



La campaña de las municipales y autonómicas de 2011 en Aragón desde la prensa diaria

Carmela García Ortega, Universidad San Jorge
José Juan Verón Lassa, Universidad San Jorge

7.1. Introducción

EL VUELCO electoral vivido en Aragón en las elecciones autonómicas y municipales de 2011 supuso una fuerte pérdida de poder del PSOE, que en las tres legislaturas anteriores había concentrado la mayor parte del poder político en esta Comunidad. Tras la cita electoral, el PP pasó a ocupar casi todas las instituciones políticas de relevancia, exceptuando el Ayuntamiento de Zaragoza y la Diputación Provincial de Huesca.

La crisis económica que España y el conjunto de los países occidentales arrastraban desde 2008 es el contexto en el que debe entenderse el desarrollo de la convocatoria electoral del 22 de mayo de 2011. El debate político y la agenda temática de los medios de comunicación se encontraban enfocados a esta cuestión mucho antes de dichos comicios.

En el caso de Aragón no existía ningún condicionante distinto, aunque en el momento de las elecciones la Comunidad Autónoma

presentaba una situación algo mejor que la media del país. Por ejemplo, la tasa de paro comienzos de 2011 era de un 14,8% en Aragón frente a un 20,1% de media en España (www.aragon.es).

La Comunidad afrontaba las elecciones después de la tercera legislatura consecutiva de gobierno del PSOE en coalición con el Partido Aragonés (PAR). En ese tiempo, socialistas y aragonesistas habían contado también con mayoría en los ayuntamientos de Zaragoza y Huesca, y habían llegado a gobernar coaligados el de Teruel, así como las tres diputaciones provinciales.

Por primera vez en la Comunidad y tras la renuncia del entonces presidente de Aragón, Marcelino Iglesias, a optar a un nuevo mandato, dos mujeres y debutantes en este propósito (aunque ambas con experiencia política) eran las máximas candidatas a la presidencia: Luisa Fernanda Rudi por el PP y Eva Almunia por el PSOE.

El resultado fue un vuelco completo de los escaños entre PP y PSOE en las Cortes de Aragón. Los socialistas pasaron de 30 diputados en las elecciones de 2007 a solo 22 en las de 2011; mientras que los populares pasaron de 23 en 2007 a 30 en 2011. La otra gran novedad fue el aumento de diputados de IU, que subió de 1 a 4 escaños en 2011. Este resultado electoral derivó en una nueva coalición de gobierno por la que el Ejecutivo aragonés y las principales instituciones de la Comunidad pasaron a estar bajo el control de la alianza PP-PAR.

En Zaragoza ciudad se produjo una subida del PP y un descenso del PSOE, aunque no de una forma tan acusada. Así, el PP pasó de 12 concejales a 15, mientras que el PSOE bajó de 13 a 10. Resultó significativa la salida del Ayuntamiento de la capital aragonesa del PAR, lo que privó al PP de una posible coalición.

En Huesca capital, el PSOE logró mantener los 9 concejales que ya había sacado en 2007. Sin embargo, el PP obtuvo una notable subida, desde los 7 concejales de 2007 a los 11 de 2011. PAR y CHA, con dos representantes, e IU, con uno, repitieron resultado respecto a 2007.

El vuelco mayor se produjo en la ciudad de Teruel. El PP pasó de 8 concejales en 2007 a 12 en 2011, lo que le dio la única mayoría absoluta en una institución de relevancia obtenida en las elecciones autonómicas y locales que se analizan en el presente trabajo.

Finalmente, cabe destacar que en ninguna institución autonómica, provincial o municipal de relevancia se produjo la irrupción de nuevos partidos.

7.2. Objeto de estudio y metodología

La presente investigación analiza la cobertura periodística de la campaña de las elecciones municipales y autonómicas del pasado 22 de mayo de 2011 en Aragón. Para ello se estudian los únicos cuatro diarios generalistas de pago que se editan en la Comunidad (*Heraldo de Aragón*, *El Periódico de Aragón*, *Diario del Alto Aragón* y *Diario de Teruel*) y los dos principales periódicos de ámbito nacional (*El País* y *El Mundo*).

