

La relación de la visibilidad mediática de las Comunidades Autónomas con la conciencia regional y otros indicadores sociales.

Análisis comparativo de la repercusión mediática de las regiones españolas y estudio temático de la cobertura periodística de Castilla y León en la prensa nacional

[Tesis doctoral]

[Roberto Gelado Marcos]

[Director: Dr. D. Pedro Rivas Nieto]

Agradecimientos

A Pedro Rivas, por entenderme, más allá de esta tesis.

A Jeff Miley, por su generosidad y su inspiración.

A Enric Martínez, por su facilidad para ponerme siempre sobre la pista correcta.

A Pilar Pérez, por acompañarme durante los primeros años del camino.

A José David Urchaga, por su paciencia metodológica.

A David Senabre, por confiar en mi capacidad investigadora.

A John B. Thompson y David Lehmann, por sus consejos.

A la Universidad Pontificia, la Junta de Castilla y León y el Fondo Social Europeo por hospedar y financiar este proyecto.

A Pedro Sangro, por ser mi mejor mentor personal y profesional.

A mi familia, amigos y compañeros de café de todos estos años, por estar ahí siempre.

Índice

1. Introducción.....	7
1.1. Historia y política.....	9
1.1.1. Una perspectiva interdisciplinar.....	14
1.1.2. Una mirada al pasado y al presente.....	15
1.2. Comunicación y sociedad.....	21
1.3. Un primer acercamiento metodológico al análisis de los medios.....	28
1.3.1. El análisis de contenido aplicado a los medios de comunicación.....	29
1.3.2. Fundamentos del análisis interpretativo.....	33
1.3.3. El diseño periodístico como herramienta de ponderación.....	35
1.4. El estudio de caso.....	48
2. Marco teórico.....	51
2.1. Historia y política. Reflexiones históricas sobre las regiones españolas desde una perspectiva castellanoleonés.....	52
2.1.1.1. El germen de Castilla y León.....	56
2.1.1.2. La unión de reinos.....	64
2.1.1.3. El Reinado Católico.....	69
2.1.1.4. El alzamiento comunero.....	76
2.1.1.5. Después de la Comuna, el Imperio.....	87
2.1.1.6. La decadencia del imperio.....	96
2.1.1.7. El siglo XX. La transición y el sentido autonómico.....	105
2.1.1.8. De la transición a hoy.....	109
2.1.1.9. Reflexiones finales a la luz de los episodios históricos revisados.....	127
2.2. Comunicación y sociedad: medios, opinión pública y conciencia regional.....	142
2.2.1. Los medios de comunicación.....	142
2.2.1.1. Introducción. La importancia de los medios en la creación de imágenes colectivas.....	142
2.2.1.2. Teoría y breve historia de la comunicación de masas.....	146
2.2.2. La opinión pública.....	155
2.2.2.1. Perspectivas de análisis del fenómeno de la opinión pública.....	156
2.2.2.2. Hacia una definición del concepto de opinión pública.....	159

2.2.2.3. Funciones sociopolíticas de la opinión pública.....	166
2.2.2.4. Medición de la opinión pública.....	170
2.2.2.4.1. Encuestas.....	170
2.2.2.4.2. Barómetros.....	174
2.2.2.4.3. Análisis de contenido y otros métodos de medición	181
 2.2.3. El papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública. Teorías sobre el impacto.....	182
 2.2.3.1. Primera etapa: Teorías del impacto directo (1920- 1940).....	184
2.2.3.1.1. Metáforas del impacto directo: la aguja hipodérmica y la bala.....	187
2.2.3.2. Teoría de los efectos limitados (1940-1960).....	189
2.2.3.2.1. Teoría de la exposición y percepción selectiva.....	191
2.2.3.2.2. Teoría de la influencia en dos pasos.....	193
2.2.3.2.3. Otros factores intermediarios relevantes y críticas a las teorías de efectos limitados.....	195
 2.2.3.3. Teorías de transición (mediados de los 60-mediados de los 70)	198
2.2.3.3.1. Modelos de la difusión.....	199
2.2.3.3.2. Modelo transitivo o de reconversión.....	205
2.2.3.3.3. Paradigma de la Búsqueda de Información.....	206
 2.2.3.4. Reinterpretación del efecto directo (mediados de los setenta-hoy).....	208
2.2.3.4.1. La espiral del silencio.....	213
2.2.3.4.2. Tematización y agenda-setting.....	217
 2.2.4. Estudios sociopolíticos sobre la identidad regional en la España actual.....	232
2.2.4.1. Barómetro Autonómico I.....	232
2.2.4.1.1. ¿Qué significa España para los españoles?.....	234
2.2.4.1.2. El orgullo de ser español.....	238
2.2.4.1.3. El orgullo regional.....	242
2.2.4.1.4. ¿Región o nación?.....	246
2.2.4.1.5. Sentimiento español frente a sentimiento regional.....	248
2.2.4.1.6. Conclusiones generales del Barómetro Autonómico I.....	254
 2.2.4.2. Barómetro Autonómico II.....	256

2.2.4.2.1. Grado de autonomía.....	257
2.2.4.2.2. ¿Qué significa España para los españoles?.....	260
2.2.4.2.3. El orgullo de ser español.....	263
2.2.4.2.4. El orgullo regional.....	266
2.2.4.2.5. Las relaciones con el Gobierno central.....	270
2.2.4.2.6. Sentimiento español frente a sentimiento regional.....	275
2.2.4.2.7. El impacto del nacionalismo.....	280
2.2.4.2.8. Conclusiones generales del Barómetro Autonómico II.....	282
2.2.4.3. Comparación y evolución entre los dos barómetros autonómicos.....	283
2.2.4.3.1. ¿Qué significa España para los españoles?.....	284
2.2.4.3.2. El orgullo de ser español.....	291
2.2.4.3.3. El orgullo regional.....	295
2.2.4.3.4. El peso de los líderes regionales.....	300
2.2.4.3.5. Sentimiento español frente a sentimiento regional.....	304
2.2.4.3.6. Conclusiones.....	307
2.2.5. Castilla y León en los medios. Una revisión bibliográfica.....	310
2.2.6. Otros estudios sobre Castilla León, medios e identidad regional.....	313
3. Estudio de caso.....	317
3.1. Planteamiento de objetivos.....	324
3.2. Hipótesis de investigación.....	326
3.3. Diseño metodológico y análisis propiamente dicho.....	333
3.3.1. Análisis de la prensa impresa. Definición del universo de análisis.....	334
3.3.1.1. Selección, partiendo de esa población, de una muestra adecuada.....	335
3.3.1.2. Elección y definición de las unidades de análisis....	339
3.3.1.3. Medición de la presencia.....	342
3.3.1.4. Medición de la presencia matizada.....	343
3.3.1.5. Medición de la caracterización.....	344
3.3.2. Análisis de cybermedios. Definición de la población de análisis.....	345
3.3.2.1. Selección, partiendo de esa población, de una muestra adecuada.....	346
3.3.2.2. Elección y definición de las unidades de análisis....	347

3.3.2.3. Medición de la presencia en la prensa digital.....	350
3.3.2.4. Medición de la presencia matizada en la prensa digital.....	351
3.3.2.5. Medición de la caracterización en la prensa digital.....	352
3.3.3. Enunciado y justificación de categorías de temáticas recurrentes.....	353
3.3.4. Modelo de ponderación de las noticias en la página de periódico y justificación.....	373
3.3.5. Propuesta y justificación de un modelo para el análisis ponderado de las noticias en cibermedios.....	377
3.3.6. Elementos de medición. Un resumen breve.....	383
3.4. Resultados.....	389
3.4.1. Análisis cuantitativo por número de noticias, módulos y módulos ponderados.....	391
3.4.1.1. Resultados totales por número de noticias.....	391
3.4.1.1.1. Resultados por número de noticias en prensa impresa.....	394
3.4.1.1.2. Resultados por número de noticias en prensa digital.....	397
3.4.1.2. Resultados por espacio (módulos).....	400
3.4.1.3. Resultados ponderados.....	407
3.4.2. Resultados por secciones.....	415
3.4.2.1. Cultura.....	415
3.4.2.2. Economía.....	421
3.4.2.3. España.....	425
3.4.2.4. Portada.....	431
3.4.2.5. Ciencia.....	436
3.4.2.6. Salud.....	438
3.4.2.7. Sociedad.....	440
3.4.2.8. Solidaridad.....	442
3.4.2.9. Tecnología.....	444
3.4.3. Correlaciones entre la cobertura mediática y otros datos autonómicos.....	446
3.4.3.1. Repercusión mediática y regionalismo.....	449
3.4.3.2. Repercusión mediática y población.....	459
3.4.3.3. Repercusión mediática y superficie.....	461
3.4.3.4. Repercusión mediática y densidad de población... ..	463
3.4.3.5. Repercusión mediática y nivel de renta.....	465
3.4.3.6. Repercusión mediática y capacidad productiva.....	467
3.4.3.7. Repercusión mediática y producción editorial.....	468

3.4.4. Análisis de las temáticas empleadas en Castilla y León.....	470
4. Conclusiones.....	486
5. Índice de tablas, cuadros y gráficos.....	500
6. Bibliografía.....	505

1. Introducción

La presente tesis nace, a partes iguales, de bastantes interrogantes y de alguna que otra fuerte convicción arraigada en un cúmulo de experiencias profesionales y personales. Que se haya llegado a convertir en el volumen que el lector tiene hoy en sus manos solo ha podido ser posible por la indispensable financiación de la Junta de Castilla y León y el Fondo Social Europeo, lo cual creó de entrada un vínculo inevitable –porque, entre otras razones, tampoco se quería evitar– del proyecto con la región castellanoleonesa. Aquello, lejos de ser un problema, supuso un interesante punto de partida para una investigación cuyo objetivo fundamental era aportar datos tangibles a la mera intuición de que Castilla y León no ocupaba el lugar que por Historia merecería en el panorama español actual. Como sucede en muchas investigaciones, de manera muy natural, el proyecto fue demandando que el objeto de estudio se expandiese a ámbitos superiores. De nuevo, empezar con un enfoque geográfico limitado no sólo no fue un obstáculo sino que acabó convirtiéndose en plataforma de despegue hacia otras reflexiones interesantes.

Porque demostrar que Castilla y León se halla infrarrepresentada en el concierto español requería indefectiblemente que la mirada se volviese hacia el resto de regiones españolas para definir qué constituía tal infrarrepresentación, ya que en un entorno de retratos desiguales quien está menos representado lo está, indefectiblemente, por oposición a otro u otros que ocupan una posición de prevalencia. La aspiración interautonómica de este estudio, pues, es un producto

natural de la evolución de una investigación que nunca renunció a acudir a la raíz de las preguntas que se le iban planteando.

La elección de los medios de comunicación como campo de pruebas para medir las peculiaridades de los diferentes retratos ofrecidos sobre las autonomías españolas obedece, esencialmente, a la formación docente y a la experiencia profesional del doctorando, inmersas ambas de lleno en el mundo de la comunicación en general y del periodismo en particular. Muchas de las inquietudes surgidas en torno a la infrarrepresentación de Castilla y León provienen, como dejábamos entrever al comienzo de esta introducción, de años de observación como consumidor, estudioso y profesional de los medios de comunicación. La convicción de que los medios influyen de manera muy potente en la elaboración de imágenes colectivas también sustentaba la apuesta por debatir la presencia de Castilla y León en el entorno nacional en función de su retrato mediático.

Sobre esta base inicial, el primer paso de la investigación consistió en realizar una primera aproximación a las diferentes metodologías que pudieran resultar relevantes a la hora de realizar un análisis del retrato mediático de Castilla y León. Al tiempo que se hacía esta revisión metodológica, también se realizó un repaso por las raíces históricas de la comunidad de castellanoleonesa y por el origen de las diferentes regiones españolas con vistas, por un lado, a saber qué habría de entenderse exactamente por “el papel que debería corresponderle a Castilla y León” y, por el otro, para analizar los fundamentos de lo que muchos han dado en llamar la cuestión identitaria en España.

1.1. Historia y política

Nunca se entendió el capítulo de Historia y Política como un apoyo meramente descriptivo a la contextualización del fenómeno socio-mediático que se trataba de analizar. Antes bien, esta tesis siempre ha considerado la comunicación social como un fenómeno complejo, holístico e interdisciplinar cuyo análisis ha de beber de diferentes campos del conocimiento para evitar reduccionismos. En un primer momento, cuando el campo de estudio seguía circunscrito a la comunidad de Castilla y León, se entendió que era necesario buscar en las raíces del fenómeno mismo, indagando entre las obras que pusieran en relación los dos términos de una ecuación que poco a poco iba tomando cuerpo: Castilla y León, y su representación en los medios.

Desde las esferas políticas regionales se podía ver que la dialéctica entre la comunidad y los medios era algo a lo que se le concedía gran importancia, si bien los esfuerzos por aprovechar el potencial de los medios parecían preferir volcarse de puertas para adentro que indagar en el modo en el que la comunidad era vista desde otras regiones españolas; una perspectiva, a nuestro juicio, mucho más interesante.

Un primer repaso a la literatura escrita al respecto arrojó una evidente – que no sorprendente– conclusión: la escasez de títulos sobre la materia era la norma predominante. Eran contados los estudios actuales que se habían realizado sobre la presencia de Castilla y León en los medios y difusas las explicaciones que se ofrecían desde la literatura reciente sobre la hipotética pérdida de peso específico de una comunidad que, en su génesis, se presumía inspiradora de una realidad política de la talla histórica de España.

