticos es fundamental para obtener una buena información			X		
Los políticos intentan condicionar la labor informativa de los periodistas políticos				X	

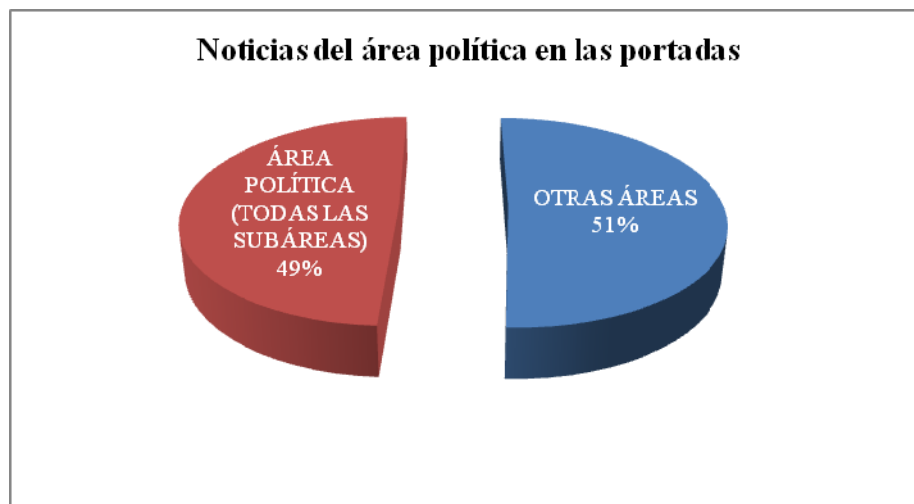
3: Estructura de la investigación y metodología

Observaciones:					
SOBRE LA FORMACIÓN Y BASE ACADÉMICA DEL PERIODISTA POLÍTICO					
	1	2	3	4	5
La formación que reciben los periodistas en las universidades es la adecuada para el ejercicio del periodismo político	X				
Las facultades de periodismo dan suficiente importancia al periodismo político	X				
La formación en periodismo especializado debe prestar atención privilegiada al ámbito del periodismo político			X		
La formación específica en periodismo político debería ser obligatoria en el nivel de formación básica (Grado o Licenciatura)				X	
La formación específica en periodismo político es adecuada para los niveles formativos superiores (Máster)					X
Observaciones:					

CAPÍTULO 4: RESULTADOS Y DESARROLLO

4.1. HEGEMONÍA DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA EN LOS DIARIOS ESPAÑOLES

Los datos obtenidos mediante en análisis de contenido de las portadas de los diarios españoles durante el año 2011 con el método de la semana construida confirma la primera de las hipótesis de esta investigación: la mayoría de las informaciones presentes en las portadas son noticias políticas en todas las áreas de acción de la política referidas y justificadas en el capítulo I de esta investigación. En concreto, de las 938 informaciones en los diferentes géneros registradas, 462 (49,2%) pertenecen al ámbito de lo político en sus diferentes variables: Política, Política Económica, Política Internacional, Política Cultural, Política Social, Política Tribunales y Política Terrorismo. Una realidad que está presente, en porcentajes similares, en los tres diarios analizados.



En el caso del diario *El País*, de las 341 informaciones divulgadas en las portadas analizadas, un total de 173 (50,7%) corresponden a temática política. En el caso de *El Mundo*, de las 350 informaciones ubicadas en sus portadas, 187 (53,5%) eran textos de referencia política. En *La Vanguardia*, siguiendo el mismo criterio, de las 247 informaciones publicadas, 102 (41,2%) pertenecían al ámbito de lo político, siendo este

4. Resultados y desarrollo

el rotativo en el que menor presencia tiene la información política en sus portadas de manera cuantitativa, aunque no de manera cualitativa. Un dato más refuerza la hipótesis: todos los días del año se divulgó información política en las portadas de los diarios, estando esta presente diariamente en un 35,3% de las informaciones presentadas en portada, siendo *El País*, con un 43%, el que más noticias políticas ofrece al día, un 36% el diario *El Mundo* y un 27% *La Vanguardia*.

Siendo estos unos datos claves en el terreno cuantitativo, los son más aún en el terreno cualitativo, pues confirman no sólo que la información política domina y condiciona notoriamente el diseño de las portadas, sino que todos los días del año la información política está presente en la selección de los temas de la primera plana. Pero el análisis de las fichas de las portadas ofrece resultados aún más determinantes para refrendar la línea principal de investigación: la primera noticia de portada de los días analizados fue, en un 89,3%, de temática política. En concreto, de las 132 primeras noticias ubicadas bajo las cabeceras, valoradas como las noticias más importantes de cada jornada, 118 lo eran de política. En el caso de *El País*, de las 44 primeras noticias analizadas, 38 (un 86,3%) pertenecían al ámbito de lo político. En el caso de *El Mundo* esta realidad alcanzaba al 97,7% de las primeras noticias (43 de 44). Y en *La Vanguardia* este porcentaje se reduce al 75%, con 33 primeras noticias dedicadas a temática política de las 44 analizadas.

Vale la pena incluir en este punto algunas opiniones recogidas por Rodríguez-Polo y Santillán (2012: 225), en un trabajo publicado cuando nuestra investigación de campo ya estaba cerrada. Estos autores realizan entrevistas en profundidad a los responsables de la sección política de *ABC*, *El País* y *El Mundo*, y recogen testimonios como los que reproducimos. El Jefe de la sección política de *El Mundo* señala, por ejemplo:

Somos las estrellas, esta mal que lo diga yo, pero siendo un periódico tan político, como casi todos, pero muy centrado en España, somos la sección que todos los días tiene que llevar cinco temas de portada, sino cinco, cuatro. Somos la sección más numerosa, con mayor número de páginas, quizá más

4. Resultados y desarrollo

profesionales, más reputados en la sección, quizá somos la sección estrella del periódico, no cabe duda.

En el caso de *El País*, el Subdirector de política nacional reconoce igualmente la importancia que se concede en el diario a la información de carácter político, y señala de manera explícita su ubicación en portada:

Digamos que de 365 días al año, en 300 suele abrir el periódico con la noticia más importante que es de política nacional. Digamos que es la sección más importante del periódico. Aunque el periódico dedica muchos esfuerzos a tener la mejor sección internacional de la prensa escrita en España, y el periódico presume de ser un periódico global en español, es la sección de política nacional el pilar del diario. La información que se presenta todos días en portada, tiene que ver con nacional.

Y lo mismo ocurre con el testimonio del Jefe de la sección de opinión de ABC, que insiste en la relevancia de la información política, tanto en las noticias como en las secciones de opinión:

La importancia se nota: primero, la primera sección que lleva el periódico es la sección de opinión, el 100% de la sección de opinión como en las columnas, aluden a consideraciones de política nacional. Segundo, la segunda sección en relevancia dentro del periódico es la dedicada a España que suele abrir con información política. Y por último, en las portadas los titulares principales, siempre, el 90% de los días van con información de política nacional (InABC).

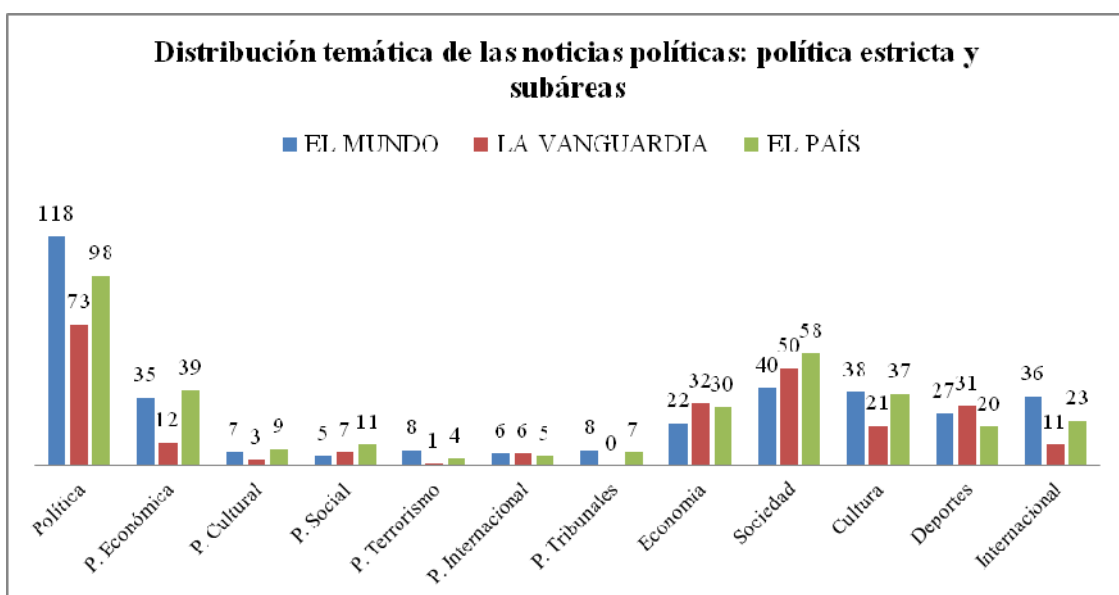
Un análisis más detallado abunda en la confirmación de esta hipótesis, pues si se observa la clasificación y segmentación que en esta investigación se ha realizado sobre las temáticas políticas se observará cómo la noticia política, aquella referida única y exclusivamente a alimentar el debate político institucional y partidista, es también mayoritaria en las portadas; más aún que las otras áreas de la política cultura, política

4. Resultados y desarrollo

económica o política internacional. De tal manera que 289 de las 938 informaciones analizadas (el 30,8%) se referían a lo que hemos considerado noticias políticas. Seguidas de las de Política Económica (9,1%), Política Social (2,45%), Política Cultural (2%), Política Internacional (1,81%), Política Tribunales (,15%) y Política Terrorismo (1,3%).

El rotativo que más noticias políticas publicó fue *El Mundo*, 118 de 350 informaciones, un 33,7%. A partir de ahí, el orden de mayor a menor de las temáticas políticas en este diario fueron las de Política Económica (10%), Política Terrorismo (2,2%), Política Tribunales (2,2%), Política Cultural (2%), Política Internacional (1,7%), Política Social (1,4%). En el caso de *El País* la información estrictamente Política tiene una presencia del 28,7% y la Política Económica del 11,4%. Respecto a los otros dos diarios objeto de estudio, la Política Social con un 3,2%, y la Política Cultural 2,6%, tiene más presencia, lo que apunta a una mayor sensibilidad de este diario hacia estas temáticas. Le siguen por orden de presencia la Política Tribunales (2%), Política Internacional (1,4%) y Política Terrorismo (1,1%). En el caso de *La Vanguardia*, la presencia de noticias estrictamente políticas es del 29,5%, Política Económica (4,8%), Política Social (2,8%), Política Internacional (2,4%), Política Cultural (1,2%) y Política Terrorismo (0,4%).

El gráfico refleja la adscripción temática de las noticias de apertura en los tres rotativos:



4. Resultados y desarrollo

Se observa, según estos datos, que no existen grandes diferencias entre los tres diarios analizados en el mismo periodo respecto a lo que sus consejos de redacción consideran temáticas más importantes a destacar. La información política es, en este sentido, fundamental en la selección de las prioridades informativas que cada uno de estos rotativos en los que se evidencia, por historia, tradición y línea editorial, una marcada distancia ideológica y, en el caso de *La Vanguardia*, geográfica. Lo que no impide, como se comprueba con este análisis, que lo político, en línea con lo señalado por Giró (2012) impregna de forma notoria la actualidad informativa.

Pero el estudio aún ofrece más datos que ayudan a comprender la dimensión de las conclusiones alcanzadas. De las 938 informaciones analizadas en las portadas, de acuerdo con la metodología utilizada, 476 (50,7%) no pertenecen al ámbito de lo político, en toda su dimensión. Es decir, se trata de noticias, reportajes o entrevistas que no están, al menos directamente, relacionadas con cualquiera de las áreas que ocupa el ecosistema político, tanto en el terreno institucional, como por los actores o por la acción que implica el desarrollo de estos acontecimientos. Pero hay que subrayar que estamos hablando de otro tipo de temática informativa, en línea con la división informativa establecida de forma consensuada en los diarios analizados. De tal manera que de estas 476 un total de 78 son informaciones deportivas, lo que en el total de informaciones del diario suponen el 8,3%, 84 pertenecen al ámbito exclusivamente económico (8,9%), 148 a lo que se denomina Sociedad (15,7%), otras 96 al área de Cultura y Espectáculos (10,2%) y 70 al ámbito exclusivamente internacional (7,4%).

Estos últimos datos señalados corroboran que ninguna otra área informativa tiene el peso de la política, con evidentes y grandes diferencias como se puede comprobar con el análisis cuantitativo y, más aún, cualitativo con la referencia señalada sobre la tipología temática de la primera noticia de las portadas. Ocurre, además, que en la aplicación metodológica hemos querido ser muy estrictos a la hora de diferenciar las áreas temáticas de las informaciones, a sabiendas de que en muchas ocasiones existen elementos en algunas de las consideradas “no políticas” que podrían ser objeto de ser

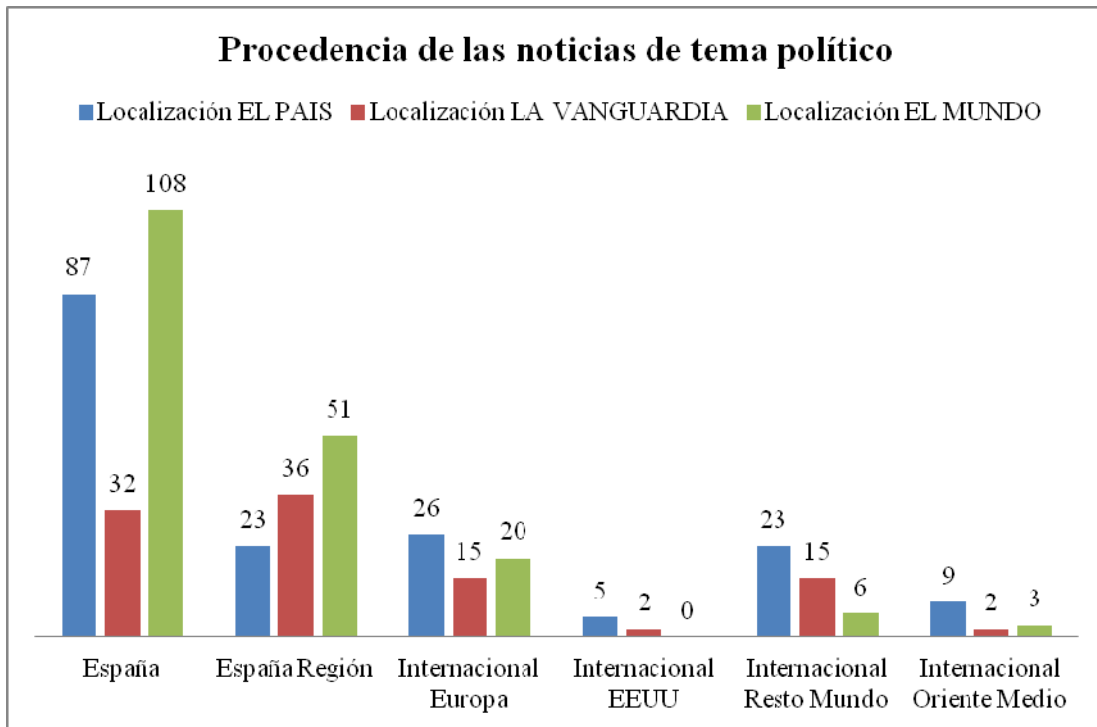
4. Resultados y desarrollo

incorporadas al ámbito de lo político según consideraciones e interpretaciones varias que exceden el objeto de esta investigación. Es el caso, por ejemplo, de la información internacional, donde sólo se ha considerado Política Internacional a hechos o acontecimientos cuyos actores eran instituciones o políticos de los gobiernos de otros países.

Sin embargo, en muchas de las informaciones analizadas en el ámbito internacional y consideradas no políticas se puede observar que en el trasfondo de muchas de ellas existe un debate político inmerso en la sociedad donde se atiende a ese mismo acontecimiento. Ocurre algo semejante con muchas informaciones del ámbito Económico, Social y Cultural. Pero en esta investigación somos conscientes de que el periodismo no es una ciencia exacta. Y en donde la interpretación de los hechos está sujeto a múltiples variables culturales, sociales y también políticas que casi siempre están sometidas al capricho de la subjetividad: lo que en un diario se considera un tema político en otro puede no ser considerado como tal, con lo que el enfoque e interpretación de ese mismo hecho puede ser totalmente diferente. Al respecto, aunque se ha argumentado ampliamente en el primer capítulo de esta investigación, creemos importante recordarlo para comprender el alcance del análisis cuantitativo y cualitativo que ahora ofrecemos.

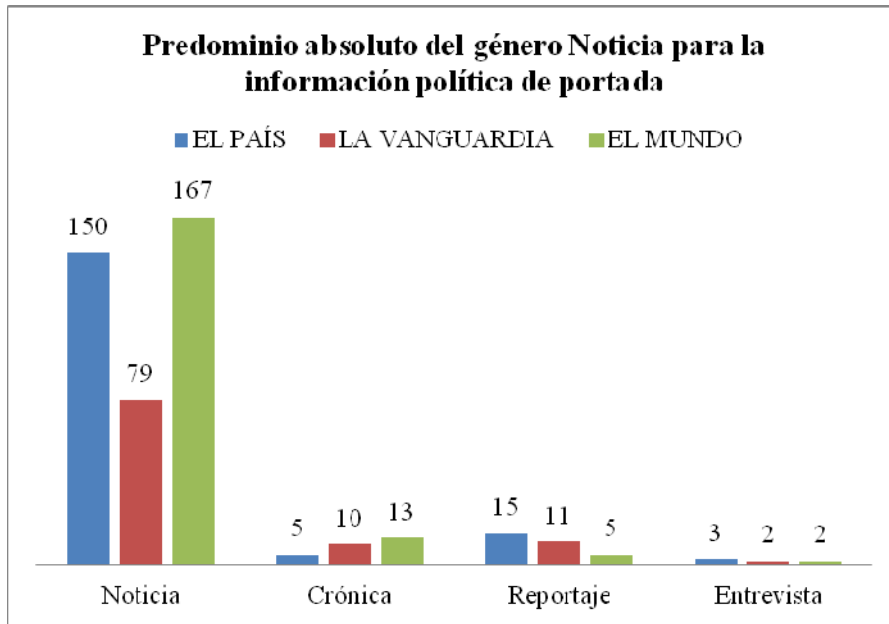
Existen otros datos que creemos necesarios referir y que están presentes en el análisis realizado con la metodología de la semana construida. El 47,6% de las informaciones políticas eran de ámbito estatal, en su mayoría con origen en Madrid; el 23,1% se referían a temas políticos de ámbito autonómico o regional, con amplia presencia de temas políticos referidos a Catalunya (46%) y País Vasco (38%); el 12,8% eran del ámbito definido como Internacional Europa, en su mayoría con origen en Bruselas; el 1,5% tenían como origen EE.UU., localizadas principalmente en Washington y Nueva York; casi un 3% se referían al conflicto político de Oriente Medio, especialmente al conflicto Palestino-Israelí. Por último, un 7,9% eran informaciones de otras localizaciones del resto del mundo, con un peso evidente de aquella localizadas en países de Asia y Sudamérica.

4. Resultados y desarrollo



La noticia sigue siendo el género que reina en las portadas de los diarios investigados frente a otros géneros informativos como los reportajes o la entrevista. En total, 759 de las 938 informaciones analizadas eran noticias, lo que representa el 80,9%. Es un dato que aunque no aporta muchos más matices al objeto de nuestra primera hipótesis de investigación si que alumbra la idea de que los diarios siguen primando la actualidad sobre otros géneros como el reportaje (10%), la entrevista (3%) o la crónica (5,3%) que aun siendo género de actualidad no tienen por qué estar ceñidos a la inmediatez de los hechos informativos.

4. Resultados y desarrollo



4.2 EL PERIODISMO POLÍTICO EN EL ÁMBITO ACADÉMICO ESPAÑOL

Analizamos en este apartado la presencia del periodismo político en el diseño de los planes de estudio universitarios españoles, a fin de comprobar si es coherente con el predominio de la información política que refleja en análisis anterior.

En primer lugar, por lo que se refiere a la existencia de una asignatura específicamente dedicada al *Periodismo político* en los actuales Grados, cabe señalar que de las 75 universidades españolas que suman tanto las públicas como las privadas, sólo en 37 hay facultades de Ciencias de la Información, Periodismo o Comunicación Audiovisual. Pero la asignatura específica de Periodismo Político sólo está presente en 11 de los grados de periodismo analizados en el trabajo de campo.

Frente a otras áreas de conocimiento, donde el proceso de convergencia europea ha propiciado la aparición de titulaciones con denominaciones muy variadas, el actual catálogo de titulaciones de Grado relacionado con nuestra titulación mantiene la denominación clásica y ofrece un total 37 Grados en Periodismo, en las 36 universidades⁵⁰ que refleja la siguiente tabla (los contenidos de los planes de estudio pueden verse en el Anexo V⁵¹ de este volumen):

⁵⁰ Se suma a esta oferta un Grado en Periodismo impartido por la Escuela Superior de Comunicación de Granada (ESCO) y acreditado por la University of Wales (<http://escogranada.com/>), y el Grado en Comunicación y Periodismo Audiovisuales de la Universitat de Lleida.

⁵¹ La información que hemos obtenido a partir de las webs de cada universidad no es siempre exhaustiva, ya que en algunos casos no está disponible el catálogo completo de optativas. Igualmente, cuando en el Anexo III reflejemos los temarios de las asignaturas del ámbito, tampoco podremos ser exhaustivos porque algunas no están aún implantadas y otras, aunque vigentes, no las hemos podido conseguir.

4. Resultados y desarrollo

UNIVERSIDAD	TÍTULO
Universidad a Distancia de Madrid	Grado en Periodismo
Universidade Antonio de Nebrija	Grado en Periodismo
Universidad Camilo José Cela	Grado en Periodismo
Universidad CEU Cardenal Herrera	Grado en Periodismo
Universidad Carlos III de Madrid	Grado en Periodismo
Universidad Católica San Antonio	Grado en Periodismo
Universidad Complutense de Madrid	Grado en Periodismo
Universidad de Castilla-La Mancha	Grado en Periodismo
Universidad de La Laguna	Grado en Periodismo
Universidad de Málaga	Grado en Periodismo
Universidad de Murcia	Grado en Periodismo
Universidad de Navarra	Grado en Periodismo
Universidad de Sevilla	Grado en Periodismo
Universidad de Sevilla (EUSA)	Grado en Periodismo
Universidad de Valladolid	Grado en Periodismo
Universidad de Zaragoza	Grado en Periodismo
Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea	Grado en Periodismo
Universidad Europea de Madrid	Grado en Periodismo
Universidad Europea Miguel de Cervantes	Grado en Periodismo
Universidad Francisco de Vitoria	Grado en Periodismo
Universidad Pontificia de Salamanca	Grado en Periodismo
Universidad Rey Juan Carlos	Grado en Periodismo
Universidad San Jorge	Grado en Periodismo
Universidad CEU San Pablo	Grado en Periodismo
Universidad Tecnología y Empresa	Grado en Periodismo
Universidade de Santiago de Compostela	Grado en Periodismo
Universitat CEU Abat Oliba	Grado en Periodismo
Universitat Autònoma de Barcelona	Grado en Periodismo
Universitat de les Illes Balears	Grado en Periodismo
Universitat de València	Grado en Periodismo
Universitat de Vic	Grado en Periodismo
Universitat Internacional de Catalunya	Grado en Periodismo
Universitat Jaume I de Castelló	Grado en Periodismo
Universitat Miguel Hernández d'Elx	Grado en Periodismo
Universitat Pompeu Fabra	Grado en Periodismo
Universitat Ramón Llull	Grado en Periodismo
Universitat Rovira i Virgili	Grado en Periodismo

4. Resultados y desarrollo

De estos 37 grados, solo 13 tienen una asignatura específicamente dedicada al periodismo político, que, según refleja la Tabla, es optativa en ocho de los planes de estudio (Autònoma de Barcelona, Carlos III, Castilla-La Mancha, Jaume I, Málaga, Pompeu Fabra, Valladolid y Vic), y obligatoria en cinco (Camilo José Cela, Sevilla, Sevilla-EUSA, San Jorge y Valencia):

UNIVERSIDAD	Facultad	Nombre Grado	Nombre Asignatura	Profesorado	Tipo Asignatura	Curso	Créditos
Universidad Camilo José Cela	Facultad de Ciencias de la Comunicación	Periodismo	Periodismo Político (en el módulo <i>Periodismo Especializado</i> , con 3 cr de <i>P. Digital</i> y 3 cr de <i>P. Económico</i>)	Luis Díez Álvarez (Asociado)	OBL	3º	6
Universidad San Jorge	Facultad de Ciencias de la Comunicación	Periodismo	Periodismo político	José Juan Verón (Titular de Universidad)	OBL	4º	6
Universidad Carlos III	Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación	Periodismo	Periodismo político y parlamentario	Juan Carlos Sánchez Illán (Titular de Universidad)	OPT	3º	6
Universidad de Castilla-La Mancha	Facultad de Periodismo	Periodismo	Periodismo Político (<i>Itinerario en Periodismo Especializado</i>) ⁵²	Francisco Seoane Pérez (Ayudante de Universidad) ⁵²	OPT	4º	
Universidad de Málaga	Facultad de Comunicación	Periodismo	Periodismo Político y Económico	Laura Teruel Rodríguez (Titular de Universidad)	OPT	3º	6
Universidad de Sevilla	Facultad de Comunicación	Periodismo	Periodismo político y económico	Isaac López Redondo, Concepción Curiel (Asociados) y	OBL	3º	6

⁵² La asignatura aún no se ha implantado, por lo que no se nos pudo facilitar un temario concreto. La UCLM ha solicitado una revisión de esta asignatura, sustituyéndola por “Periodismo Internacional”.

4. Resultados y desarrollo

				Maritza Sobrados León (Contratada Dra)			
Universidad de Sevilla	Centro Adscrito EUSA	Periodismo	Periodismo político y económico	Sin información	OBL	3º	6
Universidad de Valladolid	Facultad de Filosofía y Letras	Periodismo	Periodismo político	Sin información ⁵³	OPT	4º	6
Universitat Autònoma de Barcelona	Facultat de Ciències de la Comunicació	Periodismo	Periodisme polític i parlamentari (<i>Itinerario en Periodismo Especializado en Política y Economía</i>)	Xavier Giró (Titular de Universidad)	OPT	4º	6
Universitat de València	Filología, Traducción y Comunicación	Periodismo	Periodismo político y su tratamiento	Salvador Enguix Oliver (Asociado)	OBL	3º	6
Universitat de Vic	Empresa i Comunicació	Periodismo	Periodismo político (<i>Mención en Periodismo Político, Económico e Institucional</i>)	Eulalia Clapers y Ramón Miravitllas (Asociados)	OPT	3º	6
Universitat Jaume I	Facultat de Ciències Humanes i socials	Periodismo	Periodismo político y parlamentario	Ramón Pardo Baldeón (Asociado)	OPT	4º	4,5
Universitat Pompeu Fabra	Facultat de Comunicació	Periodismo	Periodismo especializado en política	Pendiente elección de profesor	OPT	4º	4

No obstante, sí es más habitual la presencia de asignaturas sobre *Periodismo especializado*, cuyos temarios suelen incluir (aunque no siempre) un tratamiento explícito del ámbito del periodismo político. De hecho, en 22 de los grados estudiados aparece la asignatura de *Periodismo especializado*⁵⁴, gran parte de las veces como

⁵³ La asignatura no se ha activado y, por tanto, no se nos ha proporcionado información sobre profesorado ni programa.

⁵⁴ Las directrices generales de la Licenciatura en Periodismo, establecidas en el RD.1428/1991, incluían una asignatura troncal de Periodismo especializado, con un total de 12 créditos (4 teóricos y 8 prácticos).

4. Resultados y desarrollo

asignatura de dos cursos de grado (I y II), como es el caso de la Universitat CEU Abat Oliva, la Universidad Católica San Antonio, o la Universidad CEU San Pablo de Madrid. La definición de la asignatura no siempre es la misma. En general se le denomina “*Periodismo Especializado*”, pero en otros casos “*Introducción al Periodismo Especializado*” (Universidad Francisco de Vitoria) o “*Áreas de especialización periodística*” (Universidade de Santiago de Compostela). En su artículo sobre especialización del periodismo, previo a la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior, Borrat señalaba

Dos maneras de estructurar los cursos de Periodismo Especializado (PE) como asignatura universitaria (‘Información Periodística Especializada’): la que hace teoría general del PE y la que se concentra en alguna de sus manifestaciones específicas. (Borrat 1993: 79)

Hay universidades, como la de Castilla-La Mancha, la Autònoma de Barcelona o la Pompeu Fabra, con itinerarios específicos de especialización. En otras coexiste la formación en *Periodismo especializado* con asignaturas de subespecialización obligatorias y optativas, reflejando las dos mismas posibilidades que mencionaba Borrat en 1993. Así, por ejemplo, la Universidad de Sevilla y la de Sevilla-EUSA ofertan, junto a la obligatoria general de 6 cr. en segundo curso, varias obligatorias también de 6 cr. en *Periodismo político y económico*, *Periodismo de viajes*, *Periodismo social y educativo*, y las optativas de 6 cr. *Periodismo cultural*, *Periodismo de sucesos y tribunales*, *Periodismo científico y ambiental*, y *Periodismo deportivo*.

En otros casos vemos que no aparecen materias de *Periodismo especializado*, pero sí asignaturas concretas que proporcionan a los estudiantes formación específica en áreas y metodologías de especialización, por ejemplo:

Manteniendo esta concepción, el Libro Blanco de los Estudios de Comunicación elaborado para ANECA (ANECA, 2004: 317) bajo la dirección de M. Murciano, proponía también para el Grado la existencia de 16 créditos de Periodismo Especializado entre los contenidos comunes obligatorios. No todas las universidades han seguido estas recomendaciones, como veremos.

4. Resultados y desarrollo

- Universidad a Distancia de Madrid: optativas de 3 cr. en *Periodismo deportivo*, *Periodismo económico*, *Periodismo cultural* y *Periodismo judicial*. También optativa en *Periodismo de precisión*.
- Universidad Camilo José Cela: obligatorias de 3 cr: *Periodismo deportivo*, *Periodismo político*, *Periodismo económico*, *Periodismo científico* y *medioambiental*. Otra optativa en *Periodismo de investigación*.
- Universidad Carlos III de Madrid: optativas de 3 cr.: *Información de sucesos y tribunales*, *Periodismo político y parlamentario*, *Periodismo deportivo*. Obligatorias de 6 cr.: *Información periodística sobre situaciones, tendencias y problemas sociales*, *Periodismo de proximidad*, *Periodismo internacional I y II*, *Periodismo científico* y *medioambiental*.
- Universidad Complutense: obligatorias de 6 cr.: *Periodismo especializado en ciencia y cultura*, *Periodismo especializado en educación y deporte*, *Periodismo especializado en economía y medio ambiente*.
- Universitat de València: obligatorias de 6 cr. en *Periodismo de sociedad y cultura*, *Periodismo económico y su tratamiento*, *Periodismo político y su tratamiento*, *Periodismo local y comarcal*, y optativas de 6 cr. en *Periodismo de ciencia y tecnología y su tratamiento*, y de 4,5 cr. en *Periodismo de conflictos y de paz*, *Periodismo cinematográfico*, *Periodismo deportivo*.

El otro modelo frecuente es que exista la obligatoriedad de Periodismo especializado, y algunas optativas que permitan profundizar en esa especialización:

- Universidad de Castilla-La Mancha: una obligatoria en *Periodismo especializado*. Optativas del itinerario en “Periodismo especializado”: *Periodismo cultural*, *Periodismo local*, *Periodismo económico*, *Periodismo científico*, *Periodismo deportivo*, *Periodismo político*.
- Universitat Jaume I: obligatoria de *Periodismo especializado* (6 cr.), y optativas de 4,5 cr.: *Periodismo económico*, *Periodismo político y parlamentario*, *Periodismo cultural*, *Periodismo deportivo*
- Universidad de La Laguna: obligatoria de *Periodismo especializado* (6 cr.), y optativas de 6 cr. en *Comunicación biomédica, tecnológica y ambiental*,

4. Resultados y desarrollo

Periodismo turístico y de viajes, Periodismo de proximidad de información local, Comunicación y educación.