La metodología empleada en esta investigación es el análisis de contenido cuantitativo, que ya se ha utilizado con éxito para conocer cómo la prensa nacional y aragonesa ha cubierto otras campañas electorales, en concreto, la relativa a las generales de 2008 (Zugasti, et al., 2011) y a las europeas de 2009 (García Ortega et al., 2011).

Se han considerado como unidades de análisis codificables todos los textos sobre la campaña y las elecciones municipales y autonómicas de 2011 encabezados por un titular y con entidad propia, independientemente del género en el que se hayan escrito. El código de análisis se ha diseñado con el objetivo de descubrir los temas presentes en la agenda mediática y el tratamiento que los periodistas hacen de ellos. En concreto, se centra en los temas que configuran la agenda de los seis medios de comunicación objeto de estudio y compara los tres niveles (nacional, autonómico y local) buscando coincidencias y divergencias. La hipótesis de partida es que cada uno de los periódicos analizados utilizó un enfoque diferente a la hora de informar sobre las elecciones y que este estuvo determinado, en buena medida, por su ámbito de difusión.

7.3. Análisis de los resultados obtenidos

Durante los 15 días de campaña previos a las elecciones municipales y autonómicas del 22 de mayo de 2011 se publicaron por los seis diarios seleccionados un total de 2.864 textos relacionados con esta convocatoria electoral. De ellos, como se observa en la tabla 1, un 22,2% aparecieron en las páginas de *Heraldo de Aragón*, un 19,7% en las de *El Periódico de Aragón* y un 18,5% en las de *Diario del Alto Aragón*. El otro periódico aragonés, *Diario de Teruel* (12,8%), se situó entre los dos nacionales, *El Mundo* (14,4%) y *El País* (12,3%).

Tabla 1. Distribución de las unidades de análisis por periódico

Periódico	Porcentaje
<i>Heraldo de Aragón</i>	22,2
<i>El Periódico de Aragón</i>	19,7
<i>Diario de Alto Aragón</i>	18,5
<i>El Mundo</i>	14,4
<i>Diario de Teruel</i>	12,8
<i>El País</i>	12,3
Total	100

Los diarios analizados optaron por insertar los artículos sobre el tema de estudio en una sección específica dedicada a los comicios (55,8%), enmenoscabo de Regional (0,4%) y Local (0,2%), que apenas se utilizaron para informar de las elecciones del 22 de mayo, a pesar de que éstas eran municipales y autonómicas.

Tabla 2. Ubicación de las unidades de análisis

Ubicación	Porcentaje
Sección elecciones	55,8
Nacional	20,5
Opinión	11,1
Portada	6,8
Contraportada	1
Regional	0,4
Local	0,2
Sociedad	0,1
Otros	3,9
Total	100

En Nacional se incluyó un considerable número de artículos (20,5%) y la sección de Opinión también registró un porcentaje destacado

(11,1%). Por el contrario, la portada (6,8%) y la contraportada (1%) presentaron unos datos más bajos, como se observa en la tabla 2.

En un 24,6% de las unidades de análisis no se indicó el lugar en el que se originó el acontecimiento noticioso. Por su parte, las diferentes provincias y capitales de Aragón tuvieron una presencia destacada: Zaragoza (20,4%), provincia de Huesca (7%), Huesca (5,7%), Teruel (5,5%), provincia de Teruel (4,3%) y provincia de Zaragoza (2,3%). Este patrón se explica tanto por el origen aragonés de cuatro de los seis diarios analizados, como por el tipo de elecciones. Este último factor es la razón de que otros lugares, fuera de la comunidad aragonesa, llegaran a acaparar el 18,4% de la cobertura. A pesar del carácter descentralizado de los comicios, la capital de España obtuvo también un peso reseñable (11,3%).