Por su parte, el desarrollo del apartado metodológico empezaba a sugerir la necesidad de poner en relación el retrato mediático de Castilla y León con el de las otras autonomías españolas a fin de establecer una comparación cabal que permitiera decir con propiedad si, efectivamente, se daba la hipotética infrarrepresentación y, en caso afirmativo, en qué medida.

Los pobres resultados obtenidos en el repaso histórico sobre la dialéctica entre Castilla y León y los medios de comunicación, unidos al hecho de que la investigación empezaba a exigir que el marco geográfico se ampliase, permitió clarificar varios aspectos. Por un lado, que la ampliación del marco geográfico del caso de estudio habría de afectar también a la perspectiva con la que se tendría que abordar la contextualización histórica. Por el otro, que la idea inicial de analizar si Castilla y León estaba infrarrepresentada en los medios o no se movía exclusivamente en un territorio descriptivo. Y, aún siendo éste perfectamente tolerable, se entendía que un trabajo de la dimensión y las aspiraciones de una tesis doctoral debería aportar algo más que la mera descripción de un fenómeno. Esto era así por más que tal demostración fuera interesante a la luz de la escasa bibliografía existente y de las más que relevantes implicaciones que tendría la constatación de tal fenómeno, que hasta entonces se había movido en el terreno de las meras intuiciones que todo el mundo da por sabidas pero nadie se detiene a demostrar. Es más, siendo éste un trabajo que se circunscribe claramente en el ámbito de la comunicación social, y apostando por la perspectiva interdisciplinar de la que se hablaba antes, lo más lógico parecía no tratar los diferentes campos como compartimentos estancos, sino interrelacionados.

Así fue como se concibió la idea de no sólo estudiar el retrato mediático de las comunidades autónomas, sino ponerlo en relación con diversos indicadores sociales que, en ciertos casos, tenían que ver también, y mucho, con cuestiones históricas. La infrarrepresentación mediática de Castilla y León era una mera intuición, sí, pero honestamente no plasmaba una idea excesivamente compleja y, haciendo un ejercicio más de sinceridad, demasiado difícil de demostrar, por más que nadie lo hubiera hecho antes. Por ello se decidió dar un paso más y poner en relación los datos que se obtuvieran en el estudio de la representación mediática con otros indicadores que pudieran radiografiar, en cierto modo, la realidad social y política de nuestro país.

Era valioso, en fin, demostrar que no todas las comunidades autónomas reciben el mismo tratamiento por parte de los medios de comunicación españoles de ámbito nacional; pero resultaba mucho más interesante aún, y encajaba mejor desde esa perspectiva interdisciplinar, tratar de explicar qué factores estaban relacionados con estos desequilibrios en la cobertura mediática. ¿Se trata mejor a las comunidades más ricas? ¿Tienen más peso las comunidades con más población? ¿Influye el hecho de tener una conciencia regional más o menos desarrollada para que los medios nacionales presten más atención a una comunidad en concreto?

Esta última pregunta nos devolvió a la arena histórica. El tema de la conciencia regional parecía estar íntimamente relacionado con la cuestión de las identidades, y la génesis de este fenómeno requería de nuevo una revisión de la historia, esta vez en clave española y no limitada a la perspectiva de los medios de comunicación, como se había hecho previamente en el estudio de la literatura

publicada sobre medios y Castilla y León. La identidad solo se podía explicar remontándose a la génesis de la nación española, si bien la filiación inicial a Castilla y León que se advertía al comienzo de esta introducción hicieron que el recorrido histórico tuviera una ligera inclinación hacia estas tierras. Todo ello, por supuesto, sin descuidar cuestiones relativas a otros territorios españoles que podrían resultar de interés para la definición posterior de lo que habíamos dado en llamar “conciencia regional” y su futura integración en el análisis comparado entre la conciencia regional y otros indicadores de interés.

Por otra parte, si se afirmaba que Castilla y León no era ya la comunidad relevante que un día fue y se trataba de probar eso a través del retrato que de ella ofrecían los medios, parecía cabal enraizar esa situación actual en un contexto histórico anterior. De aquel interés radical volvió a surgir la necesidad de ampliar el estudio a un ámbito superior que al concebido originariamente, porque no se puede entender la Historia de Castilla sin la Historia de España y porque la Historia de España se asienta indefectiblemente sobre las Historias de todos los pueblos que la componen.

No era ya solo que para calcular qué suponía una infrarrepresentación mediática fuera necesario evaluar cómo se representaba a otras comunidades. Es que si lo que se planteaba era un problema de la fortaleza identitaria como elemento prevalente de una mayor o menor representación mediática, resultaba indispensable acudir a la Historia, y no solo a la de Castilla y León, sino a la de todos los pueblos que integran la realidad española. Así, comenzaron a concretarse algunas de las preguntas formuladas de manera genérica con anterioridad: ¿Qué era la identidad? ¿Qué eran los nacionalismos de los pueblos

que configuraban España, dónde y cuándo surgieron y, sobre todo, por qué? ¿Qué influencia tenían los sentimientos identitarios en la prevalencia de unas regiones sobre otras en el contexto de la realidad política de la España del siglo XXI? Y, más ceñido a nuestro entorno de estudio, los medios de comunicación, empezó a consolidarse como pregunta central la siguiente: ¿tenían más repercusión mediática las autonomías con un sentimiento identitario más desarrollado? Y, secundariamente, ¿había otros criterios (demográficos, geográficos, de riqueza, etc.) que estuvieran correlacionados con la cobertura mediática ofrecida a las comunidades autónomas?

La respuesta a muchas de esas preguntas no es tajante y se presta más bien a un constante debate que se ha tratado de reflejar con la mayor honestidad posible en el epígrafe del marco teórico que lleva por título, como este subepígrafe introductorio, “Historia y Política”. Ninguna de las disertaciones que allí se incluyen habría sido posible sin el acceso al ingente trabajo acometido durante décadas por autores clave en el campo de la política y, sobre todo, de la historiografía española como **Claudio Sánchez-Albornoz**, **Américo Castro**, **Ramón Menéndez Pidal**, **José Ortega y Gasset**, **Juan Linz** y, por supuesto, el maestro entre maestros de la historiografía española desde una óptica castellanoleonesa, el profesor **Julio Valdeón**, indiscutible eminencia, sensato orientador e inspiración indispensable en los albores de esta tesis doctoral.

Para el estudio de todas estas obras resultó fundamental, por supuesto, el consejo del director de esta tesis, el profesor **Pedro Rivas Nieto**, así como de sus contactos en universidades iberoamericanas, como los profesores **Tomás Pérez Vejo**, **Carlos Alberto Patiño** y españolas como **Ángel Rivero**. Del mismo modo,

que esta tesis haya abandonado su perspectiva inicial regional para auparse a una realidad superior, la española, mucho más convincente, no habría sido posible sin la indispensable ayuda del director de la estancia de investigación del doctorando en la Facultad de Sociología de la Universidad de Cambridge, **Thomas Jeffrey Miley**, al que también se ha de agradecer que facilitara el contacto con los profesores **John B. Thompson** y **David Lehmann**, de la misma universidad.

1.1.1. Una perspectiva interdisciplinar

La perspectiva interdisciplinar desde la que se ha abordado el estudio del apartado histórico combina principalmente elementos de Historia y Antropología, pues el análisis se refiere a elementos históricos, sí, pero en su dialéctica constante e inevitable con distintas manifestaciones antropológicas. En lo que a la parte histórica en concreto se refiere, se ha optado por “la perspectiva propia de las disciplinas históricas estudiadas con criterios modernos”, esto es, plasmando una aspiración de adquirir un estatus científico, puesto que la nueva historia “se ha liberado de la vieja antítesis entre lo “nomotético” y lo “idiográfico”, es decir, no se limita a acumular hechos ocurridos en el pasado y estudia las comunidades humanas y no al hombre individual” (**Rivas**, 2011:19). El enfoque cobra especial relevancia por cuanto nuestra tesis en sí se adscribe claramente en el campo de la investigación social y, por ende, tiene una vinculación sociológica; algo que encaja a la perfección con la perspectiva de **Barraclough** (1981:345), para quien esta nueva Historia no se diferencia tanto de la Sociología. No se trata, pues, de una mera acumulación de datos, sino de una adecuada contextualización e interpretación de los mismos con el objetivo de

facilitar las claves que no hagan de la Historia una concatenación de hechos aislados, sino la manifestación interrelacionada de las vidas de las gentes. No obstante, pese a que se han aplicado enfoques sociológicos, económicos y antropológicos para el estudio de la Historia, no se ha dejado de lado, porque hacerlo habría mermado la calidad de la investigación, “el carácter deductivo clásico propio de la Historia (...) pues no en vano la historia es, como afirmaba **Frédéric Mauro**¹, la proyección de las ciencias sociales en el pasado” (**Rivas**, 2011:20).

Los datos de este apartado histórico se han presentado ajustándose, por último, al método descriptivo-interpretativo, pues el fin, como se ha señalado anteriormente, trascendía el mero relato de hechos y aspiraba a dar un sentido a los acontecimientos históricos. No hay que olvidar que la razón de ser de este apartado histórico no era otro que proporcionar una necesaria contextualización para el análisis del fenómeno socio-mediático que habría de acaparar el estudio de caso. Por ello el método descriptivo-interpretativo, uno de los más empleados en el área de las ciencias sociales (**Sierra**, 1988:34) se ajusta perfectamente a las necesidades de nuestra investigación, ya que permite proporcionar sentido al contexto con el que se trata de explicar mejor la situación actual.

1.1.2. Una mirada al pasado y al presente

El epígrafe dedicado a Historia y Política arranca, así, con una serie de reflexiones históricas sobre las regiones españolas desde una perspectiva castellanoleonesa. El objetivo es abordar el estudio de la región desde una óptica que, lejos de

¹ Citado por **Davis** (1965:3).

considerarla como un ente inmutable, se presta a analizar, a través del relato de los muchos estudiosos que de esta Historia han sido, la evolución que tuvo tan emblemática tierra desde los albores de su fundación hasta su asentamiento como comunidad autónoma después de la Transición a la democracia, ya en el siglo XX.

Así, nos remontamos en la apertura del subepígrafe histórico a los orígenes de los territorios que actualmente se conocen como Castilla y León para abordar los sucesos fundamentales de una Historia fecunda y prolongada, que hizo más rápida su marcha a medida que se aceleró la Reconquista, pero que en sus inicios –y sus inicios fueron siglos– fue tremendamente lenta porque el proceso reconquistador, como se quejara amargamente **Ortega y Gasset**, también lo fue. No es baladí dedicar espacio al análisis de cómo se gestan estos comienzos, puesto que es aquí donde arranca la configuración de la personalidad leonesa, primero, y castellana, después, con todas las precauciones que hablar de algo así ha de implicar.

Argumentaremos, precisamente, en una de nuestras tesis centrales, que se apoya también en la interpretación que de la historia castellana han hecho muchos estudiosos de la materia, que existe una dilución de la identidad de esta tierra bajo el paraguas de un proyecto superior que ella misma forjó: el español. Y precisamente para ello es necesario saber cómo un territorio, Castilla, que en un principio no era sino tierra conquistada por los musulmanes acabó teniendo el vigor y el carácter emprendedor suficiente como para erigirse en líder natural de los reinos peninsulares en esa empresa que se dio en llamar Reconquista. Veremos, por ejemplo, el papel fundamental del Conde Fernán González en la

vitalista constitución de Castilla como líder natural; y no podremos explicar tal cosa sin repasar el modo en el que los astures acabaron legando su testigo reconquistador a un pueblo, el leonés, a cuyo abrigo fue creciendo el castellano durante varios siglos.

Muchos de los acontecimientos relacionados con la identidad de los pueblos españoles que eclosionan fundamentalmente a partir del siglo XIX tienen, en parte, sus raíces en algunos de los fenómenos históricos sobre los que posaremos nuestra mirada en este repaso historiográfico del pasado español desde una perspectiva castellanoleonesa. Resulta imposible, por ejemplo, entender el fuerte rechazo que suscitó entre los habitantes de León la posibilidad de que se formara una comunidad autónoma conjunta con Castilla sin remontarse a la Historia y al estudio de las distintas personalidades de estos dos pueblos. Y resulta también interesante echar raíces sobre la Historia para desmontar algunas de las tergiversaciones que de ella se han hecho para exaltar diferencias que, de facto, no han sido sino engordadas con el tiempo y las perspectivas interesadas. No hay que olvidar, por ejemplo, que el propio **Valdeón**, quizá la autoridad más eminente en el estudio de la Historia de estas tierras y estas gentes, acaba concluyendo que pese a las diferencias, los 750 años de historia castellanoleonesa son, esencialmente, de fraternidad modélica.

Y lo mismo se puede afirmar para otras regiones de la geografía española. Si el repaso histórico nos ha de servir para entender mejor el panorama actual, también nos resultará de utilidad para ver el modo en el que se ha distorsionado la Historia para situar el debate en nuestros días en unos términos de exaltación de la diferencia interregional que poco o nada se corresponden con la que

también fue historia esencialmente fraterna de los distintos territorios de España. En este sentido, hemos prestado especial atención en el repaso histórico a voces como las de **Sánchez Albornoz** o el propio **Ortega**, para quien la grandeza del proyecto común tiene mucho que ver con la adhesión a la identidad². Porque si la historia de España deja algo claro es que, sin negar las particularidades de cada región, sí fue el particularismo el que acabó desviando el debate hacia páramos que sólo podían resultar fértiles para políticos ventajistas que hicieron de la exaltación de la diferencia un modo de vida. Conviene, pues, repasar algunos puntos cruciales que la historiografía nacionalista periférica no ha dudado en reescribir y así hemos intentado dejar constancia de ello en el repaso histórico.