- Universidad de Málaga: obligatoria de 6 cr. en *Teoría y práctica del periodismo especializado*, y optativas de 6 cr. en *Periodismo y construcción europea, Periodismo político y económico, Periodismo ciudadano y redes sociales*

Otro dato interesante de nuestra investigación es que en 21 de los 37 grados de periodismo analizados aparece la asignatura de *Comunicación Política*, bien como *Comunicación política* estricta, o bien con otros enfoques, como *Gestión creativa de la Comunicación Política* (U. Camilo José Cela), *Comunicación política y procesos electorales* (U. Católica San Antonio), *Opinión pública y comunicación política* (CEU San Pablo), *Información y comunicación política* (Complutense de Madrid). En 12 de estos grados no existe *Periodismo Político*, y en 8 de los Grados *Comunicación Política* coexiste como asignatura junto a *Periodismo Político*. Las Universidades que incluyen en sus planes de Grado los tres tipos de asignatura (*Periodismo Especializado, Periodismo Político y Comunicación Política*) son cinco: Universidad a Distancia de Madrid, Universidad de Castilla-La Mancha, Universidad de Valladolid, Universitat Autònoma de Barcelona, y Universitat Jaume I. Es decir, los Grados de Periodismo dan globalmente una presencia mayor a la asignatura de *Comunicación Política* que la asignatura de *Periodismo Político*, lo que parece otorgar prioridad a orientaciones profesionales no estrictamente periodísticas, sino más propias de los asesores y directores de comunicación que hemos caracterizado en el apartado 2.3

Otro dato significativo es que, como hemos adelantado, la asignatura de *Periodismo Político* sólo es obligatoria en 5 de los 13 Grados en que aparece, mientras en el resto de los casos analizados es optativa. No obstante, sí suele tener valor obligatorio la asignatura de *Periodismo Especializado*, que en ocho universidades constituye el único espacio donde abordar las temáticas de especialización (Nebrija, CEU Abat Oliva, La Laguna, País Vasco, Francisco de Vitoria, Tecnología y Empresa, Santiago de Compostela, e Illes Balears). También, y casi sin excepción, las asignaturas de *Periodismo Político y Periodismo Especializado* son de 6 créditos.

4. Resultados y desarrollo

A continuación podemos ver un cuadro de síntesis de los aspectos que acabamos de comentar:

CONTENIDOS DE UNIVERSIDAD	Comunicación Política	Periodismo especializado	Periodismo político
U. a Distancia de Madrid	Opt	No	No
U. Antonio de Nebrija	No	I y II	No
U. Camilo José Cela	Itinerario específico	No	Obl
U. CEU Cardenal Herrera	Obl	Obl	No
U. Carlos III de Madrid	No	No	Opt
U. Católica San Antonio	Obl	Obl I y II	No
U. Complutense de Madrid	Obl	Obl I, II y III	No
U. de Castilla-La Mancha	Obl	Obl	Opt (Itinerario)
U. de La Laguna	No	Obl	No
U. de Málaga	No	Obl	Opt
U. de Murcia	Opt	Obl	No
U. de Navarra	Obl	No	No
U. de Sevilla	No	Obl	Obl
U. de Sevilla (EUSA)	No	Obl	Obl
U. de Valladolid	Obl	Obl	Opt
U. de Zaragoza	Opt	No	No
U. del País Vasco	No	Obl	No
U. Europea de Madrid	Obl	No	No
U. Europea M. de Cervantes	Opt	Obl	No
U. Francisco de Vitoria	No	Obl	No
U. Pontificia de Salamanca	Obl	No	No
U. Rey Juan Carlos	Opt	No	No
U. San Jorge	Opt (Itinerario)	No	Obl
U. CEU San Pablo	Obl	Obl I y II	No
U. Tecnología y Empresa	No	Obl I y II	No
U. de S. de Compostela	No	Obl I y II	No
U. CEU Abat Oliba	No	Obl I y II	No
U. Autònoma de Barcelona	Obl	Obl	Opt (Itinerario)
U. de les Illes Balears	Opt	Obl I y II	No
U. de València	Opt	No	Obl
U. de Vic	No	No	Opt

4. Resultados y desarrollo

U. Intern. de Catalunya	No	No	No
U. Jaume I de Castelló	Opt	Obl	Opt
U. Miguel Hernández d'Elx	Obl	No	No
U. Pompeu Fabra	Opt	Obl	Opt
U. Ramón Llull	No	No	No
U. Rovira i Virgili	No	No	No

Conviene completar esta tabla con la revisión de los planes completos del Anexo V, ya que, según hemos indicado, la ausencia de asignaturas específicas de *Periodismo Especializado* se explica, frecuentemente, por la existencia de diversas materias que desarrollan individualmente las posibles áreas de especialización; este cuadro ofrece tan solo el resumen general de las tres asignaturas típicas. Lo que resulta de interés es que si un plan de estudios no ofrece *Periodismo Político*, pero sí *Periodismo Especializado*, los estudiantes pueden formarse, siquiera parcialmente, en este ámbito de especialización, algo que resulta más complicado para los estudiantes cuyos planes no tienen ninguna de las dos opciones.

Para terminar de comentar la relación entre la asignatura de *Periodismo político* y las demás asignaturas de cada plan de estudios, señalaremos que gran parte de las universidades ofrecen, generalmente en los cursos de materias básicas, asignaturas específicas relacionadas con otras áreas temáticas que son de necesario conocimiento para el profesional del área (véase los planes resumidos en el Anexo V). El Plan de estudios de la Universitat de València ejemplifica este extremo excelentemente, como resumimos a continuación. Así, junto a la asignatura optativa de *Comunicación política* que hemos reflejado en el cuadro anterior (cuyo nombre exacto es *Comunicación política y opinión pública*), los estudiantes cursan diversas materias que les aportan conocimientos esenciales para el periodismo político. En concreto, las asignaturas básicas (todas de 6 cr.) de:

- Historia del mundo actual
- Derecho de la comunicación
- Sociedad actual
- Introducción a la economía actual
- Instituciones políticas contemporáneas

4. Resultados y desarrollo

Y además, asignaturas obligatorias de:

- Periodismo de conflictos y paz
- Teoría e historia del periodismo I, y II

Así como asignaturas optativas de:

- Comunicación política y opinión pública
- Geografía del mundo actual

Esta atención a las necesidades del periodismo/periodista político, se reflejan igualmente en la relación de competencias específicas y genéricas inventariadas en el Plan de estudios verificado para la UV.

Por lo que se refiere al profesorado que imparte las asignaturas de periodismo político, en la mayoría de los casos no son titulares. Pero pese a haber abundancia de profesorado asociado, en muy pocos se observa que se trate de profesores con experiencia profesional en el terreno del periodismo político:

- En el Grado de Periodismo de la Universidad Camilo José Cela, el profesor de periodismo político es Luís Díaz Álvarez (asociado). Con experiencia en medios de comunicación.
- En el Grado de Periodismo de la Universidad San Jorge, el profesor de la asignatura de *Periodismo Político* es José Juan Verón Lasa (titular). No consta destacada experiencia profesional en periodismo político en medios de comunicación.
- En el Grado de Periodismo de la Universidad Carlos III, el profesor de periodismo Político es Juan Carlos Sánchez Illán (profesor titular) con poca experiencia en medios de comunicación.
- En el Grado de Periodismo de la Universidad de Castilla – La Mancha el profesor de Periodismo Político es Francisco Seoane Pérez (profesor ayudante), del que no consta amplia experiencia como periodista.
- En el Grado de Periodismo de la Universidad de Málaga, la profesora de Periodismo Político es Laura Teruel (doctora, titular). No consta experiencia como profesional del periodismo.

4. Resultados y desarrollo

- En el Grado de Periodismo de la Universidad de Sevilla, los profesores de la asignatura de *Periodismo Político y Económico* son Isaac Gabriel López Redondo (asociado), Concepción Pérez Curiel (asociado) y Maritza Sobrados León (profesora contratada doctora). No consta destacada experiencia profesional en el terreno del periodismo político en los tres profesores señalados.
- En el Grado de Periodismo de la Universidad de Sevilla-Centro Adscrito EUS
- En el Grado de Periodismo de la Universidad de Valladolid, todavía no está activa la asignatura.
- En el Grado de Periodismo de la Universitat Autònoma de Barcelona, el profesor de la asignatura de *Periodismo Político* es Xavier Giró, titular y con experiencia profesional en medios.
- En el Grado de Periodismo de la Universitat de València, el profesor de la asignatura de *Periodismo Político* es Salvador Enguix (asociado), con 30 años de experiencia profesional en medios escritos y audiovisuales, además de experiencia como periodista internacional.
- En el Grado de Periodismo de la Universitat de Vic, los profesores de la asignatura de *Periodismo Político* son Ramón Miratvillas (asociado), que tiene una amplia experiencia profesional como periodista en medios escritos y audiovisuales, y Eulalia Clapers, también asociada y con experiencia profesional.
- En el Grado de Periodismo de la Universitat Jaume I de Castellón, el profesor de *Periodismo político* es Ramón Pardo Baldeón (asociado), con experiencia profesional en medios.
- En el Grado de Periodismo de la Universidad Católica de San Antonio en Murcia la profesora es Carmen Campos Gil, profesora titulada y con escasa experiencia en la praxis del periodismo.

Una vez identificado este panorama general, donde resulta evidente la escasa presencia del *Periodismo político* en la formación de los futuros periodistas españoles, nos planteamos si la disminución de créditos que supuso la conversión de Licenciaturas en Grados europeos había afectado especialmente a nuestro ámbito temático. Así,

4. Resultados y desarrollo

contrastamos los planes de grado con los de las licenciaturas en los años 90, y comprobamos que en general ha habido una reducción del peso del periodismo especializado en los planes de estudio.

Como sabemos, los planes de Licenciatura tenían unas directrices generales de ámbito estatal donde se fijaban las asignaturas troncales y la participación de las áreas de conocimiento; además, permitían una proporción de optatividad mayor a la de los grados europeos. Por tanto, mientras en todas las universidades había una materia troncal de 12 cr. de *Periodismo especializado*⁵⁵, que cada universidad desarrollaba con los contenidos que consideraba apropiados, la existencia de una asignatura sobre *Periodismo político* sólo era posible entre las obligatorias y optativas propias de cada universidad, coexistiendo con asignaturas habitualmente asociadas a otras áreas de troncalidad, como *Opinión pública* (Sociología, Comunicación audiovisual, Psicología social), *Relaciones internacionales* (Derecho internacional público y relaciones internacionales), *Instituciones políticas contemporáneas* (Historia contemporánea, Ciencia política y de la administración), y similares.

El análisis de las licenciaturas mostró un panorama dispar, pues mientras en algunas universidades se observa, efectivamente, que el proceso de adaptación a Bolonia ha supuesto la desaparición de asignaturas optativas de *Periodismo político* (así ocurre, por ejemplo, en las universidades de Les Illes Balears, CEU Abat Oliva, Europea Miguel de Cervantes, Sevilla, Vic), en otros casos vemos que las asignaturas optativas se mantienen (U. Carlos III, U. Pompeu Fabra), o bien se han convertido en obligatorias con más créditos (U. València), o bien aparecen como optativas nuevas que no existían en las licenciaturas (U. Málaga, U. San Jorge, U. Autònoma de Barcelona, U. Camilo José Cela, U. Valladolid).

Comprobada la escasa presencia del periodismo político en los Grados, nos planteamos cuál era la situación en el nivel más alto de la educación superior. Respecto a los

⁵⁵ Descriptor oficial en BOE: “Teoría, procesos y técnicas de la información especializada, desde los ámbitos más cercanos al especialista hasta la comunicación colectiva”.

4. Resultados y desarrollo

másteres, la dinámica es aún más grave. En muy pocos casos de los analizados aparece la asignatura de periodismo político, sólo en 4 de los 18 analizados, y lo mismo ocurre con la asignatura de Periodismo Especializado. Como situación excepcional vale la pena mencionar la asignatura de *Periodismo político en el siglo XX*⁵⁶, enmarcada en el Máster en Comunicación Política y Social de la Universitat Ramon Llull.

En definitiva, los planes de estudio de Grado no parecen haber sido diseñados en consonancia con la realidad que ofrece el análisis de la prensa española. Si, como hemos visto, el 49,2% de las noticias de prensa tienen temática política, sería esperable que la formación recibida por los futuros periodistas abordara específicamente las cuestiones relacionadas y que hemos abordado en el capítulo 2. No obstante, vemos que es posible terminar el grado de periodismo sin haber tenido la asignatura de periodismo político o incluso de periodismo especializado, lo que contrasta con las prioridades de la prensa escrita y, como veremos más adelante, con el criterio mayoritario de los profesionales del periodismo en periódicos españoles.

Por el contrario, sí encontramos asignaturas relacionadas con los temas políticos, incluso itinerarios completos. Por ejemplo, la U. Autònoma de Barcelona tiene un itinerario o mención en *Periodismo Especializado en Política y Economía*, la Universidad CEU San Pablo ofrece un doble grado en *Ciencias Políticas y Periodismo*, y la Universidad Pompeu Fabra tiene un itinerario en *Ciencias Políticas*.

También es frecuente que existan otras asignaturas donde se abordan las temáticas propias del periodismo político, como hemos mencionado que ya ocurría en las licenciaturas previas; así, encontramos asignaturas de *Relaciones internacionales* (U. Zaragoza, U. Europea Miguel de Cervantes), *Sistema Político Español* (CEU San Pablo), *Ciencia Política y Relaciones Internacionales e Historia del Pensamiento Político Contemporáneo* (Complutense de Madrid), *Instituciones Políticas Contemporáneas* (U. Castilla-La Mancha), *Ciencia Política* (U. Málaga), *Ciencia Política y Opinión Pública* (U. Murcia) y otras. Creemos, no obstante, que no es

⁵⁶ Impartida por Francesc Canosa Farran.

http://www.blanquerna.url.edu/upload/seccions/2189_1_Programa%20PERPOL-CAST.pdf

4. Resultados y desarrollo

suficiente con mostrar los contenidos de base política, sino que debería incluirse en todos los casos el enfoque profesional específicamente periodístico.

Para tratar de explicar esta situación, consultamos el *Libro Blanco sobre los títulos de grado en comunicación* (ANECA 2004) que, elaborado por un grupo de expertos nombrado por la ANECA, había servido como punto de partida para la convergencia de los planes de estudio españoles de educación superior⁵⁷. Como es sabido, en este documento se analiza la situación de los planes de estudio coincidentes con los anteriores títulos oficiales de Comunicación Audiovisual, Periodismo, y Relaciones Públicas y Publicidad. Murciano (2010: 7) resume así las directrices generales derivadas de este documento:

1. *Diferenciar los estudios de comunicación de acuerdo con las demandas del mercado en tres titulaciones profesionales y finalistas: graduado en Periodismo, graduado en Comunicación Audiovisual y graduado en Publicidad y Relaciones Públicas;*
2. *Estructurar cada uno de estos estudios en cuatro años —es decir, 240 créditos ECTS— con contenidos comunes de hasta un 50% (...)*
3. *Facilitar que con el 50% restante de los créditos se puedan establecer libres configuraciones por parte de los estudiantes y las universidades, en forma de dobles titulaciones o menciones (...)*
4. *Proponer una doble vía de contenidos para los másters de posgrado: una primera con un neto perfil de contenidos de carácter profesional; y una segunda más académica o de investigación, orientada a los conocimientos de profundización y de actualización académica y dirigida a la consecución de la tesis de doctorado.*

Las conclusiones del estudio a partir del análisis de los planes españoles y del resto de Europa, incluyen entre los objetivos del título en Periodismo, la

⁵⁷ Para la coordinación de todas las facultades en el proyecto se creó un grupo de trabajo formado por Javier Davara (Universidad Complutense), Xosé López1 (Universidade de Santiago de Compostela) y Miguel Nieto (Universidad de Sevilla), y dirigido por Marcial Murciano (Universidad Autónoma de Barcelona).

4. Resultados y desarrollo

formación en Teoría, Historia y Estructura de la Información y la Comunicación para conocer los fundamentos y las prácticas más habituales de los procesos de producción, distribución y recepción de la comunicación desde las perspectivas económica, social, cultural y política, de manera que se proporcione una competencia contextual para situar el periodismo en el campo de la comunicación (ANECA 2004: 309).

Y entre las asignaturas sugeridas para la elaboración de planes de estudio, el documento propone 16 créditos de contenidos comunes, que, bajo la denominación de Periodismo especializado incluya (2004: 314):

Estudio de la producción informativa de diferentes áreas de especialización periodística, así como de las tendencias que desarrolla esta materia con los diferentes soportes, medios y sistemas: político, económico, cultural, de sociedad, deportivo, científico, local, de investigación y precisión, etc.

El plan de estudios que se propone como modelo general de Grado en Periodismo no refleja la importancia profesional del Periodismo Especializado (16 créditos suponen un 6,6% de los 240 de toda la titulación). Como hemos señalado en el capítulo 2, la especialización periodística se ha consolidado en las últimas décadas como una realidad incuestionable en los diarios, en papel o digitales, por lo que la formación de los periodistas no solo debería dar respuesta a esta situación, sino que además debería reflejar entre tales especializaciones las que reciben atención prioritaria por parte de la prensa que, como hemos visto, son de temática política. El diseño de los planes de estudio ha de incorporar la pluralidad disciplinar que caracteriza las profesiones relacionadas con la información y comunicación, proporcionando las necesarias bases teóricas, pero también ha de considerar la vertiente estrictamente laboral del periodismo:

La incorporación en la preparación del periodista de contenidos formativos de campos del saber y actividades con interés periodístico es una vía óptima para

4. Resultados y desarrollo

proporcionarle una formación generalista e introducirle en las áreas temáticas de su preferencia. La flexibilidad formativa debe estar atenta a los asuntos hegemónicos, emergentes y transitorios de la sociedad, a las contingencias de la praxis profesional y a las disciplinas periodísticas nucleares que dan la clave para comprender la sociedad actual. (Meneses, 2007: 145).

El informe del Libro Blanco, no obstante, sale al paso de esta realidad, negando su importancia y aduciendo la necesidad empresarial de los años 90 que ya hemos señalado en el apartado 2.6 (cf. nota 17):

...haremos un apunte acerca de la especialización, que varios investigadores (DÍAZ NOSTY, CASASÚS, TUÑÓN y otros, citados por Ramírez de la Piscina, 1999) consideran que marcará el futuro de la profesión. Aunque desde los años setenta se han hecho varios estudios en este sentido que muestran esta tendencia, la realidad que han dibujado los profesionales no lo demuestra tan claramente. Además, para las empresas es más rentable tener profesionales generalistas, que especialistas con menos flexibilidad. En este sentido, el profesor Mariano Martínez Sánchez, que realizó una encuesta sobre este tema en 1994, concluía su estudio diciendo que “los buenos profesionales tendrán que contar con una amplia formación de base, capacidad de comunicación y divulgación de contenidos”. (ANECA, 2004: 161-162)

Lamentablemente, y pese a que se afirma esta intención, creemos que el Libro Blanco de la ANECA describe para el Plan de Grado en Periodismo una situación escasamente vinculada a la actual realidad profesional; y esto se comprueba de manera especial al ver el modo en que se caracterizan los perfiles profesionales a los que se orienta la titulación, un modo que no dudáramos en calificar de neutro, incluso aséptico (ANECA 2004: 191). Como se ve en la cita, y según hemos mencionado en el apartado 2.3., la premisa subyacente es que la orientación estrictamente periodística coexiste con la orientación en comunicación política, en investigación/educación, y en redacción/gestión digital:

4. Resultados y desarrollo

1. *Redactor/a de información periodística en cualquier tipo de soporte. Profesional del periodismo en cualquier soporte mediático tradicional o electrónico que desarrolla su actividad mediante los géneros creando contenidos periodísticos. Comprende las tareas de redactor, reportero, presentador y director de uno o de varios de ellos, incluido el diseño escritura y ejecución de guiones de reportajes y documentales audiovisuales o multimedia.*

2. *Redactor/a o responsable de prensa o comunicación institucional. Profesional de un gabinete de prensa o comunicación de una institución pública o privada para coordinar o ejecutar cuantos trabajos de carácter informativo o comunicativo necesite la entidad.*

3. *Investigador/a, docente y consultor/a de comunicación. Especialista en investigación y análisis de fenómenos y procesos de comunicación para todo tipo de organizaciones públicas y privadas, capacitado para las tareas de asesoría, consultoría y mediación. Docente en las enseñanzas superiores o medias para impartir materias de comunicación y nuevas tecnologías de la información y la comunicación.*

4. *Gestor/a de portales y editor/a de contenidos. Profesional en la redacción y ejecución de trabajos de edición en general para empresas editoras o creadoras de producciones culturales e informativas. Especialista en el tratamiento, la gestión y la edición de todo tipo de contenidos por medio de sistemas preferentemente digitales.*

Esta pluralidad de perfiles profesionales (reproducido casi literalmente en algunos de los planes de estudio consultados) puede obedecer, como así se justifica en el informe, a la realidad laboral de los egresados de Periodismo, pero parece incongruente con la decisión de mantener las tres titulaciones⁵⁸ tradicionales de Comunicación Audiovisual,

⁵⁸ El informe de evaluación de la propuesta, elaborado por ANECA, señala de hecho, como debilidad, la continuidad de tres títulos diferenciados: “la estructura del [Libro Blanco] parece indicar que las tres

4. Resultados y desarrollo

Publicidad y relaciones públicas, y Periodismo, debido a lo que se refiere como “*una empleabilidad cada vez más segmentada de estas titulaciones*” (ANECA 2004: 17).

Así, mientras por un lado se afirma que “*un periodista requiere conocimientos diferenciados a los de un publicitario y estos a su vez son significativamente diferentes a los que se requieren para trabajar en un entorno de producción audiovisual y multimedia*”, los perfiles profesionales propuestos para el Grado en Periodismo carecen de la especificidad que sin embargo, sí apreciamos en los otros dos grados. Los perfiles profesionales propuestos para el título de Comunicación Audiovisual son (ANECA 2004: 226):

0. Director, guionista y realizador audiovisual.
1. Productor y gestor audiovisual.
2. Diseño de producción y postproducción visual y sonora.
3. Investigador, docente y experto en estudios visuales.

Por su parte, para el grado en Publicidad y relaciones públicas, los perfiles profesionales subyacentes al diseño del plan de estudios son (ANECA 2004: 271):

1. Dirección de comunicación y consulta estratégica en publicidad y relaciones públicas.
2. Investigación, planificación y compra de medios.
3. Creatividad y diseño publicitario en todo tipo de soportes.
4. Gestión de comunicación corporativa.

Si comparamos estos perfiles con los ya reseñados para el grado de Periodismo, vemos que los perfiles descritos en 2, 3 y 4 son, sin duda, importantes y esenciales en el conglomerado general de la comunicación, pero no son exactamente perfiles periodísticos, a nuestro entender. Encontramos, de acuerdo con los contrastes señalados, y como se observará en la encuesta de profesionales, graves carencias en el tiempo y los contenidos que se proponen de perfiles para la especialización en el periodismo. A la hora de buscar una posible explicación para esta concepción “poco especializada” del Graduado en Periodismo, cabe pensar que el Libro Blanco se elabora en un momento en

titulaciones han ido progresando en el proyecto por separado sin mostrar las diferencias ni justificar la necesidad de tres títulos diferentes. Se echa de menos la demostración de esta cuestión a partir de una comparación sistemática de los resultados obtenidos en las tres titulaciones”.

4. Resultados y desarrollo

que los puestos de trabajo vinculados al ecosistema comunicativo se cubrían⁵⁹ fundamentalmente con licenciados en Periodismo:

Según los datos [licenciados en el año 2000] desagregados por carreras, dos tercios de los licenciados en estudios del ámbito de la Comunicación lo hicieron en Periodismo, un 18 % en Comunicación Audiovisual y un 16 % en Publicidad y Relaciones Públicas. Es decir, que los periodistas eran más del triple que los que terminaron los estudios en las otras dos carreras. (ANECA 2004: 147).

Lo que señalamos puede verse más claramente al comparar los perfiles profesionales del Título de Grado en Periodismo del Libro Blanco, con el rol profesional que se maneja en el *Plan Modelo de los Estudios de Periodismo* publicado por la UNESCO en 2007. En este documento sí encontramos, alusiones explícitas a la necesidad de incluir asignaturas de Periodismo político, algo que se vincula con la propia manera de concebir el periodismo como práctica profesional:

el objetivo básico de la mayoría de los periodistas es servir a la sociedad informando a la ciudadanía, interrogándose sobre el modo en que se ejerce el poder, favoreciendo el debate democrático y, con ello, contribuyendo al desarrollo político, económico, social y cultural. La enseñanza del periodismo tendría que instruir a los estudiantes acerca de la manera de identificar noticias y reconocer el hecho de interés informativo en un complejo entorno de datos y opiniones, de realizar investigaciones periodísticas, y de escribir, ilustrar, corregir y producir material en diversos formatos de medios de comunicación (periódicos y revistas, radio y televisión e Internet y multimedia) y para el público propio de esos formatos. Tendría que aportarles los conocimientos y la formación necesarios para reflexionar sobre la ética periodística y las mejores

⁵⁹ “Las cifras globales para el conjunto de España que aporta la encuesta CHEERS (1998) sólo hacen referencia a la licenciatura de Periodismo, pero como son el colectivo más numeroso dentro del ámbito de la Comunicación, cabe comentarlas: cuatro años después de terminar la carrera (datos referidos a 1998), la tasa de actividad de los licenciados en Periodismo era del 90,9 %, dentro de lo cual, un 7,8 % corresponde la tasa de paro (...). El 9,9 % que faltaría para completar el 100 % representa a los que continuaron estudiando y a los que se retiraron del mercado laboral. Estas cifras sitúan a los periodistas en un nivel medio por lo que se refiere a tasa de actividad y de paro.” (ANECA, 2004: 152).

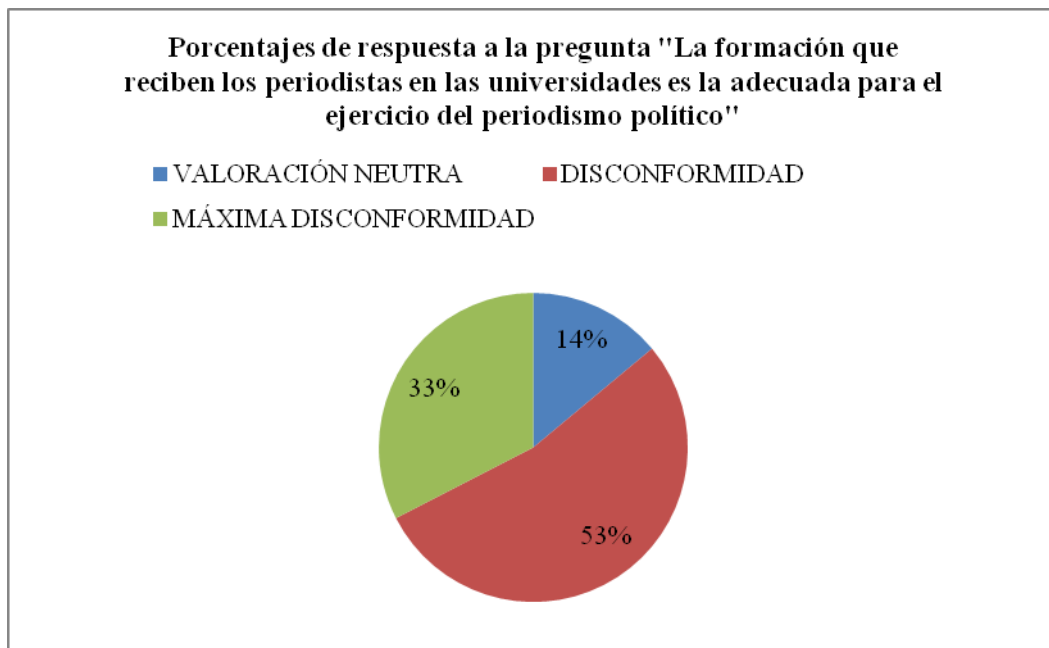
4. Resultados y desarrollo

prácticas en el periodismo, además de en torno a la función del periodismo en la sociedad, la historia del periodismo, el Derecho periodístico y la economía política de los medios de comunicación (la propiedad, la organización y la competencia, entre otros). Debería enseñarles cómo informar sobre cuestiones políticas y sociales de especial alcance para su propia sociedad” (UNESCO 2007: 7)

Consideramos, como conclusión a este capítulo, que el actual diseño de la mayoría de los planes de estudios de los grados de periodismo en España no da respuesta a la importancia del periodismo político, tanto por la relevancia demostrada que sí tiene en los periódicos estudiados, como por la importancia histórica de esta materia y, como se verá en el siguiente capítulo, por el carácter fundamental que le otorgan todos los profesionales del periodismo consultados. Una realidad que se aleja además de las directrices que sí establece, como ejemplo, la UNESCO, y por último por la propia praxis profesional. No es entendible que en tan pocas facultades de Periodismo esté implantado el Periodismo Político como asignatura, menos aún como asignatura de formación obligatoria, o que se le otorgue tan poco valor en créditos. Creemos, finalmente, que este desequilibrio confirma un cierto alejamiento del diseño de los planes de formación de la mayoría de universidades españolas con Grado en Periodismo de la praxis real de esta especialización.

4.3. LA OPINIÓN DE LOS PROFESIONALES

Como se podrá comprobar con los resultados del cuestionario realizado a los profesionales del periodismo político, la práctica totalidad de los consultados valora negativamente la importancia que las facultades de periodismo en España otorgan al periodismo político. Esta visión negativa se refiere tanto a la formación que reciben los alumnos de las universidades como a la relevancia que se otorga en los planes de estudio de estas facultades. Como veremos, el cuestionario confirma que los profesionales creen que estas facultades deberían dar una “atención privilegiada” al periodismo político, que esta asignatura debería ser obligatoria en los títulos de Grado o Licenciatura y que también debería tener el mismo protagonismo en los másteres que se ofrecen en el ámbito académico español.



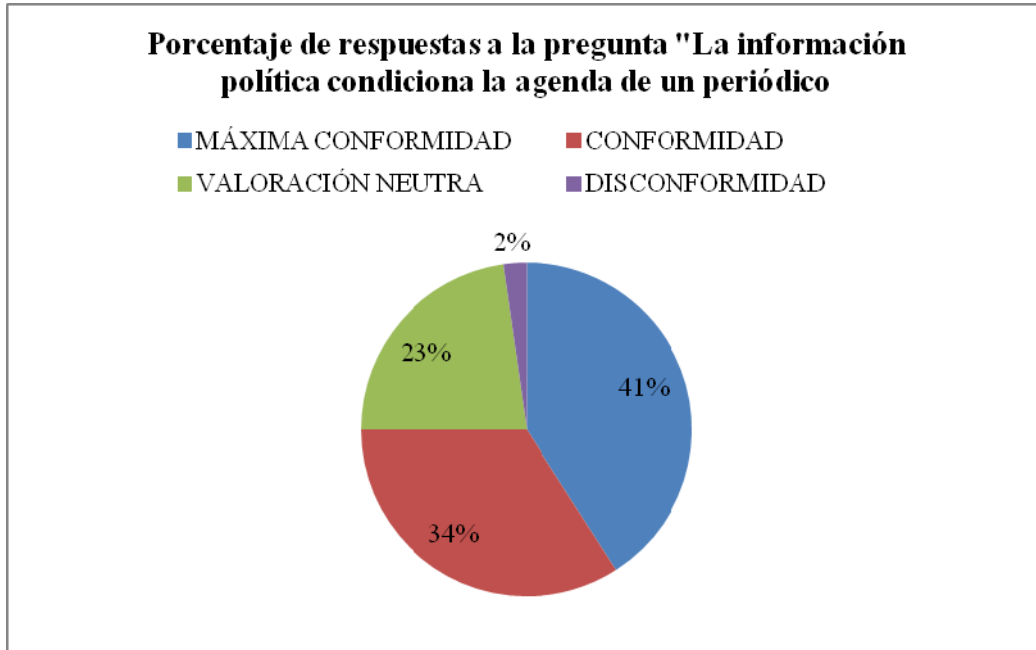
De esta manera, respecto a la conformidad con el enunciado “*La formación que reciben los periodistas en las universidades es la adecuada para el ejercicio del periodismo político*” el valor promedio en la escala Likert es de 1,8 sobre un valor máximo de 5, lo

4. Resultados y desarrollo

que expresa contundentemente esta visión negativa. En el enunciado “*Las facultades de periodismo dan suficiente importancia al periodismo político*” el valor promedio es de 2. Bien al contrario, en la pregunta enunciada como “*La formación en periodismo especializado debe prestar atención privilegiada al ámbito del periodismo político*” el promedio de las respuestas obtenidas es de 3,3. Respecto a la opinión sobre si la formación en periodismo político debería ser obligatoria en Grado o Licenciatura o en los niveles superiores de Máster los valores son de 3,5 y 3,3, respectivamente. A este respecto conviene matizar que varios de los encuestados han señalado la importancia de la práctica para un mejor conocimiento del periodismo especializado; práctica que en lógica debería adquirirse en los mismos planes de estudio, especialmente mediante los créditos del Practicum, pero también, según propondremos en el apartado 5, optimizando el uso aplicado de los créditos prácticos de la asignatura.