Tabla 3. Lugar donde se produce el hecho noticioso

Lugar	Porcentaje
Sin identificar	24,6
Zaragoza capital	20,4
Otros lugares de España	18,4
Madrid	11,3
Huesca provincia	7
Huesca capital	5,7
Teruel capital	5,5
Teruel provincia	4,3
Zaragoza provincia	2,3
Otro país	0,5
Total	100

Los temas a los que los medios analizados dedicaron una mayor cantidad de noticias en el conjunto de sus respectivas coberturas informativas fueron, por este orden: la organización y el diseño de la campaña (17,9%), el movimiento 15-M (10,8%), la crisis económica (9,7%), la polémica sobre Bildu (9%), el desarrollo de las infraestructuras (8%), la participación o abstención en las elecciones (6,1%), los datos de las encuestas electorales (5,9%) y los temas económicos no englobados bajo el epígrafe crisis económica (5,3%).

Llama la atención la práctica ausencia en los medios de algunos temas que en otras citas electorales han tenido, al menos, una cierta relevancia. Éste es el caso de cuestiones como la inmigración (0,6%), la energía (0,7%), las políticas de igualdad (0,7%) o las relaciones

Iglesia-Estado (0,1%). Pero, sobre todo, destaca la baja incidencia de temas tan significativos como el terrorismo (0,5%), la seguridad ciudadana (0,1%) y la vivienda (0,8%).

Si se observa con detenimiento cada uno de los temas y se sitúa en relación con el ámbito geográfico de los distintos diarios, el análisis adquiere todavía mayor interés.

La organización y diseño de la campaña se convirtió en el tema al que los medios de ámbito autonómico dedicaron una mayor atención. Fue el asunto principal para *El Periódico de Aragón* (32,3%), cuestión que debe relacionarse directamente con la existencia de un elemento de distorsión como fue la pugna de esta cabecera con un determinado partido político (PP) que desestimó sus peticiones de entrevista, así como la inserción de publicidad. Este tema fue también al que mayor proporción de noticias destinó *Heraldo de Aragón*, que publicó un 18,7% de piezas.

La organización y diseño de la campaña fue uno de los tres temas con mayor porcentaje de noticias en los medios nacionales. Así, en el caso de *El País* representó un 14,4% del total, mientras que en el de *El Mundo* fue un 13,3%. Estos porcentajes se aproximan a los que ofrece el análisis de los medios locales. De este modo, *Diario de Teruel* dedicó este asunto un 9,8% de sus noticias sobre la campaña electoral, mientras que *Diario del Alto Aragón* lo hizo en un 13,4% de las ocasiones.

El tema está directamente relacionado con otros dos: participación y abstención, y datos de encuestas electorales. *Diario de Teruel* tuvo la participación en las elecciones como tema principal en un 15% de sus informaciones y *El País* en un 7,1%, sin embargo, *El Mundo* solo lo hizo en un 2,7% y *Heraldo* en un 3,6%.

En lo que se refiere a los datos de las encuestas electorales, constituyó el tema principal en el 9,2% de las informaciones publicadas en *El Periódico de Aragón* y en el 7,5% de las de *El Mundo*. La cabecera que menos unidades dedicó a esta cuestión fue *Diario de Teruel* con un 3,3%.

Si se realiza la suma de informaciones que tienen como tema principal alguno de los tres descritos anteriormente, el total asciende hasta el 29,9%. El medio que más espacio dedicó a este bloque fue *El Periódico de Aragón* (47,7%), seguido a cierta distancia por *Diario de Teruel* (28,1%), *Heraldo de Aragón* (27,7%) y *El País* (27,1%). *El Mundo* (23,5%) y *Diario del Alto Aragón* (21,7%) fueron los que menos unidades publicaron en este sentido. No obstante, llama la atención cómo la suma de estos tres temas equilibra los porcentajes de la información publicada por casi todos los medios salvo *El Periódico de Aragón*, lo que resulta atribuible a la particularidad ya referida.