Cierto es, y de ello daremos cuenta también, que el intento unificador de los pueblos peninsulares, cuyo último asalto acometieron los Reyes Católicos, suscitó cierto escozor social entre determinados grupos recelosos de que la homogeneización pudiera acabar difuminando las particularidades de cada tierra. Sin embargo, son muchos los historiadores que reconocen en la figura de los monarcas católicos a dos jefes de Estado que supieron ver el mayor potencial de una unión de reinos pujantes y que, en buena medida, demostraron también una elevada sensibilidad hacia las peculiaridades de aquellos que se iban abrigando bajo el manto común.

² Vienen muy al caso las palabras que **Renan** (1887:4-5) escribe en su obra *Discours et conférences* como prefacio a su famosa conferencia “¿Qué es una nación?” de 1882: “El hombre no pertenece ni a su lengua ni a su raza; no pertenece más que a sí mismo, pues es un ser libre, un ser moral. Por encima de la lengua, de la raza, de las fronteras naturales, de la geografía, ponemos el consentimiento de los pueblos [...] Para nosotros una nación es un alma, un espíritu, una familia espiritual; resulta, en el pasado, de recuerdos, de sacrificios, de glorias, con frecuencia de duelos y de penas comunes; en el presente, del deseo de continuar viviendo juntos. Lo que constituye una nación [...] es haber hecho grandes cosas en el pasado y querer hacerlas en el porvenir”.

Prueba de ello es que la llegada de su sucesor, Carlos I, desató recelos por parte de castellanos, en particular, y españoles, en general. Aquello acabó derivando en lo que hoy conocemos como la Revuelta de las Comunidades. Es éste un episodio que hoy se entiende central en la historia castellanoleonesa y sobre él nos detendremos también para estudiar qué hay de cierto y qué de místico en él. ¿Tiene sentido que hoy se celebre esta festividad? ¿Sienten los castellanoleoneses a los comuneros como símbolos? ¿Lo fueron solo de Castilla? ¿Tenían que ver sus ideales con la tierra, con la exaltación de una diferencia regional del territorio que sembró la base de España? Las respuestas a todas estas preguntas se debaten también en este subepígrafe histórico.

Pero, volviendo a los Reyes Católicos, hablábamos de que muchos historiadores coinciden en señalar que fueron, ante todo, monarcas con sensibilidad para respetar las particularidades. Ante tal certeza, sería atrevido, y desde un punto de vista histórico encerraría tal vez cierta ignorancia también, asegurar que los pueblos que pasaron a integrar España se sintieron oprimidos o incómodos bajo el nuevo seno que los acogía a todos.

Sin embargo, y aquí volvemos también al concepto de **Ortega** de la importancia de sentirse involucrado en un proyecto común atractivo, el declive imperial español sí trajo consigo la emergencia de fuerzas centrífugas que, en muchos sentidos, aún hoy perduran. Pero debe quedar claro, y así trataremos de exponerlo con la mayor claridad y respaldo historiográfico posible, que es el afán centrífugo el que sigue al declive, y no al revés. Volviendo a **Ortega**, no es que se silenciaron las particularidades, sino que la España robusta empezó a adelgazar por el afán particularista de algunos territorios, cosa que se produjo

fundamentalmente a partir del declive español como potencia dominante en el concierto europeo.

El vigor de las fuerzas centrífugas que encontraron en el poder central, y en Castilla como personificación (ya fuera real o de tradición) de tal autoridad, es un fenómeno que se expandió con rapidez, como decíamos, a partir del siglo XIX. Por ello también dedicamos un extenso apartado a tal período, que tratamos de enlazar con las semillas históricas precedentes para establecer un hilo argumental que permita explicar de manera razonada por qué se llegó a aquella situación.

La Historia de España a partir de aquel momento no sólo es convulsa, sino también fascinante, especialmente desde la perspectiva identitaria que tanto nos interesa para esta tesis doctoral. Si antes **Ortega** se quejaba de la parsimonia con la que transcurrieron los siglos reconquistadores, el final del XIX y todo el siglo XX transcurren en un frenesí de acontecimientos que hemos querido explorar con el mayor detalle posible en este trabajo.

También hemos prestado especial atención a este momento de la Historia porque parece de justicia considerarlo como el más directo antecedente del modelo territorial que tenemos en la actualidad, el sistema de las autonomías. Mucho de lo que ocurrió en la Transición tenía que ver con los capítulos que la dictadura franquista apartó durante cuatro décadas. Y mucho de esos asuntos pendientes, como hemos venido señalando, tenían fuertes lazos con el pasado más remoto. Por eso nos reafirmamos en la pertinencia de este estudio histórico como base que permita analizar con adecuada justicia el sistema autonómico en el que se circunscribe, como no podía ser de otra manera, el análisis de caso.

1.2. Comunicación y sociedad

El análisis de la Historia como elemento fundamental de la comprensión del marco identitario actual en la España de las Autonomías no fue el único punto de paso obligado del marco teórico. Como comentábamos al principio de esta introducción, la presente tesis se encuadra ineludiblemente en el fenómeno de la comunicación social e intenta trazar puentes entre las observaciones históricas realizadas y el modo en el que se retrata a las distintas autonomías en el discurso periodístico. Este planteamiento obligaba a añadir dos campos de análisis de exploración obligada en el marco teórico y un tercero que ponía en relación a los dos primeros.

En primer lugar, había que desmenuzar el fenómeno de la comunicación de masas, por cuanto el estudio de caso tenía como objeto de análisis una manifestación de tal fenómeno como eran los medios masivos (representados en el estudio de caso a través de dos soportes: la prensa impresa y la prensa digital). Para ello se realizó primero una breve disertación sobre la importancia de los medios de comunicación de masas en la creación de imágenes colectivas que trataba de justificar la validez del estudio de los medios como mecanismo para evaluar el mayor o menor peso de una región en un concierto interautonómico. Pero sin duda, para ponderar adecuadamente el fenómeno había que entender el origen y el peso que los medios de comunicación tienen en la sociedad actual, y por ello esta segunda parte del marco teórico se ocupa también de caracterizar la comunicación de masas desde una aproximación teórica al fenómeno y a través también de una breve historia de los medios de masas.

Esta primera parte del epígrafe de “Comunicación y sociedad” arranca, precisamente con el reconocimiento por parte del gobierno regional de Castilla y León del papel crucial de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública, y a partir de ahí se enlaza con las ideas fundamentales de diversos autores, en especial **Denis McQuail**, **Frank Böckelmann** y sobre todo **John B. Thompson**, cuyas obras son referencias ineludibles para cualquier investigador que trate de comprender el fenómeno de la comunicación de masas. Precisamente la emblemática obra de éste último “Los media y la modernidad” sirvió de eje central para esclarecer cuáles eran las características fundamentales de la comunicación de masas.

El enfoque teórico se apoya también, como decíamos, en un sucinto recorrido histórico que señala los hitos principales en la evolución de un fenómeno cuya eclosión es relativamente reciente, pero cuyas bases se remontan a una tradición de siglos en la que intervienen nombres clave como **Gutenberg**, **Jeremy Bentham**, **James Mill**, **John Stuart Mill**, **Joseph Pulitzer** o **William Randolph Hearst**. En este sentido el apoyo en la Historia desde una perspectiva descriptiva-interpretativa resulta de nuevo de gran interés para completar ese retrato interdisciplinar que se estima tan necesario para que el lector disponga de herramientas suficientes para contextualizar el objeto de estudio.

El segundo campo de interés que exigía una exploración teórica era el fenómeno de la opinión pública. Asentándose como lo hacía la presente tesis en la convicción de que la percepción social de las comunidades autónomas a los ojos de los ciudadanos de todo el país tenía que ver, en buena medida, con el retrato que de éstas se hacía en los medios, y perfilado ya lo que entendíamos por

medios de comunicación de masas, era necesario concretar a qué se hacía alusión con aquello de “percepción social”. Y aquel concepto vago nos remitía ineludiblemente a uno de los fenómenos más estudiados a lo largo del siglo XX: la opinión pública. Por ello el marco teórico se adentró también en la definición, primero, y la caracterización, después, de un fenómeno tan complejo como atractivo: la opinión pública. Tal labor habría sido imposible sin los exhaustivos trabajos de **Walter Lippmann**, **Niklas Luhmann**, **Jurgen Habermas**, **Otto Baumhauer**, **Elisabeth Noelle-Neumann**, **Denis McQuail** y **Sven Windahl** y, sobre todo, los profesores **José Luis Dader** y **Cándido Monzón**, sin cuya labor compiladora hubiera resultado mucho más complicado clarificar el fenómeno de la opinión pública con la exhaustividad que se desprende de sus investigaciones. Igualmente imprescindible resultó, en este apartado de la tesis, la contribución de la primera directora del proyecto, la profesora **Pilar Pérez Herrero**, cuya orientación en la planificación de este capítulo fue fundamental.

El subepígrafe dedicado a la opinión pública arranca con el análisis que **Monzón** hace en “Opinión pública, comunicación política” de las perspectivas desde las que se puede abordar tal fenómeno: psicológica, cultural, racional, publicística, elitista, institucional, etc. A partir de ahí se acomete la complicada tarea de tratar de proporcionar una definición del fenómeno, apoyándose tanto en las metáforas de autores como **Padioleau**, **Tönnies**, **Lippmann** o el propio **Monzón**, como en los postulados teóricos de **Habermas**, **Baumhauer**, **Speier**, **Sprott**, **Rovigatti** o **Noelle-Neumann**. Se tratan también en este subepígrafe las funciones sociopolíticas de la opinión pública, especialmente las formuladas por **Dader** en “El periodista en el espacio público” y a su vez, las que este autor

recoge de **Noelle-Neumann** en este mismo libro. A continuación se relatan los mecanismos fundamentales de medición de la opinión pública, por cuanto no hay que olvidar que una modalidad concreta de ellos, los barómetros, serán utilizados posteriormente en el estudio de caso. Una aclaración sobre la naturaleza de los diferentes métodos de medición de la opinión pública, su fiabilidad y su pertinencia eran, pues, absolutamente pertinentes para respaldar su utilización posterior como elemento de medición de alguna de las variables expuestas en las hipótesis del estudio de caso.

Igualmente importante fue la contribución de muchos de los autores citados anteriormente para poner en relación los dos elementos descritos anteriormente: medios y opinión pública. Las investigaciones sobre los efectos de los medios en el tejido social resultaban de gran interés para la presente tesis por cuanto podían arrojar luz en torno, primero, a la pertinencia de la relación de influencia que se estaba presuponiendo de partida y, segundo, en torno a los modos en los que podía ejercer esta influencia y su aplicación al objeto concreto de estudio de esta investigación. Así, se revisaron las teorías fundamentales de las distintas etapas que durante el siglo XX y XXI vinieron marcadas por diferentes paradigmas sobre la influencia de los medios en la opinión pública.

La pertinencia de este repaso diacrónico por las diferentes teorías que analizan los efectos de los medios de comunicación tiene su sentido, por cuanto los resultados obtenidos en el estudio de caso pueden ponerse en relación con los postulados de algunas de las teorías sobre efectos de los medios en la opinión pública que se analizan en este subepígrafe 2.2.3.

Este repaso por la dialéctica entre medios y opinión pública comienza, como no podía ser de otro modo, con las teorías del impacto directo y las menciones a los autores que, convencidos de la plena vigencia de un modelo “estímulo-respuesta”, defendieron una perspectiva unidireccional y potente de influencia de los medios en la opinión pública. Se incluyen aquí menciones a los estudios sobre la persuasión ideológica o de la propaganda de **Lasswell**, los estudios sobre la capacidad persuasora de la publicidad comercial de **Bernays**, **Watson** y **Mayo**, los estudios sobre la influencia del cine en la juventud y la infancia de **Burguess** y la Fundación Payne (que congregó a autoridades tan notables como **Blumer** o **Charters**).

A continuación se repasan las principales teorías de la etapa de los efectos limitados, cuyo recorrido temporal se extiende durante cerca de dos décadas y que alumbran teorías como la de la exposición y percepción selectiva de **Triandis** o la de la influencia en dos pasos, defendida en diferentes fases por autores como **Katz**, **Lazarsfeld**, **Berelson**, **Tarde** y **Gaudet**.

De las teorías de transición, que abarcan el periodo que va desde mediados de los 60 hasta mediados de los 70 del siglo pasado, se analizan los modelos de la difusión, el modelo transitivo o de reconversión y el paradigma de la búsqueda de información. Dentro de los primeros se incluyen: el modelo de la difusión en múltiples pasos (**Kraus** y **Davis**), de la difusión de innovaciones (**Rogers** y **Shoemaker**), del distanciamiento en los conocimientos (**Tichenor**, **Donohue** y **Olien**) y de la difusión en J (**Greenberg**). Del segundo se estudian el modelo transaccional de **Kraus** y **Davis**, la teoría de las diferencias psicológicas individuales de **De Fleur** (reformulado por **Comstock**). En lo que se refiere al

paradigma de búsqueda de la información se desmenuza la teoría del inventario funcional de **Charles Wright**; la teoría de los usos y gratificaciones de **Katz, Blumler** y **Gurevitch**; el modelo de los efectos incuestionables de **Chaffee** y el modelo historicista de **Carey**.