En las respuestas sobre la importancia de la información política en el ecosistema comunicativo español, la mayoría de los entrevistados valoran fundamental el papel del periodismo político en los periódicos españoles (esta opinión registra valores 4 y 5 también en los encuestados sin experiencia en el área de Política, que suponen un 17% de los que respondieron al cuestionario). Como ejemplo, al enunciado “*La información política es fundamental en un periódico*” el valor promedio es de 4,8, lo que refuerza la hipótesis principal de nuestra investigación, según la cual la información política puede ser considerada como el ámbito temático por excelencia de las noticias de la prensa escrita.

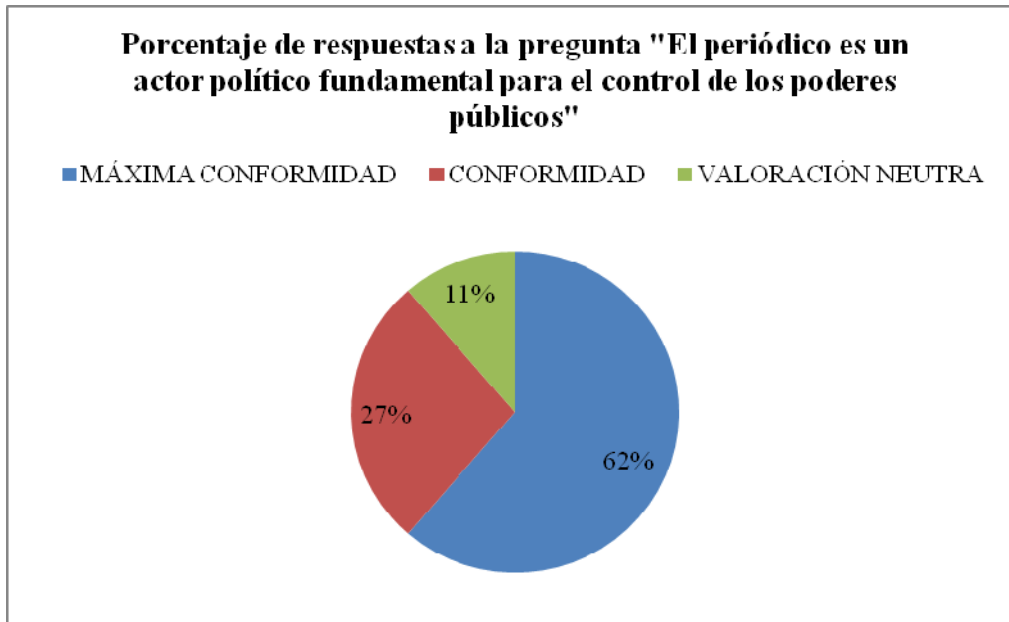
4. Resultados y desarrollo



Un valor similar, del 4,1, se establece cuando se plantea el enunciado “*La información política condiciona la agenda de un periódico*”. Sin embargo, al enunciado “*La información política es más importante en un periódico que en Radio o TV*” el resultado promedio es de 3,8. El 25,6% de los encuestados se declara de acuerdo, y el 39,5% muy de acuerdo con esta afirmación. En la encuesta de Van Dalen et al. (2009) los periodistas encuestados (89 en total) conferían una importancia similar a la influencia de la prensa y la televisión en los políticos (un 93% confería máxima importancia a la prensa, y un 91% a la televisión, mientras que a la radio le daba una importancia un 74% de los periodistas). Cuando se plantea la afirmación “*La sección de política de un periódico es la más importante de un periódico*” el valor promedio es del 3,4. Por último, en este apartado, cuando se enuncia “*La prioridad de un periódico es estar muy atento a la actualidad política*” el valor promedio es de 3,8.

Aunque será más adelante cuando ofreceremos conclusiones generales, los resultados de ambos apartados de la encuesta confirman la distancia que existe entre la valoración de los profesionales del periodismo político sobre la importancia de esta área temática en los periódicos españoles y su correspondencia en el mundo académico. Una distancia que apunta a una discordancia entre la exigencia profesional y la académica, y que refuerza algunas de las hipótesis planteadas en nuestro trabajo.

4. Resultados y desarrollo



En lo que respecta al apartado que plantea a los profesionales el papel del periódico como actor político, para el primer enunciado, *“El periódico es un actor político fundamental para el control de los poderes públicos”* el valor promedio es de 4,5; lo que enlaza con la visión de los autores citados a lo largo de esta investigación sobre el papel determinante del periódico como actor político (Borrat, Giró, Gomez Mompert, Gifreu, entre otros). Para el enunciado referido a que *“Los periódicos tienen un gran poder político”* el valor promedio de las respuestas es del 3,8. Significativo es también el valor promedio de 4,6 cuando se plantea el enunciado *“El poder político intenta un control de los periódicos”*. Para el enunciado *“La prensa escrita condiciona la agenda política de los actores político”*, el valor promedio desciende a 3,9; y a la cuestión *“El poder de la prensa escrita está sobrevalorado”* el valor promedio es del 3,4. Dos de las preguntas de este bloque aparecen también en la encuesta de Van Dalen et al. (2009) ya mencionada; para la opinión de que *“El poder de la prensa está sobrevalorado”*, un 48,9% de los participantes muestran conformidad y máxima conformidad, pero en la encuesta de realizada a los periodistas políticos británicos en 2008 esta cifra es del 34%; mayor distancia encontramos para la opinión acerca de que *“los medios tienen un gran poder político”*, ya que mientras secundan esta afirmación el 65,1% de los encuestados españoles, entre los informantes británicos el nivel de conformidad se reduce al 31%. Cabe pensar que, más allá de las diferencias debidas al tamaño de la muestra, estas

4. Resultados y desarrollo

diferencias pueden deberse a la cultura periodística de la que hemos hablado en el estado de la cuestión, y a los distintos modelos de concepción del rol del periodista político.

Por último, en el apartado específicamente referido al periodista político, los valores de conformidad de nuevo ratifican las hipótesis que se han manejado. En el enunciado *“El periodista político juega un papel fundamental en el periódico”* el valor promedio es de 3,8, lo que refuerza nuestra hipótesis de la importancia del redactor del área de política en los medios de comunicación, en contraste, una vez más, con la formación que recibe en las facultades. Cuando se plantea el enunciado *“El periodista político tiene un nivel de especialización diferente al de otras áreas informativas”* el resultado es de 3,3, lo que descubre que, según los profesionales, los periodistas políticos no tienen una notable formación diferenciada de los demás profesionales. Una casi unanimidad existe entre los consultados cuando se les enuncia *“La función del periodista político es proporcionar, además de información, análisis e interpretación de la realidad política”*, con un promedio de 4,7. Este ítem suma un 93,3 del porcentaje de respuestas con máxima conformidad, lo que coincide casi exactamente con el 93% de la encuesta a profesionales británicos. Además, cuando se ofrece el enunciado *“La función del periodista político es investigar las denuncias y declaraciones del gobierno y del resto de actores políticos”*, con un promedio de 4,4, se refuerza la hipótesis de la necesidad de que el periodista político obtenga la formación suficiente para saber aplicar la metodología del periodismo especializado (Quesada 2001, 2010, 2012); los periodistas que conceden máxima conformidad a este enunciado suponen un 83,3% del total de informantes, que se aproxima, aunque sin alcanzar la exactitud del ítem anterior, al 88% de conformidad expresada por los periodistas británicos. Por último, para el enunciado *“Los políticos intentan condicionar la labor informativa de los periodistas políticos”* el valor promedio es de 4,6, es decir, casi total unanimidad entre los consultados.

Por colectivos profesionales apenas existen diferencias en las respuestas, motivo por el que no se señalan. Más bien al contrario, esta homogeneidad confirma que entre los periodistas políticos, sea cual sea su cargo o responsabilidad en los periódicos, la visión del periodista, del papel del periódico como actor político y de la formación

4. Resultados y desarrollo

universitaria que adquieren los alumnos de periodismo es prácticamente similar. Un dato que consideramos fundamental en cuanto que escenifica la unanimidad de criterio de todos los profesionales en las cuestiones planteadas.

El cuestionario recoge, además, valoraciones que consideramos significativas. Aunque se pueden consultar todas en el disco de datos adjunto a esta tesis, sí ofrecemos algunas que pueden ayudar a entender el clima de opinión de los profesionales españoles. Por temáticas destacamos las siguientes, reservando el anonimato:

Sobre las fuentes:

“La relación entre periodistas y políticos es difícil porque es muy fácil caer en la tentación de querer tratar bien a las fuentes para asegurar el flujo de información, y eso siempre resulta peligroso”. (Informante, 14. Subdirector)

Sobre la formación:

“Los estudiantes de periodismo suelen creer que hacer periodismo político es sinónimo de hacer activismo ideológico. La primera función de las facultades tendría que ser quitarles esta idea de la cabeza” (Informante, 8, redactor)

“La formación específica en periodismo político es muy útil para muchos órdenes de la vida. Es un apartado de la profesión que debería tener mucha mayor atención en las facultades porque las generaciones de periodistas salen con un alto grado de desconocimiento que luego deben ir paliando con el desarrollo de la profesión. Creo que en los 20 años que dejé la universidad no se ha avanzado mucho en este aspecto” (Informante, 16, Jefe de Sección)

Sobre el periodista político:

“Los periodistas políticos no sólo informamos sobre la actualidad política, sino que hacemos política; la prensa escrita no llega tanto a la gente como la TV o la Radio pero condiciona el contenido del resto de medios” (Informante 3, Jefe de Sección)

4. Resultados y desarrollo

Sobre la sección de política:

“La sección de política es la más importante por su transversalidad, aunque Deportes o Economía también tienen numerosos lectores tipo, sobre todo los fines de semana. En el periódico es más importante la política por la pervivencia del mensaje frente a la inmediatez de la radio e Internet, pero también lleva fugacidad” (Informante 16, Jefe de Sección).

Sobre el papel del periódico como actor político:

“Creo que el periódico debería ser un actor de control público mucho mayor de lo que es en nuestro país”, (Informante 33, Jefe de Sección)

“Los tiempos actuales demuestran que el poder de la prensa no es tan grande y la crisis económica ha permitido que las administraciones ejerzan un mayor control sobre los medios de comunicación a través de la condicionante publicidad institucional. Aún así, la función fiscalizadora de los periódicos a la gestión política es muy sana para la sociedad. La pirámide de poder en España, de la que participan las empresas de comunicación, dificulta el ejercicio de un periodismo de calidad” (Informante 28, Jefe de Sección).

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

5.1. CONCLUSIONES GENERALES

Siguiendo el guión expuesto cuando planteamos las diferentes hipótesis de nuestra investigación creemos que nuestro trabajo las ha confirmado en su totalidad, lo que confirma también que la nuestra era una inquietud lógica. En primer lugar, los trabajos de campo realizados, así como el estado de la cuestión planteado, corroboran, como conclusiones generales, que la información política condiciona las portadas de los tres diarios objeto de análisis: *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*, lo que corresponde a la primera de nuestras hipótesis. El análisis del contenido cuantitativo y cualitativo referido a las noticias aparecidas en las portadas de estos medios durante el año 2011 ofrece la conclusión de que la noticia política es, sin lugar a dudas, la que tiene más presencia en las primeras páginas. Como ya se ha explicado en nuestra investigación, las portadas expresan la prioridad temática de los periódicos, y su lectura descubre cuál ha sido día a día el criterio de selección de las informaciones según su importancia. Los resultados obtenidos no dejan lugar a dudas, en cuanto la mayoría de las informaciones, sean cual sea el género periodístico empleado, son de temática política.

Esta confirmación se observa también en la opinión de todos los profesionales consultados en el tercer trabajo de campo, que se corresponde con la segunda hipótesis de planteada en nuestra investigación. Los periodistas reconocen que la información política es la más importante de un diario, así como la sección de política de los mismos, lo que explica que las portadas analizadas reflejen lo que los mismos periodistas responden en el cuestionario. No hay, por lo tanto, diferencia entre ambos trabajos de campo en la verificación de las dos primeras hipótesis planteadas.

El estado de la cuestión, el análisis del periodismo político a lo largo de la historia, y la consulta de los principales autores que han abordado esta especialización del periodismo, confirma nuestra tercera hipótesis referida al hecho de que la información

5: Conclusiones y propuestas

política ha sido y es fundamental en la historia del periodismo. Curiosamente, esta importancia histórica y actual no se ve reflejada en la investigación del periodismo político en España, como se confirma con la bibliografía consultada de todo lo más relevante publicado en nuestro país. Más aún cuando nos referimos a la carencia de bibliografía sobre el aprendizaje de las habilidades que debe tener el periodista político para el desarrollo de su trabajo. Cuestión que se observa en el apartado cuarto del cuestionario realizado a los profesionales del periodismo político en España, cuando valoran negativamente la presencia y la formación de esta área del periodismo en nuestras facultades.

El estado de la cuestión unido al trabajo de campo con los profesionales del periodismo político confirma también que el periodismo político es un área de especialización del periodismo fundamental para nuestra democracia, que el periódico es un actor político clave para el control de los poderes públicos y que el periodista político es el periodista más vinculado de una redacción a conocer y auditar la labor de los actores políticos de nuestra sociedad. Una importancia que ha sido, como se argumenta en este trabajo, destacada siempre en la historia del periodismo.

Nuestra investigación ha confirmado en los trabajos de campo realizados, especialmente el referido al análisis de los planes de estudio y los programas de las asignaturas de las facultades de periodismo en España, que no existe una correlación entre la importancia, clave y fundamental, del periodismo político en los diarios españoles y la opinión que los profesionales del periodismo político tienen de esta área temática con la presencia de la asignatura de periodismo político en nuestras universidades. De hecho, la realidad de que el periodismo político no es una asignatura obligatoria en la mayoría de facultades, o que tiene poca presencia, o que en muchos casos su docencia tiene pocos créditos, ofrece una visión desajustada entre la prioridad que se le da en los medios escritos a esta área y su presencia y/o docencia en los planes de estudio. En este aspecto, subrayamos la visión de los profesionales, que son los que, en definitiva, ejercen su labor como periodistas políticos y conocen las necesidades, en formación tanto teórica, metodológica y de habilidades, del periodista político.

5: Conclusiones y propuestas

Como conclusión final, esta investigación valora que los planes de estudio de las facultades de periodismo deberían, de acuerdo a todo lo señalado a lo largo de nuestra investigación, dar respuesta a la necesidad de una mayor presencia e importancia de la formación del periodismo político como área especializada del periodismo en las facultades de periodismo. Una necesidad expresada en tres campos analizados en este trabajo: el estado de la cuestión (y la visión histórica del periodismo político), su papel en el diseño y producción de contenidos en los diarios españoles, y por la opinión de aquellos que ejercen de periodistas políticos en los principales rotativos.

Entendemos, por ello, que todas las hipótesis principales y secundarias presentadas al inicio de nuestra investigación han sido corroboradas, lo que paralelamente invita a realizar posteriores investigaciones sobre aspectos que consideramos fundamentales en el periodismo político, que exceden al objetivo de este trabajo, y que en el último capítulo enumeraremos.

5.2. PROPUESTA DE ASIGNATURA SOBRE PERIODISMO POLÍTICO

En la encuesta planteada a los profesionales, les preguntábamos si entendían que la formación en periodismo político era más apropiada para el nivel generalista del Grado o para el ámbito más especializado del Máster. Consideramos que, tal y como ocurre en el Plan de estudios de la Universitat de València en el que desarrollamos nuestra docencia, es necesaria una asignatura obligatoria en el Grado, con independencia de que pueda haber luego profesionales mucho más especializados mediante el desarrollo de un Máster específico (obviamente, con una dimensión práctica irrenunciable). Propondremos en este apartado un diseño específico de contenidos para tal asignatura.

Entendemos, de acuerdo con lo defendido a lo largo de esta investigación, que la asignatura de *Periodismo Político* debe contemplar tres aspectos fundamentales: la del conocimiento preciso del papel que el periodismo político ha jugado y juega en nuestra sociedad, la metodología del periodismo especializado aplicado al área temática de la política, y el desarrollo de las habilidades necesarias para el desarrollo de la praxis profesional con éxito en esta área del periodismo.

Entendemos que el estudiante debe asumir el papel que a lo largo de la historia ha desarrollado el periodismo político, como ejercicio fundamental en la conformación de la opinión pública respecto al papel de las instituciones y de los poderes públicos, así como partidistas. La asignatura, por lo tanto, debería introducir referencias históricas claves que, aunque puedan ser tratadas de manera general en la asignatura de *Historia del Periodismo*, deben estar subrayadas y acotadas a momentos en los que el periodismo político ha jugado un papel destacado.

Respecto a la especialización de este área del periodismo, aunque esta asignatura coexista con la de *Periodismo Especializado*, se debe hacer hincapié en que la

5: Conclusiones y propuestas

especialización del periodismo político vendrá determinada, además de por la metodología común a cualquier especialización – metodología del periodismo de investigación – por la especificidad temática del área de la política, especialmente en lo que a contenidos especializados se refiere – conocimiento de las instituciones políticas, derecho constitucional, separación de poderes del Estado, entre otros – y a la especificidad de la relación del periodista político con sus fuentes.

Junto a este planteamiento estrictamente referido a las competencias informacionales, conviene detenerse en la vinculación de esta asignatura con la dimensión práctica del Grado. Tal y como señala Meneses (2007: 138):

la dinámica experimentada por el 'Periodismo especializado' durante el último tercio del siglo xx y los inicios del xxi revela que estamos ante una disciplina académica imbricada con la vertiente profesional, ya que en su objeto de estudio se incluye una parte de los mensajes periodísticos publicados por los medios.

De hecho, algunas de las observaciones consignadas en los cuestionarios por parte de los profesionales consultados, inciden en este aspecto de la formación:

El periodista polític és més fàcil de 'fer' en una redacció que de 'formar' en una facultat. Fent i desfent n'aprén l'aprenent. L'experiència (la relació amb les fonts, que et colin gols o venguin motos...) és que forma el periodista, més en l'àmbit polític que en d'altres. (Informante 010).

Importancia de las prácticas para una correcta formación. (Informante 016).

En este sentido, coincidimos con la propuesta de los profesores de la UJI, Hugo Doménech Fabregat y Pablo López Rabadán (2012: 284), referida a la necesidad de que las asignaturas de periodismo especializado se asocien a la adquisición de las competencias profesionales descritas en el Grado. En el caso del periodismo político estas competencias deben estar orientadas a comprender el papel de los actores políticos y conocer las instituciones; no obstante, para el desarrollo de habilidades, la asignatura

5: Conclusiones y propuestas

debe ayudar a ejercitar al alumno en aquellos hechos comunes del periodismo especializado: como ejemplos, las campañas electorales, los debates parlamentarios, el conflicto de poderes entre instituciones, los congresos de partidos, la corrupción, etcétera.

Con todo, un examen atento de los planes de estudio de grado (cf. Anexo V) muestra que 15 de las 37 universidades permiten obtener el título de Grado en Periodismo sin haber realizado prácticas profesionales en empresas (aunque 8 de ellas ofrecen la opción como asignatura optativa, casi siempre de 6 créditos); por el contrario, 22 universidades sí incluyen como obligatorias las prácticas en empresa. Así pues, la propuesta de asignatura que realizamos intentará tener en cuenta la posibilidad de que, durante los cuatro cursos del grado, los estudiantes no tengan contacto real con el mundo profesional, para lo que será importante atender a la dimensión práctica de la docencia.

De tal manera, y a modo de propuesta, entendemos que la asignatura de periodismo político debería estructurarse siguiendo las tres directrices mencionadas al principio. Pensando en una asignatura cuatrimestral de 6 créditos, proponemos que los 4,5 créditos de exposición teórica se dediquen a los siguientes contenidos:

1. El periodismo político en la historia del periodismo: Génesis del periodismo político. Papel del periodismo político en momentos claves del siglo XVIII, XIX y XX. El periodismo político en las sociedades democráticas.
2. El periodismo político como especialización del periodismo: Metodología del periodismo especializado. Elementos diferenciales de la especialización del periodismo político.
3. La noticia política: Definición y diferenciación respecto a otros hechos no políticos. El hecho político, cobertura y rutina productiva.
4. El periodismo político en prensa, radio, televisión e Internet. Sistemas de toma de decisiones en cada medio y sus diferencias. Rutinas del periodista.
5. La comunicación política y el periodismo político. Conflicto entre el emisor institucional y el periodista político. Papel del periodista ante la comunicación política.

5: Conclusiones y propuestas

6. Los géneros de la información política: tendencias de la noticia, el reportaje y la entrevista. El auge de la crónica política. La opinión política. La información política en el soporte digital.
7. Las fuentes en el periodismo político. El conflicto entre periodista y político. El Off the Record. Las dinámicas del premio y castigo.
8. La interpretación en el periodismo político: Elaboración de textos periodísticos para profundizar en hechos concretos para su mayor comprensión con la metodología del periodismo de investigación. En este punto será importante el análisis de textos ya publicados de otros autores sobre su análisis de estos mismos hechos o acontecimientos.
9. Derechos del periodista en el ejercicio de su profesión. Deontología del periodismo.
10. Grandes temas de la información política:
 - 10.1. La cobertura informativa institucional en los ámbitos estatal, autonómico, local. El trabajo del periodista político ante la UE.
 - 10.2. Las campañas electorales y el análisis de los resultados electorales.
 - 10.3. Los congresos de partidos políticos: análisis de las ejecutivas, y del líder; y de los acuerdos internos, tanto de carácter organizativo como de programa político.
 - 10.4. La corrupción en la política: los delitos contra la administración pública. Papel de los tribunales. Responsabilidad judicial y responsabilidad política.
 - 10.5. Los debates parlamentarios: en el Congreso y en las cámaras autonómicas.
 - 10.6. Cobertura de hechos excepcionales: atentados, crisis de gobiernos, etcétera.

Por lo que se refiere a los créditos prácticos, las 15 horas de clases no expositivas deberían dedicarse a familiarizar al estudiante con las rutinas de los profesionales del periodismo político. En este sentido, nos parece sumamente interesante una experiencia referida por Griffith (2012) de simulación de un periódico digital. A nuestro entender las prácticas deben ir dirigidas al desarrollo de habilidades profesionales orientadas hacia el ejercicio de control del poder político. Entre estas prácticas son de suma importancia aquellas que familiaricen al estudiante con los actores políticos. Por ello, proponemos la realización de los siguientes casos prácticos:

5: Conclusiones y propuestas

- A) Rueda de prensa con un político en activo con representación institucional con el objetivo de conocer la actividad de un político y su relación con los medios de comunicación.
- B) Análisis y elaboración de texto informativo sobre un programa electoral de un partido político, aunque en el momento del ejercicio no estén convocadas elecciones.
- C) Análisis y elaboración de texto informativo sobre la ponencia marco aprobada por un partido político determinado.
- D) Seguimiento de un debate Parlamentario de Investidura o de Estado de la Nación o de Estado de la Comunidad, grabado o en directo, según se produzca este hecho durante la docencia de la asignatura.
- E) Entrevista personal y única a un político en activo con dos posibles objetivos: descubrir a un personaje concreto o utilizar ese mismo personaje para comprender mejor un hecho de actualidad.
- F) Elaboración de un reportaje sobre un hecho informativo de actualidad durante el periodo en el que se imparte la asignatura dando especial importancia al tratamiento de las fuentes de información y a la precisión de los datos.

5.3. POSIBLES LÍNEAS DE FUTURO

Esta tesis, según dijimos al inicio, nace como respuesta a preguntas muy concretas relacionadas con la especialización del periodismo político, su predominio en la esfera mediática y su escasa presencia en el diseño de los planes de estudio de los grados europeos de la universidad española. Con todo, tratar de responder a estas preguntas iniciales ha supuesto, inevitablemente, la aparición de otras nuevas que no queremos dejar de mencionar, y que constituyen, creemos, líneas de investigación con interés y especificidad propios. Los mencionamos a continuación, como líneas de futuro:

1. En primer lugar, sería interesante abordar la presencia de la información política en las portadas de los diarios digitales, si existe una correlación entre la presencia de la “política” en los medios impresos y en sus ediciones digitales, así como en los periódicos digitales que no tienen su base en una edición en papel. Al respecto, sería también interesante conocer cómo se estructura la información política en el soporte digital, si su presentación se corresponde al esquema que se traslada en papel, o si tiene una configuración diferente, cuestión en la que sería fundamental analizar los géneros que tienen más presencia en las ediciones digitales. Entendemos que este aspecto supera el objetivo de esta investigación pero creemos que se abre un nuevo y gran campo de estudio en un terreno que, como se ha señalado en el presente trabajo, está en fase experimental a tenor de las diferentes formas de diarios digitales que podemos observar en la Red.
2. Desde un punto de vista teórico, y también histórico, como apuntan Neveu y Khun (2002) existen “puntos ciegos” sobre estudios históricos y comparados, la falta de estudios sobre las relaciones entre periodismo político y otras especializaciones, y la falta de estudios sobre el concepto de “política” tratado en los medios. Ideas que deberían ser la base de ulteriores investigaciones.

5: Conclusiones y propuestas

3. Otro tema que habría merecido un interés más detallado, esta vez desde planteamientos más teóricos, se refiere a las relaciones que hemos mencionado entre los distintos tipos de democracia y el prototipo de periodismo/periodista político que configura en cada uno de ellos. Es decir, profundizar más en la función del periodista político en su entorno político.
4. La muestra de encuestas a periodistas políticos, realizada en el último periodo de esta investigación, nos ha hecho pensar que este procedimiento de investigación proporciona información realmente interesante, especialmente en el campo de observaciones (de respuesta abierta) donde nuestros informantes han aportado juicios y creencias en los que se podría profundizar (ampliando el número de encuestados de una forma representativa), posiblemente poniéndolo en relación con el apartado sugerido en (2).
5. En el ámbito específicamente referido a los planes de estudio universitarios, esta investigación se ha centrado en el nivel inicial de formación, los Grados, pero sería posible desarrollar una investigación de similar profundidad en el ámbito del Máster, que permitiría completar panorama global de estos estudios en nuestro país. Además, somos conscientes de que alguna de las universidades descritas no han terminado de implantar los Grados en 2013, y por tanto puede que el curso 2013-2014 suponga ciertas diferencias mínimas en la situación que hemos descrito.
6. Creemos que deberían abrirse investigaciones paralelas a la nuestra en cuanto al desarrollo de habilidades según áreas de trabajo del periodismo político. Desde la cobertura de un hecho concreto, es decir, un acontecimiento acotado a espacio y tiempo como un debate parlamanterio, a desarrollos de investigación del periodismo político, como los casos de corrupción. Como ya se ha señalado, nos referimos a sistematizar necesidades productivas que puede necesitar un periodista político según qué tipo de hechos se deban abordar para ofrecer la mejor calidad de los mismos. No se trata tanto de metodologías concretas, que ya están, entendemos, bien referenciadas en los estudios y obras señaladas, especialmente a lo referido a la metodología del periodismo de investigación, sino al terreno de la práctica, desde el tipo de fuentes de información que son más necesarias en cada caso hasta la manera de producir dicha información, con

5: Conclusiones y propuestas

qué géneros, con qué normas deontológicas y hasta el aprendizaje de la praxis necesaria para ofrecer al lector una información lo más contrastada posible.

7. El trabajo de campo realizado sobre las portadas podría también ampliarse, prestando atención detallada a las noticias políticas de cada uno de los diarios, desde diversos puntos de vista; por ejemplo, buscando diferencias en quiénes son los protagonistas de las noticias de cada diario, y desde qué posiciones políticas se construyen esas noticias, aunque este campo de estudio pertenece más al análisis del discurso que a la investigación sobre periodismo.
8. Por último, creemos interesante analizar en posteriores trabajos la profesión del periodista político y su papel en la sociedad actual, de acuerdo con la evolución de las nuevas técnicas de producción periodística derivadas de la combinación, como ocurre en muchos medios, del trabajo en papel y el trabajo en las ediciones digitales. Un campo que, al igual que en otras áreas del periodismo, está en fase de desarrollo por cuanto cada vez el periodista debe dominar al mismo tiempo los tres lenguajes de la comunicación, oral, escrito y visual.

Estos temas son algunos de los que han ido surgiendo durante el período de lecturas y ampliación bibliográfica que hemos desarrollado para dar soporte a nuestras hipótesis de trabajo inicial, y confiamos en poder dedicar a alguno de ellos futuras investigaciones que deseamos emprender.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- Aguilera, Octavio (1990): *Las ideologías en el periodismo*. Madrid. Paraninfo.
- Allerns, Sigurd & Blach-Ørsten, Mark (2011): The News media as a Political Institution. *Journalism Studies* 12:1, pp. 92-105. DOI: 10.1080/1461670X.2010.511958
- Andréu Abela, Jaime (2001): Las técnicas de análisis de contenido: una revisión actualizada. Documento de trabajo, S2001/03, Centro de estudios andaluces, <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>
- ANECA (2004): *Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación*, http://www.aneca.es/var/media/150336/libroblanco_comunicacion_def.pdf
- Armentia Vizuete, José Ignacio (2011): La difícil supervivencia de los diarios ante la agonía del soporte papel. *Ámbitos* 20, pp. 11-27.
- Barnett, Steven & Gaber, Ivor (2001): *Westminster Tales. The Twenty-first-century Crisis in Political Journalism*. London. Continuum International Publishing Group.
- Barnhurst, Kevin G. (2000): *Political Engagement and the Audience for News: Lessons from Spain*. *Journalism & Communication Monographs* 2: 6. DOI: 10.1177/152263790000200102.
- Benito, Ángel (1978): *La socialización del poder de informar*. Madrid. Pirámide.
- Bennet, Lance (1990): *Toward a theory of press-state relations in the United States*. *Journal of Communication* 40 (2), 103-125.
- Berelson, Bernard (1952): *Content analysis in communication research*. New York. Free Press.
- Berganza, M. Rosa (2005): *El Periodismo especializado*. Madrid. Ediciones Internacionales Universitarias.
- Berganza, M. Rosa (2008): Medios de comunicación, “espiral de cinismo” y desconfianza política. Estudio de caso de la cobertura mediática de las elecciones europeas. *ZER* 13, 25, pp. 121-139. <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer25-06-berganza.pdf>
- Berganza, M. Rosa; Oller Alonso, Martín & Meier, Katrin (2010): Los roles periodísticos y la objetividad en el periodismo político escrito suizo y español. *Revista Latina de Comunicación Social* 65, pp. 488-502. DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-914-488-502.