El siguiente tema en cuanto atención mediática fue, como ya se ha indicado, el 15-M. Este movimiento, a cuyo análisis se dedica el capítulo anterior de este libro, irrumpió en la recta final de la campaña. Los medios nacionales fueron los que más se ocuparon de este tema. *El Mundo* dedicó un 21,8% de sus informaciones a este fenómeno, mientras que *El País* lo hizo en un 16,7%. El porcentaje se redujo notablemente en los medios de ámbito autonómico y para las noticias publicadas en *Heraldo* representó el 10,8% mientras que para las de *El Periódico de Aragón* fue del 8,2%. Y todavía desciende algo más en el caso de los diarios de ámbito local: *Diario de Teruel* publicó un 6% de noticias sobre esta cuestión y *Diario del Alto Aragón*, un 4,5%.

El tercer gran asunto de la cobertura fue la crisis económica. En este caso no resulta pertinente una agrupación de los diarios en función de su ámbito geográfico. El que dedicó una mayor atención fue el *Diario del Alto Aragón* (13%), seguido de *El País* (11,3%), *Heraldo de Aragón* (11,3%) y *El Mundo* (9,9%). En sentido contrario, *El Periódico de Aragón* (5,3%) y *Diario de Teruel* (7,4%) fueron los que menos atención dedicaron a esta cuestión.

Resulta cuando menos llamativo introducir en este análisis la existencia en los diarios de informaciones económicas no relacionadas estrictamente con el abordaje informativo de la crisis económica. Y su significación radica especialmente en que ocupó un porcentaje considerable en el número de noticias aparecidas en los diarios locales de Teruel (13,1%) y Huesca (8,9%). También *El*

Periódico de Aragón presentó una cifra llamativa (5,3%), que se va reduciendo conforme se amplía el ámbito geográfico: *Heraldo de Aragón* (2,8%), *El Mundo* (1,5%) y *El País* (1,1%).

El cuarto asunto con mayor tratamiento como tema principal de la unidad de análisis fue la polémica de Bildu. Destaca el tratamiento realizado por *El Mundo*, que dedicó a esta cuestión más de una cuarta parte de sus informaciones (27,1%), lo que lo convierte en la cuestión principal de la campaña electoral para este diario. También es una cuestión muy destacada por *El País*, que en un 17,3% de sus informaciones tuvo la polémica de Bildu como asunto principal. Sin embargo, el tratamiento de este tema fue notablemente inferior en los diarios de ámbito autonómico y local: *Heraldo de Aragón* (4,9%), *El Periódico de Aragón* (2,1%) *Diario de Teruel* (3,8%) y *Diario del Alto Aragón* (5,1%).

El fuerte tratamiento de la polémica de Bildu contrasta con la escasa presencia del terrorismo como tema principal de las noticias analizadas (0,5%), a diferencia de lo ocurrido en otros comicios (Zurutuza y Verón, 2011). *El Periódico de Aragón* y *Diario de Teruel* no publicaron ninguna información sobre ello; *El Mundo* y *Heraldo de Aragón* sólo lo incorporaron en un 0,2% de las informaciones, *Diario del Alto Aragón* en un 0,9% y *El País*, que fue el que mayor atención ofreció, en un 1,7%.

La última de las cuestiones que recibe un tratamiento como tema principal de las unidades de análisis que justifique un comentario detallado es la referida a infraestructuras. Sucede en este caso lo contrario a lo ya observado en el de Bildu. Así, cuanto más local es el ámbito de referencia del diario, mayor es la incidencia de las infraestructuras. *Diario de Teruel* lo incorporó en un 17,4% de las ocasiones y *Diario del Alto Aragón* en un 14,1%; por detrás se situaron *El Periódico de Aragón* con un 8,3% y *Heraldo de Aragón* con un 6,4%; y todavía más alejado *El Mundo* con 0,5% y, especialmente, *El País*, que no aportó ninguna información.

Ya se ha comentado el escaso peso que los medios dieron al terrorismo como tema principal durante la campaña electoral. Un análisis de los asuntos que menos se repiten en los diarios estudiados

resulta pertinente por cuanto algunos de ellos sí que habían sido tratados con profusión en anteriores comicios o por cuanto se trata de cuestiones sobre las que los ciudadanos han mostrado su interés en repetidas ocasiones.

