



Convocatoria de prensa

Presentación de las conclusiones del observatorio Elecciones Forales 2011

Fecha, hora y lugar: jueves, 19 de mayo de 2011, a las 11:30 h., en el salón de grados de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Bilbao (UPV/EHU, Elcano)

Contacto e información ampliada: Estefanía Jiménez (946 018 426 y estefania.jimenez@ehu.es)

Algunos datos de interés sobre el Observatorio:

- 3.000 visitas en menos de dos semanas.
- 200 piezas analizadas.
- 5 investigadores/as y 6 cabeceras.
- Presencia en Facebook, Twitter y Tuenti.

1. La cobertura ha sido desigual en función de la distribución de cada medio.

Egunkariak tratatu dituzten gaiak ezberdinak izan dira hedabidearen banaketaren arabera.

- Los medios de ámbito vizcaíno, *Deia* y *El Correo*, han otorgado mucha importancia a la campaña foral vizcaína y han destinado mucho espacio a la crónica y el análisis.
- Los cuatro restantes han tenido que informar también de las campañas guipuzcoana, alavesa, y en el caso de *Berría* y *Gara*, navarra, y la centralidad de la campaña en Bizkaia ha quedado sustancialmente diluida.

2. La gestión racional de una campaña forzosamente compleja por el número de instituciones en juego ha diluido la figura de los candidatos y la candidata en favor de los máximos líderes de sus respectivos partidos.

Hautagaien irudia bigarren maila batean geratu da, asko izan direlako hauteskundeetan parte hartu duten instituzioak eta, ondorioz, alderdien buruzagiek bereganatu dutelako protagonismoa.

- La importancia de los líderes no candidatos ha ido creciendo a lo largo de la campaña hasta convertirse en el centro de la noticia.
- De cara al análisis del escenario postelectoral, los medios han interiorizado las estrategias de los partidos, que han preferido potenciar la figura de sus líderes sobre la de los candidatos.

3. José Luis Bilbao y su gestión han sido diana de los ataques abiertos de José Antonio Pastor.

Jose Antonio Pastorrek Jose Luis Bilbaoren eta bere kudeaketaren kontra egin du modu irekian.

- Los medios los han reproducido en distintas ocasiones.
- Cuando las encuestas han retratado al candidato del PNV como claro vencedor de la campaña las críticas contra él se han suavizado.
- Pese a ello, también se ha incidido de manera repetida en la contundencia de su discurso de oposición al Gobierno vasco: *El Correo*, *El País*, y *El Mundo* han alternado tratamientos neutros con otros más críticos, en los que le han atribuido un cierto carácter belicoso.

4. José Antonio Pastor ha ido desapareciendo paulatinamente de la cobertura de la campaña.

Jose Antonio Pastor gutxinaka-gutxinaka desagertzen joan da kanpainaren informaziotatik.

- En la segunda semana se ha reforzado más su carácter de interlocutor del PSE que el de candidato a Diputado General.
- En algunos momentos, ha capitalizado gran parte de las intervenciones del Partido Socialista.
- El tratamiento informativo ha contribuido a reforzar su imagen como hombre fuerte dentro de su partido si bien se han sugerido desavenencias internas.
- Ha sido objeto de piezas críticas en *Deia* durante los primeros días, pero a medida que la campaña ha avanzado su presencia ha ido disminuyendo.

5. Esther Martínez ha sido, con mucha diferencia, la candidata analizada con menor presencia.

Esther Martinez presentzia gutxien izan duen hautagaia izan da, nabarmenki.

- Ha quedado absolutamente invisibilizada por las intervenciones de Antonio Basagoiti y Cristina Ruiz, candidata por el PP a la alcaldía de Bilbao.
- En la mayoría de las piezas en las que ha sido mencionada sólo se ha subrayado su presencia en actos, pero eran sus acompañantes en los mismos los protagonistas de los titulares y las fotografías.
- Sólo ha protagonizado una entrevista extensa y un reportaje de carácter humano, ambos en *El Correo*. Cuestiones estéticas o familiares han tenido mayor peso en estas piezas que en las dedicadas a los otros dos candidatos analizados.
- El PP ha catalizado su presencia mediante Basagoiti, y los medios así lo han trasladado en la cobertura de éste partido, con lo cual, a medida que ha avanzado la cadena, Martínez, sin peso específico en el seno del PP, prácticamente ha desaparecido de los periódicos.

6. **Berria ha centrado su cobertura de la campaña en otros territorios y apenas ha mencionado de manera expresa a los candidatos a analizar.**

Berriak arreta gehiago jarri du beste herrialdeetan eta oso gutxitan aipatu ditu ikertutako hautagaiak modu zehatzean.

- El periódico se ha centrado en el desarrollo general de la campaña, primando el interés periodístico de otros territorios sobre lo sucedido en Bizkaia.