Bibliografía

- Berganza, M. Rosa; Van Dalen, Arjen & Chaparro, M. Ángeles (2010): La percepción mutua de las relaciones entre periodistas parlamentarios y miembros del Congreso y de su influencia en las agendas política y mediática. *Revista de Comunicación* 9, pp. 7-25. <http://rcom.medianewsonline.com/pdf/2010/Art007-25.pdf>
- Berjoan, Thomas (2004): Ethnographie de la sujétion : Le journaliste politique et ses sources. *Questions de communication*, 5, pp. 213-225.
- Bezúnartea, O. (1989): *Los límites de la información política. Las nuevas ofertas de TV privada en el Estado Español*. Bilbao. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Blasco, Ricard & Laguna, Antonio (1990): *Historia del periodismo valenciano. Doscientos años en primera plana*. Valencia. Generalitat Valenciana.
- Blumer, Jay G. & Gurevitch; Michael (1995): *The crisis of Public Communication*. Londres. Routledge.
- Blumler, Jay G. & Kavanagh, Dennis (1999): The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political communication*, 26, pp. 209-230. <http://cuni.cz/IKSZ-16-version1-pka.PDF>
- Böckelmann, Frank (1983): *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Barcelona. Gustavo Gili.
- Borrat, Héctor (1989a): *El periódico, actor político*. Barcelona. Gustavo Gili.
- Borrat, Héctor (1989b): El periódico, actor del sistema político. *Anàlisi* 12, pp. 67-80.
- Borrat, Héctor (1993): Hacia una teoría de la especialización periodística. *Anàlisi*, nº 15
- Borrat, Héctor (2006): Los periódicos, narradores en interacción. En M. de Fontcuberta y H. Borrat (eds.): *Periódicos, sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires: La Crujía.
- Bourdieu, Pierre (2000): *Sobre el campo político. Conversación con Philippe Fritsch*. Lyon. Presses Universitaires.
- Bouza-Brey, Luis (2004): El poder y los sistemas políticos. En M. Caminal (Ed.): *Manual de Ciencia Política*. Madrid. Tecnos. (pp. 39-84).
- Bridges, Janet A. & Bridges, Lamar W. (1997): Changes in news use on the front pages of the American daily newspaper, 1986-1993. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 74, (4), pp. 826-838.

Bibliografía

- Bustamante, Enrique (2004). *La televisión económica: Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona. Gedisa.
- Calabrese, Omar (1994): *La edad neobarroca*. Madrid. Cátedra.
- Camacho, Idoia (Coord.): *La especialización en Periodismo. Formarse para informar*. Sevilla/Zamora. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Canel, María José (1999): *Comunicación Política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid. Tecnos.
- Canga, Jesús; Coca, César; Peña, Simón & Pérez, Jesús A. (2010): Terrorismo y política dominan las portadas de la prensa vasca. Análisis de contenido y superficie de las primeras páginas de los diarios autonómicos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65: 61-70. DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-883-061-07.
- Casero Ripollés, Andreu & López Rabadán, Pablo (2012): La evolución de las fuentes informativas en el periodismo español. *III Congreso Internacional "Comunicación y Riesgo"*. Universitat Rovira i Virgili. Tarragona, 18-20 enero 2012. http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions_cd/ok/311.pdf
- Casero Ripollés, Andreu (2008): Modelos de relación entre periodistas y políticos: la perspectiva de la negociación constante. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14: 111-128.
- Cercas, Javier (2009): *Anatomía de un instante*. Barcelona. Mondadori.
- Chacón Gutiérrez, Inmaculada & García Jiménez, Antonio (2001): Documentación para el periodismo especializado. *Revista General de Información y Documentación*, 11, 2, pp.33-60.
- Charron, Jean Marie (2000): *La nature politique du journalisme politique*. Les Études de communication publique, Cahier número 15. http://www.com.ulaval.ca/fileadmin/contenu/docs_pdf/articles/etudes_com_publ/15e_cp.pdf
- Charron, Jean-Marie (2006): Les journalistes politiques: qui sont-ils? *Le Temps des médias*, 2006/2, n° 7, p. 176-190. DOI : 10.3917/tdm.007.0176
- Chomsky, Noam y Herman, Edward S. (1990): *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Grijalbo Mondadori. Traducción de Carme Castells.
- Chuliá, Elisa. (2001): *El poder y la palabra*. Madrid. Biblioteca Nueva.

Bibliografía

- Colle, Raymond (2011): *El análisis de contenido de las comunicaciones*. La Laguna: Sociedad latina de Comunicación Social. http://www.recinet.org/colle/publicaciones/Analcontenido_completo.pdf
- Colombo, Furio (1997): *Últimas noticias sobre el periodismo*. Barcelona. Anagrama.
- Cook, Timothy E. (1998): *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*. Univ. of Chicago Press.
- Copeland, D.A. (2006) *The idea of a free press: The Enlightenment and its unruly legacy* Evanston. Northwestern University Press.
- Danielson, Wayne A. & Lasorsa, Dominique L. (1997): Perceptions of Social Change: 100 Years of Front-Page Content in the New York Times and the Los Angeles Times. En Carls W. Roberts (Ed.): *Text Analysis for the Social Sciences: Methods for Drawing Statistical Inferences from Texts and Transcripts*. Mahwah, N.J.: Erlbaum. (pp. 103-115).
- Davis Aeron (2009): Journalist-Source relations, mediated reflexivity and the politics of politics. *Journalism Studies* 10/2, pp. 204-219.
- Deuze, Mark J.P. (2002): Concept and Method of Journalism Studies. *Journalists in The Netherlands*. University of Amsterdam, pp. 37-63. <http://dare.uva.nl/record/112258>.
- Doménech Fabregat, Hugo y López rabadán, Pablo (2012): Las competencias profesionales en el ámbito de la especialización periodística. Propuesta de coordinación docente para los estudios de grado. *Estudios sobre el mensaje periodístico* 18, pp. 283-292.
- Easton, David (1965): *A framework for Political Analysis*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Elías, Carlos (1999): Periodistas especializados y acostumbrados: la divulgación de la ciencia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 20. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/58elias.htm>
- Entman, Robert M. (2003): Cascading Activation: Contesting the White House's Frame After 9/11. *Political Communication*, 20 (4), pp. 415-432.
- Erbring, L; Goldenberg, E.N. & Miller, A.H. (1980): Front-Page News and Real-World Cues: A New Look at Agenda Setting by the Media. *American Journal of Political Science*, 24, 1, pp. 16-49.

Bibliografía

- Esser, Frank; Strömbäck, Jesper & de Vreese, Claes H. (2012): Reviewing key concepts in research on political news journalism: Conceptualizations, operationalizations, and propositions for future research. *Journalism* 13 (2): 139-143. DOI: 10.1177/1464884911427795.
- Fernández del Moral, Javier (2004) (coord.): *El periodismo especializado: un modelo sistémico para la difusión del conocimiento*. Barcelona. Ariel.
- Fernández del Moral, Javier y Esteve, Francisco (1993): *Fundamentos de la Información Periodística Especializada*. Madrid. Síntesis.
- Fogel, Jean François y Patiño, Bruno (2005). *La Prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital*. Madrid. Punto de lectura 2007.
- Fontcuberta, Mar de (1992): *Proyecto docente*. Barcelona. Departamento de Periodismo, Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Inédito.
- Fontcuberta, Mar de (1993): *La noticia, pistas para percibir el mundo*. Barcelona. Paidós.
- Fontcuberta, Mar de (2006): El temario periodístico. En Fontcuberta,, Mar de & Borrat, Héctor (2006): *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción*. Buenos Aires. La Crujía Ediciones pp. 55-87.
- Franklin, Bob (2012): The future of Journalism. Developments and debates. *Journalism Studies* 13: 5-6, pp. 663-681.
- Fuentes, Juan Francisco y Fernández Sebastián, Javier (1998): *Historia del periodismo español*. Madrid. Síntesis.
- Galdón López, Gabriel (2001): Los otros periodismos. En Galdón López, Gabriel (coord.): *Introducción a la comunicación y a la información*. Barcelona. Ariel. (pp. 99-122).
- Gans, Herbert J. (1980): *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. New York. Vintage.
- García Ferrando, Manuel; Ibáñez, Jesús y Alvira, Francisco (Comps.) (2005): *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid. Alianza (3ª ed.).
- García Marín, Javier (2007): *El comportamiento de la prensa durante los conflictos de Kosovo e Irán*. Tesis doctoral. Universidad de Granada.
- Gifreu, Josep (1996): *Estructura general de la comunicació pública*. Barcelona. Pòrtic.

Bibliografía

- Giró, Xavier (1995): La relació premsa-política des del punt de vista dels periodistas. Enquesta als periodistes de Política dels mitjans de comunicació de Catalunya. *Capçalera*, núm. 61, agost.
- Giró, Xavier (2010): Discursos y grietas en política: La lógica de los actores, los límites de los medios y las metas periodísticas. En Camacho, Idoia (Coord.): *La especialización en Periodismo. Formarse para informar*. Sevilla/Zamora. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. (pp. 75-95).
- Glynn, Carrol J. et al. (Eds.) (1999): *Public opinion*. Boulder, CO: Westview Press
- Gómez Mompert, Josep Lluís (1992): *La gènesi de la premsa de masses a Catalunya (1902-1923)*. Barcelona. Pòrtic.
- Gomis, Lorenzo (1975): *El Medio Media: la función política de la prensa*. Madrid. Seminario y Ediciones, S.A
- Gomis, Lorenzo (1991): *Teoría del periodismo*, Barcelona, Paidós.
- Griffiths, Mary (2012). Real-time political news: designing information flows in an online scenario. *eLC Research Paper Series*, 5, pp. 41-52.
- Grossi, Giorgio (1981): Profesionalita e casi eccezionali. *Problemi dell'informazione*. Número 1, pp. 71-86.
- Guillamet, Jaume (2003): *Historia del periodismo*. Barcelona. Autònoma de Barcelona.
- Habermas, Jürgen (1981): "Historia y crítica de la opinión pública". Barcelona. GG MassMedia
- Hallin, Daniel & Mancini, Paolo (2004): *Comparing Media Systems. Three models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hanitzsch, Thomas; Hanusch, Folker; Mellado, Claudia; Anikina, Maria , Berganza, Rosa; Cangoz, Incilay; Coman, Mihai; Hamada, Basyouni; Hernández, María Elena; Karadjov, Christopher D.; Moreira, Sonia Virginia; Mwesige, Peter G. ; Plaisance, Patrick Lee; Reich, Zvi; Seethaler, Josef; Skewes, Elizabeth A.; Vardiansyah Noor, Dani & Kee Wang Yuen, Edgar (2011): Mapping journalism cultures across nations. *Journalism Studies*, 12: 3, pp.273-293. DOI: 10.1080/1461670X.2010.512502
- Hanretty, Chris (2009): Explaining the De Facto Independence of Public Broadcasters. *British Journal of Political Science* 40, pp. 75-89. DOI: 10.1017/S000712340999024X

Bibliografía

- Hayden, Joe (2008): Book Review: Everyman News: The Changing American Front Page. *Newspaper Research Journal* 29 (29): pp.100-101.
- Herman, Edward S. & Chomsky, Noam (1988): *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Nueva York. Pantheon.
- Herrero Aguado, Carmen (2001): La ideología como valor en el periodismo político, en Arias, Eloy; Barroso, Elena; Parias, María y Ruíz, M. José (Eds) (2001): *Comunicación, Historia y Sociedad. Homenaje a Alfonso Braojos*, Univ. De Sevilla, pp.465-478.
- Herrero, Carmen (1996): *Periodismo Político y Persuasión*. Madrid. Actas.
- Hopmann, David Nicolas; Van Aelst, Peter & Legnante, Guido (2011): Political balance in the news: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism* 13(2) 240–257. DOI: 10.1177/1464884911427804.
- Humanes, María Luisa (2005). La enseñanza del periodismo en España. *El punto de vista de Le Monde Diplomatique*, 3, 13-16.
- Humanes, María Luisa (2007). La investigación sobre la profesión periodística en España. *Sphera Publica*, Número especial, 173-193.
- Jones, Janet & Salter, Lee (2012): *Digital Journalism*. Los Angeles. Sage Pubs.
- Kantola, Anu. (2012): From gardeners to revolutionaries: The rise of the liquid ethos in political journalism. *Journalism* 20. DOI: 10.1177/1464884912454504.
- Kapuscinski, Ryszard (2002): *Los cínicos no sirven para este oficio*. Barcelona. Anagrama.
- Kawamoto, Kevin (Ed.) (2003): *Digital Journalism. Emerging Media and the Changing Horizon of Journalism*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Knightley, Philipp (2013): Foreword. En Barry Turner y Richard Orange (Eds): *Specialist Journalism*, Nueva York: Routledge, pp. xi-xiii.
- Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom (2001): *Los elementos del periodismo*. Madrid: Ediciones *El País*, 2003.
- Krippendorff, Klaus (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Barcelona. Paidós Comunicación.
- Kuhn, Raymond & Neveu, Érik (Eds.) (2002): *Political Journalism: New challenges, new practices*. London, Routledge.
- Lakoff, George (2004): *No pienses en un elefante*. Madrid. UCM. 2007.

Bibliografía

- Legavre, Jean-Baptiste (2005): Les journalistes politiques, des spécialistes du jeu politique, en Matonti, F. (dir.): *La démobilisation politique*, Paris, La Dispute, 2005. pp. 117-142.
- Lengauer, Günther; Esser, Frank & Berganza, Rosa (2011): Negativity in political news: a review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism* 13(2), pp. 179-202.
- Leonard, Thomas C. (1986): *The Power of Press. The Birth of the American Political Reporting*. New York. Oxford University Press.
- Lijphart, Arend (1999): *Modelos de democracia. Formas de gobierno y resultados en treinta y seis países*. Barcelona. Ariel. 2000
- López, Manuel (1995): *Cómo se fabrican las noticias*. Barcelona. Paidós.
- Maarek, Philippe J. (1997): *Marketing político y comunicación: claves para una buena información política*. Barcelona. Paidós.
- Machado, Elias (2010): Journalism research methodologies: a historical review and prospects for the production of guidance manuals. *Brazilian Journalism Research* 6 (1), pp. 10-28.
- Macnamara, Jim (2005): Media content analysis: Its uses, benefits and best practice methodology. *Asia Pacific Public Relations Journal*, 6(1), 1–34
- Marchetti Dominique (2001): Les sous-champs specialises du journalisme. *La Découverte/Réseaux*, 2002/1, n° 111, pp. 22-55. DOI : 10.3917/res.111.0022
- Martín Salgado, Lourdes (2002): *Marketing Político, arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Barcelona. Paidos.
- Martínez Nicolás, Manuel y Saperas Lapiedra, Enric (2011): La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, pp. 101-129. http://www.revistalatinacs.org/11/art/926_Vicalvaro/RLCS_art926.pdf
- McChesney, Robert W. (2012): Farewell to Journalism? *Journalism Studies*, 13: 5-6, pp. 682-694.
- McCombs, Maxwell (1996): Influencia de las noticias sobre nuestra imagen del mundo. En Bryant, J y Zillmann, D. (comps.): *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós, pp. 13-34.
- McNair, Brian (2000): *Journalism and Democracy. Evaluation of Political Public Sphere*. Routledge.

Bibliografía

- McNair, Brian (2003): *An Introduction to Political Communication*. London. Routledge (3th edition).
- McQuail, Denis, y Windahl, Sven (1993). *Communication models for the study of mass communication*. London: Longman.
- Meneses, María (2007): En torno al periodismo especializado. Consensos y disensos conceptuales. *Anàlisi* 35, pp. 137-152.
- Merrit, Davis (1995): *Public Journalism and public life. Why telling the news is not enough*. Hillsdale (NJ). Lawrence Erlbaum Associates.
- Meyer, Philip (2004): *The Vanishing Newspaper. Saving Journalism In the Information Age*. Columbia, Missouri: University of Missouri Press.
- Minués Santos, Luís (2005): *¡Peligro!, periodistas. Un análisis crítico del oficio de informar*. Sevilla. Comunicación Social, ediciones y publicaciones.
- Morán, Gregorio (1992): *El precio de la Transición*. Barcelona. Planeta.
- Muñoz Torres, J. R. (1997). Aproximación al concepto de información periodística especializada. En: Esteve Ramírez, F. (coord.). *Estudios sobre información periodística especializada*. Valencia: Fundación Universitaria CEU San Pablo, p. 25-41.
- Muñoz-Alonso Ledo, Alejandro. (2004): La información política. En Fernández del Moral, Javier (Coord.): *Periodismo Especializado*. Barcelona. Ariel.
- Murciano, Marcial (2010): La transformación de los estudios de comunicación en España. Nuevo contexto europeo de los estudios universitarios y enseñanzas para favorecer un espacio de cooperación iberoamericano. *Diálogos de la comunicación* 79, pp. 1-10.
- Neuendorf, Kimberley (2002): *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks, CA. Sage Publications.
- Neveu, Erik (2002): Four generations of political journalism, en R. Kuhn & E. Neveu (eds): *Political Journalism. New challenges, new practices*. Routledge (pp. 22-42).
- Noëlle-Neumann, Elisabeth (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós
- Núñez Ladevéze, Luis & Torrecillas Lacave, Teresa (2011): El poder y la comunicación en la sociedad digital. *Correspondencias & Análisis* 1, pp. 35-48.

Bibliografía

- Orive, Pedro (1977): *Estructura de la información periodística*. Madrid. Pirámide. Tomo I.
- Ortí, Alfonso (2005): "La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo". En García Ferrando et al. (Comps): *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid. Alianza (3ª ed.).
- Ortiz Simarro, Pedro (1997): "La formación dual del periodista Especializado". En: Esteve Ramírez, F. (coord.). *Estudios sobre información periodística especializada*. Valencia: Fundación Universitaria CEU San Pablo.
- Pellicer, Nel.lo (2005): *Anàlisi dels discurs periodístic de Martí Domínguez i Barberà*. Tesis Doctoral, Universitat de València.
- Pérez Cuadrado, Pedro (2008): La evolución del código cromático de las portadas de ABC, 1936-1939. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63: 174-188, DOI: 10.4185/RLCS-63-2008-760d-174-188.
- Quesada, Montse (1995): La especialización en la prensa diaria de información general. *Periodística*, nº 8, pp. 75-111.
- Quesada, Montse (2012). *Curso de Periodismo Especializado*. Madrid. Síntesis.
- Quesada, Montserrat (1993): El nou impuls del Periodisme Especialitzat. *Treballs de Comunicació*, nº 4, pp. 93-99.
- Quesada, Montserrat (1994): El Periodismo especializado como prioridad de formación de los futuros periodistas. *Estudios de Periodística*, nº 3, pp. 99-109.
- Quesada, Montserrat (1995): La especialización en la prensa diaria de información general. *Periodística*, nº 8, pp. 75-111. <http://www.raco.cat/index.php/Periodistica/article/view/245770/329045>
- Quesada, Montserrat (1998): *Periodismo especializado*. Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid.
- Quesada, Montserrat (2001): Periodismo Especializado. En Galdón, Gabriel (coord.). *Introducción a la comunicación y la información*. Barcelona. Ariel, pp. 123-138.
- Quesada, Montserrat (2010) (Ed.): *Internet como fuente generadora de contenidos especializados*. Barcelona. Universitat Pompeu Fabra.
- Quesada, Montserrat (2012): *Curso de Periodismo Especializado*. Madrid. Síntesis.

Bibliografía

- Rafter, Kevin (2013): Political Journalism. En Barry Turner y Richard Orange (Eds): *Specialist Journalism*, Nueva York: Routledge pp. 30-38.
- Ramírez de la Piscina, Txema (1999): Realidad y utopía de la especialización en periodismo. *Zer*, 6/4, pp. 261-279.
<http://www.ehu.es/zer/es/hemeroteca/articulo/realidad-y-utopia-de-la-especializacion-en-el-periodismo/85>
- Reinemann, Carsten (2004): Routine Reliance Revisited: Exploring Media Importance for German Political Journalists. *Journalism and Mass Communication Quarterly* 81/4, pp. 857-876.
- Reyes Arce, Rafael y Münch, Lourdes (2002): *Comunicación y Mercadotecnia Política*. México. Noriega Ediciones.
- Rodrigo Alsina, Miguel (1989): *La construcción de la noticia*. Barcelona. Paidós Ibérica. 2005.
- Rodríguez-Polo, Xosé Ramón y Santillán Buelna, José Ramón (2012): Organización y rutinas del periodismo político en la prensa española de referencia. *Observatorio Journal* 6/4, pp. 215-234.
- Roncarolo, Franca (2002). A Crisis in the Mirror: Old and New Elements in Italian Political Communication. En R. Kuhn & E. Neveu (eds.) *Political Journalism: new challenges, new practices*. London. Routledge. pp. 69-91.
- Rosen, Jay; Merrit, Davis y Austin, Lisa (Eds) (1997): *Public Journalism: theory and practice*/lessons from experience*. Dayton, OH: Kettering Foundation.
- Sanders, Karen & Canel, María José (2006): A scribbling tribe: Reporting political scandal in Britain and Spain. *Journalism*, 7(4), pp. 453-476. DOI: 10.1177/1464884906068362.
- Seitta, Eugénie (2008): Les journalistes politiques et leurs sources. D'une rhétorique de l'expertise critique à une rhétorique du «cynisme». *Mots. Les langages du politique*, n° 87, pp. 113-128.
- Shribman, David (2004): Only a lunatic would do this kind of work. *Nieman Reports*, <http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=100858>
- Sierra Sánchez, Javier (2010): Competencias profesionales y empleo en el futuro periodista: el caso de los estudiantes de periodismo de la Universidad San Pablo CEU. *Icono* 14, n° 2, pp.156-175.

Bibliografia

- Soriano Ginés, Vicent (2006): *Historia de la premsa*. Xàtiva. Soriano Ginés.
- Sormany, Pierre (2011). Le journalisme spécialisé. En *Le métier de journaliste*. Quebec. Boreal. (pp. 377-470).
- Strömbäck, Jesper (2005): In Search of a Standard: four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism Studies* 6/3, pp. 331-345.
- Teramo (2006)
- The Missouri Group (1980): *The News Reporting and Writing*. Nueva York. St Martin's Press.
- Tocqueville, Alexis De (1840): *Democracy in America*. Vol 2. Digireads eds. 2007
- Tresch, Anke; Sciarini, Pascal & Varone, Frédéric (2011): A policy cycle perspective on the media's political agenda-setting power. *6th ECPR General Conference, University of Iceland, Reykjavik, August 25-27, 2011*.
- Treserras i Gaju, Joan Manel (1992): Els Orígens dels impresos periòdics als Països Catalans. *Periodística: revista acadèmica*, 5, pp. 57-64. <http://www.raco.cat/index.php/Periodistica/article/view/245737/329012>
- Treserras i Gaju, Joan Manuel (1994): Historia de la premsa, història del periodisme, història de la comunicació. *Gazeta, Actes de les primeres jornades d'història de la premsa*. Barcelona: Societat Catalana de la Comunicació, pp. 67-78.
- Tuñón, Amparo (1989): *Proyecto docente*. Barcelona. Departamento de Periodismo, Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Innédito.
- Tuñón, Amparo (1993): L'especialització en periodismo: un canvi de paradigma. *Anàlisi* 15, pp. 85-98. <http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n15p85.pdf>
- Turner, Barry y Orange, Richard (Eds) (2013): *Specialist Journalism*, Nueva York: Routledge.
- UNESCO (2007): *Model Curricula for Journalism Education/ Plan Modelo de Estudios de Periodismo*, <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209s.pdf>
- Vadillo Bengoa, Nerea; Lazo, Carmen Marta & Cabrera Altieri, Daniel (2010): Proceso de adaptación de los estudios de Comunicación al EEES: el caso de Aragón, una comunidad pionera. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, pp. 187-203.
- Van Dalen, Arjen (2010): Political journalism in comparative perspective. Summary. <http://static.sdu.dk/mediafiles//6/2/3/%7B623BAE19-C202-4F9F-9A4F->

Bibliografía

[EEEEAA01F535E%7DArjenVanDalen2010_PoliticalArjenVanDalen-JournalisminComparativePerspective_Summary.pdf](#)

- Van Dalen, Arjen (2012): Structural Bias in Cross-National Perspective: How Political Systems and Journalism Cultures Influence Government Dominance in the News. *The International Journal of Press/Politics* 17(1): 32-55. DOI: 10.1177/1940161211411087.
- Van Dalen, Arjen; Albaek, Erik & de Vreese, Claes (2012): Different roles, different content? A four-country comparison of the role conceptions and reporting style of political journalists. *Journalism* 13 (7), pp. 903-922. DOI: 10.1177/1464884911431538
- Van Dalen, Arjen; Albaek, Erik & de Vreese, Claes (2009): Main conclusions of survey among Political Journalists in the United Kingdom. http://static.sdu.dk/mediafiles//Files/Om_SDU/Centre/Journalistik/Publikationer/ReportUKJournalistsurvey.pdf
- Van Dalen, Arjen; Albaek, Erik & de Vreese, Claes (2011): Suspicious minds: Explaining political cynism among political journalists in Europe. *European Journal of Communication* 26, pp. 147- 162. DOI: 10.1177/0267323111404841
- Wolsfeld (2008)
- Zaller, John (2003): A New Standard of News Quality: Burglar Alarms for the Monitorial Citizen. *Political Communication*, 20, pp. 109–130. DOI: 10.1080/10584600390211136.

ANEXOS

ANEXO I. EJEMPLO DE FICHA DE PORTADA

Ejemplo de ficha rellena en el trabajo de campo sobre las portadas de los diarios:

Número de documento: 64 *El País*

Fecha: 03.06.11

Día de la semana: 5

1 Lunes 2 Martes 3 Miércoles 4 Jueves, 5 Viernes 6 Sábado 7 Domingo

Número de noticias de portada: 8

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Noticia apertura

Título de documento: 1

1 (Dos líneas o más)

2 (Una línea)

Superficie: 3

1 (Cinco columnas)

2 (Tres columnas)

3 (Dos columnas)

4 (Una columna)

5 (Faldón)

6 (Breve)

7 (Cuatro columnas)

Fotografía: 2

1 Si

2 No

Entradilla: 2

1 Si

2 No

Antetítulo: 2

1 .Sí

2 No

Área Temática 1

1 Política

1.1 Política Económica

1.2 Política Cultural

1.3 Política Social

1.4 Política Terrorismo

1.5 Política Internacional

1.6 Política Tribunales

2 Economía

3 Sociedad

4 Cultura

5 Deportes

6 Internacional

Localización: 1

1 España

2 España Región

3 Internacional Europa

4 Internacional EE.UU.

5 Internacional resto del mundo

5.1 Internacional conflicto Oriente Medio

Autoría del documento: 1

1 Propia

2 Agencias

Género: 1

1 Noticia

2 Crónica

3 Reportaje

4 Entrevista

Valoración de la noticia: 2

1 Positivo

2 Negativo

Noticia segunda

Título de documento: 1

1 (Dos líneas o más)

2 (Una línea)

Superficie: 3

1 (Cinco columnas)

2 (Tres columnas)

3 (Dos columnas)

4 (Una columna)

5 (Faldón)

6 (Breve)

Fotografía: 2

1 Sí

2 No

Entradilla: 2

1 Sí

2 No

Antetítulo: 2

1 Sí

2 No

Área Temática 1

1 Política

1.1 Política Económica

1.2 Política Cultural

1.3 Política Social

2 Economía

3 Sociedad

4 Cultura

5 Deportes

6 Internacional

Localización 1

1 España

2 España Región

3 Internacional Europa

4 Internacional EE.UU.

5 Internacional resto del mundo

Autoría del documento: 1

1 Propia

2 Agencias

Género: 1

1 Noticia

2 Crónica

3 Reportaje

4 Entrevista

Noticia tercera

Título de documento: 1

1 (Dos líneas o más)

2 (Una línea)

Superficie: 3

1 (Cinco columnas)

2 (Tres columnas)

3 (Dos columnas)

4 (Una columna)

5 (Faldón)

6 (Breve)

Fotografía: 1

1 Sí

2 No

Entradilla:1

1 Sí

2 No

Antetítulo2

1 Sí

2 No

Área Temática 1

1 Política

1.1 Política Económica

1.2 Política Cultural

1.3 Política Social

2 Economía

3 Sociedad

4 Cultura

5 Deportes

Localización: 5

1 España

2 España Región

3 Internacional Europa

4 Internacional EE.UU.

5 Internacional resto del mundo

Autoría del documento: 1

1 Propia

2 Agencias

Género: 1

1 Noticia

2 Crónica

3 Reportaje

4 Entrevista

Noticia cuarta

Título de documento: 1

1 (Dos líneas o más)

2 (Una línea)

Superficie: 6

1 (Cinco columnas)

2 (Tres columnas)

3 (Dos columnas)

4 (Una columna)

5 (Faldón)

6 (Breve)

Fotografía: 2

1 Sí

2 No

Entradilla:1

1 Sí

2 No

Antetítulo2

1 Sí

2 No

Área Temática 3

1 Política

1.1 Política Económica

1.2 Política Cultural

1.3 Política Social

2 Economía

3 Sociedad

4 Cultura

5 Deportes

Localización 5

1 España

2 España Región

3 Internacional Europa

4 Internacional EE.UU.

5 Internacional resto del mundo

Autoría del documento 1

1 Propia

2 Agencias

Género 1

1 Noticia

2 Crónica

3 Reportaje

4 Entrevista

Noticia quinta

Título de documento: 1

1 (Dos líneas o más)

2 (Una línea)

Superficie: 6

1 (Cinco columnas)

2 (Tres columnas)

3 (Dos columnas)

4 (Una columna)

5 (Faldón)

6 (Breve)

Fotografía: 2

1 Sí

2 No

Entradilla: 1

1 Sí

2 No

Antetítulo²

1 Sí

2 No

Área Temática³

1 Política

1.1 Política Económica

1.2 Política Cultural

1.3 Política Social

2 Economía

3 Sociedad

4 Cultura

5 Deportes

Localización 5

1 España

2 España Región

3 Internacional Europa

4 Internacional EE.UU.

5 Internacional resto del mundo

Autoría del documento 1

1 Propia

2 Agencias

Género 1

1 Noticia

2 Crónica

3 Reportaje

4 Entrevista

Noticia sexta

Título de documento: 1

1 (Dos líneas o más)

2 (Una línea)

Superficie: 6

1 (Cinco columnas)

2 (Tres columnas)

3 (Dos columnas)

4 (Una columna)

5 (Faldón)

6 (Breve)

Fotografía: 2

1 Si

2 No

Entradilla: 1

1 Sí

2 No

Antetítulo: 2

1 Sí

2 No

Área Temática: 1

1 Política

1.1 Política Económica

1.2 Política Cultural

1.3 Política Social

2 Economía

3 Sociedad

4 Cultura

5 Deportes

Localización: 1

1 España

2 España Región

3 Internacional Europa

4 Internacional EE.UU.

5 Internacional resto del mundo

Autoría del documento 1

1 Propia

2 Agencias

Género 1

1 Noticia

2 Crónica

3 Reportaje

4 Entrevista

Noticia séptima

Título de documento: 1

1 (Dos líneas o más)

2 (Una línea)

Superficie: 6

1 (Cinco columnas)

2 (Tres columnas)

3 (Dos columnas)

4 (Una columna)

5 (Faldón)

6 (Breve)

Fotografía: 1

1 Sí

2 No

Entradilla: 2

1 Sí

2 No

Antetítulo: 2

1 Si

2 No

Área Temática 3

1 Política

1.1 Política Económica

1.2 Política Cultural

1.3 Política Social

2 Economía

3 Sociedad

4 Cultura

5 Deportes

Localización 3

- 1 España
- 2 España Región
- 3 Internacional Europa
- 4 Internacional EE.UU.
- 5 Internacional resto del mundo

Autoría del documento: 1

- 1 Propia
 - 2 Agencias
- Género: 1
- 1 Noticia
 - 2 Crónica
 - 3 Reportaje
 - 4 Entrevista

Noticia octava

Título de documento: 1

- 1 (Dos líneas o más)
- 2 (Una línea)

Superficie: 6

- 1 (Cinco columnas)
- 2 (Tres columnas)
- 3 (Dos columnas)
- 4 (Una columna)

5 (Faldón)

6 (Breve)

Fotografía: 1

- 1 Sí
- 2 No

Entradilla:2

- 1 Sí
- 2 No

Antetítulo: 2

1 Sí

2 No

Área Temática: 3

1 Política

1.1 Política Económica

1.2 Política Cultural

1.3 Política Social

2 Economía

3 Sociedad

4 Cultura

5 Deportes

Localización: 1

1 España

2 España Región

3 Internacional Europa

4 Internacional EE.UU.

5 Internacional resto del mundo

Autoría del documento: 1

1 Propia

2 Agencias

Género: 1

1 Noticia

2 Crónica

3 Reportaje

4 Entrevista

BREVE RESUMEN PORTADA

Número noticias política: 4

1 1

2 2

3 3

4 4

5 5

**ANEXO II: LISTADO DE TÍTULOS VERIFICADOS DE
PERIODISMO, A PARTIR DE ANECA**

GRADOS	
Grado en Periodismo	Universidad de La Laguna
Grado en Periodismo	Universidad San Jorge
Grado en Periodismo	Universitat Ram3n Llull
Grado en Periodismo	Universidad Antonio de Nebrija
Grado en Periodismo	Universidad Carlos III de Madrid
Grado en Periodismo	Universidad de Zaragoza
Grado en Periodismo	Universidad Rey Juan Carlos
Grado en Periodismo	Universidad Europea de Madrid
Grado en Periodismo.	Universidad Cat3lica San Antonio
Grado en Periodismo	Universidad de las Illes Balears
Grado en Periodismo	Universitat Jaume I de Castell3n
Grado en Periodismo	Universitat Abat Oliba CEU
Grado en Periodismo	Universidad a Distancia de Madrid
Grado en Periodismo	Universidad Europea Miguel de Cervantes
Grado en Periodismo	Universidad San Pablo-CEU
Grado en Periodismo	Universitat de Vic
Grado en Periodismo	Universidad Cardenal Herrera-CEU
Grado en Periodismo	Universitat Rovira i Virgili
Grado en Periodismo	Universidad Francisco de Vitoria
Grado en Periodismo	Universitat Pompeu Fabra
Grado en Periodismo	Universidad de Navarra
Grado en Periodismo	Universidade de Santiago de Compostela
Grado en Periodismo	Universitat de Val3ncia
Grado en Periodismo	Universidad Complutense de Madrid
Grado en Periodismo	Universidad de Murcia
Grado en Periodismo	Universidad Pontificia de Salamanca
Grado en Periodismo	Universidad de Valladolid
Grado en Periodismo	Universidad de Castilla-La Mancha
Grado en Periodismo	Universidad del Pa3s Vasco
Grado en Periodismo	Universitat Miguel Hern3ndez d'Elx
Grado en Periodismo	Universitat Internacional de Catalunya
Grado en Periodismo	Universidad Camilo Jos3 Cela
Grado en Periodismo	Universidad de M3laga
Graduado o Graduada en Periodismo	Universidad de Sevilla
Grado de Periodismo	Universitat Aut3noma de Barcelona
Graduado o Graduada en Periodismo	Universidad Tecnolog3a y Empresa

Graduado o Graduada en Periodismo	Universidad Antonio de Lebrija
MÁSTERES	
Máster Universitario en Periodismo Avanzado. Reporterismo	Universitat Ramon Llull
Máster Universitario en Investigación en Comunicación y Periodismo	Universitat Autònoma de Barcelona
Máster Universitario en Comunicación y Periodismo Deportivo	Universidad Europea de Madrid
Máster Universitario en Investigación en Periodismo. Discurso y Comunicación	Universidad Complutense de Madrid
Máster Universitario en Periodismo Económico	Universidad Rey Juan Carlos
Máster Universitario en Periodismo en Televisión	Universidad Antonio de Lebrija
Máster Universitario en Periodismo Cultural	Universidad San Pablo-CEU
Máster Universitario en Periodismo Multimedia	Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea
Máster Universitario en Periodismo Audiovisual	Universidad Francisco de Vitoria
Máster Universitario en Periodismo Multimedia Profesional	Universidad Complutense de Madrid
Periodismo Digital y Redes Sociales	Universidad Europea de Madrid
Máster Universitario en Periodismo en Televisión	Universidad Cardenal Herrera-CEU
Máster Universitario en Periodismo Cultural y Nuevas Tendencias	Universidad Rey Juan Carlos
Máster Universitario de Innovación en Periodismo	Universidad Miguel Hernández de Elche
Máster Universitario en Periodismo Deportivo	Universidad Camilo José Cela
Máster Universitario en Periodismo 360°	Universidad Camilo José Cela

ANEXO III. CUESTIONARIOS

Cuestionario utilizado en el trabajo de campo para conocer la opinión de los profesionales

NOMBRE				
PERIÓDICO				
EDAD		SEXO		PUESTO
¿Ha trabajado alguna vez en la sección de política?	SÍ		NO	
¿Cuántos años ha trabajado en la sección de política?				