Por último se aborda la reinterpretación de las teorías del efecto directo, un periodo que enlaza con el final de la etapa de transición (mediados de los años 70) y que llega a nuestros días. Dos teorías fundamentales acaparan la atención de los estudiosos de la dialéctica entre medios y opinión pública: la espiral del silencio (**Noelle-Neumann**) y la agenda-setting (**McCombs** y **Shaw**). El análisis se detendrá especialmente en estas dos interpretaciones, no sólo porque son las más extendidas y aceptadas en la actualidad, sino porque sus postulados respaldan la pertinencia de ciertas decisiones metodológicas de la presente tesis, como la utilización del modelo de análisis temático, y aportan además perspectivas interesantes para el análisis de los resultados obtenidos en el estudio de caso.

El epígrafe de Comunicación y Sociedad se completa con el análisis de los dos Barómetros Autonómicos que ha publicado hasta la fecha el Centro de Investigaciones Sociológicas (en 2005 y 2010). En este punto es de rigor reconocer al profesor de Ciencia Política de la Universidad Pompeu Fabra, **Enric Martínez-Herrera**, quien, tras conocer la naturaleza de esta tesis y los objetivos que se planteaban, insistió en la necesidad de revisar exhaustivamente los dos estudios citados anteriormente, los más ambiciosos que había acometido el CIS en materia autonómica. El análisis se reveló doblemente útil: por un lado, los barómetros del CIS descubrieron numerosos puntos de conexión entre los dos subepígrafes que

le preceden en esta tesis, Historia y Política, y Comunicación y Sociedad; por el otro proporcionaron datos objetivables para medir variables que, dadas las limitaciones logísticas de este estudio, no habrían podido ser medidas de otra manera. Nos referimos, fundamentalmente, a la conciencia regional, cuya medición habría sido una tarea imposible sin los datos de estos dos estudios del CIS.

Sirva también la utilización de estos y otros datos como reivindicación de la ingente cantidad de información acumulada en centros investigadores nacionales como el INE o el propio CIS, que lejos de menoscabar el esfuerzo investigador de doctorandos y analistas del fenómeno de la comunicación social, pueden ser magníficos complementos para ampliar las miras de los datos obtenidos en investigaciones propias. Como se apuntaba anteriormente, sin los datos del CIS, pero también sin los datos sociales del INE; esta tesis no habría podido aspirar a correlacionar los resultados obtenidos sobre la cobertura de prensa con otros indicadores sociales de interés. En otras palabras, se habría quedado en una superficie descriptiva, lejos de la concepción interdisciplinar y compleja desde la entendemos que ha de interpretarse siempre el fenómeno de la comunicación social.

Además de los análisis de los Barómetros Autonómicos, se trató de hacer una aportación personal que no se limitara a reproducir los datos de un estudio preexistente. Por ello, el epígrafe 2.2.4.3. establece una comparación de las preguntas que, en torno a la conciencia regional, se mantuvieron estables en los dos Barómetros Autonómicos señalados. Así, se comparó la evolución del sentir de la opinión pública española (desgajada en datos autonómicos) en torno a

temáticas como: “El significado de España”, “El orgullo de ser español”, “El orgullo regional”, “El peso de los líderes regionales” o “El sentimiento español frente al sentimiento regional”. Muchas de estas sencillas formulaciones entroncaban con cuestiones ya debatidas en el subepígrafe de Historia y Política y estas a su vez entraban en relación con otras planteadas a propósito del estudio de la opinión pública y los medios de comunicación.

1.3. Un primer acercamiento metodológico al análisis de los medios

El estudio de los fenómenos de la comunicación social, en general, y de los medios de comunicación de masas, en particular, se ha abordado desde diferentes postulados metodológicos a lo largo de la Historia. En líneas generales, podemos diferenciar dos perspectivas: una con el enfoque puesto en la obtención de resultados cuantificables que pudieran repetirse si otros investigadores seguían el mismo procedimiento, y otra que alerta sobre la naturaleza compleja de los fenómenos sociales, que impele a trascender lo fácilmente cuantificable y aboga por tener en cuenta aspectos que a menudo quedan fuera de modelos de análisis cerrados. El análisis de contenido es, en este sentido, una de las técnicas que no sólo se ha usado con más profusión, sino que ha sido objeto de encendido debate entre cuantitativistas y cualitativistas en torno a sus características, exigencias y posibilidades.

1.3.1. El análisis de contenido aplicado a los medios de comunicación

Aunque muchos autores sitúan el auge del análisis de contenido en los estudios que, en torno a la Segunda Guerra Mundial, trataban de demostrar la influencia de la propaganda en los medios de comunicación social de una manera lo más rigurosa posible, la realidad es que muchos años antes, en 1910, **Max Weber** ya propuso en un discurso ante la Asociación Alemana de Sociología la creación de una nueva sociología periodística asentada sobre la base de un análisis textual cuantitativo (cf. **Deacon et al.** 1999:116).

En su alocución, citada por **Hardt** (1979:181-2), se preguntaba “¿dónde está el material con el que empezar unos estudios así? Pues bien, tales materiales son los periódicos en sí y, siendo más específicos, lo que haremos ahora será empezar a utilizar tijeras y compás para medir los cambios cuantitativos que han experimentado los contenidos periodísticos en la última generación”.

Igualmente interesante resulta la aportación de **Lasswell** (1927) en el análisis de textos bélicos, si bien tenemos que trasladarnos hasta los años 50 para encontrar una primera aproximación al concepto de análisis de contenido. Fue **Berelson** (1952:147), en este caso, quien lo definió como una “técnica de investigación que aspira a una descripción cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”. Años después, **Stone et al.** (1966:5) insistirán en las características de sistematicidad y objetividad del análisis de contenido. Ya en los 90, **Berger** (1991:25) definirá el análisis de contenido como “una técnica de investigación basada en la medición de la cantidad de algo (violencia, retratos

negativos de la mujer, o cualquier cosa) en una muestra representativa de algún medio de masas”. Y en parecidos términos se expresan **Slater** (1998:235), para quien el objetivo central del análisis de contenido es convertir “la interpretación en algo lo más controlable y relevante posible a fin de trasladarse rápidamente al proceso más “científico” de contar cosas” y **Riffe et al.** (1998:20), que se refieren al análisis de contenido cuantitativo como “el examen sistemático y repetible de símbolos de comunicación a los que se ha asignado valores numéricos de acuerdo con normas de medida válidas”. Dentro de esta aspiración cuantitativista, cabe reseñar también la labor de **Neuendorf**, quien destaca por encima de todo que el análisis de contenido es una técnica sistemática a la que define como “un análisis cuantitativo que sirve para resumir información contenida en una serie de mensajes y que descansa sobre la base del método científico” (**Neuendorf** 2002:10).

Autores como **Deacon et al.** (1999:115) apuntan que la existencia de un modelo de análisis de contenido que esté “completamente exento de valoración”, como parece sugerirlo **Berelson**, “es muy cuestionable”. En esta misma línea, cabe destacar el matiz cualitativo introducido por autores como **Altheide** (1987), quien resalta la importancia de la comprensión de los significados latentes (en **Cea D’Ancona**, 1996:352). Pero mucho antes, en 1980, un visionario de la metodología de investigación en ciencias sociales, **Krippendorff**, escribía ya que el análisis de contenido se encontraba en un cruce de caminos y habría de decidir por dónde quería encaminar sus pasos. Sus postulados se mantuvieron con el paso del tiempo, hasta el punto de que, años después, el investigador alemán aún insistía en la teoría de la encrucijada:

“En aquellos tiempos, los analistas de contenido tenían dos opciones: podían seguir con el sinsentido de jugar a hacer cuentas, tendencia motivada por la fascinación que en los periodistas despertaban los números, amén de una concepción muy estrecha de lo que era la ciencia, que les empujaba a afirmar que sólo la medida cuantitativa aporta pruebas fehacientes (**Lasswell**, 1949/1965b), o podían reorientar los métodos de análisis de contenido hacia fenómenos sociales que estaban generados y constituidos a la vez por textos e imágenes y que, por tanto, habían de ser comprendidos a través de sus constituyentes escritos y pictóricos.” (**Krippendorf**, 2004:xiii).

Años antes, **Holsti** (1969:2) ya había establecido distintas preguntas a las que el análisis de contenido podía dar respuesta, entre las cuales dos resultan especialmente interesantes: “¿Qué se dice?” (evaluación del contenido y descripción de tendencias generadas por el mismo) y “¿Cómo se dice?” (estudio de las técnicas y mecanismos formales, retóricos y estilísticos utilizados por el texto para conseguir sus fines). Ya más cerca de nuestros días, **Deacon et al.** (1999:116) añaden que el terreno natural del análisis de contenido es “la comunicación y los estudios culturales”. Así, prosiguen, hemos visto en los últimos años un aluvión de investigaciones que han echado mano del análisis de contenido en numerosos campos relacionados con la comunicación y los estudios culturales: noticias y actualidad, publicidad, dibujos animados, géneros de entretenimiento televisivos (películas, comedias de situación, *talk shows*), revistas, vídeos musicales, etc.

Si en los años 70 el enfrentamiento entre el paradigma cuantitativo y el paradigma cualitativo marcó el desarrollo de la Sociología, lo que ahora se debería pretender no es la imposición de un paradigma sobre otro, sino la búsqueda de una complementariedad entre ambos (cf. **Cea D’Ancona** 1996:46-7, **Deacon et al.** 1999:114, y **Williams et al.** 1988:47).

	Paradigma cuantitativo	Paradigma cualitativo
Base epistemológica	Positivismo, funcionalismo.	Historicismo, fenomenología, interaccionismo simbólico.
Énfasis	<i>Medición</i> objetiva (de los hechos sociales, opiniones o actitudes individuales); demostración de la <i>causalidad</i> y la <i>generalización</i> de los resultados de la investigación.	El actor individual: <i>descripción</i> y <i>comprensión interpretativa</i> de la conducta humana, en el propio marco de referencia del individuo o grupo social que actúa.
Recogida de información	<i>Estructurada</i> y sistemática.	<i>Flexible</i> : un proceso interactivo continuo, marcado por el desarrollo de la investigación.
Análisis	<i>Estadístico</i> , para cuantificar la realidad social, las relaciones causales y su intensidad.	<i>Interpretacional</i> , socio-lingüístico y semiológico de los discursos, acciones y estructuras latentes.
Alcance de resultados	<i>Nomotética</i> : búsqueda cuantitativa de leyes generales de la conducta.	<i>Ideográfica</i> : búsqueda cualitativa de significados de la acción humana.

Cuadro 1: Paradigmas de investigación. Fuente: Cea D'Ancona (1996:46)

Y es que, como aseguran **Duke** y **Mallette** (2004:1) los enfoques cuantitativos y cualitativos no tienen por qué ser excluyentes dentro de una misma investigación. Es más, son varios los autores que defienden la imposibilidad de determinar a priori que una de las dos aproximaciones generales a la investigación (cualitativa o cuantitativa) sea superior a otra (cf. **Ackroyd** y **Hughes**, 1992:30). Por esta razón, como se indicaba anteriormente, en los últimos años han sido numerosos los metodólogos que han abogado por la combinación de técnicas de distinta naturaleza a fin de, precisamente, contrarrestar los puntos débiles de unas con los fuertes de las otras (cf. **Kumar**, 1999:12).

En el caso de estudio que nos ocupa, se decidió adoptar una doble vertiente del análisis de contenido: por un lado, se asume la importancia de introducir una base cuantitativa al análisis, que se plasmará principalmente en la cuantificación

de productos mediáticos en función de los aspectos relevantes para el tema de estudio que nos ocupa. Por otro lado, también se considera interesante realizar también un análisis más pormenorizado de los contenidos publicados. Para ello se opta por la opción del análisis temático que, partiendo de los fundamentos del análisis de contenido (técnica dirigida, por la que preguntamos a los textos sobre aquello que queremos saber), se completa posteriormente con un análisis interpretativo que trata de dar sentido a los datos meramente cuantitativos obtenidos en los pasos anteriores. Los fundamentos del análisis interpretativo se aplicaron principalmente a la asignación de valores en función de las temáticas de los periódicos estudiados.

Como ya habíamos anticipado, la presente tesis apuesta por una comprensión compleja del fenómeno de la comunicación, a la que se intenta dar sentido por vía cuantitativa, a través de un análisis de contenido que investigue el volumen cuantitativo de las distintas coberturas a las comunidades autónomas y las temáticas empleadas, pero que también interprete el sentido de las temáticas propuestas.

1.3.2. Fundamentos del análisis interpretativo

Neuendorf (2002), cuya apuesta decidida por la vertiente cuantitativa y sistemática del análisis de contenido resulta innegable, reconoce que hay un buen ramillete de modalidades de análisis cualitativo que se pueden aplicar al estudio de mensajes mediáticos y que no han de incluirse dentro del cajón del análisis de contenido como tal. **Obradors Barba** (2007:218) recuerda, en este sentido, que

“no podemos descartar, pues, la eficacia analítica de los métodos cualitativos”, lo que la autora denomina genéricamente “la mirada hermenéutica”. Entre estas otras técnicas, **Neuendorf** (2002) recoge las siguientes, recopiladas a su vez por **Hijmans** (1996) y **Gunter** (2000): el análisis retórico, el análisis narrativo, el análisis del discurso, el análisis interpretativo, el análisis crítico y el análisis normativo.

En el análisis interpretativo, el investigador ha de adoptar el rol de incansable observador, dispuesto a establecer interpretaciones de los textos sometidos a estudio y a realizar análisis comparativos que le permitan establecer teorías sobre aquello que investiga. Si bien el análisis interpretativo toma sus raíces del cientifismo, no hay que olvidar que sigue siendo un enfoque cualitativo en el que el analista está en un estado perpetuo de descubrimiento y revisión de nuevos datos (**Neuendorf**, 2002:6).