7. **Deia ha hecho una cobertura amplísima de José Luis Bilbao.**

Deiak jarraipen sakona egin du Jose Luis Bilbaoren gainean.

- Si bien ha informado de la actividad de los otros dos candidatos analizados, lo ha hecho en menor proporción.
- Ha entendido las Elecciones Forales como una ocasión para hacer oposición al Gobierno vasco, y ha reforzado la imagen de Bilbao, que se ha retratado como un gestor enérgico, dinámico y muy activo, que ha protagonizado tres portadas en dos semanas.
- Salvo en lo referente a las informaciones sobre el cobro de dietas por parte de Pastor, tanto este como Esther Martínez han sido tratados con neutralidad.

8. **En *El Correo* el protagonismo se ha repartido entre Bilbao y Pastor, sobre todo a lo largo de la primera semana de campaña.**

El Correok protagonismoa banatu du Bilbao eta Pastorren artean, batez ere, hauteskunde kanpainaren lehenengo astean zehar.

- Si bien Martínez aparece menos que sus dos compañeros, lo hace en mayor proporción que en otros medios.
- El periódico ha reproducido las críticas de distintos dirigentes socialistas a la gestión del PNV en diferentes instituciones.
- Ha vinculado al PP con un perfil moderado, y aunque le ha dado cierto protagonismo ha entendido la campaña como un enfrentamiento entre PNV y PSE.

9. **La edición País Vasco de *El Mundo* ha afrontado la narración de la campaña en clave española.**

El Mundoko "País Vasco" edizioak ildo espainoletik jarraitu du kanpaina.

- No ha dedicado demasiado espacio a piezas centradas expresamente en los candidatos a la Diputación Foral.
- En las piezas analizadas se ha percibido que el periódico ha amplificado las críticas a PNV y PSE lanzadas por el PP, cuya presencia y candidata están sobrerrepresentadas en relación con la realidad sociológica vizcaína.

10. La edición País Vasco de *El País* se ha posicionado más en contra del PNV que a favor de un candidato concreto.

El Paíseko "País Vasco" edizioak EAJren kontrako jarrera hartu du, beste edozein hautagairen aldekoa baino argiagoa.

- Ha combinado piezas informativas absolutamente neutras con otras más bien valorativas en las que la interpretación de la información ha resultado demasiado conducida, confirmando la tendencia apuntada en las observaciones previas.
- Ha abordado la cobertura de la campaña como una pugna entre dos opciones: Bilbao y Pastor.

11. Gara se ha centrado en la campaña de Bildu con más énfasis que en la de cualquier otra formación.

Garak arreta handiagoa eskaini dio Bilduren kanpainari beste edozein alderdiarenari baino.

- Al igual que *El Mundo*, ha sobrerrepresentado una opción política por encima de su real correspondencia social.
- No se ha centrado en territorios históricos y ha ofrecido reportajes y análisis en torno a temas amplios –el voto de la población inmigrante, los partidos minoritarios...–, sin apenas ha incluir piezas en las que de manera expresa aparecieran los nombres de los candidatos de PNV, PSE y PP.
- En general ha reproducido las declaraciones de líderes y candidatos manera aséptica y ha empleado fotografías neutras para ilustrarlas.

12. Partidos y medios han tenido que adaptar las campañas y la cobertura de las mismas a dos cuestiones: la participación de Bildu y la rotundidad de las encuestas preelectorales.

Hala alderdiek nola hedabideek moldatu behar izan dute kanpaina eta informazioa ondorengo bi gaietara: Bilduren parte hartzera eta hauteskundeen aurreko inkesten emaitzetara.

- La participación de Bildu dificulta pactos de gobierno que quizá sin Bildu en las urnas sí podrían haberse planteado, lo cual trastoca el planteamiento estratégico de los partidos y los focos de interés informativo.
- Las encuestas han señalado con claridad la supremacía del PNV, lo cual resta interés periodístico a la campaña y obliga a los agentes políticos a replantear sus posiciones. Su rotundidad ha desviado la atención hacia el día después, más que hacia las elecciones en sí mismas. Y al mismo tiempo, ha marcado nuevos focos de interés: aquellos municipios previsiblemente más disputados y aún sin decidir, u otros territorios y no tanto Bizkaia.

13. En general no se ha hablado de propuestas o líneas de actuación relacionadas con la gestión de la Diputación.

Orokorrean, ez dute hitz egin Aldundiarekin zerikusia duten proposamenei buruz edota portaera lerroei buruz.

- Los discursos de candidatos y portavoces han descrito generalidades ideológicas, pero no tanto propuestas reales, detalladas y argumentadas.
- Ha sido una campaña comedida y sin estridencias, salvo las reacciones del PP respecto a la participación de Bildu en las elecciones, cuestión que deja de ser central en la segunda semana.