Marque con una X su nivel de conformidad con las siguientes afirmaciones, siendo

1 = Completamente en desacuerdo, y 5 = Completamente de acuerdo.

2. SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN POLÍTICA					
	1	2	3	4	5
2.1. La información política es fundamental para un periódico					
2.2. La información política condiciona la agenda de un periódico					
2.3. La información política es más importante en un periódico que en Radio o TV					
2.4. La sección de política de un periódico es la más importante de un periódico					
2.5. La prioridad de un periódico es estar muy atento a la actualidad política					
Observaciones:					

3. SOBRE EL PERIÓDICO COMO ACTOR POLÍTICO					
	1	2	3	4	5
3.1.El periódico es un actor político fundamental para el control de los poderes públicos					
3.2. Los periódicos tienen un gran poder político					
3.3. El poder político intenta un control de los periódicos					
3.4. La prensa escrita condiciona la agenda política de los actores políticos					
3.5. La prensa escrita es un soporte fundamental para configurar la opinión pública					
3.6. El poder de la prensa escrita está sobrevalorado					
Observaciones:					
4. SOBRE EL PERIODISTA POLÍTICO					
	1	2	3	4	5
4.1. El periodista político juega un papel fundamental en el periódico					
4.2. El periodista político tiene un nivel de especialización diferente al de otras áreas informativas					
4.3. La función del periodista político es proporcionar, además de información, análisis e interpretación de la realidad política					
4.4. La función del periodista político es investigar las denuncias y declaraciones del Gobierno y el resto de actores políticos					
4.5. La relación de los periodistas políticos con los políticos es fundamental para obtener una buena información					
4.6. Los políticos intentan condicionar la labor informativa de los periodistas políticos					

Observaciones:					
5. SOBRE LA FORMACIÓN Y BASE ACADÉMICA DEL PERIODISTA POLÍTICO					
	1	2	3	4	5
5.1. La formación que reciben los periodistas en las universidades es la adecuada para el ejercicio del periodismo político					
5.2. Las facultades de periodismo dan suficiente importancia al periodismo político					
5.3. La formación en periodismo especializado debe prestar atención privilegiada al ámbito del periodismo político					
5.4. La formación específica en periodismo político debería ser obligatoria en el nivel de formación básica (Grado o Licenciatura)					
5.5. La formación específica en periodismo político es adecuada para los niveles formativos superiores (Máster)					
Observaciones:					

Relación de profesionales participantes en la encuesta:

Miquel Alberola	Ximo Ferrandis	Álvaro Nieto
Josep M. Alegre	Isabel García	Rosana Peiró
Xavier Aliaga	Juan José García Gómez	Julián Quirós
José Antich	Ana M Garrido	Toni Ramos
Francesc Arabí	Mariano Gasparet	Jose Rico
Adolf Beltrán	Josep Gisbert	Julia Ruiz
Isaac Blasco	Marisol Hernández	Pablo Salazar

Manuel Buitrago	Marta Hortelano	Héctor Sanjuan
Ferran Casas	Víctor M. Maceda	Cruz Sierra
Carles Castro	Alicia Martí	Alberto Sotillo
Jesús Civera	Raquel Miralles	Violeta Tena
Bernat Clarí	David Miró	Antonio Teruel
Carme Colomina	Julio Monreal	Josep Torrent
Manuel Conejos	Pedro Muelas	Carlos Yámoz
Luis Faci	Rafael Navarro	Iñaki Zaragüeta

Cuestionario utilizado por Van Dalen, Arjen; Albaek, Erik & de Vreese, Claes (2009): Main conclusions of survey among Political Journalists in the United Kingdom⁶⁰.

Agenda política. ¿Con qué frecuencia cree que los siguientes actores logran colocar un tema en la parte alta de la agenda política? De 1 a 5, 1 = NUNCA/ 5 = MUY A MENUDO

	1	2	3	4	5
Presidente del Gobierno					
Vicepresidentes y ministros					
La prensa escrita					
Los partidos					
La radio y la televisión					
Los políticos					
Los grupos de interés					
Los Think tanks					

⁶⁰ http://static.sdu.dk/mediafiles/Files/Om_SDU/Centre/Journalistik/Publikationer/ReportUKJournalistsurvey.pdf

Anexos

El poder de los medios. Expresar su nivel de conformidad con las siguientes afirmaciones. De 1 a 5, 1 = COMPLETO DESACUERDO, 5 = TOTALMENTE DE ACUERDO

	1	2	3	4	5
El poder político de los medios de comunicación es mayor en tiempos de elecciones					
Los medios de comunicación hacen y deshacen políticos					
El poder de los medios de comunicación está sobrevalorado					
Los medios de comunicación tienen mucho poder político					
Son los medios los que deciden qué temas son importantes, la política tiene poca influencia sobre este asunto					

Influencia en la política y en la opinión pública. ¿Cuál es, según su opinión, la influencia de los siguientes medios en la política y en la opinión pública? 1= NULA INFLUENCIA, 5= MUCHA INFLUENCIA

	En la política					En la opinión pública				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Periódicos										
Televisión										
Radio										
Revistas										
Webs										

Los roles del periodista ¿Qué importancia tienen los siguientes objetivos en su trabajo como periodista político? 1=NULA IMPORTANCIA, 5 = MÁXIMA IMPORTANCIA

	1	2	3	4	5
Proporcionar análisis e interpretación					
Investigar las denuncias y declaraciones del gobierno					
Proporcionar información al público rápidamente					
Seguir la evolución de la política y la economía de una manera crítica					

Anexos

y escéptica					
Dale a la gente normal la oportunidad de expresar sus puntos de vista					
Proporcionar entretenimiento y distracción					
Establecer la agenda política					
Prestar atención a la vida privada de políticos					
Servir de plataforma para ciertos grupos en sociedad					

Estilo periodístico Expresa su nivel de conformidad con las siguientes afirmaciones
De 1 a 5, 1 = COMPLETO DESACUERDO, 5 = TOTALMENTE DE ACUERDO

	1	2	3	4	5
La cobertura política suele ser impulsada por accidentes					
El periodismo político es demasiado cínico actualmente					
Lo más importante para los periodistas actualmente es una historia sensacional que atraiga una gran audiencia					
Con demasiada frecuencia, los periodistas dan su propia interpretación de lo que sucede en la política					

Roles comunicativos de los políticos. En su opinión, ¿qué importancia tienen los siguientes motivos para que los miembros del parlamento comuniquen a través de los medios de comunicación? 1=NULA IMPORTANCIA, 5 = MÁXIMA IMPORTANCIA

	1	2	3	4	5
Lograr que su partido destaque positivamente en comparación con otros partidos					
Llegar a su electorado					
Defender el punto de vista de su partido					
Participar en el debate público					
Poner a prueba las reacciones del público a posibles iniciativas políticas					
Responsabilizarse por las decisiones que toman					
Revelar más sobre sí mismos como persona					
Dar información a los ciudadanos de una manera abierta y neutral					

Anexos

Estilo comunicativo de los políticos. Expresar su nivel de conformidad con las siguientes afirmaciones

De 1 a 5, 1 = COMPLETO DESACUERDO, 5 = TOTALMENTE DE ACUERDO

	1	2	3	4	5
Los políticos harían cualquier cosa para llamar la atención de los medios de comunicación					
Los portavoces y otros especialistas de la comunicación limitan a los periodistas en su trabajo					
Es más importante para un político obtener cobertura en los medios de comunicación que trabajar duro					
Los políticos consiguen la mayor parte de su popularidad al aparecer en programas de entretenimiento en la televisión					

Influencias en el trabajo diario ¿Qué influencia tienen los siguientes factores en su trabajo diario como periodista? 1= NULA INFLUENCIA, 5= MUCHA INFLUENCIA

	1	2	3	4	5
La competencia con otros medios					
Los índices de audiencia					
Las amenazas de recortes presupuestarios					
Las presiones políticas					
Los accionistas					
Los publicistas					

**ANEXO IV. TEMARIOS DE PERIODISMO POLÍTICO EN
ASIGNATURAS DE GRADO DE LAS UNIVERSIDADES
ESPAÑOLAS**

UNIVERSIDAD CAMILO JOSE CELA

<i>ASIGNATURA:</i> PERIODISMO POLÍTICO ⁶¹		
<i>PROFESORADO:</i> Luis Díez Álvarez		
<i>CRÉDITOS:</i> 6	<i>CURSO:</i> 3º	<i>TIPO:</i> OBLIGATORIA

CONTENIDOS:

La información política especializada

TEMA 1. La Información sobre Partidos Políticos

--Funcionamiento, fuentes y funciones

--Congresos

--Campañas electorales

TEMA 2. La Información Parlamentaria (Poder Legislativo)

--Constitución y funcionamiento de las Cámaras: fases e interés informativo

--Los grandes debates y la tramitación del Presupuesto del Estado: esquemas e interés informativo.

--La función legislativa y el control del Ejecutivo: funciones e interés informativo

--Instituciones dependientes del Parlamento (Tribunal de Cuentas, Defensor del Pueblo, Consejo de Seguridad Nuclear).

TEMA 3. La información gubernamental especializada (Poder Ejecutivo)

⁶¹ http://www.ucjc.edu/files/pdf/Periodismo_especializado_3_de_periodismo.pdf

- El seguimiento del presidente, el vicepresidente o vicepresidentes políticos y el Consejo de Ministros.
 - Acción internacional del Gobierno y relaciones exteriores (El corresponsal diplomático).
 - Defensa y seguridad (Periodismo de Defensa, Fuerzas Armadas y Servicios de Inteligencia del Estado).
 - Seguridad Interior (La información policial especializada).
 - Relaciones políticas e interadministrativas entre los poderes territoriales del Estado (La información autonómica y administrativa especializada)
- TEMA 4. La información judicial (Poder Judicial).
- El corresponsal judicial.
 - Gobierno de los jueces e información especializada.
 - La dinámica informativa de las causas y sumarios judiciales.
 - Los juicios.
 - Periodismo de investigación y función judicial.

La información cercana

TEMA 5. Tratamiento especializado de la información territorial

- El corresponsal local
- El corresponsal autonómico y autonómico y ejecutivos y asambleas territoriales).

UNIVERSIDAD SAN JORGE

<i>ASIGNATURA:</i> PERIODISMO POLÍTICO ⁶²		
<i>PROFESORADO:</i> José Juan Verón Lassa		
<i>CRÉDITOS:</i> 6	<i>CURSO:</i> 4º	<i>TIPO:</i> OBLIGATORIA

CONTENIDOS:

TEMA 1 - Introducción

- 1.1 - ¿Qué es la política?
- 1.2 - Políticos y comunicación
- 1.3 - ¿A qué se llama comunicación política?

TEMA 2 - Actores de la comunicación política

- 2.1 - Partidos políticos
- 2.2 - Instituciones públicas
- 2.3 - Los grupos de presión
- 2.4 - La sociedad civil
- 2.5 - La opinión pública
- 2.6 - Los medios de comunicación

TEMA 3 - El conflicto como concepto clave

- 3.1 - Teoría del conflicto
- 3.2 - Los medios y los conflictos

TEMA 4 - Las formas de la comunicación política

- 4.1 - La persuasión
- 4.2 - El márketing
- 4.3 - El líder y su mensaje
- 4.4 - Las campañas electorales

TEMA 5 - Tratamiento periodístico de lo político

- 5.1 - Las fuentes de comunicación política

⁶² <http://gdweb.usj.es/VRhtml.php?idGuia=593&idAsig=30131&nd=1&anyo=2011-12&version=2.0>

5.2 - El portavoz y los gabinetes de comunicación

5.3 - Técnicas de desinformación y silencio

5.4 - La contaminación del lenguaje político

TEMA 6 - La política internacional como ámbito temático de interés periodístico.

6.1 - Principales puntos de interés

6.2 - Las fuentes de información

TEMA 7 - La política nacional como ámbito de interés periodístico

7.1 - Las instituciones del Estado

7.2 - La realidad política española

TEMA 8 - La política local como ámbito temático de interés periodístico

8.1 - Las instituciones y los niveles administrativos

8.2 - La realidad política de Aragón

UNIVERSIDAD CARLOS III

<i>ASIGNATURA:</i> PERIODISMO POLÍTICO Y PARLAMENTARIO ⁶³		
<i>PROFESORADO:</i> Juan Carlos Sánchez Illán		
<i>CRÉDITOS:</i> 6	<i>CURSO:</i> 3º	<i>TIPO:</i> OPTATIVA

CONTENIDOS:

TEMA 1. MAPA POLÍTICO ESPAÑOL. Los partidos y su concepción territorial. Los nacionalismos. El independentismo.

TEMA 2.- LOS TRES PODERES DEL ESTADO: Ejecutivo, legislativo y judicial

TEMA 3.- LAS CORTES GENERALES. El Congreso de los Diputados. El Senado

TEMA 4. DINÁMICA PARLAMENTARIA. La Mesa. Los Grupos. La Junta de Portavoces. Las Comisiones. El Pleno.

TEMA 5. LA UNIÓN EUROPEA: evolución, fases de su nacimiento.

TEMA 6.- INSTITUCIONES DE LA UNIÓN EUROPEA: El Parlamento Europeo, El Consejo Europeo. El Consejo de la Unión Europea (ministros). La Comisión Europea. El Tribunal de Justicia de la U.E. El Banco Central Europeo. El Tribunal de Cuentas. ÓRGANOS: El comité de las Regiones, El Comité Económico y Social Europeo, y el Banco Europeo de Inversiones.

TEMA 7. EL PARLAMENTO EUROPEO. Funciones. Organización. El Tratado de Lisboa.

TEMA 8. BREVE HISTORIA DE LA VIDA PARLAMENTARIA EN ESPAÑA.

TEMA 9. LA ESPAÑA DE LAS AUTONOMÍAS Y LOS PARLAMENTOS AUTONÓMICOS.

TEMA 10. GÉNEROS PERIODÍSTICOS EN LA INFORMACIÓN PARLAMENTARIA: PRÁCTICAS. Seguimiento de la actividad Parlamentaria. Redacción de noticias. Trabajo de seguimiento durante el curso.

⁶³

<https://aplicaciones.uc3m.es/cpa/cpa/generarReport.do?ano=2012&plan=155&asignatura=13298&idioma=1>

UNIVERSIDAD de CASTILLA LA MANCHA

<i>ASIGNATURA:</i> PERIODISMO POLÍTICO ⁶⁴		
<i>PROFESORADO:</i> Sin información		
<i>CRÉDITOS:</i> 6	<i>CURSO:</i> 4º	<i>TIPO:</i> OPTATIVA en el Itinerario de Periodismo Especializado

CONTENIDOS:

Sin información en el curso 2012-13, porque aún no se ha implantado cuarto curso.

⁶⁴ <http://www.uclm.es/cu/periodismo/grado.asp>

UNIVERSIDAD de MÁLAGA

<i>ASIGNATURA:</i> PERIODISMO POLÍTICO Y ECONÓMICO ⁶⁵		
<i>PROFESORADO:</i> Laura Teruel Rodríguez		
<i>CRÉDITOS:</i> 6	<i>CURSO:</i> 3º	<i>TIPO:</i> OPTATIVA

CONTENIDOS:

TEMA 1. FUNCION POLÍTICA DE LOS MEDIOS. El derecho a la información de los ciudadanos. Función de mediador, de intérprete y de control. Instituciones políticas. Elecciones.

TEMA 2. PERIODISMO ESPECIALIZADO EN POLÍTICA. Características del mensaje periodístico especializado en política. Disfunciones y carencias del periodismo político. El profesional ante la especialización política. Las fuentes del periodismo político.

TEMA 3. PERIODISMO ESPECIALIZADO EN ECONOMÍA. Conceptos básicos de Economía. Relación Información-Economía. La responsabilidad de la información económica. Historia y modelos del periodismo económico. Características del mensaje periodístico especializado en economía. El profesional ante la especialización en economía. El uso del lenguaje en la información económica. Las fuentes del periodismo económico.

⁶⁵

http://hs.sci.uma.es:8070/ht/2012/ProgramasAsignaturas_Titulacion_5023_AsigUMA_52275.pdf

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

<i>ASIGNATURA:</i> PERIODISMO POLÍTICO Y ECONÓMICO ⁶⁶		
<i>PROFESORADO:</i> Isaac López Redondo, Concepción Pérez Curiel, Maritza Sobrados		
<i>CRÉDITOS:</i> 6	<i>CURSO:</i> 3º	<i>TIPO:</i> OBLIGATORIA

CONTENIDOS:

Sin información.

⁶⁶ http://www.us.es/estudios/grados/plan_210/asignatura_2100026

UNIVERSIDAD DE SEVILLA (CENTRO EUSA)

<i>ASIGNATURA:</i> PERIODISMO POLÍTICO Y ECONÓMICO ⁶⁷		
<i>PROFESORADO:</i>		
<i>CRÉDITOS:</i> 6	<i>CURSO:</i> 3º	<i>TIPO:</i> OBLIGATORIA

CONTENIDOS:

Sin información

⁶⁷ http://www.eusa.es/oferta_academica/2/curso/3/GRADO-PERIODISMO-Titulo-de-la-Universidad-de-Sevilla/Plan-de-Estudios/3

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

<i>ASIGNATURA:</i> PERIODISMO POLÍTICO ⁶⁸		
<i>PROFESORADO:</i> Sin información		
<i>CRÉDITOS:</i> 6	<i>CURSO:</i> 4º	<i>TIPO:</i> OPTATIVA

CONTENIDOS

Sin información.

⁶⁸ http://www.uva.es/opencms/consultas/planesestudios/asignaturas?codigo_plan=420

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA

<i>ASIGNATURA:</i> PERIODISMO POLÍTICO Y PARLAMENTARIO ⁶⁹		
<i>PROFESORADO:</i> Sin información		
<i>CRÉDITOS:</i> 6	<i>CURSO:</i> 3º	<i>TIPO:</i> OPTATIVA

CONTENIDOS:

Sin información Curso 2012-13

⁶⁹ <http://www.uab.es/servlet/Satellite/els-estudis/totes-les-titulacions/totes-les-titulacions/periodisme-grau-eees-1193208730930.html?param1=1265293768091¶m11=4>

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

<i>ASIGNATURA:</i>		
<i>PROFESORADO:</i>		
<i>CRÉDITOS: 6</i>	<i>CURSO: 4º</i>	<i>TIPO: OBLIGATORIA</i>

ASIGNATURA: PERIODISMO POLÍTICO Y SU TRATAMIENTO⁷⁰

PROFESORADO: Salvador Enguix Oliver

CURSO: 3º

CRÉDITOS: 6

TIPO: OBLIGATORIA

CONTENIDOS:

El fet polític: identificació, cobertura i rutina productiva:

- Conèixer el fet polític. La notícia política. Diferències amb altres àrees temàtiques del producte periodístic. Identificació d'un fet polític.
- Rutina periodística i procés de producció al àmbit de la informació política. Estructura de les seccions de política als diaris, televisions, ràdios i pàgines web.
- Actors de la informació política. Relació de poder entre aquests actors i d'altres no vinculats amb l'àmbit polític.
- Evolució del periodisme polític: del producte informatiu a l'interpretatiu. Tendències a la premsa escrita. La força del periodisme polític on line.

Les fonts: tractament, conflicte i tipologia:

- Les fonts al periodisme polític. Conflictes. El secret professional. L'abús de l'off the record. Instrument del poder polític per a la comunicació institucional. Paper dels lobby polítics.
- La font documental. Domini del contingut dels arxius oficials i com es tracten als diaris, tv, ràdios i redaccions on line. El debat ètic en torn a la divulgació de dades valorades com a Secret d'Estat.

⁷⁰ <http://www.uv.es/fatwirepub/Satellite/universitat/ca/assignatures-1285846094474.html?idA=33366&idT=1308>

Els gèneres en la informació política; tendències:

- La notícia política, el reportatge i la crònica: Producció i construcció. Evolució d'aquest gènere al periodisme polític on line.
- L'evolució dels gèneres informatius i interpretatius de l'àrea de la informació política als diferents mitjans. El ressorgiment del cronista polític. La força del periodisme on line i com condiciona els gèneres.

Els grans temes de la informació política:

- Seguiment informatiu de les campanyes electorals. Anàlisi del disseny, desenvolupament i estratègia d'aquestes campanyes. El màrqueting polític.
- La corrupció política. Tipificació al Codi Penal. Cobertura informativa. Conseqüències de la corrupció. Els instruments de tractament.
- El debats polítics, al Parlament valencià, al Parlament espanyol, al Parlament europeu. Treball del periodista especialitzat amb la informació institucional i parlamentària.
- El terrorisme i el seu tractament. Els congressos de partits i el seu seguiment. El perfil polític.

UNIVERSIDAD DE VIC

<i>ASIGNATURA:</i> PERIODISMO POLÍTICO ⁷¹		
<i>PROFESORADO:</i> Eulàlia Clapers Coma y Ramón Miravitlla Pous		
<i>CRÉDITOS:</i> 6	<i>CURSO:</i> 4º	<i>TIPO:</i> OPTATIVA

CONTENIDOS:

TEMA 1. ¿QUÈ ÉS POLÍTICA? De les Nacions Unides a les associacions de barri.

Articulació en àrees i seccions de la premsa d'informació general. Funcionament. Continguts radiofònics i de televisió. Dinàmiques, rutines, mancances, llocs comuns del professional dels mitjans. Les peculiaritats de treballar la política: valoració, contextualització i enunciació.

TEMA 2. EL MARC “ESPANYOL” DEL PERIODISME ESPECIALITZAT EN

POLÍTICA. Confusió de poders.. La crisi general del sistema informatiu. Devaluació del missatge polític y degeneració del missatge periodístic. La precarietat posicional del treballador de la veritat. La política, entre la saturació, la hipervaloració i el descrèdit sistemàtic. El negoci i la influència contra la dialèctica informativa: realitats interessades.

TEMA 3. ELS GÈNERES PERIODÍSTICS EN LA DIMENSIÓ POLÍTICA.

ELEMENTS DIFERENCIALS. La senzilla complexitat del breu. La notícia estricta. Les cròniques: informatives o d'ambient. La literatura de la crònica i la interpretació dels fets. Les entrevistes: especificitats de l'entrevista segons el mitjà i tipologia d'entrevistes (de caràcter o informatives). El reportatge. La roda de premsa com a font d'informació. Com actuar. Tipologia de preguntes. Preparació de rodes de premsa. Pràctica.

TEMA 4. EL PERIODISME POLÍTIC SEGONS ELS MITJANS. Els lletraferits de la

premsa generalista: on acaba la informació i on comença la literatura. Límits de la

⁷¹ <http://www.uvic.cat/assignatura/2246>

crònica política. Tetúlies i magazines audiovisuals. Les especificitats del periodisme comarcal: el valor de la notícia estricta i el corresponçal de poble.

TEMA 5. ELS PERIODISTES DAVANT LA GESTIÓ POLÍTICA I ELS SEUS AGENTS. Corrupcions informatives de la política. Teoria i pràctica. Les conductes i tics de poder, actors i sistemes. Política informativa i desinformació política. Intoxicacions, pressions, sobreactuacions i altres mètodes de neutralització i contaminació de la tasca periodística. L'off the record i els embargaments. Censures i autocensures. Tot el que és real s'ha de revelar? La desvirtuació del secret professional.

TEMA 6. ELS PERIODISTES DAVANT LA SUBMISSIO AL MERCAT, LES “RATLLES VERMELLES” LEGALS I ELS GRUPS DE PRESSIO. Continguts supeditats: Les interferències empresarials. Els límits redaccionals. Entrebancs i tabús institucionals. Els dèficits de la transició. Factors corporatius d'instrumentalització i desestabilització. “Diaris-partit”, clans i periodistes que lluiten per ser notícia. Tractament de la vida privada dels polítics: tot s'hi val per l'interès públic?

TEMA 7. PROPAGANDA POLÍTICA: “LA CAMPANYA PERMANENT”. Els gabinets de comunicació i la comunicació dels partits: comunicació corporativa, comunicació de crisis, comunicació interna, comunicació comercial. Política 2.0 i el nou valor de les xarxes socials. Grups de pressió associats. Pamflets oficials. La sobreinformació. Poders fàctics més enllà de la política. Altres condicionaments soterrats. Publicitat política persuasiva i publicitat enganyosa.

TEMA 8 LA PROPAGANDA EN CAMPANYA ELECTORAL. L'estructuració de les campanyes electorals. Seguiment o seguidisme dels periodistes? Autocars de la premsa i blocs electorals dels telenotícies. Mítings, eslògans, lemes, declaracions, contradecaracions i escenificacions. Ús i abús del “canutazo”.

TEMA 9. LENGUATGE POLÍTIC I LENGUATGE SOCIAL.. L'estàndard oral no serveix. Imprecisions de lèxic i sintaxi, eufemismes, barroquismes, vulgaritats, desnaturalitzacions i tòpics en en l'empobriment comunicatiu de periodistes i polítics. El llenguatge impostat. Els laberintes verbals: Mètodes de distorsió i difuminació.

TEMA 10. EL PERIODISME POLÍTIC IN SITU. SERVITUDS DE CORRESPONSALS I ENVIATS ESPECIALS. Els conflictes polítics a petita i gran escala. El combat d'informar i les contradiccions. Empresa i consciència, rigor i èxit. El renovat síndrome d'Estocolm i la demagògia sense fronteres. Nivells d'anàlisi. Fonts i retribució per acte informatiu. Conflictes marginats: el negoci de realitats interessades a nivell global.

