

Informe sobre el periodismo parlamentario español

Arjen van Dalen (Centre for Journalism, University of Southern Denmark)

Erik Albæk (Centre for Journalism, University of Southern Denmark)

Claes de Vreese (ASCOR, University of Amsterdam)

Rosa Berganza (Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Rey Juan Carlos)

noviembre 2009

La relación entre periodistas y políticos es un tema candente. El Centro de Periodismo de la Universidad del Sur de Dinamarca, con la colaboración de la Universidad Rey Juan Carlos, ha realizado una encuesta a los periodistas parlamentarios de España, y a los miembros del Congreso para conocer su opinión sobre el tema. La recopilación de datos tuvo lugar entre octubre del 2008 y enero del 2009, con la participación de 66 periodistas (tasa de respuestas 57%) y 82 miembros del Congreso (tasa de respuestas 26%).

La encuesta forma parte de un proyecto internacional de investigación comparativa en el cual participan Alemania, Dinamarca, España y Reino Unido (véase el anexo). El presente informe ofrece una primera visión general de las conclusiones de la parte española de este proyecto.

El panorama general es que tanto periodistas como políticos creen que los medios de comunicación constituyen un poder político importante, lo cual se corrobora en el caso de la agenda política, y especialmente durante las elecciones. Según los políticos, con mucha frecuencia, los incidentes impulsan el periodismo político, centrándose más en noticias sensacionalistas que en el proceso político de fondo. Los periodistas creen que los políticos harán cualquier cosa para obtener cobertura periodística, y creen además que para los políticos es más importante aparecer en las noticias que trabajar duro. Los periodistas consideran que su libertad de trabajo se ve limitada por la presión política dentro de la sala de redacción, y creen que la competencia con otros medios de comunicación afecta su labor.

¿Quién es el periodista político español?

Entre los periodistas políticos españoles predominan los hombres (59%). En promedio tienen 40 años de edad, y 18 de experiencia en el periodismo. El 93 por ciento de los que cubren la política nacional tiene educación en periodismo. Preguntamos a los periodistas del Parlamento sobre su propia tendencia política y sobre la tendencia política del medio para el que trabajan. Cerca de la mitad de los periodistas del Parlamento, se ve a sí misma con orientación a la izquierda, y la otra mitad se ve con orientación al centro (1a). Dos tercios de los periodistas parlamentarios ven la tendencia política del medio para el que trabajan como orientada al centro. Una cuarta parte de los periodistas trabaja para medios de comunicación que consideran de derecha, mientras que el diez por ciento considera la orientación política de su medio, de izquierda (tabla 1b).

Tabla 1a: La tendencia política de los periodistas políticos españoles (%)

| | |
|---------------------------------|-----|
| Tendencia política de izquierda | 45 |
| Tendencia política de Centro | 55 |
| Total | 100 |

Tabla 1b: La tendencia política de los medios de comunicación españoles según los periodistas políticos españoles (%)

| | |
|---------------------------------|-----|
| Tendencia Política de izquierda | 10 |
| Tendencia Política de Centro | 65 |
| Tendencia Política de Derecha | 25 |
| Total | 100 |

Poder de los medios de comunicación

Periodistas y políticos coinciden en que los medios de comunicación influyen en la política, especialmente cuando se trata de establecer la agenda política y durante las elecciones. La tabla 2 clasifica los actores que ejercen mayor influencia en la agenda política. Después del primer ministro, la radio y a la televisión son los más influyentes sobre la agenda política, según los políticos. El 75 por ciento de los políticos piensa que la prensa escrita es a menudo, o muy a menudo, capaz de introducir nuevos temas en la agenda política. Mientras que los políticos consideran a la radio y a la televisión como los medios de comunicación más poderosos, los periodistas consideran a la prensa escrita más poderosa que a los medios de comunicación audiovisuales. El poder de los medios para manejar la agenda política contrasta con las posibilidades que los miembros del Congreso tienen de plantear nuevos problemas a la cabeza del orden del día político. Sólo el 22 por ciento de los políticos cree que es capaz de hacerlo con alguna frecuencia.

Tabla 2 Agenda Política

¿Con qué frecuencia logran las siguientes personas plantear un nuevo problema a la cabeza del orden del día político? (% que dice "a menudo" o "con mucha frecuencia")

| | Políticos | Periodistas |
|----------------------------------|------------------|--------------------|
| El presidente del Gobierno | 90 | 89 |
| La radio y la televisión | 77 | 38 |
| La prensa escrita | 75 | 65 |
| Los ministros | 74 | 68 |
| Los partidos | 64 | 84 |
| Los grupos de interés | 41 | 23 |
| Los miembros del parlamento | 22 | 60 |
| El departamento de investigación | 10 | 17 |

Tanto los periodistas como los políticos creen que los medios de comunicación tienen mucho poder político, especialmente durante las elecciones y cuando se trata de la carrera individual de los políticos (tabla 3). Dos tercios de los políticos encuestados creen que los medios deciden el éxito de los políticos. La mitad de los periodistas también lo cree. Poniendo en perspectiva los resultados sólo una pequeña minoría de los políticos (20%) y de los periodistas (11%) cree que los medios de comunicación son tan influyentes que los actores políticos por sí mismos no tienen influencia en la agenda política.