Reguillo (1998:36) defiende la pertinencia del análisis interpretativo en las investigaciones por cuanto, por obvio que pudiera parecer, “los datos no ‘hablan’, se los hace hablar”. El análisis interpretativo tiene una vertiente inmanente; lo cual, aplicado a la comunicación nos remitiría al objeto de estudio en sí (textos escritos, piezas audiovisuales, etc.), con sus propiedades intrínsecas. Pero también existe un “análisis trascendente” que “atiende a las relaciones del objeto con el mundo social con el que interactúa”, en otras palabras, que permite asignar un valor contextual que suele escaparse a otras perspectivas investigadoras menos flexibles (“romper con los empirismos ingenuos”, en palabras de esta misma autora). En el análisis interpretativo, en fin, “el investigador es su propia

máquina hermenéutica”; es él quien interpreta y pone en liza sus saberes y sus competencias (Reguillo, 1998:36).

Si el análisis interpretativo se pensó como complemento de los datos cuantitativos obtenidos respecto a las temáticas, el análisis del volumen de la cobertura también se quiso matizar aplicando (sobre la cuantificación de noticias y módulos) un modelo de análisis propio que tuviera en cuenta elementos diferenciales del producto periodístico. Así pues, la indagación metodológica hubo de adentrarse también en la exploración del diseño periodístico como fuente de elementos inherentes al producto mediático que permitieran ponderar más adecuadamente el objeto estudiado.

1.3.3. El diseño periodístico como herramienta de ponderación

La presente investigación centra su caso de estudio en el análisis de periódicos impresos y medios digitales; a través de los cuales trataremos de analizar, por un lado, cómo se retrata a Castilla y León y al resto de comunidades autónomas españolas en las páginas de la prensa nacional y, por el otro, la relación entre los sentimientos identitarios de las regiones y su presencia en los medios.

Estos dos ejes sobre los que orbita la investigación tienen un nexo de unión: la cuantificación de la presencia de las distintas comunidades autónomas en los medios. La medición cuantitativa de esta presencia pasa por ser, indudablemente, un indicador de gran valía para elaborar este retrato. Sin embargo, tal y como hemos puesto de relieve unas líneas más arriba, las circunstancias de nuestro

particular objeto de estudio precisan de traspasar el mero filtro cuantitativo. En lo que a la comunicación se refiere, hay elementos importantes en la producción periodística que se escapan a la mera cuantificación de noticias publicadas o de módulos dedicados a un determinado tema. Piénsese, por ejemplo, que no es lo mismo que una pieza aparezca en portada que en páginas interiores; y lo mismo sucede con la variación del impacto del texto en función de su ubicación en la página o de si va acompañado de una imagen o no.

Lamentablemente, muchas de las fuentes bibliográficas sobre diseño periodístico consultadas a este respecto llegaban a la misma conclusión: “La escasez de estudios rigurosos y sistematizados en la formulación de una teoría sólida y consistente de la comunicación visual y del diseño gráfico dificulta una evaluación científica, más objetivable, de los mensajes visuales en muchas de sus disciplinas. También en el diseño de periódicos se aprecia cierta ausencia de base normativa que garantice resultados satisfactorios en el marco de los soportes periodísticos impresos actuales” (Suárez Carballo, 2008:13).

Sin embargo, y pese a todo, como señala el propio **Suárez Carballo** (2008:51), sí parece haberse generado un consenso entre los académicos del diseño gráfico en torno a la idea de que “existe una sintaxis visual que es posible objetivar”. En esta línea, **Munari** (2000:19) señala que sería deseable que “la imagen utilizada³ sea legible por y para todos y de la misma manera, ya que en

³ **Suárez Carballo** apunta que lo que se dice en la Teoría de la Imagen al respecto de las imágenes ha de ser aplicable igualmente al diseño de periódicos en forma de páginas. En otras palabras, las páginas de periódico han de funcionar a efectos de Teoría de la Imagen como imágenes, pues “dentro del estudio del diseño periodístico, el análisis formal de la página de un diario debe poder abordarse desde presupuestos y reglas similares a los que configuran los mensajes visuales de disciplinas afines” (Suárez Carballo, 2008:49).

otro caso no hay comunicación visual, sino confusión visual”. Y es que el significado que se persigue con una determinada disposición en la página no es, como ningún significado, unívoco, sino más bien “algo que se negocia, producto de una significación que el texto (imagen) propone y la apreciación que realiza el destinatario o receptor” (**Arfurch et al.**, 1997:14). Pero, pese a todo, no parece descabellado pensar que el responsable del diseño periodístico de la portada es un productor de significado, alguien que “‘escribe’ documentos verbales/visuales adaptándolos, dándoles tamaño y estructura, y editando imágenes y textos” (**Lupton**, 1993:23)⁴.

Aceptado este rol del diseñador periodístico como creador de significado (cf. **Contreras y San Nicolás**, 2001:59), una pregunta crucial surge de inmediato: ¿existe una pauta fija que defina el modo en el que los lectores se enfrentan a la página de periódico? Como advierte **Zorrilla** (1997) existen dos corrientes fundamentales que interpretan los recorridos del lector por la página en sentido opuesto: una, según la cual el lector seguiría pautas fijas de lectura a la hora de enfrentarse a una página de periódico, y otra que habla de un proceso de “negociación” del lector con la página.

Arnold advierte, igualmente, de que lo mismo que al cuerpo humano no le gusta luchar contra la gravedad terrestre, al ojo no le gusta ir contra la gravedad de lectura. Eso implica que si el diseñador atrae rápidamente la atención del lector hacia el centro de la página, le costará mucho conseguir que después

⁴ En una línea muy similar, **Frascara** (1999:24) escribe que “una página de diario, más allá de los mensajes verbales que incluye, constituye un meta-mensaje visual, no verbal, simbólico y básico, que enmarca la experiencia verbal, la condiciona, le da un “tono”, estableciendo una experiencia que es a la vez afectiva y cognitiva” (cf. también **Satué**, 1988).

vuelva hacia la parte superior, pues su tendencia natural (por influjo de la gravedad de lectura) será la de irse hacia abajo. Lo mismo sucede si se obliga al lector a “retroceder” hacia la izquierda. Por su parte, la Fórmula de las 10.30 sería la aplicación directa del Diagrama de Gutenberg al diseño periodístico. Así las cosas, el diseñador debería empezar a construir la página por el PAO, que coincide con el punto en el que la aguja de las horas señala las 10, y continuar en el sentido de las manecillas del reloj (cf. **Zorrilla**, 1997:60).

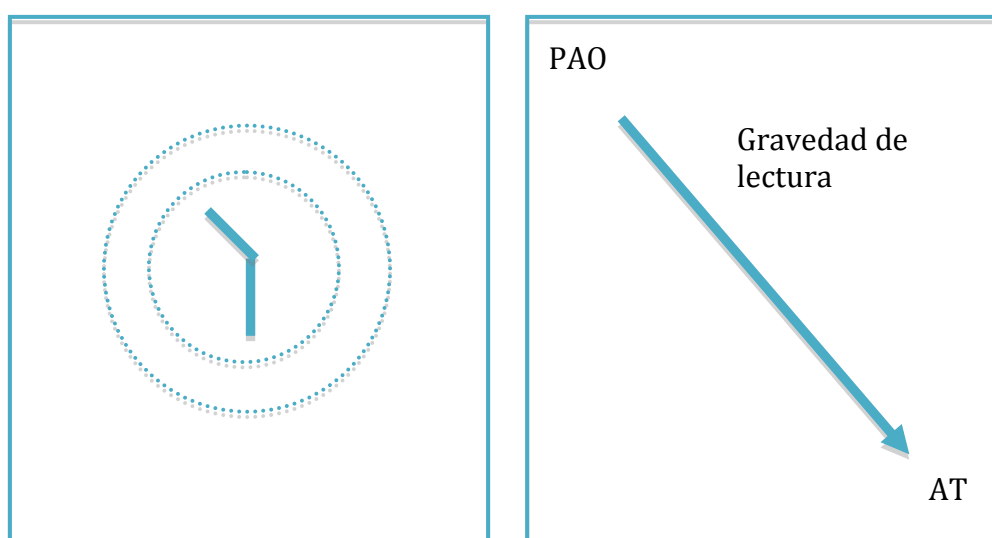


Gráfico 1. Fórmula de las 10.30 y Diagrama de Gutenberg. Fuente (Zorrilla, 1997:61 y Arnold, 1986:36)

La segunda corriente teórica sobre itinerarios lectores ante la página de periódico defiende que son “los atributos físicos de los elementos visuales los que contribuyen a establecer los movimientos y direcciones oculares dentro de la página” (**Suárez Carballo**, 2008:168). Uno de los principales defensores de la teoría opuesta a los postulados de **Arnold** (1986) es **Mario García** (1993:138), para quien “el lector no tiene un itinerario antes de comenzar su viaje a través de la página”. **García** apoya sus aseveraciones en las investigaciones del psicólogo conductista norteamericano **B.F. Skinner**, quien demostró en sus experimentos que, ante una página en blanco con un solo punto, el ojo humano se siente

atraído por el punto. Más aún: si se enseña una página en blanco con dos puntos, el ojo se mueve entre esos dos focos de atención (centros de impacto visual, en la terminología de **García**). Curiosamente, si se sigue aumentando el número de centros de impacto visual, no se consigue atraer más al lector, sino debilitar el efecto de todo el conjunto (cf. **García**, 1993:138). Por esta razón, autores como **Costa** (1991) advierten de la necesidad de que “el número de elementos originales transmitidos sea compatible con la capacidad de atención de los receptores” (citado en **Suárez Carballo**, 2004:281).

Esta segunda opción habilitaría un escenario que parece más probable si se tiene en cuenta que las pautas de recepción y procesamiento de la información a través de estímulos visuales no parecen estar sometidas a normas fijas e inmutables. Antes bien, parece más lógico pensar que el proceso de emisión-recepción se asemeja más a una negociación en la que el texto se construye visualmente “por medio de diferentes focos de atención basados en características formales” (**Suárez Carballo**, 2008:168). Teniendo en cuenta, además, que en esta parte de la investigación lo que se trata de desentrañar es la postura ideológica del editor, se consideró más pertinente adscribirse a la segunda corriente, en la que se trata de evaluar con más precisión y rigor los intentos de focalización por parte de los periódicos a la hora de disponer de una u otra manera las informaciones.

Según **Zorrilla** dos teorías aparentemente antagónicas como el diagrama de Gutenberg de **Arnold** (1986) y los centros de impacto visual de **García** (1993) pueden, en el fondo, no ser tan distantes. Se puede aceptar, escribe **Zorrilla**

(1997:63) que “existe una especie de camino de lectura prefijado” producto, entre otras cosas, del modo en el que el lector ha aprendido a ver desde niño. Se puede aceptar incluso que, ante una página en blanco, el lector (occidental) mire primero la parte superior izquierda. Del mismo modo, no parece nada descabellado pensar que, si en la página sólo hay un centro de impacto visual, éste será el que llame la atención del lector, por más que esté emplazado en uno de los rincones estériles de **Arnold**.

Esta vía posibilista cuenta, además, con el respaldo empírico de los datos obtenidos por el diseñador alemán **Norbet Küpper** (1990) en su experimento sobre el comportamiento de los lectores frente a la página de periódico. En sus conclusiones, **Küpper** traza un modelo híbrido entre las posturas defendidas por **Arnold** y aquellos que apostaban por un lector de periódicos con una mirada menos encorsetada, como **García**.

El propósito original de aquel estudio era arrojar algo de luz sobre distintas cuestiones que afectaban a la labor profesional de **Küpper** como diseñador de periódicos, algunas de las cuales ya se han adelantado anteriormente: ¿Existe un punto de entrada en la página para el lector?, ¿Se puede hablar de rutas fijas en el movimiento ocular del lector frente a la página de periódico? ¿Existen focos atencionales con más poder visual que otros? ¿Influye la extensión a la hora de leer una pieza informativa?

Las conclusiones más relevantes (y relacionadas con el objeto de estudio de la presente investigación) a las que llegó el diseñador alemán se pueden resumir en los siguientes apartados:

- Sí existe un punto de entrada en la página; pero, al contrario de lo que afirmaba **Arnold**, no es siempre el mismo. Antes bien, el punto de entrada suele coincidir con una imagen de grandes dimensiones o un titular de gran tamaño (mínimo 36 puntos, dice **Küpper** [1990:4]).
- Más del 80% de los lectores se fijan en las imágenes de las páginas de periódico. Esto se debe, según **Küpper** (1990:4) a que el lector puede procesarlas de manera mucho más rápida y con menor esfuerzo que los textos. Sea como fuera, desde un punto de vista práctico, **Küpper** constata que la presencia de imágenes atrae fuertemente la atención sobre la parte de la página en la que están ubicadas (cf. también **Elosúa**, 2000:189-90), de lo que se colige igualmente que si el editor añade una imagen a una determinada información, es bastante probable que esté tratando de atraer la atención del lector sobre esa pieza en concreto de una manera especial. De hecho **Küpper** (1990:4) acaba sentenciando a modo de resumen que “artículos con ilustraciones se leen mucho más frecuentemente que artículos sin imágenes”.
- La mayoría de los lectores lee los titulares. Esto resulta importante para determinar el peso específico que debería tener el análisis de titulares con respecto al del artículo completo en las páginas sometidas a estudio en la presente tesis.
- ¿Se puede predecir que un artículo va a ser leído y otro no? En realidad, explica **Küpper** (1990:6), el hecho de que un artículo se lea o no obedece a la confluencia de varios factores (cf. también **Suárez Carballo**, 2008:170), no sólo la posición en la página, como se puede ver en el siguiente cuadro.