ANEXO V. RESUMEN DE CONTENIDOS DE LOS PLANES DE ESTUDIO DE GRADO EN PERIODISMO EN LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

**UNIVERSIDAD A DISTANCIA DE MADRID⁷².
GRADO EN PERIODISMO**

PRIMER CURSO			
Lengua Española	6	Introducción a la Economía	6
Teoría de la Comunicación social	6	Gestión de la Información y del Conocimiento	6
Historia Contemporánea	6	Teoría del Periodismo	6
Introducción al Derecho	6	Comunicación Visual	6
Aprendizaje y Tecnologías de la Información y la Comunicación(**)	6	Comunicación Escrita	6
SEGUNDO CURSO			
Literatura: Creación Literaria	6	Periodismo Escrito	9
Psicología de la Comunicación	6	Investigación en Medios Digitales	6
Sociología de la Comunicación	6	Teoría de la Comunicación Interpersonal	6
Narrativa Audiovisual	6	Publicidad y Marketing	6
Documentación Informativa	6		
TERCER CURSO			
Historia de la Comunicación Social	6	Opinión Pública	9
Comunicación Radiofónica	6	Periodismo Televisivo	6
Diseño de Publicaciones	6	Periodismo Radiofónico	6
Comunicación Televisiva	6	Empresa Informativa	6
Revistas	6		
CUARTO CURSO			
Derecho de la Información	6	Deontología Periodística	6
Historia del Periodismo Español	6	Periodismo Digital	6
Estructura de la Comunicación	6	Prácticum	9
Comunicación Institucional	6	Proyecto Fin de Grado	9
OPTATIVAS			
Periodismo Deportivo	3	Periodismo de Precisión	3

⁷² URL: <http://www.udima.es/es/grado-periodismo.html>

Anexos

Inglés	3	Periodismo Económico	3
Movimientos Artísticos y Tendencias Estéticas	3	Fotoperiodismo	3
Comunicación Política	3	Creación de Empresas	3
Periodismo Cultural	3	Infografía	3
Inglés para Periodistas	3	Periodismo Judicial	3
Propaganda Política	3	Relaciones Públicas	3
Teoría e Historia del Cine	3	Habilidades Directivas para Periodistas	3

UNIVERSIDAD ANTONIO DE NEBRIJA⁷³
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO			
Fundamentos de Economía	6	Desarrollo del Espíritu Participativo y Solidario	6
Lenguas Modernas	6	Introducción al Derecho	6
Teoría de la Comunicación	6	La Empresa y su Entorno	6
Técnicas Narrativas	6	Introducción a los Medios de Comunicación	6
Documentación y Nuevos Soportes	6	Periodismo Gráfico	6
SEGUNDO CURSO			
Mundo Contemporáneo	6	Estadística Aplicada	6
Historia del Pensamiento Político	6	Psicología Social	6
Sociología del Consumo	6	Redacción Periodística en los Medios	6
Redacción Periodística Informativa	6	Derecho de la Información	6
Elementos del Diseño Gráfico	6	Seminario de Desarrollo de Competencias II	6
TERCER CURSO			
Comunicación Institucional	6	Estructuras de la Publicidad	6
Historia de las Relaciones Internacionales	6	Realización Audiovisual	6
Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información	6	Ética y Autorregulación de la Comunicación	6
Audiencias y Grupos Multimedia	6	Eval. del Desarrollo de Capacidades en la Empresa	18
CUARTO CURSO			
Periodismo Especializado I	6	Periodismo Especializado II	6
Seminario de Desarrollo de Competencias III	6	Marketing	6
Vanguardias Artísticas de los siglos XX y XXI	6	Trabajo Fin de Grado	18
Métodos de Investigación en Comunicación	6		

⁷³ URL: <http://www.nebrija.com/carreras-universitarias/periodismo/grado-periodismo.php>

UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA⁷⁴
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO

Sociología de la Comunicación	6	Empresa y Estructuras de la Comunicación	6
Psicología de la Comunicación	6	Lengua Aplicada a los Medios	6
Derecho de la Información y la Comunicación	6	Historia de los Medios	6
English Grammar and Conversation	6	Habilidades de Comunicación y Pensamiento Crítico	6
Principios de Economía	6	Lenguaje Escrito, Audiovisual y Publicitario	6

SEGUNDO CURSO

Teoría de la Comunicación	6	Ética y Deontología Profesional: Responsabilidad Social Corporativa	6
Specialized English for Media	6	Historia del Pensamiento Político y Social Contemporáneo	6
Nuevas Tecnologías	6	Fotografía	6
Documentación	6	Locución y Doblaje	6
Métodos y Técnicas de Investigación	6	Géneros Periodísticos Informativos	6

TERCER CURSO

Géneros Periodísticos Interpretativos	6	Optativa	6
Optativa	6	Prácticas Externas	6
Opinión Pública	6	Periodismo Deportivo	3
Periodismo Televisivo	6	Periodismo Político	3
Periodismo Radiofónico	6	Periodismo Económico	3
English for Press and Journalism	6	Periodismo Científico y medio ambiental	3

CUARTO CURSO

Periodismo y Literatura	6	Prácticas Externas	12
Géneros Periodísticos Opinativos	6	Gabinetes de Comunicación	3
Ciberperiodismo	6	Optativa	6
Trabajo Fin de Grado	6	Diseño Gráfico en Prensa	6
Periodismo de Investigación	3	Optativa	6

⁷⁴ URL: <http://www.ucjc.edu/index.php?section=estudios/titulaciones/titulaciones-oficiales/titulaciones-grado/periodismo/curso-5>

OPTATIVAS ITINERARIO EN NUEVAS TECNOLOGÍAS

Gestión y diseño de contenidos multiplataforma (360)	6	Redes Sociales	6
Diseño web	6	Prácticas Externas	6
Animación y videojuegos	6		

OPTATIVAS ITINERARIO EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Comunicación empresarial e institucional	6	Márketing	6
Organización de eventos y protocolo	6	Prácticas Externas	6
Publicidad y marketing en entornos digitales	6		

OPTATIVAS ITINERARIO EN PERIODISMO AUDIOVISUAL

Guión y producción de radio	6	Guión de TV: entretenimiento	6
Producción de TV	6	Realización de Informativos	6
Montaje y postproducción	6	Prácticas Externas	6

OPTATIVAS ITINERARIO EN MÁRKETING Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

Oratoria y discurso político	6	Márketing	6
Gestión creativa de la Comunicación Política	6	Prácticas Externas	6
Motivación y liderazgo	6		

UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID⁷⁵
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO

Economía	6	Comunicación y Participación Ciudadana en la Red	6
Filosofía Política	6	Estadística aplicada al Periodismo	6
Habilidades: Humanidades	6	Habilidades: Inglés	6
Historia de España	6	La Noticia Periodística	6
Teoría de la Comunicación Mediática	6	Lengua Española Aplicada a los Medios	6

SEGUNDO CURSO

Derecho de la Información en Contextos Multimedia e Interactivos	6	Estructura y Efectos Informativos del Sistema de Medios	6
Periodismo y Cambio Social en España	6	Funciones Informativas del Diseño en Medios Periodísticos	6
Técnicas de búsqueda y uso de la información	3	Metodologías de Investigación en Periodismo	6
Técnicas de expresión oral y escrita	3	Periodismo en la Red	6
Teoría y Análisis del Documental Audiovisual	6	Televisión Informativa	6
Radio Informativa	6		

TERCER CURSO

Información Periodística sobre Situaciones, Tendencias y Problemas Sociales	6	Periodismo de Proximidad: la Información Local	6
Organización y Gestión de la Empresa Informativa	6	Periodismo Internacional I: la Información Global	6
Periodismo Interpretativo	6	Periodismo Internacional II: las Grandes Organizaciones Mundiales	6

Optativas de 3 cr.(elegir cuatro):

-Comunicación Multimedia: el Relato Periodístico	-Documentación Digital
-Historia Universal	-Geografía del Mundo Actual
-Oratoria y Medios de Comunicación	-Historia del Periodismo Universal
-Periodismo Económico	-Información de Sucesos y Tribunales
-Publicidad en Medios Informativos	-Periodismo Político y Parlamentario
-Técnicas de Locución	-Producción Audiovisual

⁷⁵ URL: http://www.uc3m.es/portal/page/portal/titulaciones_grado/per/plan

CUARTO CURSO

El Reportaje en Profundidad	6	Información y Conflicto I: los Medios ante la Violencia	6
Información Institucional	6	Trabajo Fin de Grado	12
Periodismo Científico y Medioambiental	6		

Optativas de 3 cr. (elegir cuatro):

-Comunicación en la Empresa	-Estrategias Empresariales en el Mundo Actual
-Pensamiento y Creencias en el Mundo Contemporáneo	-Fotoperiodismo e Imagen Digital
-Periodismo Argumentativo y de Opinión	-Historia de la Escritura, Edición y Lectura
-Periodismo Deportivo	-Infografía en Medios Periodísticos
-Prácticum I	-Información y Conflicto II: el Papel de las Religiones
-Recursos Narrativos para el Relato Periodístico	-Prácticum II

UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN ANTONIO⁷⁶
GRADO EN PERIODISMO

MÓDULO: EDUCACIÓN INTEGRAL (18 cr)

Teología I	Ética fundamental
Teología II	Ética aplicada y bioética
Doctrina Social de la Iglesia	Humanidades

MÓDULO: LENGUAJE Y EXPRESIVIDAD (36 cr)

Lengua	Redacción audiovisual
Redacción periodística	Gestión y exposición de trabajos académicos
Reportajes y entrevistas	Comunicación oral

MÓDULO: COMUNICACIÓN CREATIVA (24 cr)

Estética y ficción en comunicación	Inteligencia emocional y psicología de la comunicación
Comunicación y arte gráfico	Creatividad e innovación en comunicación

MÓDULO: TECNOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN (18 cr)

Tecnología I: medios impresos	Tecnología III: multimedia interactiva
Tecnología II: medios audiovisuales	

MÓDULO: COMUNICACIÓN PÚBLICA (42 cr)

Opinión pública	Estructura de las instituciones políticas
Periodismo cívico	Sociología de la comunicación
Deontología y legislación de la comunicación	Estructura de las industrias comunicativas
Comunicación Política y procesos electorales	

MÓDULO: COMUNICACIÓN PERSUASIVA (24 cr)

Publicidad y Relaciones públicas	Gestión de la comunicación y de la imagen
Lenguaje publicitario	Marketing aplicado a la comunicación

MÓDULO: PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA (54 cr)

Autoempleo y proyectos periodísticos	Narrativa audiovisual
Taller de periodismo multimedia	Producción audiovisual
Periodismo Especializado I: científico, económico y deportivo	Información en radio
Periodismo Especializado II: internacional, político y cultural	Información en televisión
Fundamentos de la comunicación audiovisual	

OPTATIVIDAD (9 cr)

Periodismo y literatura	Historia de la España democrática
Periodismo y cine	Periodismo de análisis y opinión

TFG (6 cr)

PRACTICUM (6 cr)

⁷⁶ URL: <http://www.ucam.edu/estudios/grados/periodismo-presencial/plan-de-estudios/estructura-del-titulo-de-grado-periodismo>

UNIVERSITAT CEU ABAT OLIBA⁷⁷
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO			
Sociology 1	3	Antropología	6
Political Science	6	Historia y Sociedad	6
Sociología 2	9	Theory of Information	6
Theory of Communication	6	Lengua 2	9
Lengua 1	9		
SEGUNDO CURSO			
Fundamentos de la comunicación radiofónica	6	Economic environment	6
Cinema and Culture	3	Entorno legal	6
Redacción periodística 1	6	Redacción periodística 2	6
Literatura	3	Retórica	6
Graphic Desig	6	Fundamentos de la comunicación televisiva	6
Fotografía	6		
TERCER CURSO			
Public Opinión	6	Social Doctrine of the Church	6
Technological innovations in Journalism	6	Journalistic Genres	6
Producción periodística	6	History of Journalism	6
Periodismo radiofónico	6	Media System Analysis	6
Periodismo televisivo	6	Taller periodístico	6
CUARTO CURSO			
Periodismo Especializado 1	6	Specialized Journalism 2	6
Ethics	6	Institutional and Corporate Communication	6
Periodismo multimedia	6	Practicum externo	9
Information Enterprise	6	Trabajo fin de grado	9
Information Law	6		

⁷⁷ URL: <http://www.uaoceu.es/es/estudios/grados/periodismo/plan-de-estudios>

UNIVERSIDAD CEU CARDENAL HERRERA⁷⁸
DOBLE GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PERIODISMO

PRIMER CURSO			
Teoría y sociología de la comunicación	6	Historia Contemporánea del Mundo	9
Economía y sociedad de mercado	6	Lengua española o valenciana	9
Fundamentos de la comunicación periodística	6	Movimientos artísticos contemporáneos	6
Fundamentos de la publicidad y relaciones públicas	6	Antropología cultural	6
Fundamentos de la comunicación audiovisual	6	Introducción al Derecho	6
Historia del Periodismo	6		
SEGUNDO CURSO			
Registro y edición de imagen	6	Teoría y técnica audiovisual	9
Registro y edición de sonido	6	Teoría y técnica radiofónica	6
Ética de la comunicación	6	Géneros literarios y audiovisuales	9
Derecho de la comunicación	4,5	Dirección de fotografía e iluminación	6
Diseño gráfico y fotografía	7,5	Sistema Político Español y libertades públicas	6
Redacción Periodística I	6	Redacción Periodística II	6
TERCER CURSO			
Análisis narrativo y teorías fílmicas	6	Guión audiovisual	9
Producción audiovisual	6	Historia del cine	9
Historia de la radio y la televisión	6	Realización cinematográfica	6
Dirección de actores	6	Comunicación digital y multimedia	6
Doctrina Social de la Iglesia	6	Fundamentos de la Información Especializada	3
Periodismo en Televisión	6	Historia Pensamiento Político Contemporáneo	6
Periodismo en Radio	6		
CUARTO CURSO			
Realización multicámara	9	Producción creativa para TV	6
Realización publicitaria	6	Estructura del sistema y empresa audiovisual	6
Montaje y efectos visuales digitales	9	Diseño de producción musical y creación radiofónica	6
Sonorización	6	Optativa/Practicum	6
Documentación y Técnicas de Investigación	6	Trabajo Fin de Grado	6
Diseño Periodístico	6	Áreas de especialización periodística	9
QUINTO CURSO			
Opinión pública y Comunicación Política	6	Empresa Informativa	6
Producción periodística aplicada a Internet	6	Dirección de Gabinetes de Comunicación	6
Periodismo de opinión	6	Trabajo Fin de Grado	6
Presentación de Programas en TV	6		

⁷⁸ URL: http://www.uchceu.es/estudios/grado/comunicacion_audiovisual_periodismo.aspx?op=plan

UNIVERSIDAD CEU SAN PABLO⁷⁹
DOBLE GRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y PERIODISMO

PRIMER CURSO			
Historia y Sociedad	6	Historia del Derecho Español	9
Derecho Constitucional I	7	Antropología	6
Principios básicos de las Instituciones y del Derecho de la Unión Europea	8	Lengua	9
Derecho Romano	9	Escritura para los Medios de Comunicación I	6
Economía y Empresa	6	Fundamentos de Fotografía y Estética	6
Teoría del Derecho	9	Teoría de la Comunicación y de la Información	9
SEGUNDO CURSO			
Sistema Político Español	9	Relaciones Iglesia-Estado	6
Derecho Internacional Público	6	Ciencia de la Administración I	9
Historia Política del Constitucionalismo Español	6	Fundamentos de Publicidad	6
Grandes Textos del Pensamiento Político I	9	Arquitectura y Análisis de la Información	6
Sociología	6	Escritura para los Medios de Comunicación II	6
Grandes Textos del Pensamiento Político II	9	Diseño Periodístico	6
TERCER CURSO			
Grandes Textos del Pensamiento Político III	9	Ciencia de la Administración II	6
Economía Política	6	Derecho Financiero y Tributario	6
Sistemas Políticos Comparados	6	Radio	6
Inglés	6	Televisión	6
Doctrina Social de la Iglesia	6	Redacción Periodística I	6
Grandes Textos del Pensamiento Político IV	9	Redacción Periodística II	6
Políticas Públicas	6		
CUARTO CURSO			
Relaciones Internacionales	6	Trabajo de Fin de Grado (Ciencias Políticas)	6
Análisis Político	6	Practicum de Ciencias Políticas	6
Grandes Libros	6	Géneros de Opinión	6
Filosofía Política y del Derecho	6	Historia Universal Contemporánea	6
Métodos y Técnicas de Investigación Social	6	Documentación y Técnicas de Investigación	6
Grandes Textos del Pensamiento Político V	9	Periodismo en Radio y Televisión	6
Sistemas Tributarios Comparados	9		
QUINTO CURSO			
Literatura Contemporánea	6	Periodismo Especializado I	6
Historia del Periodismo	6	Periodismo Especializado II	6

⁷⁹ URL: http://www.uspceu.es/pdf/oferta-academica/2012-13/MINI_DERECHO_05.pdf

Anexos

Etica y Deontología	6	Grupos de Comunicación y Empresa de la Comunicación	6
Opinión Pública	6	Comunicación Empresarial e Institucional	6
Comunicación Política	6	Historia Contemporánea de España	6
Tecnología y Nuevos Medios	6	Prácticas en Empresas (Periodismo)	6
Legislación Aplicada	6	Trabajo de Fin de Grado (Periodismo)	6

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID⁸⁰
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO

Teoría de la Comunicación	6	Teoría y Práctica del Periodismo	6
Ciencia Política y Relaciones Internacionales	6	Teoría de la Empresa Informativa	6
Historia del Mundo Actual	6	Documentación Informativa	6
Lengua Española	6	Estructura y Sistema Mundial de la Información	6
Sociología	6	Una Optativa	6

SEGUNDO CURSO

Psicología de la Comunicación	6	Derecho	6
Economía Aplicada al Periodismo	6	Teoría de la Información	6
Literatura y Medios de Comunicación	6	Semiótica de la Comunicación de Masas	6
Ética y Deontología Profesional	6	Historia de la Comunicación Social	6

TERCER CURSO

Redacción Periodística: Géneros Narrativos y Dialógicos	6	Multimedia	6
Edición, Tipografía y Diseño de la Información Escrita	6	Derecho de la Información	6
Información en Radio	6	Cinco Optativas	30

CUARTO CURSO

Redacción Periodística: Géneros de Análisis y Opinión	6	Opinión Pública	6
Tecnologías de la Gestión Periodística de la Información Digital	6	Dirección y Gestión de las Empresas Periodísticas	6
Información en TV	6	Tres Optativas	18
Información Periodística Especializada	6	Trabajo Fin de Grado	6

OPTATIVAS DE PRIMER CURSO

Historia del Pensamiento Político Contemporáneo	6	La Empresa Informativa y su Relación con los Sistemas Políticos	6
Relaciones Exteriores de España	6		

OPTATIVAS DE SEGUNDO CURSO

Historia del Periodismo Universal	6	Marketing Aplicado al Periodismo	6
Historia del Periodismo Español	6	Pragmática y Discurso en el Periodismo	6
Estructura Constitucional del Estado Español	6	Políticas de Información y Comunicación en la UE	6

⁸⁰ URL: <http://www.ucm.es/centros/webs/fcinf/index.php?a=estudios&d=muestragrado3&idgr=65>

OPTATIVAS DE TERCER CURSO

Análisis de Textos Periodísticos: el Relato	6	Gabinetes de Comunicación	6
Tecnologías de la Información Impresa	6	Influencia Sociocultural y Medioambiental de las TIC	6
Cromatismo e Infografía en Medios Impresos	6	Sociología Política	6
Fotografía Informativa	6	Literatura y Prensa Periodística	6
Arte Español Contemporáneo	6	Medios Audiovisuales y Educación	6
Movimientos Artísticos Contemporáneos	6	Información y Comunicación Política	6
Comunicación y Género	6		

OPTATIVAS DE CUARTO CURSO

Análisis de Textos Periodísticos: el Artículo y el Ensayo	6	Periodismo Especializado en Economía y Medio Ambiente	6
Historia de la Propaganda	6	Metodología de la Investigación Social en Comunicación	6
Periodismo Especializado en Ciencia y Cultura	6	Evolución de la Información en los Medios Audiovisuales	6
Periodismo Especializado en Educación y Deporte	6	Principios de Financiación y Gestión de los Contenidos Informativos	6

UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA⁸¹
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO

Historia del mundo actual	Sociedad de la información
Expresión oral y escrita en español para medios informativos	Derecho de la Información
Instituciones políticas contemporáneas	Estructura Económica
Alfabetización mediática	Tecnología de los medios escritos
Teoría del periodismo	Técnicas del mensaje en prensa e Internet

SEGUNDO CURSO

Historia general de la comunicación	Análisis de la actualidad
Estructura global de los medios	Documentación informativa
Teoría de la comunicación	Comunicación Política
Géneros de interpretación y opinión	Periodismo audiovisual: televisión
Técnicas del mensaje en televisión y radio	Periodismo audiovisual: radio

TERCER CURSO

Historia y modelos del periodismo	Investigación básica y aplicada en comunicación
Periodismo Especializado	Comunicación institucional y corporativa
Construcción periodística de la realidad	Políticas de comunicación
Sistema de medios en España	Infografía y diseño gráfico
Diseño y edición periodística digital	Ciberperiodismo

CUARTO CURSO

9 asignaturas optativas	Trabajo de fin de grado
-------------------------	-------------------------

OPTATIVAS

Itinerario Periodismo Digital:

Fotoperiodismo e imagen digital	Taller de periodismo multimedia
Nuevos contenidos y formatos periodísticos	Cultura digital
Comunicación interactiva y redes sociales	

Itinerario Periodismo Especializado:

Periodismo cultural	Periodismo científico
Periodismo local	Periodismo Político
Periodismo económico	Periodismo deportivo

Optativas para ambos itinerarios:

Agencias de información	Inglés periodístico
Locución para medios audiovisuales	Prácticas externas

⁸¹ URL: <http://www.uclm.es/CU/periodismo/grado.asp>

UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA⁸²
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO			
Comunicación Social	6	Derecho	6
Sociología	6	Geografía	6
Inglés Para Periodistas	6	Estadística	6
Lengua Española	6	Economía	6
Teoría General de los Mensajes Informativos	6	Comunicación Audiovisual: Tv y Radio Informativas	6
SEGUNDO CURSO			
Literatura y Periodismo	6	Historia Contemporánea	6
Análisis de los Mensajes en Periodismo Impreso	6	Producción Informativa	6
Análisis de los Mensajes en Periodismo Audiovisual	6	Documentación Informativa	6
Lengua y Medios de Comunicación	6	Opinión Pública	6
Introducción a la Publicidad	6	Teoría y Estructura de la Comunicación	6
TERCER CURSO			
Tecnología en Periodismo	6	Deontología de la Comunicación	6
Periodismo Especializado	6	Tecnología en Comunicación Audiovisual	6
Ciberperiodismo	6	Historia de la Comunicación Mediática	6
Comunicación Institucional y Empresarial	6	Periodismo de Investigación: Información en Profundidad	6
OPTATIVAS DE TERCERO			
Locución y presentación	6	Historia de la Comunicación en Canarias	6
Comunicación Biomédica, Tecnológica y Ambiental	6		
CUARTO CURSO			
Periodismo y relaciones internacionales	6	Prácticas Externas	6
Empresa informativa y grupos multimedia	6	Trabajo Fin de Grado	6
Métodos y técnicas de investigación en Comunicación Social	6		
OPTATIVAS DE CUARTO			
Periodismo Turístico y de Viajes	6	Comunicación y Educación	6
Introducción a las Relaciones Públicas	6	Periodismo de Proximidad de Información Local	6

⁸² URL: http://www.ull.es/view/centros/cci/Plan_de_estudios/es

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA⁸³
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO

Estructura Global de los Medios	6	Derecho de la Información y de la Comunicación	6
Introducción a la Economía de la Información	6	Géneros Periodísticos	6
Lengua Española	6	Historia del Mundo Actual	6
Teoría General del Periodismo	6	Sociología de la Comunicación	6
Teorías de la Comunicación	6	Tecnología de los Medios Escritos	6

SEGUNDO CURSO

Comunicación Publicitaria	6	Investigación Básica y Aplicada en Comunicación	6
Documentación Informativa	6	Psicología Social de la Comunicación	6
Historia General de la Comunicación	6	Relaciones Públicas	6
Lenguaje Audiovisual	6	Técnicas del Mensaje en Radio y Televisión	6
Técnicas del Mensaje en Prensa	6	Tecnología de la Comunicación Audiovisual	6

TERCER CURSO

Diseño y Edición Periodística Digital	6	Periodismo Audiovisual: Televisión	6
Periodismo Audiovisual: Radio	6	Géneros Periodísticos Interpretativos y de Opinión (OPT)	6
Sistema de Medios en España	6	Periodismo y Construcción Europea (OPT)	6
Teoría y Práctica del Periodismo Especializado	6	Periodismo Ciudadano y Redes Sociales (OPT)	6
Análisis de la Actualidad	6	Periodismo Político y Económico (OPT)	6
Comunicación Institucional y Corporativa	6	Periodismo Audiovisual: Televisión	6
Historia y Modelos del Periodismo	6		

CUARTO CURSO

Ejercicio de la Profesión Periodística	6	Tipografía y Grafismo Digital (OPT)	6
Políticas de Comunicación	6	Prácticas Profesionales (OPT)	6
Trabajo Fin de Grado	6	Alfabetización Mediática (OPT)	6
Análisis Comparado de los Sistemas de Medios en Europa (OPT)	6	Ciencia Política (OPT)	6
Cine Informativo y Documental (OPT)	6	Estrategias de Comunicación y Análisis Prospectivo (OPT)	6
Creación y Gestión de Empresas Informativas (OPT)	6	Fotoperiodismo e Imagen Digital (OPT)	6
Periodismo Español Contemporáneo (OPT)	6	Información en Internet (OPT)	6

Los alumnos tendrán que cursar 54 créditos en asignaturas de carácter optativo de entre el total ofertado.

⁸³ URL: <http://www.infouma.uma.es/estudios/cienciassociales/periodismo.html#plan>

UNIVERSIDAD DE MURCIA⁸⁴
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO			
Fundamentos de la Comunicación y la Información I	6	Fundamentos de la Comunicación y la Información II	6
Documentación. en los Medios de Comunicación Social I	6	Documentación en los Medios de Comunicación Social II	6
Economía y Empresa	6	Historia del mundo actual	6
Derecho de la Información	6	Teoría e Investigación social	6
Ciencia Política y Opinión Pública	6	Lengua Española para los Medios de Comunicación Social	6
SEGUNDO CURSO			
Desarrollo y Evolución de la Comunicación Social	12	Sistemas de Producción Informativa	6
Redacción para Géneros y Formatos Periodísticos	12	Fotoperiodismo	6
Empresa y Estructuras Informativas	12	Responsabilidad Periodística	6
Técnicas de Comunicación	6		
TERCER CURSO			
Periodismo Especializado	12	Diseño Periodístico	6
Teoría e Historia del Periodismo	12	Periodismo Local	6
Tecnologías de la Producción Informativa	12	Ciencia, Tecnología y Sociedad Global en el Siglo XXI	6
Reportерismo	6		
CUARTO CURSO			
Construcción de servicios de información digital	12	Prácticas externas	9
Diseño Gráfico	6	Inglés para Periodismo	6
		Trabajo Fin de Grado	9
BLOQUE DE OPTATIVAS 1		BLOQUE DE OPTATIVAS 2	
Informativos en Radio y Televisión		Comunicación Divulgativa	
Imagen Infográfica		Periodismo sobre Ciencia y Tecnología	
Documental		Periodismo sobre Salud y Medio Ambiente	
BLOQUE DE OPTATIVAS 3			
Dirección de Comunicación y Portavocía			
Comunicación Política			
Gestión del Conocimiento y Dirección de Recursos Humanos en las Organizaciones			

⁸⁴ URL: <http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/periodismo>

UNIVERSIDAD DE NAVARRA⁸⁵
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO		CR	
Antropología	3	Antropología	3
Lengua y discurso	3	Comunicación global	3
Historia de la comunicación	3	Comunicación radiofónica y audiovisual	6
Retórica de la comunicación	3	Economía	6
Teoría de la comunicación	6	Comunicación escrita	6
Comunicación multimedia	6	Literatura	6
Historia del mundo actual	6	Antropología	3
SEGUNDO CURSO			
Ética	6	Sociología	6
Cultura visual	6	Teoría de la publicidad y las relaciones públicas	6
Estructura y mercados de la comunicación	6	Información para radio y tv (radio)	6
Sistemas políticos contemporáneos	6	Información para radio y tv (televisión)	
Teoría del periodismo	3	Historia del periodismo universal	3
Redacción periodística	6	Documentación periodística	3
Media business	6		
TERCER CURSO			
Géneros periodísticos informativos	3	Ciberperiodismo	6
Géneros y programas de radio	6	Edición de diarios y revistas	6
Medios de comunicación y política en la España reciente	6	Epistemología de la comunicación	3
Historia intelectual y de las ideologías	3	Fundamentos de periodismo científico	3
Fundamentos de periodismo económico	3	Comunicación Política	3
Escritura para televisión	3	Humanística (Cristianismo, Cuestiones actuales de Filosofía e Hª pensamiento)	3
Optativas	6	Optativas	6
CUARTO CURSO			
Producción radiofónica	3	Géneros periodísticos de autor	3
Edición de medios digitales	3	Derecho de la información	6
Producción televisiva	6	Opinión pública	6
Deontología periodística	3	Trabajo fin de grado	9
Empresa de comunicación	6	Optativas	6
Optativas	9	Géneros periodísticos de autor	3

⁸⁵ RRL: <http://www.unav.es/fcom/programas/grado/periodismo/gradoper.htm>

UNIVERSIDAD DE SEVILLA⁸⁶
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO			
Competencia Comunicativa en Español	6	Psicología Social de la Comunicación	6
Historia del Pensamiento Político y Social	6	Relaciones Internacionales	6
Historia Social de la Comunicación	6	Tecnologías de los Medios Audiovisuales	6
Introducción a la Economía Aplicada	6	Teoría de la Comunicación y de la Información	6
Introducción a la Sociología	6	Teoría y Estructura de la Publicidad	6
SEGUNDO CURSO			
Derecho de la Información	6	Géneros y Estilos Periodísticos	6
Documentación Periodística	6	Periodismo Especializado	6
Historia del Periodismo Universal	6	Producción Periodística	6
Tecnología y Diseño de la Información Escrita	6	Tecnología del Periodismo Gráfico	6
Teoría del Periodismo	6	Teoría y Técnicas Audiovisuales Aplicadas al Periodismo	6
TERCER CURSO			
Gabinetes de Comunicación	6	Historia del Periodismo Español	6
Periodismo Político y Económico	6	Redacción Periodística (radio y Televisión)	6
Redacción Periodística (prensa)	6	Técnicas de Investigación Periodística	6
OPTATIVAS			
Periodismo Cultural	6	Organización y Gestión de Empresas Periodísticas	6
Periodismo de Sucesos y Tribunales	6	Recursos Documentales Periodísticos	6
Periodismo Deportivo	6	Diseño de Programas Informativos	6
Multimedia	6	Escritura Creativa	6
Opinión Pública	6	Periodismo Científico y Ambiental	6
CUARTO CURSO			
Análisis del Discurso Periodístico	6	Periodismo de Viajes	6
Cibercultura	6	Periodismo Social y Educativo	6
Códigos y Valores de la Profesión Periodística	6	Redacción Periodística en la Red	6
Estructura y Políticas de Comunicación	6	Comunicación para el Desarrollo Social	6
OPTATIVAS		Innovación Cibernética en Periodismo	6
Historia del Mundo Actual	6	Prácticas en Empresas o Actividades Extraordinarias	6
Letras Contemporáneas	6	Teoría e Historia de la Propaganda	6

⁸⁶ URL: <http://fcom.us.es/grados/periodismo>

UNIVERSIDAD DE SEVILLA: CENTRO EUSA⁸⁷
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO

Competencia Comunicativa en Español	6	Introducción a la Sociología	6
Introducción a la Economía Aplicada	6	Psicología Social de la Comunicación	6
Relaciones Internacionales	6	Tecnologías de los Medios Audiovisuales	6
Teoría y Estructura de la Publicidad	6	Historia Social de la Comunicación	6
Historia del Pensamiento Político y Social	6	Teoría de la Comunicación y de la Información	6

SEGUNDO CURSO

Derecho de la Información	6	Géneros y Estilos Periodísticos	6
Teoría del Periodismo	6	Periodismo Especializado	6
Documentación Periodística	6	Producción Periodística	6
Historia del Periodismo Universal	6	Tecnología del Periodismo Gráfico	6
Tecnología y Diseño de la Información Escrita	6	Teoría y Técnicas Audiovisuales Aplicadas al Periodismo	6

TERCER CURSO (4 optativas)

Periodismo Político y Económico	6	Gabinetes de Comunicación	6
Redacción Periodística	6	Redacción Periodística (Radio y Televisión)	6
Historia del Periodismo Español	6	Técnicas de Investigación Periodística	6

CUARTO CURSO (5 optativas)

Análisis del Discurso Periodístico	6	Códigos y Valores de la Profesión Periodística	6
Cibercultura	6	Estructura y Políticas de Comunicación	6

Trabajo Fin de Grado 6

CATÁLOGO DE ASIGNATURAS OPTATIVAS (todas de 6 cr.)