Así, las relaciones Iglesia-Estado apenas aparecieron en las unidades de análisis y el tema no tuvo presencia alguna en tres de los seis diarios analizados (*El Mundo*, *Heraldo de Aragón* y *Diario del Alto Aragón*). En los tres que apareció, lo hizo de manera muy testimonial: *El País* (0,3%), *El Periódico de Aragón* (0,2%) y *Diario de Teruel* (0,5%).

Una atención similar tuvo la seguridad ciudadana, cuestión sobre la que nada publicaron *El País*, *El Mundo*, *Diario de Teruel* y *Diario del Alto Aragón*. Además, fue un tema casi residual para *Heraldo de Aragón* y *El Periódico de Aragón*, con un 0,2% cada uno.

Tabla 4. Tema principal por medio (en porcentaje)

	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>Heraldo de Aragón</i>	<i>El Periódico de Aragón</i>	<i>Diario de Teruel</i>	<i>Diario del Alto Aragón</i>	Total
Organización y diseño de campaña	14,4	13,3	18,7	32,3	9,8	13,4	17,9
Movimiento 15- M	16,7	21,8	10,8	8,2	6	4,5	10,8
Crisis económica	11,3	9,9	11,3	5,3	7,4	13	9,7
Polémica <u>Bildu</u>	17,3	27,1	4,9	2,1	3,8	5,1	9
Infraestructuras	0	0,5	6,4	8,3	17,4	14,1	8
Participación / abstención	7,1	2,7	3,6	6,2	15	4,7	6,1
Datos encuestas electorales	5,9	7,5	5,3	9,2	3,3	3,6	5,9
Otros asuntos económicos	1,1	1,5	2,8	5,3	13,1	8,9	5,3
Corrupción / escándalos políticos	6,5	3,4	3,6	2,3	2,7	2,1	3,3
Educación / I+D	1,1	0	1,4	1,2	2,5	3	1,6

Sector primario	0	0,2	0,9	0,9	1,9	2,8	1,2
Agua	0,3	0	0,5	2	1,4	1,7	1
Estado autonómico	0	1,7	0,9	0,5	2,2	1,1	1
Sanidad	1,7	0	0,6	0,4	3	1,1	1
Vivienda	0,3	0,2	0,8	1,6	0,3	0,9	0,8
Energía	0,8	0	0,3	1,1	1,4	0,6	0,7
Políticas de igualdad	0,3	0	0,9	0,4	1,6	0,8	0,7
Inmigración	2	0,7	0	0,7	0	0,4	0,6
Terrorismo	1,7	0,2	0,2	0	0	0,9	0,5
Referencias pasado político	0,3	1,2	0,2	0,9	0	0,2	0,5
Sufragio inmigrantes	0,3	0,7	0,3	0,4	0	0,2	0,3
Las mujeres como candidatas	0,6	0,7	0,3	0,2	0,3	0	0,3
Relaciones Iglesia-Estado	0,3	0	0	0,2	0,5	0	0,1
Seguridad ciudadana	0	0	0,2	0,2	0	0	0,1
Otros	9,9	6,5	25	10,1	6,5	16,9	13,7
Total	100	100	100	100	100	100	100

La inmigración y el sufragio por parte de los inmigrantes tampoco aparecieron con profusión. Aunque se han estudiado por separado, la irrelevancia de ambos resultados justifica que se puedan comentar de manera conjunta. *Diario de Teruel* no ofreció ninguna información con alguno de estos dos temas; *Heraldo* tampoco lo hizo en relación con la inmigración y solo en un 0,3% de los casos en cuanto al sufragio de los inmigrantes. La inmigración adquirió un tratamiento en cierta forma relevante por *El País*, que lo incorporó como tema principal del 2% de sus informaciones, aunque en el caso del sufragio de inmigrantes se quedó en el 0,3%. El resto de los medios no alcanzó el 1% en ninguna de las temáticas señaladas.