14. La economía ha sido el tema de campaña más mencionado, si bien no se han encontrado proposiciones concretas y argumentadas al respecto.

Ekonomia izan da gehien aipatu duten gaia, hala ere, ez dira topatu proposamen zehatzik eta argumentatuak horren inguruan.

- En realidad, el protagonismo estelar lo han compartido las repercusiones de la participación de Bildu en las elecciones y el escenario postelectoral y los posibles pactos de gobierno a futuro.
- La corrupción, que podría haber sido a priori una de las cuestiones de campaña, apenas ha aparecido.

15. Los periódicos han apostado por piezas de creación propia, sin seguir en todo momento la agenda de los partidos cuyas candidaturas hemos analizado.

Egunkariak nahiago izan dute eurek osatutako albisteak argitaratu, ez hainbeste, berriz, jarraitu modu zorrotzean ikerketak analizatutako hautagaien alderdiek antolatutako agenda.

- Varias cabeceras han elaborado piezas en las que distintos candidatos se posicionaban ante las mismas cuestiones.
- *Deia* ha otorgado importancia a un tema de elaboración propia, las dietas por transporte cobradas por José Antonio Pastor.
- Las encuestas publicadas por *Deia* y por *El Correo* han marcado el ritmo de la campaña y, al augurar escenarios muy parecidos entre sí, se han dado por válidas.
- La participación de Felipe González en un acto del PSE ha sido uno de los pocos temas que ha aparecido simultáneamente en las seis cabeceras analizadas, cuyas agendas, en general, no han coincidido día a día.

16. Se ha advertido mezcla de información con opinión en piezas y crónicas supuestamente informativas.

Informazioaren eta iritziaren arteko nahasketa sumatu du ikerketak informatiboak izan behar duten albiste eta kroniketan.

- En la tónica de observaciones precedentes, se han transmitido algunas lecturas claramente valorativas de movimientos, respuestas o proposiciones electorales.

17. **Los partidos han sido conscientes de que para facilitar la difusión de su discurso y la cobertura informativa convenía hacer coincidir en tándem a sus candidatos a la Diputación y al Ayuntamiento de Bilbao.**

Alderdiek argi izan dute Batzak Nagusirako hautagaia eta Bilboko alkategaia lotu behar zutela alderdia beraren gaineko informazio modu errazagoan zabaltzeko.

- Bilbao y Azkuna, y Martínez y Ruiz han compartido actos y piezas en los periódicos prácticamente cada día.
- Ha habido una escasa presencia de ministros vascos y de líderes del PP de ámbito nacional, y en el PNV se ha dejado el discurso ideológico en manos de Urkullu.

18. **La mayoría de las imágenes que acompañan a las piezas pueden considerarse neutras e incluso amables con todos los candidatos.**

Ikertutako irudiak izan dira, salbuespenak izan ezik, neutroak eta, hainbat kasutan, atseginak hautagaiarekin.

- En observaciones precedentes pudo apreciarse una evidente intencionalidad en las fotografías, que transmitían mucha información y en ocasiones retrataban de manera negativa a algunos candidatos.
- Salvo algunas excepciones, en esta ocasión las imágenes no se han utilizado de manera tan ostentosa como armas de campaña para desacreditar a los candidatos.

19. **Las mujeres apenas han tenido visibilidad más allá de su condición femenina.**

Emakumeak ez dira apenas aipatu, ez baten emakume bat zelako momentuko protagonista.

- A pesar de que había multitud de mujeres candidatas a los distintos ayuntamientos y de que una de las figuras analizadas es una mujer, el género femenino no ha sido sujeto de las informaciones relacionadas con sus partidos ni ha ejercido como portavoz de los mismos.
- No ha habido propuestas relacionadas con el género, el apoyo al empleo femenino, o las políticas de igualdad. Si bien no se han detectado agresiones o mercantilización evidente de la imagen de la mujer durante la campaña, los plurales falsamente universalizadores siguen empleándose de manera habitual en los periódicos.

20. **Se han detectado erratas e incorrecciones ortográficas, falta de correlación entre algunas fotografías y sus correspondientes pies de foto, y en general, defectos formales poco comprensibles en la cobertura de una campaña electoral.**

Hutsak eta akats ortografikoak topatu ditu analisiak, baita argazkien eta oinen arteko korrelazio falta ere. Orokorrean, hauteskunde kanpaina batean adigarriak ez diren errakuntzak egon dira ikertutako zenbait albisteetan.

- Ello nos invita a reflexionar sobre los modos de trabajo en las redacciones, condicionados por la premura o la falta de seguimiento de temas y personajes.
- A su vez, viejas costumbres parecen mantenerse vigentes: aunque el Congreso de los Diputados haya aprobado recientemente que la denominación oficial del territorio es la de Bizkaia, y las Juntas Generales lo hicieran hace años, en *El Correo* y *El País* sigue empleándose el término "Vizcaya".