Tabla 3: El poder de los Medios de Comunicación
(porcentaje que dice "de Acuerdo" o "Completamente de Acuerdo")

| | Políticos | Periodistas |
|---|------------------|--------------------|
| Los medios de comunicación tienen demasiado poder político | 85 | 59 |
| El poder político de los medios de comunicación es mayor durante las elecciones | 76 | 79 |
| Los medios de masas deciden el éxito de un político | 69 | 60 |
| Los medios de comunicación deciden los asuntos importantes; la política en sí tiene poca influencia | 20 | 11 |

Estilo de presentación

Preguntamos a los miembros del Congreso qué tan satisfechos están con la forma en que los medios de comunicación cubren la política en general y la de su partido en particular (tabla 4). El nivel de satisfacción es equilibrado entre insatisfechos y satisfechos, tanto para la cobertura de la política en general como para la cobertura de su propio partido. La razón más común para que los políticos estén insatisfechos es el tratamiento desigual de los diversos partidos durante las elecciones. *"Los medios se concentran de modo preponderante en los dos principales partidos de ámbito estatal."* Además, los políticos echan de menos una cobertura en profundidad. *"No se profundiza en los contenidos, quedándose con la anécdota de las cosas."*

Tabla 4: Satisfacción con los medios de comunicación

¿Está usted satisfecho con la cobertura que los medios de comunicación le dan...?

| | ... a la política nacional | ... a usted y a su partido |
|------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| Completamente descontento | 1 | 4 |
| Bastante descontento | 36 | 40 |
| Ni satisfecho ni descontento | 34 | 35 |
| Bastante satisfecho | 26 | 20 |
| Completamente satisfecho | 3 | 1 |
| Total (los políticos) | 100% | 100% |

Los miembros del Congreso critican el enfoque que los periodistas eligen cuando cubren política. (tabla 5). Más de dos tercios de los políticos encuestados creen que los periodistas con frecuencia expresan su opinión personal, van tras noticias sensacionalistas y se centran más en el juego político que en temas sustanciales. Más de la mitad de los periodistas se une a la crítica de los políticos. Cerca de la mitad de los políticos piensa que los periodistas políticos se centran demasiado en los incidentes y son demasiado cínicos. Sólo una minoría de periodistas está de acuerdo.

Tabla 5: estilo de presentación de informes

(% que dice "De Acuerdo" o "Completamente de Acuerdo ")

| | Políticos | Periodistas |
|---|------------------|--------------------|
| Lo que quieren los periodistas hoy día es una noticia sensacional para atraer a mucha gente. | 81 | 53 |
| Los periodistas prestan escasa atención a los temas sustanciales y demasiada atención al proceso político | 70 | 52 |
| Con demasiada frecuencia los periodistas expresan su propia opinión sobre lo que pasa políticamente | 70 | 68 |
| En general, la cobertura de la política está basada en sucesos | 45 | 13 |
| El día periodismo político es cínico hoy día | 44 | 36 |

Las relaciones profesionales

La relación entre periodistas y políticos ha sido descrita como simbiótica, ya que los periodistas necesitan a los políticos como su principal fuente de información y los políticos necesitan a los periodistas para transmitir su mensaje al público. Las tablas 6 y 7 dan una visión del día a día del contacto entre periodistas y políticos. Para la mitad de los periodistas y los políticos, la iniciativa del contacto se divide por igual entre las dos partes. 44 por ciento de los periodistas toma la iniciativa, en comparación con el 14 por ciento de los políticos. Las ruedas de prensa son la forma más común para los periodistas españoles de mantener contacto con los políticos (tabla 7). Ellas son el escenario en el que solamente una cuarta parte de los políticos puede reunirse con periodistas semanalmente o más a menudo. Lo anterior demuestra que existe una jerarquía clara entre los políticos, donde un pequeño número de ellos llama la atención de un nutrido grupo de periodistas. Los contactos informales, tales como recepciones y almuerzos no son muy comunes según los políticos y periodistas.