Influencias positivas	Influencias negativas
Poder de atracción (ilustración o titular de gran tamaño).	Sin poder de atracción (ninguna ilustración, titular muy pequeño).
Artículo corto.	Artículo largo.
Titulillos (fragmentación de la información).	Ningún titulillo.
Aligeramiento del bloque redaccional con gráficos o ilustraciones.	Ningún aligeramiento del bloque redaccional con gráficos o ilustraciones.
Tema interesante.	Tema relativamente poco interesante.
Titular bien redactado.	Titular redactado de forma poco clara

Cuadro 2. Influencias positivas y negativas en la lectura de periódicos. Fuente: Küpper (1990:7)

Se puede hablar de un itinerario moderadamente regular del lector en la página en cuanto a que obedece a unas determinadas pautas: por lo general, se va de lo más grande a lo más pequeño, lo que lleva a que el lector se dirija primero a las imágenes, posteriormente a los titulares y, finalmente, a los textos de las informaciones que le interesan. En este sentido, **Küpper** (1990:7) concluye que en la mayoría de los casos, las tres o cuatro primeras fijaciones del lector sobre la página son siempre las mismas, si bien rechaza que exista un patrón inmutable de comportamiento delante de la página de periódico⁵.

Por otra parte, el consumo de medios de comunicación en la Red planteaba también diferencias sustanciales respecto al soporte impreso. Esto abría nuevos desafíos metodológicos que debían resolverse antes de empezar a analizar los textos del caso de estudio. En primer lugar, las circunstancias que rodean a la

⁵ En una línea similar a la de **Küpper, Vilches** (1998:63) escribe que “la imagen visual estimula al observador para que organice su trabajo de lectura de modo parecido a como una partitura musical se presenta ante un director de orquesta. Los signos están allí pero cada intérprete tonaliza y temporaliza su propia música”.

producción de los medios de comunicación en Internet crean peculiaridades que no existen en la prensa impresa y que deben ser contempladas y analizadas de una manera diferente a la escogida para investigar el soporte impreso.

Por un lado, la constante renovación de contenidos hace que se pierda una referencia temporal. En este sentido, cabe destacar que el problema no radica sólo en qué edición escoger para analizar, sino en otro derivado de la inmediatez inherente al medio digital: ¿hasta qué punto se puede evaluar la presencia de una noticia en una u otra parte de la página como un elemento importante de asignación de importancia si los cambios son constantes a lo largo del día? Esto no significa, a priori, que la ubicación en la página no tenga ninguna importancia; tan solo que ésta ha de ser matizada en función de las peculiaridades del medio digital: la posición en página aquí no siempre es fruto de una sesuda valoración, como sí suele ocurrir en las ediciones de papel, sino que a menudo lo que prima es, sencillamente, la inmediatez (**Salaverría y Cores, 2005:151**, y **Palomo Torres, 2005:187**).

Los periódicos digitales cuentan, además, con otras herramientas que los hacen manifiestamente diferentes al medio impreso. Estas características diferenciales no sólo afectan al producto final (evidentemente distinguible, como veremos), sino también al modo mismo de abordar su estudio. Al igual que sucedía con la prensa impresa, es imprescindible entender con qué herramientas cuentan los periódicos digitales para priorizar ante los ojos de sus lectores unas piezas frente a otras. En este sentido, resultan especialmente interesantes los

conceptos de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad que proponen **López García et al.** (2005:46).

Por otro lado, si en el caso de la prensa impresa destacáramos investigaciones como la de **Küpper**, en el caso de los cibermedios es obligada la alusión a los estudios de *eyetracking* o de recorrido de ojo, que tratan de explorar la ruta visual lector ante la pantalla de ordenador. Ya en el apartado destinado al diseño de periódicos impresos avisamos sobre la importancia de debatir si realmente existía o no una ruta prefijada, o si existían condicionantes que empujasen al ojo en una u otra dirección. En los medios digitales sucede algo parecido, si bien el estudio de las trayectorias oculares cuenta con ciertas ventajas. La fundamental: al leerse el periódico digital sobre un monitor o interfaz digital similar, las posibilidades de investigar los movimientos del ojo o los clics del ratón sin cambiar sustancialmente las condiciones de recepción incrementan exponencialmente.

En el caso citado anteriormente de **Küpper**, el investigador alemán señalaba precisamente cómo la mayoría de estudios realizados previamente para averiguar los itinerarios visuales del lector de prensa impresa requerían de un instrumental tan aparatoso que arruinaba irremisiblemente las condiciones de la recepción. En los medios digitales este problema no existe, ya que se pueden introducir cámaras u otros dispositivos en el mismo monitor y conseguir que el lector navegue de la misma manera que lo haría si no estuviese siendo sometido a estudio. Una de las investigaciones más interesantes de *eyetracking* aplicado a cibermedios fue el realizado por el Poynter Institute, el Estlow Center for

Journalism & New Media y la firma Eyetools en 2003. Entre las conclusiones más destacables de esta investigación se pueden citar las siguientes:

- a) La zona superior izquierda de la página tiene mayor preponderancia visual que otras partes de la pantalla. El recorrido visual estándar sobre la página de un cibermedio sería, según el estudio del Poynter Institute, el reflejado en la figura 2.
- b) Los titulares dominantes de la página suelen llamar la atención, sobre todo cuando se encuentran en la parte superior izquierda.
- c) Las fotografías (al contrario de lo que se descubrió en los estudios de rastreo de ojo aplicados a prensa escrita en 1990) no son el punto habitual de entrada en la página. El peso visual de la imagen, por tanto, es menor en prensa digital, donde prevalece el texto, que en prensa escrita. Esto no quiere decir que las imágenes no tengan ninguna importancia en prensa digital; es más, el mismo estudio desvela que, cuanto más grandes son las fotos, más tiempo se detiene el ojo del lector a explorarlas.
- d) Las tipografías pequeñas favorecen el enfoque; las grandes, el escaneo. En otras palabras, si bien los titulares dominantes suelen llamar la atención (como punto de entrada en la página), no la mantienen demasiado tiempo. Después de centrarse en esos puntos de mayor tamaño, el ojo busca tipografías más pequeñas en las que detenerse.
- e) Titular y *blurb* (párrafo de entrada a la noticia que aparece en la página de inicio) tienden a ser vistos como una unidad sólo cuando comparten la misma extensión en el ancho de la página. Cuando el titular es más

ancho que el blurb, los lectores tienden a leer sólo el titular y saltarse el *blurb* porque no los perciben como un bloque. El subrayado de los titulares rompe también la unidad del bloque titular-*blurb* y provoca que el receptor lea el primero y no el segundo. Esto se debe al fenómeno de la ruptura visual: elementos como un filete, un subrayado, o el mero hecho de desequilibrar el ancho de dos elementos, por más que el emisor los entienda como parte de un bloque, desalientan al lector a mirar más allá de las rupturas visuales.

- f) Las partes inferiores de la página (especialmente aquellas que requieren de *scroll*) tienen un impacto visual y cognitivo mucho menor. De nuevo, esto no significa que los contenidos que estén ubicados en estas partes de la página estén desahuciados de salida⁶. Es más, el estudio demuestra que en algunos casos el ojo del lector sí se detiene en estas posiciones bajas de la página. ¿Por qué? Con frecuencia los receptores siguen bajando el *scroll* para realizar una lectura exploratoria de lo que hay. En esta fase, los ojos apenas se detienen en los titulares, con lo cual la única posibilidad de que una historia situada en la parte baja de la página capte la atención del lector es, precisamente, un titular suficientemente llamativo⁷.

⁶ **Arnold** (citado por **Whitbread**, 2001:162) hablaba ya en sus teorías sobre la página de periódico de los llamados “fallow corners” (literalmente “rincones estériles”), hacia los que el ojo rara vez acudía. Pero el propio **Arnold** ya comentaba entonces que eso no condenaba inevitablemente a todo contenido dispuesto en estas partes de la página; más bien se trataba de una advertencia al diseñador sobre el énfasis especial que habría de poner si quería llamar la atención sobre algo situado en esas partes de la página.

⁷ Las conclusiones originales pueden consultarse en <http://www.poynterextra.org/eyetrack2004/main-spanish.htm> (última consulta: enero 2011).

1.4. El estudio de caso

Después del recorrido bibliográfico que trató de dar una primera respuesta a algunas de las inquietudes con las que se partía en esta investigación, se propuso un estudio de caso comparativo interautonómico que explorase la cobertura concedida a las diferentes comunidades autónomas españolas en la prensa digital e impresa de ámbito nacional durante el año 2010. El objetivo era definir, por un lado, la cobertura mediática para evaluar si, efectivamente, había desequilibrios mediáticos entre las distintas comunidades autónomas y, en caso afirmativo, ponderar su medida. El criterio guía continuaba siendo Castilla y León; no en vano, sigue siendo éste un estudio realizado principalmente en esta comunidad, por un investigador castellanoleonés y con financiación del gobierno regional de esta autonomía. Pero, al mismo tiempo, la exploración bibliográfica nos había hecho ya apostar de manera irrenunciable por un enfoque interautonómico para dar respuesta no sólo a las cuestiones que se habían planteado inicialmente, sino a las que habían ido surgiendo de manera natural a partir de esas primeras inquietudes.

Se plantearon los objetivos de investigación en torno a dos ámbitos principales: regional y nacional. En lo referente al aspecto regional, se pretendía, por un lado, determinar cuantitativamente la repercusión mediática de Castilla y León en la prensa nacional y, por el otro, definir si la caracterización a través de las temáticas asociadas a Castilla y León en la prensa nacional es predominantemente negativa. En el ámbito nacional, el objetivo principal consistía en determinar si hay relación entre la repercusión mediática de las comunidades autónomas y su grado de exaltación de la conciencia regional.

Secundariamente, y con vistas también a ponderar la fortaleza de la correlación que se estableciese entre las variables “repercusión mediática” y “conciencia regional”, se propusieron objetivos que ponían en relación la primera con otras variables como “demografía”, “superficie”, “nivel de renta”, “capacidad productiva” o “nivel de publicaciones editoriales”.

A continuación se trazó un diseño metodológico en consonancia con las necesidades planteadas en la determinación de objetivos y sustentado en buena medida en el repaso metodológico que ya se ha adelantado al principio de esta introducción. Se determinaba para el análisis de contenido tanto una medición cuantitativa (volumen) como semicualitativa⁸ (temáticas y ponderación a través del diseño) de la repercusión mediática y para todos esos pasos se establecía un proceder metodológico distinto, que se especifica con más detalle en el apartado dedicado a la Metodología.

Además, como se apuntaba anteriormente, el estudio de caso se centró no sólo en el análisis de los resultados de la cobertura mediática de las comunidades autónomas en la prensa nacional, sino en las correlaciones de estos datos con otros indicadores de interés obtenidos a partir de las bases de datos del INE y del CIS. De éste último se había analizado ya a fondo los dos Barómetros Autonómicos realizados en 2005 y 2010, considerados por autores como **Enric Martínez**, a quien se consultó personalmente sobre este asunto⁹, como la mejor radiografía de múltiples cuestiones relacionadas con el autonomismo en España.

⁸ Este segundo enfoque, el de las temáticas y la ponderación a través del diseño se considera semicualitativo puesto que incluye una parte cualitativa en la elaboración de los modelos de análisis, si bien la recogida de datos una vez aceptado el modelo es eminentemente cuantitativa.

⁹ Del que también se ha consultado su artículo sobre construcción de identidades regionales a través de los gobiernos autonómicos (**Martínez**, 2002).

Gracias a las correlaciones establecidas entre las respuestas a algunas de las preguntas de estos Barómetros y los datos de cobertura mediática obtenidos en el análisis propio se consiguió dar respuesta a las hipótesis planteadas sobre las relaciones entre conciencia regional y repercusión mediática.

El objetivo último de esta tesis es, en fin, realizar una modesta contribución al debate sobre el regionalismo y el sentido identitario desde una perspectiva de la comunicación de masas. Lo que aquí se plantea no son, ni aspiran a serlo, verdades irrefutables, sino más bien el producto de un exhaustivo trabajo que ha procurado realizarse con la mayor honestidad posible. Todo lo que se propone a continuación nace con la intención de abrir debates más que cerrarlos, en la convicción de que el conocimiento en las ciencias en general, y en las ciencias sociales, muy en particular, es algo que se construye sobre la base de la observación, el análisis interdisciplinar y el trabajo arduo.

2. Marco teórico

Resulta imprescindible bucear someramente en el estudio de las raíces históricas de España en general y de la región castellanoleonesa en particular, en aras de esclarecer cómo se había llegado al momento actual de reivindicaciones regionalistas por parte de varias autonomías. Huelga decir que no es éste el objeto principal del estudio en el que nos embarcamos, por lo que no era nuestra intención ni elaborar nuevas teorías acerca de las raíces históricas del Estado español ni de la región castellanoleonesa ni competir con historiadores cuya capacitación en estas lides nos excede sobradamente. Antes bien, el capítulo que aquí comienza responde a una honesta –y como tal, ineludible, por somera que obligadamente haya de resultar– curiosidad investigadora cuyo principal objetivo es reconocer lo que historiadores y filósofos puedan haber aportado ya al debate de la cuestión de España y Castilla, a fin de, eludir en la medida de lo posible ese aluvión de “ideas sobre el pasado nacional que hoy viven alojadas en las cabezas españolas” y que “son ineptas y, a menudo, grotescas”, según **Ortega y Gasset** (1921:149); a fin, en suma, de superar “ese repertorio de concepciones, no sólo falsas, sino intelectualmente monstruosas” que “es precisamente una de las grandes rémoras que impiden el mejoramiento de nuestra vida”¹⁰ y contextualizar lo más adecuadamente posible, y en lo que a este estudio se refiere, la cuestión de la identidad castellanoleonesa en el marco mediático actual.