Comunicación para el Desarrollo Social	Periodismo Cultural
Diseño de Programas Informativos	Periodismo de Sucesos y Tribunales
Escritura Creativa	Periodismo de Viajes
Historia del Mundo Actual	Periodismo Deportivo
Innovación Cibernética en Periodismo	Periodismo Social y Educativo
Letras Contemporáneas	Prácticas en Empresas o Actividades Extraordinarias
Multimedia	Recursos Documentales Periodísticos
Opinión Pública	Redacción Periodística en la Red
Organización y Gestión de Empresas Periodísticas	Teoría e Historia de la Propaganda
Periodismo Científico y Ambiental	

⁸⁷ URL: http://www.eusa.es/oferta_academica/2/curso/3/GRADO-PERIODISMO-Titulo-de-la-Universidad-de-Sevilla

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID⁸⁸
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO			
Estructura de los medios de comunicación	6	Inglés para periodistas (I)	6
Historia del mundo actual	6	Redacción periodística (I)	6
Lengua española aplicada al periodismo	6	Innovaciones tecnológicas aplicadas al periodismo	6
Teorías de la comunicación	6	Redacción periodística (II)	6
Economía aplicada al periodismo	6	Teorías de la información y de los efectos	6
SEGUNDO CURSO			
Derecho de la información	6	Lenguaje audiovisual	6
Ideas políticas contemporáneas	6	Radio informativa	6
Inglés para periodistas (II)	6	Documentación informativa	6
Relaciones internacionales del mundo contemporáneo	6	Géneros periodísticos interpretativos	6
Diseño periodístico	6	Televisión informativa	6
TERCER CURSO			
Ciberperiodismo	6	Gestión y producción de proyectos periodísticos	6
Comunicación organizacional	6	Historia del periodismo español	6
Historia del periodismo universal	6	Metodologías de investigación en comunicación	6
Periodismo de opinión	6	Periodismo Especializado	6
Optativas:			
Diseño de páginas web	6	Guión y realización del documental audiovisual	6
Publicidad y relaciones públicas	6	Periodismo participativo en la red	6
CUARTO CURSO			
Comunicación Política	6	Periodismo de investigación	6
Ética y deontología periodística	6	Prácticas externas	6
Fotoperiodismo	6	Trabajo fin de grado	6
Información y derechos humanos	6		
Optativas			
Periodismo cultural y científico	6	Periodismo económico	6
Periodismo deportivo	6	Periodismo Político	6

⁸⁸ URL:

http://www.uva.es/opencms/consultas/planesestudios/asignaturas?codigo_plan=420&ano_academico=12

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA⁸⁹
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO

25300 - Lengua española	6	25308 - Derecho y deontología de la información (2): Deontología	3
25301 - Documentación informativa	6	25309 - Géneros y redacción periodística II	9
25303 - Derecho y deontología de la información (I): Derecho	3	25305 - Historia del mundo actual	6
25304 - Géneros y redacción periodística I	9	25306 - Instituciones políticas y administrativas contemporáneas	6
25302 - Sociología del mundo actual	6		

SEGUNDO CURSO

Elegir una de las asignaturas 26357 a 25360

25357 - Lengua moderna I (Alemán)	6	25313 - Géneros informativos en radio	6
25358 - Lengua moderna I (Francés)	6	25314 - Producción de informativos en radio	6
	6	25318 - Bases culturales de la comunicación: Historia del cine	6
25359 - Lengua moderna I (Inglés)		y otros medios audiovisuales	6
25360 - Lengua moderna I (Italiano)	6		
25311 - Fundamentos de economía	6		

Elegir una de las asignaturas 26315 a 25319

25315 - Bases culturales de la comunicación: Corrientes artísticas contemporáneas	6	25322 - Géneros informativos en TV	6
25316 - Bases culturales de la comunicación: corrientes literarias contemporáneas	6	25323 - Producción de informativos en TV	6
25317 - Bases culturales de la comunicación: Ciencia y tecnología actuales	6	25321 - La empresa de comunicación	6
25319 - Bases culturales de la comunicación: Geografía y medio-ambiente	6		

TERCER CURSO

25324 - Técnicas de expresión oral y escrita (1): Expresión oral	3	25330 - Diseño y edición de publicaciones impresas	6
25325 - Narrativa audiovisual: reportaje y documental	6	25328 - Técnicas de expresión oral y escrita (2): Expresión escrita	3
25326 - Realización audiovisual: reportaje y documental	6	25329 - Teoría de la información y de la comunicación	6
25327 - Proyecto de comunicación audiovisual	9	25331 - Proyecto de comunicación en prensa	9

⁸⁹ URL: http://titulaciones.unizar.es/periodismo/cuadro_asignaturas.html

CUARTO CURSO. Elegir una asignatura de la 25337 a la 25340			
25333 - Comunicación e información digital	6	25338 - Proyectos de comunicación especializada: Comunicación corporativa	9
25334 - Proyecto de comunicación digital	9	25356 - Trabajo fin de Grado	6
25332 - Historia del periodismo	6	25337 - Proyectos de comunicación especializada: Magazine radiofónico	9
25335 - Elementos de publicidad y relaciones públicas	6	25339 - Proyectos de comunicación especializada: Suplemento/revista especializada	9
25336 - Opinión pública	6	25340 - Proyectos de comunicación especializada: Documental audiovisual formato largo	9
Cursar 2 asignaturas en materias optativas			
25361 - Lengua moderna II(Alemán)	6	25353 - Comentario de textos periodísticos en lengua inglesa	6
25362 - Lengua moderna II (Francés)	6	25343 - Periodismo económico	6
25363 - Lengua moderna II (Inglés)	6	25345 - Periodismo científico	6
25364 - Lengua moderna II (Italiano)	6	25349 - Fotoperiodismo y técnica de la imagen	6
25365 - Lengua moderna II (árabe moderno)	6	25341 - Inglés para la comunicación	6
25366 - Lengua moderna II catalán)	6	25344 - Periodismo deportivo	6
25355 - Periodismo local	6	25346 - Comunicación Política y electoral	6
25350 - Teoría de la cultura de masas	6	25347 - Periodismo de investigación y precisión	6
25352 – Practicum	6	25348 - Reporterismo radiofónico	6
		25342 - Comunicación e identidad corporativa	6

UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO/EUSKAL HERRIKO UNIBERTSITATEA⁹⁰
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO

Análisis del Entorno Económico	6	Lenguaje Audiovisual	6
Comunicación Comercial, Corporativa e Institucional	6	Redacción Informativa en Prensa	6
Comunicación y Publicidad: Estrategias Persuasivas	6	Técnicas de Creación Audiovisual	6
Estadística Aplicada a la Comunicación	6	Usos de la Lengua Española en los Medios de Comunicación	6
Géneros Informativos	6	Usos de la Lengua Vasca en los Medios de Comunicación	6
Historia del Mundo Actual	6	Lenguaje Audiovisual	6

SEGUNDO CURSO

Derecho Constitucional	6	Redacción Informativa en Radio	6
Derecho de la Información	6	Redacción Informativa en TV	6
Gestión de Fuentes Documentales	6	Relaciones Internacionales	6
Historia General de la Comunicación Social	6	Tecnología del Periodismo	6
Redacción Ciberperiodística	6	Teorías Comunicativas	6

TERCER CURSO

Edición y Producción Multimedia	6	Locución Informativa	6
Fotoperiodismo	6	Principios del Diseño Periodístico	6
Géneros Interpretativos	6	Reportero	6

OPTATIVAS TERCER CURSO

Formación de Portavoces	6	Modelos de los Medios de Comunicación	6
Gestión de la Comunicación en las Organizaciones Internacionales	6	Norma y Uso de la Lengua Vasca	6
Historia del Periodismo	6	Periodismo Social y Participativo en Internet	6
Infografía	6	Técnicas de las Relaciones Públicas	6

CUARTO CURSO

Deontología y Medios de Comunicación	6	Periodismo Especializado	6
Empresa Informativa	6	Trabajo Fin de Grado	12
Géneros de Opinión	6		

OPTATIVAS CUARTO CURSO

Comunicación en Euskera: Estrategias Lingüísticas para los Medios de Comunicación	6	Gabinetes de Comunicación	6
Dirección de la Comunicación Pública	6	Historia Contemporánea de España y del País Vasco	6
Edición en Prensa	6	Historia del Pensamiento Político	6
Expresión Escrita en los Medios de Comunicación	6	Medios de Comunicación Local: Creación de un Producto Informativo	6

⁹⁰ URL: <http://www.ehu.es/p200->

[content/es/pls/entrada/plew0040.htm_siguiente?p_sesion=&p_cod_idioma=CAS&p_en_portal=S&p_cod_centro=323&p_cod_plan=GPERIO30&p_anyoAcad=act&p_pestanya=3&p_menu=asig_cursos](http://www.ehu.es/content/es/pls/entrada/plew0040.htm_siguiente?p_sesion=&p_cod_idioma=CAS&p_en_portal=S&p_cod_centro=323&p_cod_plan=GPERIO30&p_anyoAcad=act&p_pestanya=3&p_menu=asig_cursos)

UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID⁹¹
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO

Habilidades Comunicativas	6	Documentación e investigación periodística	6
Géneros informativos y redacción periodística	6	Mundo actual y perspectiva histórica	6
Expresión fotográfica	6	Diseño y maquetación	6
Tecnología audiovisual	6	Pensamiento creativo	6
Técnicas y estrategias de la comunicación	6	Taller de diseño creativo	6

SEGUNDO CURSO

Persuasión y Opinión	6	Inglés	6
Geopolítica	6	Ética y Deontología profesional	6
Producción y realización en Radio	6	Producción y realización en TV	6
Gabinetes de comunicación	6	Fotoperiodismo	6
Laboratorio de Radio	6	Grupos de Comunicación y empresa informativa	6

TERCER CURSO

Laboratorio de Televisión	6	Periodismo deportivo	6
Plataformas de Periodismo multimedia	6	Periodismo científico y medioambiental	6
Comunicación Política Internacional	6	Comunicación de eventos y entretenimiento	3
España y su historia reciente	6	Crónica parlamentaria y de tribunales	3
Periodismo cultural	6	Diseño y programación multimedia	6
Periodismo económico	6		

CUARTO CURSO

Inglés Especializado	6	Locución y presentación	3
Prácticas externas	6	Derecho de la comunicación	3
Proyecto fin de grado	12	Optativas	30

OPTATIVAS MENCIÓN PERIODISMO DEPORTIVO

Televisión deportiva	6	Radio deportiva	6
----------------------	---	-----------------	---

OPTATIVAS MENCIÓN RADIO Y TELEVISIÓN

Radio deportiva	6	TV deportiva	6
Reportajes en TV	6	Todo Noticias TV	6
Todo noticias en radio	6	Taller de proyectos en TV	6
Radio especializada	6	Programas de Ficción en TV	6

⁹¹ URL: <http://www.uem.es/titulacion/grado-en-periodismo>

UNIVERSIDAD EUROPEA MIGUEL DE CERVANTES⁹²
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO

Empresa y marketing	6	Redacción para los medios I	6
Historia política y social contemporánea	6	Sociología	6
Inglés I	6	Teoría de la comunicación y de la información	6
Lengua	6	Teoría de la imagen	6
Literatura y medios de comunicación	6	Teoría general de la publicidad	6

SEGUNDO CURSO

Comunicación e información audiovisual	6	Movimientos artísticos contemporáneos	6
Derecho de la información	6	Redacción para los medios II	6
Documentación	6	Relaciones internacionales	6
Ética y deontología de la comunicación	6	Técnicas de comunicación eficaz	6
Inglés II	6	Tecnologías de la información y de la comunicación	6

TERCER CURSO

Comunicación empresarial, institucional y relaciones públicas	6	Prácticas en empresa I	6
Estructura de la comunicación	6	Redacción para los medios III	6
Historia del periodismo y la comunicación social	6	Tecnología de la información escrita	6
Periodismo televisivo	6	Tecnología de los medios audiovisuales	6

CUARTO CURSO

Fotoperiodismo	6	Periodismo radiofónico	6
Opinión pública	6	Prácticas en empresa II	6
Periodismo digital	6	Tendencias periodísticas de actualidad	6
Periodismo Especializado	6	Trabajo fin de grado	6

OPTATIVAS

Cineforum: análisis y crítica de textos fílmicos	6	Historia de los medios audiovisuales	6
Comunicación Política	6	Marketing en internet	6
Crítica y análisis de campañas publicitarias	6	Organización de eventos y protocolo	6
Dirección de comunicación	6	Periodismo de investigación	6
Dirección de marcas	6	Periodismo deportivo	6
Estética digital	6	Planificación y medios publicitarios	6

⁹² URL: http://www.uemc.edu/campusvuemc/catalogo/lista_asignaturas.asp?plan=GRPERIOD

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE VITORIA⁹³
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO

Antropología general	6	Comunicación: habilidades y competencias para el liderazgo	6
Historia del pensamiento	6	Información audiovisual I	6
Lengua	6	Inglés I	6
Redacción periodística I	6	Marketing	6
Teoría de la comunicación y teoría del periodismo	6	Tecnología de los medios de comunicación	6

SEGUNDO CURSO

Antropología fundamental	6	Diseño periodístico	6
Economía	6	Documentación	6
Información audiovisual II	6	Educación para la responsabilidad social	6
Literatura	6	Historia del mundo contemporáneo	6
Redacción periodística II	6	Inglés II	6

TERCER CURSO

Ética y deontología profesional	6	Estructura y empresa de los medios de comunicación	6
Historia de los medios	3	Historia de España y organización política del Estado	6
Información audiovisual III	6	Opinión pública	6
Inglés III	6	Prácticas en empresas I	6
Redacción periodística y periodismo de fuente	3	Optativa I	3
Ciberperiodismo y productos digitales	6	Optativa II	3

CUARTO CURSO

Derecho de la información y la comunicación	6	Métodos y técnicas de investigación	6
Edición	6	Prácticas en empresas II	6
Fundamentos del cristianismo	6	Técnicas de comunicación para eventos especiales	3
Introducción al Periodismo Especializado	6	Trabajo fin de grado	6
Relaciones internacionales del siglo XX-XXI	6	Optativa III	3
Fotografía periodística	3	Optativa IV	3

⁹³ URL:

http://notas.ufv.es/documentos/PLANIFICACION_DE_LAS_ENSE%3%91ANZAS_PERIODISMO.pdf

UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA⁹⁴
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO

Comunicación Visual	6	Derecho	6
Comunicación e información escrita	6	Expresión Oral y Escrita	6
Hecho Religioso y Fe Cristiana	6	Historia	6
Inglés	6	Psicología	6
Investigación de Fuentes Documentales	6	TIC I	6
Lengua y Escritura literaria	6	Teoría de la Comunicación Interpersonal	6

SEGUNDO CURSO

Comunicación en Radio	6	Ciencia Política	6
Comunicación en televisión	6	Documentación Informativa	6
Elaboración de Trabajos Académicos con Indicadores de Calidad	6	Economía	6
Periodismo Impreso I	6	Historia Contemporánea de las Ideas	6
Sociología	6	Introducción a la Informática	6
Visión Cristiana del Hombre y la Sociedad	6	Periodismo Gráfico	6

TERCER CURSO

Historia del periodismo	8	Empresa Informativa I	6
Metodología y estadística	6	Periodismo Cultural y Artístico	3
Periodismo Radiofónico	8	Periodismo Socio-religioso	3
Teoría de la Comunicación Social	9	Periodismo Televisivo	8
Comunicación Política	3	TIC II	6
Diseño Periodístico	6		

CUARTO CURSO

Comunicación Institucional	6	Deontología periodística	6
Derecho de la Información	6	Estructura de la comunicación	6
Empresa Informativa II	3	Periodismo Argumentativo	3
Opinión Pública	9	Relaciones Internacionales	6
Periodismo Digital	6	Trabajo Fin de Grado	6

⁹⁴ URL: <http://www.upsa.es/estudios/grados/periodismo/listadoAsignaturas.php>

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS⁹⁵
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO			
Fundamentos del Periodismo	6	Diseño de la información periodística	6
Lengua española	6	Estructura social contemporánea	6
Procesos de Comunicación, Publicidad y RRPP	6	Historia del Mundo actual	6
Redacción periodística	6	Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información	6
Teorías de la comunicación	6	Teoría de la Información	6
SEGUNDO CURSO			
Géneros informativos e interpretativos en prensa	6	Idioma Moderno	6
Lenguaje y tecnologías audiovisuales	6	Producción de la información audiovisual	6
Documentación Informativa	6	Historia del periodismo	6
Instituciones públicas y privadas españolas y europeas	6	Derecho de la comunicación	6
Principios de economía	6	Estructura del sistema de medios	6
TERCER CURSO			
Géneros informativos en radio y televisión	6	Producción de programas informativos en televisión	6
Planificación y desarrollo de proyectos en la red	6	Producción de programas informativos en radio	6
Opinión pública	6	Periodismo multimedia	6
Investigación de audiencias	6	Periodismo de análisis y opinión	6
Historia de la España actual	6	Empresa periodística	6
CUARTO CURSO			
Métodos de investigación en comunicación	6	Periodismo infográfico (OT)	6
Reconocimiento Académico de Créditos	6	Trabajo Fin de Grado	6
Comunicación Política (OPT)	6	Prácticas Externas	24
Periodismo y literatura (OPT)	6		

⁹⁵ URL: <http://www.urjc.es/estudios/grado/periodismo/periodismo.html>

UNIVERSIDAD SAN JORGE⁹⁶
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO			
Redacción I	6	Historia de España	6
Expresiones artísticas contemporáneas: fotografía, cine y moda	3	Historia de la comunicación social	6
Historia universal	6	Introducción a las ciencias jurídicas	3
Teoría de la comunicación y la información	6	Inglés general	6
Teoría y técnica de la radio	6	Lengua	12
SEGUNDO CURSO			
Técnicas de expresión oral y comunicación interpersonal	6	Teoría y técnica de la televisión	6
Diseño gráfico aplicado i: desarrollo teórico-práctico en prensa	6	Introducción a la economía	6
Documentación informativa	6	Sistema político español	6
Sociología	6	Press writing and communication I	6
Literatura y análisis de textos	6	Redacción II	6
TERCER CURSO			
Diseño gráfico aplicado ii: metodología proyectual en mass-media	6	Empresa comunicativa	6
Técnica fotográfica y fotoperiodismo	6	Periodismo social y cultural	6
Historia del periodismo español	6	Press writing and communication II	6
Periodismo económico	6	Empresa comunicativa	6
Derecho de la información	6		
Itinerario optativo	12		
Módulo - perfil en periodismo multimedia			
Producción periodística	6	Locución y presentación en radio y televisión	6
Módulo - perfil en comunicacion institucional			
Comunicación corporativa	6	Comunicación Política	6
Módulo - perfil en gestion y edicion digital de contenidos			
Redacción periodística en medios digitales	6	Tecnologías digitales i: edición y producción en soportes escritos y electrónicos	6

⁹⁶ URL: <http://gdweb.usj.es/VRhtml.php?idGuia=593&idAsig=30131&nd=1&anyo=2011-12&version=2.0>

CUARTO CURSO			
Ética y deontología periodística	6	Humanismo cívico	6
Métodos y técnicas de investigación social	6	Periodismo Político	6
Relaciones internacionales: derecho internacional y diplomacia	6	Prácticas	6
Itinerario optativo	12		
Perfil en periodismo multimedia	6		
Radio y televisión informativa	6		
Perfil en comunicación institucional			
Organización y gestión del gabinete de comunicación	6	Recepcion de la comunicacion y opinion publica	6
Perfil en gestión y edición digital de contenidos			
Diseño, desarrollo y gestión de web sites	6	Tecnologías digitales II: edición y producción en soportes audiovisuales	6

UNIVERSIDAD TECNOLOGÍA Y EMPRESA⁹⁷
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO			
Sociología de la comunicación	6	Psicología aplicada a la Publicidad y las RRPP	6
Lengua española	6	Redacción publicitaria	6
Historia del mundo actual	6	Historia de España	6
Comunicación oral y lenguaje publicitario	6	Deontología y Derecho de la Publ y las RRPP	6
Informática I	3	Historia de la Publicidad y las RRPP I	3
Inglés I	3	Inglés II	3
SEGUNDO CURSO			
Instituciones políticas y administrativas	6	Informática II	3
Investigación y documentación publicitaria	6	Opinión pública	6
Teoría de la comunicación publicitaria	6	El mensaje publicitario	6
Creatividad publicitaria	3	Estrategias publicitarias	6
Publicidad audiovisual, escrita y gráfica	3	Análisis de audiencias	6
Historia de la Publicidad y las RRPP II	3	Inglés IV	3
Inglés III	3		
TERCER CURSO			
Economía y empresa informativa	4	Taller de expresión visual e imagen I	6
Producción periodística I	4	Producción periodística II	4
Periodismo Especializado I	5	Periodismo Especializado II	5
Prensa Grat Corporativa e Institucional	4	Reporteros	4
Inglés V	3	Inglés VI	3
Optativa I	3	Optativa II	3
Taller de empresa I	3	Taller de expresión visual e imagen I	6
CUARTO CURSO			
Periodismo en la red	6	Fotoperiodismo	6
Locución y doblaje	3	Diseño periodístico	3
Inglés VII	3	Inglés V	3
Optativa III	3	Optativa V	4
Optativa IV	4	Optativa VI	3
Taller de radio I	6	Trabajo Fin de grado	6
Taller de empresa II	3	Taller de radio II	6

⁹⁷ URL: <http://www.utecem.es/titulaciones.php?s=comunicacion&s2=periodismo>

UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA⁹⁸
GRAO EN XORNALISMO

PRIMER CURSO

Locución Audiovisual	6	Dereito da Información	6
Linguaxe Audiovisual	6	Institucións Políticas e Movementos Sociais Contemporáneos	6
Redacción Informativa	6	Historia do Mundo Actual	6
Producción da Información	6	Fundamentos de Economía da Información	6
Publicidade e Relacións Públicas	6	Técnicas e Tecnoloxías para os Medios de Comunicación	6

SEGUNDO CURSO

Lingua Galega	6	Xéneros Interpretativos e de Opinión en Prensa	6
Lingua Española	6	Documentación Informativa	6
Fotoxornalismo	6	Estatística Aplicada á Comunicación	6
Xéneros Informativos en Prensa	6	Comunicación Interpersoal e Comunitaria	6
Información Radiofónica	6	Industrias Culturais	6
Información Televisiva	6		

TERCER CURSO

Xéneros Radiofónicos e Televisivos	6	Teorías da Comunicación e da Información	6
Multimedia:teoría, técnica y aplicacións	6	Métodos de investigación	6
Comunicación Organizacional	6	Teoría da comunicación visual (OPT)	6
Xestión da Empresa Informativa	6	Programación e Audiencias (OPT)	6
Xornalismo Especializado	6	Deseño e composición visual	6
Historia da Comunicación	6		

CUARTO CURSO

Inglés para Xornalistas (OPT)	6	Órganos e sistemas de regulación	6
Documental (OPT)	6	Teoría e análise dos cibermedios (OPT)	6
Fotografía Contemporánea (OPT)	6	Novos Soportes e Arquitectura da Información	6
Estratexias e Plans de Comunicación (OPT)	6	Infografía (OPT)	6
Novos formatos e Productos para a Rede (OPT)	6	Traballo Fin de Grao	12
Áreas de Especialización Xornalística	6	Prácticas en empresas xornalísticas (OPT)	12
Movementos xornalísticos e comunicación cidadá (OPT)	6		

⁹⁸ URL:

http://www.usc.es/gl/centros/cc_comunicacion/titulacions.html?plan=12670&estudio=12671&codEstudio=12279&valor=9

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA⁹⁹
GRAU EN PERIODISME

PRIMER CURS

- Història de la Comunicació
- Estructura Social i Política
- Llenguatges Comunicatius Escrits i Audiovisuals
- Llengua Catalana Estàndard en els Mitjans de Comunicació
- Escripció en Premsa
- Teoria i Tècnica dels Gèneres Periodístics
- Estructura de la Comunicació
- Estàndard Oral i Escrit de la Llengua Espanyola
- Història Contemporània de Catalunya i d'Espanya
- Escripció Audiovisual

SEGON CURS

- Teories de la Comunicació
- Escripció Periodística en Multimèdia i Interactius
- Mètodes, Tècniques, Fonts i Organització del Treball Periodístic
- Producció, Expressió i Disseny en Premsa
- Tecnologies de la Informació i la Comunicació
- Deontologia Periodística i Llibertat d'expressió
- Producció i Expressió Periodística en Multimèdia i Interactius
- Teoria i Estructura Econòmica
- Producció i Expressió Audiovisual
- Mètodes de Recerca en Comunicació

TERCER CURS

- Teoria i Pràctica del Periodisme Especialitzat
- Història del Periodisme a Catalunya i Espanya
- Economia de la Comunicació
- Informatius en Radió i Televisió
- 2 assignatures optatives
- Politiques de Comunicació
- 3 assignatures optatives

QUART CURS

- Treball de Fi de Grau
- Pràcticum

Assignatures optatives

3r curs

- Documentació Periodística
- Disseny i Composició Visual
- Comunicació, Educació i Alfabetització Mediàtica
- Comunicació Empresarial i Institucional
- Teoria i Pràctica del Documental
- Fotoperiodisme
- Perspectiva Històrica del Món Contemporani
- Periodisme Econòmic
- Periodisme Cultural
- Gèneres i Formats Audiovisuals Multimèdia

4t curs

- Semiòtica de la Comunicació
- Comunicació i Estudis de Gènere
- Comunicació i Salut
- Comunicación Política
- Periodisme de Proximitat
- Periodisme d'Investigació
- Llenguatges d'Especialitat i Divulgació Periodística
- Dret de la Informació

⁹⁹ URL: <http://uab.es/servlet/Satellite/estudiar/llicitat-de-graus/informacio-general/periodisme-grau-eees-1216708251447.html?param1=1265293768091¶m11=5>

Menció de Periodisme Especialitzat en Política i Economia

- Periodisme Econòmic
- Periodisme Polític i Parlamentari
- Periodisme Internacional
- Relacions Internacionals
- Sistema Polític Espanyol i Català
- Política Mundial Comparada
- Moviments Socials Contemporanis

Menció en Periodisme Especialitzat en Cultura i Societat

- Periodisme i Societat
- Periodisme Cultural
- Periodisme Mediambiental i de Viatges
- Periodisme Científic
- Periodisme Esportiu
- Documental Periodístic
- Literatura Catalana Contemporània

Menció d'Anàlisi i Planificació de la Comunicació

- Gabinet de Premsa i Comunicació
- Comunicació Empresarial i Institucional
- Comunicació, Cooperació i Desenvolupament
- Comunicació i Opinió Pública
- Polítiques de Comunicació i Indústries Culturals
- Comunicació Intercultural

Menció de Ciberperiodisme i Noves Plataformes de Comunicació

- Producció Periodística Multiplataforma
- Tendències de Desenvolupament d'Internet
- Gestió de Continguts Digitals
- Infografia, Animació i Espais Virtuals
- Gèneres i Formats Audiovisuals Multimèdia

UNIVERSITAT DE LAS ILLES BALEARS¹⁰⁰
CENTRO ALBERTA GIMÉNEZ

GRAU EN PERIODISME

PRIMER CURS

29400 - Història del Món Actual i Mitjans de Comunicació	6	29405 - Cristianisme i Cultura Contemporània	6
29401 – Sociología de la Comunicació	6	29406 - Introducció a l'Economia	6
29402 - Introducció al Dret	6	29407 - English for Audiovisual Communication and Journalism	6
29403 - Llengua Castellana Escrita i Oral	6	29408 - Història de les Illes Balears	6
29404 - Llengua Catalana: Normativa i Varietat Estàndard Oral i Escrita	6	29409 - La Informació Periodística: Notícia, Reportatge i Entrevista	6

SEGON CURS

29410 - Història del Periodisme	6	29417 - Fotoperiodisme	6
29411 - Dret de la Informació	6	29418 - Periodisme Radiofònic	6
29412 - Teoria de la Informació	3	29419 - Periodisme Interpretatiu i d'Opinió	6
29413 - Teories de la Comunicació Social	3	29420 - Periodisme i Disseny Gràfic	6
29414 - Models d'ús de la Llengua Espanyola als Mitjans de Comunicació	3	29421 - Periodisme Televisiu	6
29415 - Models d'ÚS de la Llengua Catalana als Mitjans de Comunicació	3	29449 - Documentació Informativa	3
29416 - Producció Informativa	3		

TERCER CURS

29422 - Periodisme Especialitzat I	6	29426 - Periodisme Especialitzat II	6
29423 - Ètica i Deontologia Professional	6	29427 - Comunicació Empresarial i Institucional II	6
29424 - Comunicació Empresarial i Institucional I	6	29428 - Periodisme Digital	6
29425 - Introducció a la Publicitat	6	29429 - Introducció a les Relacions Públiques	6

CUART CURS

29430 - Direcció de Mitjans	6	29433 - Estructura del Sistema de Mitjans	6
29431 – Pràctiques Externes	18	29434 - Projecte de Fi de Grau	12
29432 - Empreses de Comunicació	6		

OPTATIVES

29435 - Comunicació Interna	3	29442 - Taller de Ràdio	3
29436 - Màrqueting i Comunicació	3	29443 - Taller de Locució	3

¹⁰⁰ URL: <http://estudis.uib.cat/grau/periodisme/GPER-P/>

Anexos

29437 - Periodisme Social i de Servei	3	29444 - El Paper de les Religions en les Societats Contemporànies	3
29438 - Responsabilitat Social Corporativa	3	29445 - Mitjans de Comunicació i Educació	3
29439 - Taller de Premsa	3	29446 - Ús de les TIC en Entorns Educatius	3
29440 - Taller de Periodisme Digital	3	29447 - Els Mitjans de Comunicació davant les Desigualtats	3
29441 - Taller de Televisió	3	29448 - Els Mitjans davant la Violència	3

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA¹⁰¹
GRAU EN PERIODISME

PRIMER CURS

Documentació comunicativa	6	Introducció a l'economia actual	6
Expressió oral i escrita per a mitjans de comunicació I	6	Societat actual	6
Història de la comunicació	6	Agències d'informació	6
Història del món actual	6	Gèneres informatius	6
Institucions polítiques contemporànies	6	Tecnologies de la comunicació I	6

SEGON CURS

Dret de la comunicació	6	Història de la comunicació social al País Valencià	6
Expressió oral i escrita per a mitjans de comunicació II	6	Periodisme digital	6
Teories de la comunicació	6	Tecnologies de la comunicació II	6
Estructura de la comunicació i indústries culturals	6	Teoria i història del periodisme I	6
Gèneres interpretatius	12		

TERCER CURS

Gabinets de premsa i comunicació corporativa	4,5	Periodisme de societat i cultura	6
Gèneres periodístics d'opinió	6	Periodisme econòmic i el seu tractament	6
Informatius de televisió i tècniques de locució i presentació	9	Periodisme local i comarcal	4,5
Magazín informatiu en ràdio	6	Periodisme Polític i el seu tractament	6
Organització i producció de periòdics i disseny gràfic i infografia	6	Teoria i història del periodisme II	6

OPTATIVES

Divulgació d'informació científica i tecnològica	4,5	Fotoperiodisme i imatge digital	4,5
Periodisme de ciència i tecnologia i el seu tractament	6	Geografia del món actual	4,5
Periodisme de conflictes i pau	4,5	Anglès professional per a periodistes	4,5
Pràctiques externes obligatòries	6	Medicaments i societat / Medicina i salut	4,5
Revistes i magazins	4,5	Periodisme cinematogràfic	4,5
Treball fi de grau en Periodisme	12	Periodisme esportiu	4,5
Comunicación Política i opinió pública	4,5	Pràctiques externes optatives	4,5

¹⁰¹ URL: <http://www.uv.es/uvweb/universitat/ca/estudis-grau/oferta-graus/oferta-graus/grau-periodisme-1285846094474/Titulacio.html?id=1285847461402&plantilla=UV/Page/TPGDetail&p2=2>

Anexos

Cosmologia i exploració de l'espai	4,5	Taller d'escriptura periodística	4,5
Estadística per a periodistes	4,5		

UNIVERSITAT DE VIC¹⁰²
GRAU EN PERIODISME

PRIMER CURS

Llengua Espanyola	3	Estadística Aplicada a la Comunicació	6
Economia i Empresa	6	Estructura del Sistema de Comunicació	6
Història Contemporània	6	Fonts d'Informació	3
Història de la Comunicació	6	Introducció a l'Anglès per al Periodisme	6
Llengua Catalana	3	Taller d'Informàtica	3
Sociologia General i de la Comunicació	6	Taller de Redacció de Premsa I	6

SEGON CURS

Anglès Escrit per al Periodisme	6	Edició de Premsa	3
Taller de Comunicació Gràfica	6	Llenguatges de la Comunicació	6
Taller de Redacció de Premsa II	6	Taller de Ràdio	6
Taller de Redacció i Locució en Mitjans Audiovisuals	6	Taller de Televisió	6
Teories de la Comunicació	6	Teoria i Estructura de la Comunicació d'Empresa	6
Anglès Oral per al Periodisme	3		

TERCER CURS

Comunicació Digital Interactiva	3	Optatives	6
Disseny de Premsa	6	Periodisme en Línia	3
Dret a la Informació	3	Taller d'Infografia	3
Història del Periodisme	3	Taller de Comunicació Interactiva	3
Optatives	6	Taller de Fotografia	3
Taller de Producció Audiovisual	9	Taller de Redacció de Premsa III	6
Mètodes d'Investigació en Comunicació	6		

QUART CURS

Ètica Professional	3	Comunicació de Proximitat	6
Optatives	9	Optatives	9
Periodisme d'Investigació	6	Pràctiques en Empreses	12
Periodisme Institucional i d'Empresa	3	Sistema Polític i Constitucional Espanyol	3
Treball de Fi de Grau	9		

OPTATIVES

Conflictes i Relacions Internacionals	6	Construcció de Marca	6
Convergència Mediàtica	3	Màrqueting Internacional	6
Lideratge i Habilitats Directives	6	Xarxes Socials	3
Anglès per als Negocis	3	Cultura Internacional dels Negocis	6
Estratègies de Comunicació Global	6		