Un análisis similar se puede extraer de lo relacionado con las políticas de igualdad y las mujeres como candidatas. La escasa presencia de este último tema sorprende, especialmente en el caso de los medios autonómicos y provinciales, en una convocatoria en la que tres de las cinco candidaturas a la presidencia del Gobierno de Aragón estaban encabezadas por mujeres. El diario que más

informaciones ofreció sobre políticas de igualdad fue *Diario de Teruel* (1,6%) y sobre las mujeres como candidatas, *El Mundo* (0,7%).

El análisis de los datos permite encontrar una ausencia significativa de la agenda de los temas de los medios de comunicación, de acuerdo con la percepción social presente y del pasado inmediato de la Comunidad: el agua. *El Mundo* no presentó ninguna información sobre este asunto, *El País* lo hizo en un 0,3% de sus informaciones y *Heraldo de Aragón* en un 0,5%. El agua, que ha llegado a monopolizar recientes convocatorias, fue mencionado en un 2% de los textos de *El Periódico de Aragón*, en un 1,7% de los de *Diario del Alto Aragón* y en un 1,4% de los de *Diario de Teruel*.

En la tabla 5 se indica el tipo de enfoque desde el que los medios abordaron el tema principal. El punto de vista más utilizado fue el nacional (32%). Éste tiene todavía más peso si se toma en consideración el punto de vista nacional y autonómico (4,6%) así como el que combina lo nacional y lo municipal (0,9%). La segunda perspectiva más utilizada fue la autonómica en Aragón (24%). Por su parte, los enfoques municipales fueron mucho menos habituales en el conjunto de la cobertura.

Tabla 5. Enfoque del tema principal por medio (en porcentaje)

	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>Heraldo de Aragón</i>	<i>El Periódico de Aragón</i>	<i>Diario de Teruel</i>	<i>Diario del Alto Aragón</i>	Total
Huesca	0,3	0	4,1	2,3	0,5	43,5	9,5
Zaragoza	0	0	17	21	2,2	0,6	8,3
Teruel	0	0	5,7	2,3	26,7	0	5,1
Municipal otros	9,9	8,7	0,3	4,4	18,5	11,9	8
Aragón	0,8	1	34,7	46,5	28,6	17,3	24
Otras comunidades	15,9	12,3	2,4	3,6	1,1	3,6	5,8
Nacional y municipal	4	0,2	0,5	0,2	1,4	0,6	0,9
Nacional y autonómico	10,2	1,9	5,7	0,5	12,5	0,6	4,6
Nacional	58,1	75,8	24	18,1	8,2	21,5	32
Otros	0,8	0	5,8	1,1	0,3	0,6	1,7
Total	100	100	100	100	100	100	100

El ámbito municipal aragonés estuvo prácticamente ausente en los medios nacionales, dado que solo encontramos la referencia de

que el 0,3% de las noticias de *El País* se refirieron a una capital aragonesa: Huesca. Si nos referimos a *El Mundo*, el resultado es nulo.

Encontramos una cifra ligeramente superior si atendemos al enfoque autonómico aragonés en los medios nacionales. *El País* presentó un 0,8% de las informaciones con este prisma, mientras que *El Mundo* lo hizo en el 1% de los casos.

No obstante, sí que ambos diarios realizan informaciones con enfoque municipal, pero ajeno a las capitales aragonesas. Así sucedió en el 9,9% de las unidades de análisis de *El País* y en el 8,7% de las de *El Mundo*. Lo mismo ocurrió en el ámbito autonómico, pero en relación con territorios distintos del aragonés. Fue el caso del 15,9% de las informaciones publicadas por *El País* y del 12,3% de las de *El Mundo*.

En los diarios editados en Madrid, la gran mayoría de las informaciones aparecieron con un enfoque de ámbito nacional, que alcanzó el 75,8% en el caso de *El Mundo* y el 58,1% en el de *El País*. No obstante, este último rotativo presentó un bloque significativo de informaciones con un doble enfoque nacional y autonómico (10,2%) o nacional y municipal (4%) al mismo tiempo; en el caso de *El Mundo*, estos bloques fueron casi testimoniales, con un 1,9% y un 0,2%, respectivamente.