¹⁰ En esta misma línea, escribe **Santos Juliá** (2009:25) a sus lectores al comienzo de su *Hoy no es ayer*, que no es su intención tampoco “hurgar de nuevo en la vieja herida del dolor de España para buscar sus raíces y proponer algunos remedios, sino, por el contrario, tratar de transmitirles una buena noticia: que parece haber sonado el fin de la representación desdichada de nuestro pasado, que se acabó el fracaso de España como paradigma de nuestra historia”.

2.1. Historia y política. Reflexiones históricas sobre las regiones españolas desde una perspectiva castellano-leonesa

Cuando **Thompson** (2001:178) hablaba de la escasez de estudios referidos a la cultura castellano-leonesa, en oposición a otras regiones de la actual España que sí han sido investigadas con mayor entusiasmo, sin duda obviaba (o, simplemente, constataba la falta de más iniciativas similares) el ingente trabajo de autores que, como **Orduña, Almuiña, Berzal de la Rosa, Casanova y Todolí, De Blas Guerrero, Díez Espinosa, Esteban de Vega, Morales Moya, Galindo, Gautier-Dalché, Gracia Cárcamo, Haliczzer, López Castellón, Maravall, Moreno Hernández, Palomares, Pérez, Ramírez Estévez o Serrano**, consagraron una parte más o menos importante de su labor investigadora a desentrañar los entresijos de esta tierra centenaria. Su trabajo y el de otros autores es sin duda muestra no sólo del interés que despierta la región en sí, sino de su fecundo pasado, aún presto a interpretaciones que asienten con más claridad su lugar en la Historia y el presente.

Si recordamos, como creemos que conviene, que el enfoque de esta tesis es doble, por un lado un análisis comparado del tratamiento mediático de las distintas comunidades autónomas que configuran el reparto territorial de España en la actualidad, en especial en su relación con las identidades regionales; y, por el otro, el especial énfasis sobre el caso castellanoleonés, la necesidad de una revisión histórica se hace patente. Porque no siempre España ha sido así, ni tampoco Castilla y León ha surcado su historia centenaria como un ente inmutable que ha llegado intacto a nuestros días. Si uno de los valores en liza es

el elemento identitario, resulta imprescindible explorar cómo se forjaron estas identidades desde su gestación. El propósito no es otro más que extraer conclusiones que ayuden a contextualizar, de un lado, y a comprender mejor, de otro, un estudio, el comparativo entre coberturas mediáticas e identidades regionales, que de otra manera tal vez se podría prestar a conclusiones precipitadas o a encendidos debates con escaso peso.

Nos serviremos de pistoletazo de salida para este análisis histórico de la obra que otros autores de referencia en estas lides como son **Aróstegui, Blanco, Delibes, García Simón, Mangas, Ortega Valcárcel, Rodríguez Sánchez, Valdeón, y Yun Casalilla** acometieron en 1995 bajo el título “Historia de una cultura”. Con este libro se propusieron poner nombre a los elementos diferenciales que hacían del acervo castellano-leonés un peso suficientemente interesante como para ser reivindicado por sus gentes. “No se trata, en absoluto, de hacer de la Historia un arma política –asunto de lamentable actualidad en la España de los últimos años –, escribía **García Simón**, (en **Aróstegui et al.**, 1995:11), sino de esclarecer con rigor lo que pudo ser y, al iluminarlo, mostrar por qué somos lo que somos y no otra cosa; y, sobre todo, por qué debemos defendernos del olvido de la memoria o del uso interesado de la Historia, para poder encarar nuestra propia existencia presente, para afrontar nuestro porvenir”.

El antiguo Presidente de la Junta de Castilla y León **Juan José Lucas**, en una línea similar a la del propio **García Simón**, defendía en esa misma obra que la necesidad de elaborar una obra así se debía fundamentalmente a las falsas asociaciones que se han hecho en torno a Castilla y León y que,

sorprendentemente, se han hecho un hueco en el imaginario colectivo. “Castilla y León”, escribe **Lucas** (en **Aróstegui et al.**, 1995:7), “evoca enseguida, a la mayoría de los españoles, una parda meseta de nuestra Península, vertebrada por el Duero y sus afluentes. Una inmensa llanura sin rocas ni árboles”. Una descripción que, por otra parte, bien recuerda a la que de Castilla hace **Ian Gibson** (1993:11) en su *España*: “Áspera lo es (la España interior), sin duda. ¿Quién podría olvidar la primera visión de las áridas llanuras de Castilla la Vieja, justo al norte de Burgos? (...) La meseta se extiende hasta donde alcanza la vista. Podría estar uno en África. ¡Qué desolación!”¹¹:

Ya más cerca del ámbito de la política, Lucas habla de la concepción que tiene mucha gente de que los castellanoleoneses impusieron un modelo de Estado centralista, frente a las opciones más federales defendidas por otras regiones de la periferia (geográficamente hablando) de la península. **Valdeón** (1984:18) añade, además, que la “condena radical y la denigración sistemática” de Castilla y León ha solido venir de la mano de estas regiones periféricas más que de la propia Castilla. Sea como fuere, lo importante es que, como concluía Lucas, “las ideas preconcebidas no suelen responder a la realidad”.

La cuestión de la identidad¹² regional ha centrado también los análisis de buena parte de la literatura consagrada a Castilla y León. Uno de los principales problemas que tiene Castilla y León a la hora de reivindicar su identidad parece ser, paradójicamente, la falta de raigambre histórica de tal sentimiento en una

¹¹ **Gibson** (1993:14) también defiende páginas después que “Castilla puede, en justicia, ser considerada la cuna de la nación española, y merece ser mucho mejor conocida por los turistas”.

¹² Y aquí tal vez convenga recordar que, como bien afirma **Pérez Vejo** (2001:61), “las identidades colectivas son objetos simbólicos, contruidos en momentos históricos concretos y fruto de condiciones históricas determinadas”.

comunidad “en la que quizás predomine la afirmación de una identidad a nivel comarcal o provincial” (**Rodríguez**, 2007:107), pero no tanto la regional. La temprana identificación que desde pronto existió entre lo castellano (y secundariamente lo castellano-leonés) con lo español puede ser una de las respuestas que expliquen este fenómeno, según señalan varios autores, como el propio **Rodríguez** (2007:108) o **Thompson** (2001:191), quien habla de una “relativa debilidad del sentimiento castellano de identidad, situado entre el patriotismo local y su inmersión en el seno de un sentimiento nacional español más amplio”. **Elliott** (2002:76), a quien homenajea el propio **Thompson** en el libro referenciado anteriormente, no es tan tajante. Para el hispanista inglés “la posibilidad de una ‘España’, a pesar de estimular la lealtad en ciertos contextos, permaneció en un plano muy distante¹³ en comparación con las realidades más inmediatas de Castilla o Aragón”.

Efectivamente, esta disolución de la identidad castellana dentro del paraguas español no siempre se dio de la misma manera. Entre otras cosas, porque España como realidad, geográfica al menos, no empezó a darse de una forma siquiera remotamente similar a como la entendemos hoy hasta el siglo XV. Del mismo modo, el fenómeno de Castilla y León no sucede aisladamente en la Historia, sino que sus designios aparecen indisolublemente unidos a los de todo el panorama peninsular. Por eso hay que investigar qué fue y qué queda de lo que fue originariamente España para entender qué fue, qué es hoy y qué puede ser mañana Castilla y León. Resulta por ello conveniente realizar un repaso a la

¹³ El marco temporal en el que se sitúa **Elliott** al realizar esta afirmación está próximo al final del siglo XV.

génesis de lo que hoy conocemos como España para contextualizar más adecuadamente el peso o la personalidad que, primero León y Castilla por separado, y posteriormente como Reino unido, desarrollaron durante esos primeros años de existencia protonacional.

2.1.1. El germen de Castilla y León

Los orígenes de Castilla y León se encuentran indisolublemente ligados a la Reconquista, pues fue a raíz de ella cuando estas tierras y sus gentes empezaron a adoptar un papel capital en el devenir de lo que hoy conocemos como España. Además, es “la continuada lucha fronteriza que mantienen los castellanos con la Media Luna, con otra civilización”, escribe **Ortega** (1921:36), la que “permite a éstos descubrir su histórica afinidad con las demás Monarquías ibéricas, a despecho de las diferencias sensibles: rostro, acento, humor, paisaje”. En una línea similar, la historiografía nacionalista española liberal encabezada por autores como **Modesto Lafuente** recalca, efectivamente, que la Reconquista fue el primer gran hecho histórico de la nación española, por cuanto ponía de manifiesto que entre sus pueblos había más en común que lo que los separaba¹⁴. Como afirma **Rivas** (2012:145), parafraseando a **Marías**, existe un elemento diferencial entre otros países europeos y España, ya que mientras los primeros lo son o lo han sido, en su mayoría, porque la Historia “les ha llevado

¹⁴ “En medio de esta diversidad de tendencias y de genios se conserva siempre un fondo de carácter común, que se mantiene inalterable a través de los siglos, que no bastan a extinguir ni guerras intestinas ni dominaciones extrañas, y que anuncia habrá de ser el lazo que unirá un día los habitantes del suelo español en una sola y gran familia, gobernada por un solo cetro, bajo una sola religión y una sola fe”. (**Lafuente**, 1889:V)

irremisiblemente a serlo, España optó por serlo y “persistió en esa decisión sin desmayos”¹⁵. Bastante de aquella firme orientación occidental tuvo que ver con la inquebrantable voluntad de castellanos y leoneses¹⁶.

Todo empieza con el proceso de colonización del Valle del Duero que impulsan los reyes astures en su afán por revertir el proceso conquistador musulmán. Así, a finales del siglo VIII comenzó un proceso colonizador que no llegó hasta la margen superior del río Duero hasta entrar casi en el año 900, momento en el que la progresión se detuvo, en buena parte por la reacción de Al-Ándalus, que no quería permitir una expansión tan fácil hacia el Sur (**Valdeón**, 1995:206).

Por todas estas razones, la conquista y colonización de la cuenca del Duero no concluyó hasta el siglo XI. Existen divergencias entre historiadores sobre la naturaleza del valle que poblaron los reconquistadores. Hay quien afirma, como **Sánchez-Albornoz**, que el valle estaba esencialmente despoblado; mientras que otros, como **Barbero y Vigil**, niegan tal extremo y afirman que, aunque poco poblado, sí había gente habitando los territorios reconquistados.

La diferencia no es baladí, ya que los historiadores de la primera vía defienden que, como afirmó **Sánchez-Albornoz** (1958:24), la despoblación permitió que el territorio empezara a construirse desde cero y, en plena sociedad feudal europea, alumbró un “islote de hombres libres en un mar feudal”. Esta condición de hombres de carácter libre de Castilla emerge en oposición al

¹⁵ La cita está extraída de **Marías** (1966:269).

¹⁶ Como afirma el propio **Rivas** (2012:146), “la voluntad y la vocación son dos de los factores que forjan proyectos, y permiten hacerlos realidad”.

feudalismo imperante en otras regiones: “Porque Castilla fue desde sus orígenes un pueblo de pequeños propietarios libres se alzó pronto con la dirección política de España, pues en la historia siempre, siempre, siempre, han acabado por colocarse a la cabeza de los grupos humanos aquéllos en los que ha sido más densa la masa de quienes eran dueños de sus propios destinos en la vida de la economía y del derecho” (**Sánchez-Albornoz**,1958:21).

Barbero y Vigil, para quienes las instituciones feudales van más allá de las relaciones feudo-vasalláticas, sí entienden que en aquellas incipientes tierras castellanoleonesas existió el feudalismo, en parte porque se prorrogó “la trayectoria de dependencia del campesinado, patente en la época visigoda”¹⁷. **Pastor** (1980:9), en una línea similar, escribe: “Muchos historiadores (...) han considerado a estas comunidades de aldea (...) como formas socioeconómicas y jurídicas que estaba “fuera” y en oposición a la feudal. Nosotros pensamos que ellas *forman parte* de la formación económico-social feudal, que representan una forma subordinada (o secundaria) de la misma, pero que son, por lo tanto, parte de ella”.

Existiría, por último, una “tercera vía” encabezada por autores como **Mínguez**, que no compartirían plenamente las teorías de la despoblación enunciadas por **Sánchez-Albornoz**, pero para quien, al menos durante unos primeros años, sí se pudo hablar de la importancia radical de “un nuevo campesino independiente y propietario de sus medios de producción” (**Valdeón**, 1995:208). De ser así, habrá de concederse un importante carácter pionero a los

¹⁷ Citado en **Valdeón**, 1995:208

terrenos de la actual Castilla y León en lo que se refiere a los modos de la explotación de la tierra, lo cual establece un primer contraste con el mito de región anquilosada históricamente con el que algunos se refieren a la actual comunidad castellanoleonesa. Con todo, el propio **Mínguez** advierte que este “islote de hombres libres” fue un espejismo que acabó derrumbándose ante la corriente dominante de feudalismo que invadía toda Europa; en el caso particular de los territorios reconquistados por efecto de las fuertes presiones de la aristocracia y la Iglesia (**Valdeón**, 1995:210).