Tabla 6: Iniciativas

Generalmente, ¿quién toma la iniciativa de los contactos personales con periodistas [políticos]?

| | Políticos | Periodistas |
|---|------------------|--------------------|
| Generalmente soy yo | 14 | 44 |
| Aprox. repartido por partes iguales entre los dos | 50 | 50 |
| Generalmente es el periodista [Político] | 36 | 3 |
| No tengo ningún contacto personal con los periodistas [políticos] | | 3 |
| Total | 100% | 100% |

Tabla 7: Contactos

¿Con qué frecuencia tiene usted contacto con miembros del parlamento / periodistas, de las siguientes maneras? (Semanalmente % "o" más a menudo »)

| | Políticos | Periodistas |
|--------------------------------|-----------|-------------|
| Conversaciones telefónicas | 54 | 73 |
| En los pasillos del parlamento | 53 | 88 |
| Ruedas de prensa | 26 | 91 |
| Entrevistas | 25 | 27 |
| Recepciones | 16 | 8 |
| Comidas | 8 | 30 |

Preguntamos a los políticos y a los periodistas acerca de la forma en que los políticos se aproximan a los medios de comunicación (tabla 8). Todos los periodistas y la mayoría de los políticos piensan que los políticos harían todo lo posible por tener cobertura en los medios de comunicación. Más de la mitad de los periodistas cree que los especialistas en comunicación y portavoces complican su trabajo y que es más importante para un político tener cobertura en los medios de comunicación que trabajar duro. Una minoría de los políticos está de acuerdo (11 y 35 por ciento, respectivamente).

Tabla 8: Estilo de comunicación de los políticos

Porcentaje que dice "de acuerdo" o "Completamente de acuerdo")

| | Políticos | Periodistas |
|---|-----------|-------------|
| Los políticos quieren hacer todo lo posible para conseguir la atención de los medios de comunicación | 85 | 100 |
| Los políticos consiguen mayor popularidad al participar en programas de entretenimiento en la televisión. | 63 | 70 |
| Es más importante para un político conseguir cobertura política que trabajar duro | 35 | 78 |
| Los portavoces y otros expertos de comunicación dificultan el trabajo de los periodistas | 11 | 60 |

Influencia en el trabajo diario

¿Tienen la competencia, los objetivos económicos y presión política influencia en el trabajo diario de los periodistas parlamentarios? Según el 79 por ciento de los periodistas parlamentarios, la competencia con otros medios de comunicación tiene influencia en su trabajo (tabla 9). Sólo una minoría de los periodistas parlamentarios cree que las presiones comerciales sobre la profesión (como los anunciantes y los accionistas) influyen directamente en su trabajo. El 36 por ciento de los encuestados experimenta presión política. Varios de los encuestados consideran que la limitación más importante a la libertad periodística es *“la afiliación política y económica del medio en que trabajan.”*

Tabla 9: Influencia en el trabajo diario

¿Qué influencia tienen los siguientes factores en su trabajo diario como periodista? (Porcentaje que dice "alguna" o "enorme influencia ")

| | Periodistas |
|--|--------------------|
| Competencia con los demás medios de comunicación | 79 |
| Tirada / índice de audiencia de los telespectadores / lectores / oyentes | 44 |
| (Riesgo de) Disciplina presupuestaria | 40 |
| Presión política | 36 |
| Accionistas | 21 |
| Annunciantes | 12 |

Anexo Project description Political Journalism in Comparative Perspective

Center for Journalism/Department of Political Science and Public Management, University of Southern Denmark

Members: Erik Albæk, Nael Jebri, Arjen van Dalen, Claes de Vreese

News about politics is the outcome of interactions between political actors and journalists. Previous research on the emergence of news about politics and the effects this news has on public opinion and thinking about politics is rather fragmented.

This collective research project has the explicit goal of integrating two strands of research. On the one hand, it focuses on journalists and it, on the other hand, focuses on the effects that different types of political news reporting have on citizens.

Given recent observations suggesting that the news media treats political topics differently than previously, the project has 3 goals: (1) To investigate journalists' attitudes towards covering politics; (2) to define, identify and analyze different types of political news reporting; and (3) to investigate the effects of different types of political reporting on issue understanding, knowledge acquisition, and opinions about political issues. The approach is cross-nationally comparative, and the project includes countries (Denmark, Britain, Germany, and Spain) which represent different media systems.

The project includes two PhD projects and relies on a survey among political reporters and editors, a content analysis of the news media's coverage of politics and a number of controlled experiments to test the effects of different types of political reporting.

This research enhances our understanding of how news about politics emerges and the effects it has on public opinion.

The project is supported through a grant from the Danish Social Science Research Council in the amount of 4.1 million Danish kroner and began in the middle of August 2007 with hiring of two PhD students. The project will run over the course of three years.

Source:

http://www.sdu.dk/Om_SDU/Institutter_centre/C_Journalistik/Forskning/Forskningsprojekter/Igan_gvaerende_forskning/Politisk%20journalistik.aspx