Para los diarios de ámbito aragonés, se observa una mayor preponderancia del enfoque autonómico de las informaciones, seguido por el ámbito municipal y con el ámbito nacional en último término. No obstante, estos diarios presentaron una distribución equilibrada en cuanto al enfoque territorial de sus informaciones.

Heraldo de Aragón otorgó enfoque autonómico aragonés al 34,7% de las unidades de análisis, mientras que el 26,8% tuvo un enfoque municipal en la Comunidad y un 24%, nacional. Además, el 5,7% de ellas tuvo un doble enfoque nacional y autonómico, un 0,5% lo tuvo nacional y municipal, y un 2,4% autonómico pero referido a fuera del territorio aragonés. Cabe destacar, dentro del ámbito municipal, la preponderancia de Zaragoza (17%), cuyo número de informaciones fue superior a la suma de las que tuvieron como

enfoque territorial las otras dos capitales aragonesas: Teruel (5,7%) y Huesca (4,1%).

El Periódico de Aragón presentó unos datos parecidos. El 46,5% de sus informaciones relacionadas con las elecciones tuvo enfoque autonómico, mientras que un 25,6% lo tuvo municipal y un 18,1% fue nacional; además, un 3,6% de las informaciones tuvo un enfoque autonómico, pero referido a otras comunidades diferentes de Aragón. El doble enfoque autonómico y nacional fue de aplicación al 0,5% de las informaciones de este rotativo, mientras que el doble enfoque nacional y municipal se encontró en el 0,2% de las noticias. En el ámbito municipal, *El Periódico* dedicó un 21% de las informaciones a Zaragoza, mientras que solo el 2,3% tuvo enfoque municipal desde Huesca y Teruel; en un 4,4% de los casos el enfoque fue municipal pero ajeno a las tres capitales aragonesas.

El condicionante territorial se muestra con una incidencia superior al referirse a los diarios de ámbito local, aunque el tratamiento difiere ligeramente al estudiar las dos cabeceras analizadas. *Diario de Teruel* presentó un enfoque municipal muy acusado en la capital de dicha provincia, con un 26,7% de las informaciones, a las que habría que sumar la mayor parte de las clasificadas bajo el epígrafe municipal otros (18,5%). Sin embargo, el enfoque desde el ámbito municipal de Zaragoza fue escaso (2,2%) y prácticamente nulo si la referencia es la ciudad de Huesca (0,5%).

Diario de Teruel presentó un enfoque autonómico aragonés en el 28,6% de los artículos analizados, mientras que al resto de comunidades autónomas en su conjunto solo dedicó un 1,1% del total. Tampoco dedicó un alto porcentaje a las noticias con doble enfoque nacional y municipal (1,4%), aunque sí que abordó de manera más profusa asuntos con el doble enfoque nacional y autonómico (12,5%). El prisma estrictamente nacional quedó cubierto por el 8,2% de las informaciones.

Diario del Alto Aragón, cabecera editada en Huesca, enfocó a esta ciudad el 43,5% de las informaciones. Además, el 11,9% de las noticias tuvo su tema principal en clave municipal, aunque fuera de las tres capitales de provincia aragonesas, la mayoría ciudades de la

provincia oscense. Sin embargo, dedicó muy poco espacio a las informaciones cuyo enfoque fue la ciudad de Zaragoza (0,6%) y ninguno a Teruel.

Diario del Alto Aragón abordó el 17,3% de los temas principales de sus informaciones con un enfoque autonómico aragonés, mientras que sólo el 3,6% de las unidades de análisis contempló dicho enfoque referido a otras comunidades autónomas. No obstante, las informaciones que presentaron un enfoque nacional de los temas principales ascendieron al 21,5%. En el caso de este diario apenas aparecieron artículos con un doble enfoque nacional y autonómico, o nacional y municipal, dado que a cada uno de ambos epígrafes no respondió más del 0,6% de las informaciones.