¹⁰² URL: <http://www.uvic.es/estudi/periodisme>

UNIVERSITAT INTERNACIONAL DE CATALUNYA¹⁰³
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO			
Comunicación Escrita 1	6	Teoría de la Información	6
Lenguaje Periodístico 1	7	Antropología	6
Dinámicas de Grupo	1	Comunicación Escrita 2	6
Edición de Audio y Vídeo	3	Història Universal Contemporània	6
Inglés General	6	Lenguaje Periodístico 2	6
Plató	1	Inglés Académico	6
SEGUNDO CURSO			
Comunicación Radiofónica	6	Comunicación Televisiva	6
Pensamiento Contemporáneo	6	Deontología Periodística	6
Historia Contemporánea de España	6	Derecho de la Información	6
Inglés Escrito	6	Sociología	6
Teoría de la Comunicación	6	Economía	6
TERCER CURSO			
Dirección de Comunicación	6	Estructura de la Comunicación	3
Empresa	6	Instituciones Jurídico-Políticas Contemporáneas	5
Geografía	4	Producción y Realización Televisiva	6
Historia del Periodismo	4	Proyectos Periodísticos en Red	6
Optativa	3	Effective Speaking Skills	6
Producción y Realización Radiofónica	6	Prácticas Externas I	5
CUARTO CURSO			
Creatividad e innovación	4	Comunicación persuasiva	4
Análisis de mercados y audiencias Marketing	6	Liderazgo y negociación	4
	4	Professional English for Journalism	4
Gestión del entorno	6	Optativa IV	3
Dirección de comunicación	6	Prácticas externas	5
Professional English for Journalism	4	Proyecto de fin de grado	6
Optativa II	3	Diseño gráfico	4
Optativa III	3		
OPTATIVAS (vigentes 2012-13)			
Periodismo cultural	3	Periodismo judicial	3

¹⁰³ URL: <http://www.uic.es/es/grado-periodismo>

UNIVERSITAT JAUME I DE CASTELLO¹⁰⁴
GRAU EN PERIODISME

PRIMER CURS

Teoria del Periodisme (FB)	Història del Món Actual (FB)
Teoria de la Imatge (FB)	Fonaments de Teoria de la Comunicació (OB)
Teoria de la Publicitat i de les Relacions Públiques (FB)	Anglès Professional per a Comunicadors (FB)
Documentació Informativa (OB)	Dret de la Comunicació (FB)
Llengua Espanyola / Catalana per a Comunicadors (OB)	Teoria i Tècnica de la Fotografia (OB)

SEGON CURS

Tecnologia de la Comunicació (OB)	Narrativa Audiovisual (OB)
Gèneres Periodístics (OB)	Estructura Social Contemporània (FB)
Ètica i Deontologia Professional (FB)	Eines Informàtiques per a Comunicadors (FB)
Empreses de Comunicació (OB)	Informació Radiofònica (OB)
Història del Periodisme (OB)	Gèneres Periodístics II (OB)

TERCER CURS

Estructura del Sistema Comunicatiu (OB)	Edició i Producció en Programes Informatius de Ràdio i Televisió (OB)
Producció Audiovisual (OB)	Gèneres Periodístics d'Anàlisi i Opinió (OB)
Estratègies de la Comunicació (OB)	Periodisme Especialitzat (OB)
Informació Televisiva (OB)	Ciberperiodisme (OB)
Disseny Periodístic (OB)	Empresa Periodística (OB)

QUART CURS

Edició i Producció de Programes Informatius en Ràdio i TV II (OB)	Treball de Final de Grau (TFG)
Comunicació per a la Igualtat (OB)	Pràctiques Externes (PE)
Direcció de Comunicació (OB)	

Assignatures optatives

Locució en Ràdio i Televisió	Indústries Culturals
Periodisme Cultural	Muntatge i Postproducció d'Informació
Comunicación Política	Periodisme de Successos i Tribunals
Periodisme Econòmic	Periodisme Esportiu
Periodisme institucional	Periodisme local
	Periodisme Polític i Parlamentari

¹⁰⁴ URL: <http://www.uji.es/CA/infoest/estudis/titols/e@/22891/?pTitulacionId=204>

UNIVERSITAT MIGUEL HERNANDEZ D'ELX¹⁰⁵
GRADO EN PERIODISMO

PRIMER CURSO			
Analisis de textos y redacción periodística	6	Gestión de la empresa informativa	6
Estadística	6	Historia universal contemporánea	6
Fundamentos de antropología social	6	Lengua: expresión oral y escrita	6
Fundamentos de psicología	6	Organización y gestión de la empresa periodística	6
Gestión de bases de datos	6	Teoría de la comunicación mediática	6
		Gestión de la empresa informativa	6
SEGUNDO CURSO			
Comunicación audiovisual	6	Periodismo radiofónico	6
Comunicación digital e internet	6	Psicología social	6
Documentación informativa	6	Publicidad y relaciones públicas	6
Instituciones jurídico-políticas	6	Redacción periodística	6
Lenguaje y técnicas periodismo impreso	6	Teoría e historia del periodismo	6
TERCER CURSO			
Comunicación corporativa e institucional	6	Producción periodística	6
Diseño periodístico	6	Psicología de la comunicación	6
Fotoperiodismo	6	Psicología de las relaciones de grupos	6
Instituciones de la unión europea	6	Reportalismo e investigación periodística	6
Periodismo televisivo	6	Tecnología audiovisual	6
CUARTO CURSO			
Comunicación Política y opinión pública	6	Estructura del periodismo	6
Derecho de la información	6	Infografía	6
Ética y deontología profesional	6	Literatura y periodismo	6
Periodismo económico	6	Periodismo científico y medioambiental	6
Producción audiovisual	6	Periodismo cultural	6
Trabajo fin de grado	6	Periodismo deportivo	6
Crítica cinematográfica y televisiva	6	Periodismo y criminalidad	6

¹⁰⁵ URL: <http://www.umh.es/titulaciones/plan.asp?tit=140&caca=2012>

UNIVERSITAT POMPEU FABRA¹⁰⁶
GRAU EN PERIODISME

PRIMER CURS			
Fonaments del Periodisme	6	Llenguatge i Gèneres Informatius i Interpretatius	8
Història del Periodismo	6	Llenguatge i Gèneres d'Opinió	4
Estructura de la Comunicació Social	6		
Itinerari en Humanitats			
Introducció a la Història	6	Història Moderna	4
Temes Fonamentals de la Filosofia	4	Literatura Espanyola	6
Introducció als Estudis Literaris	6	Història Contemporània I	4
Itinerari en CC Polítiques			
Introducció a la Ciència Política	6	Actors i Institucions Polítiques	4
Introducció a la Història de les Societats Contemporànies	4	Introducció a l'Administració Pública	6
Introducció a la Sociologia	6	Dret Constitucional	4
Itinerari en Ciències Econòmiques			
Introducció a la Microeconomia	6	Introducció a la Macroeconomia	6
Matemàtiques I	5	Introducció al Dret de l'Empresa	8
Itinerari en Dret			
Microeconomia I	5	Institucions Bàsiques del Dret Administratiu	5
Introducció als Estudis i a la Ciència Jurídics	8	Fonaments del Dret Privat i de l'Empresa	9
Organització Constitucional de l'Estat i Fonts del Dret	9		
SEGON CURS			
Teories de la Comunicació	6	Tècniques del Periodisme Imprès	4
Documentació Periodística	6	Periodisme a Internet	4
Periodisme Especialitzat	4	Tècniques del Periodisme Audiovisual	6
Itinerari en Humanitats			
Història Contemporània II	5	Art Contemporani	5
Fonaments de la Història i de la Teoria de l'Art	4	Literatura Catalana	6
Història de la Ciència i de la Cultura Científica	5	Pensament Contemporani	5
Itinerari en CC Polítiques			
Política Espanyola i Catalana	6	Estadística	6
Introducció a les Relacions Internacionals	4	Polítiques Públiques I	6
Política Comparada I	4	Història del Segle XX	4
Itinerari en Ciències Econòmiques			
Història Econòmica i de l'Empresa	9	Introducció a la Comptabilitat Financera	5
Anàlisi de Dades	6	Seminar Paper	5

¹⁰⁶ URL: <http://www.upf.edu/estudiants/titulacions/comunicacio/grau-periodisme/pla/>

Anexos

Organitzacions Econòmiques i Mercats	5		
Itinerari en Dret			
Dret Penal	9	Drets i Llibertats Fonamentals	6
Dret Internacional Públic	6	Dret de Família	4
Dret Constitucional Europeu	4		
TERCER CURS			
Taller Integrat de Periodisme	24	Dret de la Informació	4
Cultura Periodística	4	Deontologia Periodística	4
Seminari d'Anàlisi de l'Actualitat	4		
QUART CURS			
Treball de Fi de Grau: Modalitats: Periodisme d'Investigació, Projecte d'un Producte o Programa, Monografia Analítica o Assaig Teòric, o Treball Experimental en Mitjans de la UPF	6	Anglès Periodístic	4
		Pràcticum (en un mitjà de comunicació)	18
OPTATIVES (3r i 4rt)			
Taller de Reportatge i d'Esriptura Periodística	8	Direcció i Gestió d'Empreses Informatives	4
Taller de Reporterisme Audiovisual	8	Comunicació i Educació	4
Taller de Disseny, Grafisme i Producció a Internet	8	Anglès Periodístic (nivell preliminar)	4
Taller de Disseny, Grafisme i Producció en Premsa	8	Documental Periodístic	4
Periodisme Especialitzat en Informació Local	4	Agències Informatives	4
Periodisme Especialitzat en Ciència i Salut	4	Gestió de Productes i Projectes de Comunicació	4
Periodisme Especialitzat en Cultura	4	Anàlisi del Periodisme Digital	4
Periodisme Especialitzat en Economia	4	Història dels Gèneres Audiovisuals	4
Periodisme Especialitzat en Informació Internacional	4	Anàlisi de la Significació de la Imatge	4
Periodisme Especialitzat en Informació Criminològica	4	Tendències de la Televisió Contemporània	4
Periodisme Especialitzat en Política	4	Comunicació Intercultural	4
Periodisme Especialitzat en Esports	4	Polítiques de Programació	4
Periodisme Especialitzat en Tecnologia i Medi Ambient	4	Investigació d'Audiències	4
Gabinets de Comunicació	4	Tècniques de Relacions Públiques	4
Comunicació de Crisi	4	Comunicació Interna	4
Comunicació i Opinió Pública	4	Comunicación Política i Propaganda Electoral	4
Polítiques de Comunicació	4	Tècniques d'Oratòria	4
Tècniques de Recerca Aplicades a la Comunicació	4	Comunicació i Grups d'Influència	4
Infografisme	4	Estructures Socials i Tendències Culturals	4
Fotografia i Reporterisme Gràfic	4	Psicologia Individual i de les Organitzacions	4
Locució per a Mitjans Audiovisuals	4	Periodisme Dinàmic en Bases de Dades	4
Periodística Catalana Comparada	4		

UNIVERSITAT RAMON LLULL¹⁰⁷
GRAU EN PERIODISME

PRIMER CURSO			
Inglés I	3	Inglés II	3
Teoría de la Comunicación y de la Información	6	Gestión de la Información	6
Historia del Pensamiento Contemporáneo	6	Sociología II. Sociología de la Comunicación	3
Lengua	6	Estética	6
Sociología I. Sociología General	3	Seminario 2. Narración	8
Seminario 1. Argumentación i Descripción	8		
OPTATIVAS			
Fotografía	2	Narrativa Multimedia	2

SEGUNDO CURSO			
Inglés III	3	Inglés IV	3
Ha. Políco-Social Contemporánea I: Mundo Contemporáneo (1945-)	3	Derecho de la Comunicación	6
Introducción al Cine y Televisión	6	Economía y Nociones Estadísticas	6
Introducción al Periodismo	6	Ha. Político-Social Contemporánea II. España y Catalunya (1975-)	3
Introducción a la Publicidad y RRPP	6	Seminario 4. Introducción al Periodismo	8
Seminario 3. Comunicación Profesional	8		
OPTATIVAS			
Comunicación Intercultural	2	Diseño Gráfico	2

TERCER CURSO			
Comunicación Corporativa	4	Lenguaje Periodístico: Radio II	3
Historia del Periodismo	4	Lenguaje Periodístico: Prensa II	3
Lenguaje Periodístico: Radio I	3	Lenguaje Periodístico: Televisión II	3
Lenguaje Periodístico: Prensa I	3	Seminario 6: Prácticas II	8
Lenguaje Periodístico: Televisión I	3	Prácticas Obligatorias: Periodismo	12
Seminario 5: Prácticas I	8		
OPTATIVAS			
Inglés Especializado en Periodismo	3	Inglés especializado en Publicidad y Relaciones Públicas	3
Dirección Artística	3	Dirección de Actores	3
Dirección de Fotografía	3	Diseño y Tecnología del Sonido	3
Empresa y Mercado	3	Historia de la Literatura	3
Fotoperiodismo	3	Investigación Motivacional	3
Psicología de la Comunicación	3	Periodismo Religioso	3
Antropología Cultural	3	Sistemas Políticos Contemporáneos	3

¹⁰⁷ URL: <http://www.blanquerna.url.edu/web/interior.aspx?alias=fcc.estudis-grau.periodisme.pla-estudis&idf=4&id=1745>

Inglés especializado en Cine y Televisión	3		
CUARTO CURSO	CR		
Estructura de la Comunicación	4	Investigación Periodística y Reportalismo	4
Ética de la Comunicación I	3	Seminario 7	8
Investigación y Metodología	4	Trabajo Final de Grado I	4
OPTATIVAS			
Edición de Textos	3	Prácticas II (Optativas)	6
Música y Audiovisual	3	Relaciones Internacionales	3

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI¹⁰⁸

GRAU EN PERIODISME

PRIMER CURS

Tecnologia Audiovisual i d'Internet	9	Teories de la Comunicació	6
Estàndard Oral i Escrit de la Llengua (Català)	9	Història del Món Actual	6
Estàndard Oral i Escrit de la Llengua (Castellà)	9	Introducció a la Psicologia	6
Estructura i Canvi Social	6	Opinió Pública	6
Ordenament Jurídic i Sistema Polític	6	Corrents Estètics Contemporanis en Comunicació	6

SEGON CURS

Introducció a l'Economia i a l'Empresa	9	Fonaments de la Comunicació Publicitària i de les Relacions Públiques	9
Teoria i Tècnica del Llenguatge Audiovisual	9	Disseny Gràfic i Multimèdia	9
Fonaments del Periodisme	9	Comunicació i Expressió Oral	6
Història i Estructura de la Comunicació	9		

TERCER CURS

Gèneres Informatius en Mitjans Escrits i Audiovisuals	9	Ciutadania	6
Gèneres Interpretatius en Mitjans Escrits i Audiovisuals	9	Dret de la Comunicació	6
Teoria de la Imatge	6	Periodisme a Internet	6
Teoria i Anàlisi de les Pràctiques Professionals en Periodisme	6	Organització i Praxi dels Gabinetes de Comunicació	6
Periodisme del Segle XX	6		

QUART CURS

Treball de Fi de Grau (*)	12	Optatives	18
Pràctiques Externes (**)	12	Optatives	18

¹⁰⁸ URL: http://www.urv.cat/gestio_academica/plans/ciencies_socials_juridiques/periodisme_grau.html

ANEXO VI. CONVENIO LABORAL LA VANGUARDIA

ACTA FINAL – PREACUERDO CONVENIO

Asistentes:
Representación Social
Comité de Empresa:
Josep Playà Oscar Muñoz Ester Castellano Albert Turró Alexandre Tort Francisco Salamanca Tomás Madrid Sergio Lozano Juan Antonio Casanova Roser Vilallonga Ignasi Moya Antoni López Valeriano Agustina
Delegados Sindicales:
Olga Lores (CCOO)
Asesores:
Júlia Senra (CE) José M ^a Fernández (SPC) Ángela Rodríguez (CCOO)
Representación Empresarial:
Pere Guardiola Joan Buí
Asesor:
Guillermo Puig

En Barcelona, siendo las 13,30 horas del día 16 de diciembre de 2011, se reúnen las personas al margen relacionadas en LA VANGUARDIA EDICIONES S.L. S.U, en Avinguda Diagonal, 477, con el objeto de continuar las negociaciones del VIII Convenio Colectivo de LA VANGUARDIA EDICIONES S.L. S.U.

Tras las reuniones de negociación mantenidas durante los últimos meses, ambas partes han alcanzado un preacuerdo sobre las condiciones del VIII Convenio, que tendrá una vigencia de seis años, desde 1 de enero de 2009 hasta 31 de diciembre de 2014.

Las indicadas condiciones se detallan de forma resumida en el documento anexo a esta Acta.

El presente preacuerdo está supeditado a su ratificación por parte de la Asamblea de Trabajadores.

Una vez se haya aprobado por la indicada Asamblea, ambas partes se comprometen a continuar las reuniones para el redactado final del texto completo del Convenio así como de cualquier otro documento que fuese necesario para detallar los acuerdos alcanzados.

En este sentido, ambas partes muestran su voluntad de haber finalizado dichas reuniones antes del día 15 de enero de 2012. No obstante, si no fuera posible, este preacuerdo mantendrá su vigencia hasta la firma efectiva del Convenio.

Siendo las 13,30 horas, ambas partes firman la presente Acta de Preacuerdo en prueba de conformidad.

(Handwritten signatures and initials are present throughout the page, including a large signature on the left margin and several signatures at the bottom of the page.)

NEGOCIACION CONVENIO LA VANGUARDIA: CONDICIONES PREACUERDO

Vigencia 2009 – 2014

Incrementos

- 2009 Congelación
- 2010 Congelación
- 2011 Congelación
- 2012 Reducción masa salarial 3,00% s/ escala progresiva acordada que se adjunta como anexo de este documento
- 2012 Incremento 50% pendiente de Propiedad Intelectual
- 2013 Congelación
- 2014 Incremento 3,5%

Domingos

- Mantenimiento sistema y precios
- Nueva denominación "Plus Fin de Semana". A los únicos efectos de aplicación del pacto de jubilación de 1991, este nuevo concepto tendrá la misma condición de "Indemnizable" que el concepto anterior al que sustituye (Plus Domingo)
- Inclusión en precio de la parte proporcional pagas extras y vacaciones
- Inclusión pacto 82 en Convenio

Jornada

- Redacción y Preimpresión 1.620 horas anuales
- Gestión 40 horas semanales

Todo ello sujeto al desarrollo final del artículo completo del nuevo Convenio que debe regular la jornada laboral, especialmente en relación a la distribución diaria y semanal de la jornada.

En todos los casos se respetarán aquellas condiciones personales que representen una mejora para los trabajadores y que se hayan fijado con anterioridad a este Convenio por pacto o costumbre.

Pagas Vinculación

- Eliminación
- Compensación de lo devengado hasta 31/12/2011
- Pago 50% en nómina 01/12 y 50% en nómina 01/2013
- Al personal que la debiera cobrar durante 2012, se le realizará el mismo cálculo pero el pago se efectuará en una sola vez en la nómina de 01/2012

[Vertical column of handwritten signatures in black and purple ink]

[Handwritten signatures and initials at the bottom of the page]

Tablas salariales a partir del 01-01-2012

Categorías Área Informativa / Redacción	Salario Base Bruto Anual	Propiedad Intelectual Anual	Importe diario Plus Nocturnidad	Importe x Plus Fin Semana Propuesto(*)
Subdirector	58.500	1.500	18,94	649,09
Redactor Jefe	53.500	1.500	16,24	649,09
Jefe Sección	48.500	1.500	16,24	570,34
Redactor Senior	44.500	1.500	14,91	570,34
Redactor A	34.500	1.500	14,91	570,34
Redactor B	23.500	1.500	14,91	570,34
Ayudante Redacción	21.500	1.500	13,24	452,05
Documentalista	21.500	1.500	14,22	452,05
Jefe Sección - Adm. Red.	33.500	1.500	---	---
Oficial 1ª A - Adm. Red.	28.500	1.500	---	240,36
Oficial 1ª B - Adm. Red.	23.500	1.500	---	240,36
Categorías Área Técnica / Producción				
Jefe Departamento	40.000	---	14,84	240,36
Jefe Sección	35.000	---	14,84	240,36
Oficial 1ª A	30.000	---	14,31	240,36
Oficial 1ª B	25.000	---	13,53	240,36
Oficial 2ª	22.000	---	12,90	221,88
Auxiliar	20.000	---	12,47	203,40
Categorías Área Gestión				
Jefe Departamento	40.000	---	---	---
Jefe Sección	35.000	---	---	---
Titulado Superior	35.000	---	---	---
Titulado Medio	30.000	---	---	---
Oficial 1ª A	30.000	---	---	240,36
Oficial 1ª B	25.000	---	---	240,36
Oficial 2ª	22.000	---	---	221,88
Auxiliar	20.000	---	---	203,40

(*) Incluye partes proporcionales pagas extraordinarias y repercusión vacaciones

[Vertical column of handwritten signatures and initials on the left side of the page]

[Handwritten signature in the center of the page]

[Handwritten signature at the bottom center of the page]

[Handwritten signature and initials on the right side of the page]

Antigüedad

- Supresión del concepto
- Transformación en un concepto consolidado "ad personam", que a los efectos de lo establecido en el pacto de jubilación de 1991, tendrá la condición de "Pensionable".
- En nómina 01/2012 inclusión de lo devengado hasta 31/12/2011

Observaciones sobre salarios

- Un mínimo del 60% de los redactores tendrá categoría de Redactor Senior. A efectos de equiparación entre las antiguas y nuevas categorías que se determinen, a todos los redactores de la plantilla actual se les reconocerá la categoría de Redactor Senior. Se exceptúan de lo anterior aquellos redactores de la plantilla actual que no acrediten los diez años de antigüedad mínima que se establece. No obstante, en el momento de cumplir los diez años de antigüedad requerida, pasarán automáticamente a la categoría de Redactor Senior. El incremento salarial que ello les pueda suponer, se les absorberá, excepcionalmente en esta única ocasión, de su retribución total.
- Se ascenderá de forma automática a la categoría de Redactor A tras 5 años de permanencia en la categoría de Redactor B
- El ascenso a Redactor Senior es potestativo de la Empresa, siempre con un mínimo de 10 años de antigüedad
- Se ascenderá de forma automática a la categoría de Oficial 1ª A tras 10 años de permanencia en la categoría de Oficial 1ª B
- Adicionalmente al Plus de Propiedad Intelectual de 1.500 € brutos anuales especificado en la tabla anterior, los fotógrafos percibirán un importe adicional por el mismo concepto de 8.790 € brutos anuales. Se alcanzará ese importe de forma progresiva en función de los años de antigüedad en la Empresa a razón de:
 - o De 0 a 5 años de antigüedad: 35% del importe
 - o De 6 a 10 años de antigüedad: 75% del importe
 - o Más de 10 años de antigüedad: 100% del importe

Nocturnidad

Mantenimiento sistema y precio actual

Plena Dedicación

- 4.000 € anuales
- Nueva denominación "Libre Disposición"

[Vertical column of handwritten signatures and initials in purple and black ink.]

[Handwritten signatures and initials in black and blue ink, including a date '4/9' and the name 'Julie'.]

Propiedad Intelectual

- Mantenimiento pacto
- Cumplimiento del pacto: Distribución en nómina de 01/2012 del % sobre ventas estipulado

Temas sociales

- Complemento IT y AT 100% salario real según redactado actual
- Mantenimiento Mutua médica en las condiciones actuales
- Mantenimiento Seguro de vida en las condiciones actuales
- Mantenimiento Ayuda Escolar en las condiciones actuales
- Mantenimiento Ayuda hijos discapacitados en las condiciones actuales
- Mantenimiento Ayuda gafas y ortopedia en las condiciones actuales
- Mantenimiento Ayuda Viudedad en las condiciones actuales

Garantías mantenimiento empleo para personal en plantilla a 31-12-2011

Las partes negociadoras convienen en que la presente cláusula de garantía de empleo para los empleados actuales de LA VANGUARDIA EDICIONES, S.L. se basa en las transacciones y concesiones asumidos por dichos empleados con motivo de la negociación del presente Convenio Colectivo, y por tanto es un elemento compensador de tales transacciones.

Por ello, la presente cláusula de garantía en el empleo resultará únicamente de aplicación a aquellos trabajadores que, a 1 de enero de 2012, formen parte de la plantilla de LA VANGUARDIA EDICIONES, S.L. y a las nuevas contrataciones que se realicen en virtud de este preacuerdo. Y ello porque ambas partes convienen en que la aplicación de las presentes garantías a otras situaciones comportaría un desequilibrio en los elementos transaccionados por las partes en la negociación del presente convenio colectivo. En concreto, las garantías que ofrece la Empresa son:

- a) Con el fin de evitar la sustitución de trabajadores de la plantilla actual por trabajadores de nueva incorporación, la Empresa adquiere el compromiso de no efectuar despidos individuales ni colectivos. En este sentido, la Empresa no podrá contratar a ningún trabajador si lo hace tras despedir (por cualquier causa excepto la del despido disciplinario procedente o acuerdo de partes) a un trabajador de la plantilla actual. Del mismo modo, tampoco podrá contratar a nuevos trabajadores para despedir posteriormente a otros de la plantilla actual. La duración de este compromiso será de la vigencia del Convenio más dos años adicionales, es decir desde 01/01/2012 a 31-12-2016. En caso de incumplimiento, la Empresa estará obligada, a opción del trabajador, a 1) pagar 45 días de salario por año trabajado, con prorrateo de los periodos inferiores a un año, o 2) readmitir al trabajador despedido abonándole los salarios dejados de percibir, desde la fecha del despido a la fecha de incorporación, y en las mismas condiciones que tenía antes del despido.

- b) Mantenimiento ocupación: La Empresa adquiere el compromiso de no efectuar despidos individuales ni colectivos (salvo los despidos disciplinarios

[Handwritten signatures and notes in the left margin]

[Handwritten signatures and notes at the bottom of the page]

procedentes o acuerdo de partes), ni tampoco subrogaciones o externalizaciones que afecten a la plantilla actual, desde 01-01-2012 hasta 31-12-2014. En caso de incumplimiento, la Empresa estará obligada a opción del trabajador a 1) pagar 45 días de salario por año trabajado, con prorrateo de los periodos inferiores a un año, o 2) readmitir al trabajador despedido, subrogado o externalizado abonándole los salarios dejados de percibir, desde la fecha de despido, subrogación o externalización hasta la fecha de incorporación, y en las mismas condiciones que tenía antes del despido, subrogación o externalización.

Esta garantía será de aplicación siempre y cuando no se dé una situación excepcional de grave crisis que comporte importantes pérdidas económicas, respecto de la situación actual, que impliquen poner en riesgo la viabilidad de la Empresa. De darse estas negativas circunstancias, la Empresa se compromete a:

1. Buscar y negociar cualquier otra vía de solución que no implique despido de trabajadores, siendo la del despido la última de las alternativas a elegir como vía de solución y tan solo en un supuesto de extrema gravedad, o bien de acuerdo por las partes en tal sentido.
2. En el caso de que el punto anterior no fuese suficiente para solucionar la situación y el despido fuera imprescindible para garantizar el mantenimiento de la actividad empresarial y, con ello, el mantenimiento del máximo nivel de empleo, la Empresa garantiza que las extinciones tendrían una indemnización mínima de 45 días por año, con prorrateo de los periodos inferiores a un año, aun cuando legalmente les pudiesen corresponder indemnizaciones de menor importe.

Regularización situaciones individuales

Efectos 01/01/2012:

- Ramón Álvarez (Deportes), regularizar su contrato a 100% jornada. Se aplicarán las tablas salariales de 2011.
- Gemma Saura (Internacional), ascenso a categoría de Redactor
- Aurora Segura (LV Magacine), pasar a plantilla La Vanguardia Ediciones
- Begoña Corzo (LV Magacine), pasar a plantilla La Vanguardia Ediciones
- Rafael Lozano (LV Magacine), pasar a plantilla La Vanguardia Ediciones

Del listado presentado por el Comité, que se adjunta como Anexo de este documento, se regularizarán (mediante contrato 100% jornada, sin que en ningún caso ello les pueda representar una disminución de sus ingresos actuales) las siguientes situaciones:

[Handwritten signatures and initials in black and purple ink are present on the left side of the page, corresponding to the text blocks.]

- 1 situación en enero 2012
- 2 situaciones en enero 2013
- 1 situación en enero 2014

En el caso que la Empresa optase por ampliar, de entre las situaciones anteriores, la jornada a tiempo completo a trabajadores actualmente con contrato a tiempo parcial, la ampliación se realizaría mediante la aplicación de las tablas salariales de 2011.

Libre Disposición

De entre el personal en plantilla a 31/12/2011 que no tiene asignado el Plus de Libre Disposición, se concederá:

- 2 Libres Disposiciones en 2012
- 2 Libres Disposiciones en 2013
- 2 Libres Disposiciones en 2014

El importe será de 6.000 € anuales (4.000 s/Convenio + 2.000 Complemento)

Prioridad en la contratación

Ante posibles contrataciones, tendrán prioridad los colaboradores y personal de plantilla a tiempo parcial citados en la lista presentada por el Comité de Empresa siempre y cuando sus conocimientos, aptitudes y experiencia se correspondan, a criterio de la Dirección, con los que se precisen para el puesto a cubrir.

Dietas (Efectos 01/10/2011)

Nacional	70 €
Extranjero	100 €

Kilometraje Mantenimiento del precio actual

Otros

- Modernización y actualización texto completo del Convenio en base a lo planteado por ambas partes hasta la fecha.
- Reducción estructura conceptos salariales de la nómina con transformación de importes de conceptos obsoletos y/o excesos sobre tablas fijadas a concepto consolidado "ad personam" con distinción expresa entre Pensionable / No pensionable. Estos conceptos "ad personam" tendrán la condición de no compensables ni absorbibles, regularizándose en base a los incrementos que se pacten en Convenio Colectivo. Nueva estructura salarial en 15 pagas de igual importe.

15/12/2011

7/9

Negociación Convenio Colectivo LVE: Procedimiento reducción 3% masa salarial

Modificación salarial 1/01/2012 - % POR TRAMOS ADICIONALES

Tramos	Salarios	% Disminución
Primeros 50.000 €	Salario hasta 50.000 €	0 %
Siguientes 10.000 €	Salario más de 50.000 €	5 %
Siguientes 10.000 €	Salario más de 60.000 €	7 %
Siguientes 10.000 €	Salario más de 70.000 €	9 %
Siguientes 10.000 €	Salario más de 80.000 €	11 %
Siguientes 10.000 €	Salario más de 90.000 €	13 %
Siguientes 10.000 €	Salario más de 100.000 €	15 %
Siguientes 10.000 €	Salario más de 110.000 €	17 %
Siguientes 10.000 €	Salario más de 120.000 €	19 %
Siguientes 10.000 €	Salario más de 130.000 €	21 %
Siguientes 10.000 €	Salario más de 140.000 €	23 %
Siguientes 10.000 €	Salario más de 150.000 €	25 %

La suma de estos descuentos representa un 3,00% de reducción de la masa salarial.

Procedimiento:

- Establecimiento del tramo salarial anual de cada trabajador, sumando:
 - a) Bruto anual ejercicio 2010 s/ Base Imponible Renta (sin Plus Domingo y sin Paga de Vinculación).
 - b) Promedio cantidades percibidas en concepto Plus Domingo en los años 2008, 2009, 2010.
 - c) Para los trabajadores incorporados a lo largo del 2010 y 2011 que no tienen año completo, se tomará el salario bruto anual + estimación domingos s/ vengan realizando.
 - d) También se aplicará por estimación de domingos según los vengan realizando en la actualidad para aquellos trabajadores que hayan cambiado de sección y ello les haya representado un cambio sustancial en los domingos realizados anualmente.
 - e) Para los trabajadores que en fecha de aplicación tengan su contrato suspendido (permiso, excedencia, etc.) se les aplicará idéntica reducción a partir del momento de su reincorporación.
- Determinación del salario anual a disminuir por la aplicación del % establecido para su tramo salarial.
- Aplicación del descuento calculado, de forma mensual, en el concepto salarial que se determina.

[Handwritten signatures and initials in various colors (black, purple, blue) are present on the left side and bottom of the page, including a large signature on the left and several smaller ones at the bottom.]

Listado de personas en situación a regularizar presentado por el Comité de Empresa

- Albert Santamaría
- Sergio Iozano
- Aitziber Azpeitia
- Pablo Cubí
- Llibert Teixidó
- Xavier Cervera
- Ana Durán
- Luis Benvenuty
- Raul Montilla
- Xavier Ricou
- Pau Echaz
- Lorena Farrás
- Clara Penín
- Silvia Valls