7.4. Conclusiones

Los medios analizados para esta investigación presentan un enfoque diferente a la hora de informar sobre las elecciones y este hecho se encuentra relacionado con su ámbito de difusión. El estudio permite establecer tres bloques diferenciados de diarios en relación con el ámbito geográfico: nacional, autonómico y provincial-local.

Este hecho se observa en la elección de los temas de las noticias y en su enfoque. Asimismo, variables formales, como la ubicación de las unidades de análisis, subrayan esta realidad.

Así por ejemplo, los temas a los que los diarios seleccionados dedicaron una mayor cantidad de noticias fueron: la organización y el diseño de la campaña, el movimiento 15-M, la crisis económica, la polémica sobre Bildu, las infraestructuras, la participación o abstención en las elecciones, los datos de las encuestas electorales y otros asuntos económicos.

Estas cifras presentan grandes diferencias cuando se detiene el estudio sobre cada uno de los medios. En relación con el 15-M, los diarios nacionales le dedican una mayor atención, que llega a duplicar la ofrecida por los medios de ámbito autonómico. Por su parte, los diarios locales presentan todavía unos porcentajes más bajos.

La polémica en torno a Bildu fue uno de los temas con un mayor seguimiento por parte de los medios de ámbito nacional. Sin embargo, en los diarios autonómicos y locales esta cuestión pasó bastante desapercibida en relación con otras cuestiones.

Estas diferencias no se observan en temas como la crisis económica o la organización y el diseño de la campaña, pero sí se encuentran en otras cuestiones como las infraestructuras que apenas suscitan el interés de los medios nacionales, pero son un tema de cierto peso en la prensa autonómica y una de las cuestiones de mayor interés en la de ámbito local y provincial.

Por lo que respecta al enfoque, se observa que en *El Mundo* y *El País* predomina el enfoque nacional de los temas; en *Heraldo de Aragón* y *El Periódico de Aragón* prima el enfoque autonómico, y en *Diario de Teruel* y *Diario del Alto Aragón*, el de tipo local.

Otra conclusión es la práctica desaparición de asuntos que sistemáticamente aparecen entre los temas de mayor interés para los ciudadanos en las encuestas y que en otras ocasiones han sido objeto de gran atención mediática. Por ejemplo, las relaciones Iglesia-Estado o a la inmigración. Mención aparte merece el tema del agua sobre el que han pivotado varias citas electorales en Aragón y que en esta ocasión aparece de una manera muy residual en los medios de ámbito aragonés y apenas se encuentra en los de ámbito nacional.

7.5. Bibliografía

García Ortega, C.; Lafuente Pérez, P.; Zugasti Azagra, R.; y Zurutuza Muñoz, C. (2011): *Las elecciones europeas de 2009 en España: la cobertura de la prensa nacional y aragonesa*. Buenos Aires: Libros En Red.

Gobierno de Aragón,

http://www.aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Organismos/InstitutoAragonesEstadistica/Documentos/docs/Areas/DatosBasic/2011/13_Mercado%20de%20trabajo.pdf Fecha de consulta: 17 de noviembre de 2011.

Gobierno de Aragón, <http://elecciones.aragon.es/> Fecha de consulta:
17 de noviembre de 2011.

Ministerio del Interior,
<http://www.elecciones.mir.es/MIR/jsp/resultados/index.htm>
Fecha de consulta: 17 de noviembre de 2011.

ZugastiAzagra, R.; García Ortega, C.; Lumbierres Subías, C.; Verón Lassa, J. J., y Sabés Turmo, F. (2011): *La campaña de las elecciones generales de 2008 en la prensa diaria. El caso aragonés*. Zaragoza: Asociación de Periodistas de Aragón.

Zurutuza, C., y Verón, J. J. (2011): “El entorno abertzale como issue de campaña en la información de un ciclo electoral completo (2008-2011). En AA.VV. *La comunicación pública, secuestrada por el mercado*. La Laguna: Cuadernos Artesanos de Latina, 14.