Otro aspecto importante de la Historia de aquella incipiente España en el umbral del año mil eran las características sociales que existían entre los territorios del futuro reino común. Por un lado, el aplastante predominio de lo rural hizo que, de modo natural, al “descender” el proceso de Reconquista los reyes astures decidieran ubicar su centro de operaciones en León, un núcleo urbano singular y prácticamente único en toda la zona, con las excepciones, a menor nivel, de Zamora y Burgos (**Valdeón**, 1995:2010). Pero no tardaron, a raíz de este ruralismo y de la propia influencia astur, en surgir las primeras diferencias entre los territorios de León y de Castilla.

Los leoneses, al albur del fuero juzgo, eran un pueblo encerrado en su ruralismo, pese a lo cual **Keane** (2009:178) reconoce el nacimiento del parlamentarismo en la península ibérica en el reino de León a finales del siglo XII¹⁸. Los castellanos, en cambio, pese a ser un condado dependiente del reino leonés, que pasó a vertebrar el proceso de reconquista, “no querían saber nada del

¹⁸ Cf. también **Rivas** (2012:150)

Fuero Juzgo que se aplicaba en León” (Valdeón, 1995:214). Precisamente ésta empieza a ser una de las características definitorias de Castilla, el afán “por superar en su propio corazón la tendencia al hermetismo aldeano, a la visión angosta de los intereses inmediatos que reina en los demás pueblos ibéricos” (Ortega, 1921:35). Según algunos autores, durante muchos años persistió esta “voluntad autonomista de Castilla con respecto al centralismo regio, encarnado en la corte leonesa” (Valdeón, 1995:215), lo cual también pondría en entredicho, en esencia, las acusaciones de centralismo instaladas en el subconsciente colectivo de las regiones periféricas, pues desde su mismo embrión, Castilla trató de sacudirse el poder centralista, representado en aquel entonces por el Reino leonés. Fruto de aquella resistencia, además, logro adquirir una posición de preponderancia en los años siguientes.

Con todo, **Valdeón** aboga por una mayor prudencia al evaluar, a la luz de los datos historiográficos más recientes, estas presuntas disonancias entre ambos reinos. En última instancia, defenderá **Valdeón** (1995:22), “por encima de las diferencias se hallaba la colonización del valle del Duero. Así las cosas cabría decir, utilizando un símil de la biología, que había diferentes especies, pero dentro de un género único”.

Lo interesante, efectivamente, es que poco a poco las tierras de lo que hoy componen la Comunidad Autónoma de Castilla y León adoptaron un rol capital en la consecución de la Reconquista y la consiguiente vertebración de España. Si primero fueron los reyes astures los que reivindicaron la herencia gótica, poco después el centro de poder se trasladó hacia el reino leonés, que no sólo

manifestó una voluntad imperialista, sino también “su aspiración hegemónica sobre otros príncipes de la Hispania cristiana” (Valdeón, 1995: 278). Y, finalmente, esta “tradición visigoda-astur-leonesa” viró hacia un nuevo eje, el de Castilla, que se erigió en el líder de la Reconquista y, por ende, de la incipiente formación de la nueva España. Como escribe Castro (1949:14), “apretujada entre la embestida islámica y la ambiciosa presión de Francia, Castilla desarrolló una existencia de enérgico y hábil esgrimidor”. Pero, ¿cómo consiguió llegar a esta posición dominante?

Como se adelantaba anteriormente, Castilla fue adquiriendo un estatus que en la época llegó a verse como independiente gracias, sobre todo, a la figura del habilidoso conde **Fernán González**. Con todo, si bien es cierto que su destreza política le permitió actuar en ocasiones con independencia del Reino de León, como bien recuerda Valdeón (1995:216), en ningún momento dejó de considerarse **González** vasallo del rey leonés. Sea como fuere, pocos años después, entre el 1035 y el 1037, Castilla sí adquirió una entidad regia que equiparó su posición a la del Reino de León. “El nacimiento de Castilla, cuyos límites nunca se precisan”, suscribe precisamente Pellistrandi (2005:63-4), “se inscribe en el contexto de la flaqueza del poder real leonés y de la emancipación de un margen territorial más controlado. Su historia debe ser escrita en consonancia –incluso a veces en concurrencia– con la de León, de la cual es inseparable”.

En *La España invertebrada*, Ortega destaca sin ambages esta misma habilidad política de los castellanos. “Desde un principio, se advierte que Castilla

sabe mandar¹⁹. No hay más que ver la energía con la que acierta a mandarse a sí misma. Ser emperador de sí mismo es la primera condición para imperar a los demás” (**Ortega y Gasset**, 1921:35). Es curioso, en cualquier caso, cómo, sobre la base de un mismo veredicto, dos prohombres como **Ortega y Gasset** y **Sánchez-Albornoz**, que tanto han reflexionado sobre la historia de Castilla, difieren, de fondo, en las características de lo que gestó su grandeza. **Sánchez-Albornoz** siempre ha resaltado esa condición de hombres libres como elemento diferencial²⁰, mientras que para **Ortega y Gasset** es ese “saber mandar” innato que no tiene que ver con la calidad humana ni intelectual de quienes saben desarrollar ese poder. De hecho afirma **Castro** (1949:275) que España (y germen de tal sentimiento fue, sin duda, Castilla) “nunca planeó su existencia con vistas a un futuro de realizaciones materiales, sino con la mira puesta en una eternidad celestial o de fama imperecedera”.

Frente a Castilla recuerda **Ortega** que hubo grandes civilizaciones en la Historia que no supieron mandar, como la griega, y prueba de ello fue su incapacidad para extender sus dominios como sí lo hicieron otros grandes imperios como Roma o la propia Castilla. Incluso, la crítica velada de **Sánchez-Albornoz** al feudalismo²¹ es, en sí, un argumento absolutamente contrapuesto a

¹⁹ Cf. también **Pellistrandi** (2005:65).

²⁰ No en vano parece ésta una condición indispensable para entender la obra del historiador en esa clave sugestiva que interpreta **Morales** (2005:44) y que sirve para que siga “vigente su intento de construir una visión global de la historia española y su propósito de contribuir a una España tolerante”.

²¹ “Lo he dicho y lo he escrito muchas veces: Castilla fue un islote de hombres libres pequeños propietarios en el mar del Occidente feudal y lo fue incluso dentro de la España cristiana, donde Galicia estuvo dominada por grandes señores laicos y eclesiásticos, Aragón fue tierra de campesinos de condición servil o señorial y Cataluña vivió incluso en la órbita del puro feudalismo franco” (**Sánchez Albornoz**, 1958:21). Cabría preguntarse sí, aceptando los planteamientos de **Sánchez Albornoz** sobre el feudalismo catalán y, siguiendo la lógica de **Ortega y Gasset** de que el feudalismo precisamente ayudaba al enraizamiento del sentimiento nacionalista, se podría colegir que fue ésta una de las bases del potente sentimiento nacionalista catalán que catalizó posteriormente en el siglo XIX.

los planteamientos de **Ortega**, mucho más propenso a exaltar los valores del poder feudal. Al escaso arraigo del feudalismo atribuye el filósofo, precisamente, el escaso sustrato nacionalista español en comparación con otros pueblos europeos de mayor tradición feudal como Francia o Inglaterra:

“Es un grandísimo error suponer que fue un bien para España la debilidad de su feudalismo²². (...) En Francia hubo muchos y poderosos (feudales); lograron plasmar históricamente, saturar de nacionalización hasta el último átomo de masa popular. Para esto fue preciso que viviese largos siglos dislocado el cuerpo francés en moléculas innumerables, las cuales, conforme llegaban a madurez de cohesión interior, se trababan en texturas más complejas y amplias hasta formar las provincias, los condados, los ducados. El poder de los “señores” defendió ese necesario pluralismo territorial contra una prematura unificación en reinos.” **Ortega y Gasset** (1921:157-8)²³

Ortega también habla de otros factores al margen de la tradición feudal, como las diferencias de carácter entre los distintos pueblos godos que penetran en la Europa Occidental, en especial entre los visigodos y los francos. Los primeros, pobladores de la Hispania post-romana, fueron uno de los pueblos godos que más contacto tuvo con la Roma decadente y **Ortega** (1921:158) los considera “extenuados, degenerados” y desprovistos “de esa minoría selecta”, lo cual explica que sean barridos tan fácilmente por un simple “soplo de aire

²² **Menéndez Pidal** (1957a:71-2) no coincide plenamente con esta premisa: “Se ha señalado como gran desgracia de España el no haber tenido feudalismo, esto es, falta de una nobleza fuerte y emprendedora. Pero si no hubo multitud de estados feudales hubo variedad de reinos que más libremente pudieron desarrollar su personalidad y desparramarse en las actividades más dispersas (...) No hubo señores poderosos, pero hubo reyes coexistentes que llegaron a competir en empresas cuales ningún duque feudal podía soñar”.

²³ **Juliá** (2009:34) habla de un arco de transformación en el pensamiento de **Ortega**, que en su juventud “creyó que la anormalidad de la historia de España podía remontarse unos cuantos lustros y que era cosa, por así decir, pasajera; luego **Costa** le convenció de que España llevaba ya dos siglos decayendo, más tarde, cuando llegó a su primera madurez, Ortega intentó demostrar que la decadencia afectaba a toda la Edad Moderna, pero al final, un “mayor estudio y reflexión” le enseñó que la decadencia española no fue menor en la Edad Media que en la Edad Moderna, lo cual le llevó a la conclusión, literalmente insoportable para cualquiera que no sea filósofo, de que toda la historia de España era la historia de una decadencia”. Las críticas de autores como **Maravall** a la interpretación decadente del devenir histórico de España tenían un blanco claro, **Ortega**, pues el filósofo madrileño “cada cuatro o cinco años ampliaba en uno o dos siglos el no ser de España” (**Juliá**, 2009:35). Con todo, **Juliá** (2009:36) reconoce que el propósito del filósofo madrileño no parecía ser tanto inventar la inexistencia de España, sino proclamar su reconstrucción: “españoles, no tenéis Estado, clama (**Ortega**) desde *El Sol* a mediados de noviembre de 1930, reconstruido”.

africano”. Curiosamente, la invasión musulmana no llegó a traspasar la frontera pirenaica, a cuyo otro lado se asentaron sobre la Galia post-romana los francos, pueblo para **Ortega** mucho menos maleado que los visigodos y, a su vez, pleno de fuerza, cuyos rasgos vitales se aprecian aún en la herencia francesa de hoy en día.

Volviendo al germen castellanoleonés, el caso es que el estatus regio de Castilla se adquirió por la vía de los enlaces matrimoniales, y también el primer intento de conciliación política de ambos reinos llegó por esta vía. Primer intento porque, como bien comenta **Valdeón** (1995:217) “la historia política de los siglos XI y XII nos ofrece un continuo zigzagüeo entre la unidad de Castilla y León y la separación de los reinos”, plasmada por ejemplo en la negativa de los leoneses de acompañar al rey de Castilla en la batalla de las Navas de Tolosa, una ausencia que “no obedecía a un supuesto abandono del espíritu reconquistador de los leoneses, sino simplemente al enfrentamiento de su rey, Alfonso IX, con respecto al monarca castellano, Alfonso VIII” (**Valdeón**, 1995:224).

2.1.2. La unión de reinos

Las figuras de dos monarcas que **Valdeón** (1995:234) califica de “excepcionales”, **Fernando III**²⁴ y **Alfonso X** no sólo cerraron las heridas abiertas durante dos siglos de separación para alumbrar definitivamente un reino conjunto, sino que proyectaron la dimensión internacional del nuevo Reino. “A esa Castilla, que era

²⁴ Que trató de uniformar los dispersos textos jurídicos castellanos, que **Tomás y Valiente** (1981:46) consideraba marcados por un acentuado “localismo jurídico”, para “establecer un texto de derecho local lo más uniforme posible en las nuevas ciudades conquistadas” (**Orduña**, 2009:44)

ya el reino más extenso y poblado de los cuatro que compartían entonces el ser de España”, escribe **Suárez Fernández** (2000:29), “Alfonso quiso entregarle una misión y una conciencia”²⁵. Castilla se convirtió en una referencia no sólo de la España de la Reconquista, sino de todo el continente, en buena medida gracias a las aspiraciones imperialistas que albergaba el rey **Alfonso X**, no sólo desde un punto de vista político, sino también cultural. No en vano a aquel rey se le apodó “El Sabio”.

A raíz de la nueva unión comenzó una andadura que **Sánchez-Albornoz** describió como “750 años de historia fraterna y unida”²⁶, en el que se desdibujaron las posibles diferencias entre castellanos y leoneses que se enumeraron y que ya **Valdeón** ha rebajado al nivel de “matices”.

“La supuesta diferenciación entre una Castilla más popular y un León más señorializado” **Valdeón** (1995:238), predicada de los tiempos aurales de ambas sociedades, ¿siguió vigente después del año mil? Todo lo contrario. Cada día se aproximaban más las realidades sociales de ambos territorios. Así lo entiende, al menos, **Orduña** (1986:17-8) quien sostiene igualmente que “tampoco es cierta la diferenciación entre los dos reinos, pues a partir de 1230 se borra la institucional, pero muy anteriormente los nexos de unión y las identidades eran mucho mayores que lo que les separaba”. El propio **Valdeón** (1995:238) argumenta que había paralelismos, por ejemplo, en la imparable expansión de la nobleza

²⁵ “La misión era indudablemente el paso al otro lado del mar (...) - Y la conciencia fue expresada por medio de la *Crónica general*, que estaba todavía en su primera fase de redacción cuando el monarca falleció. En ella se recogía (...) el elogio del suelo de España, la creación de la monarquía visigoda, su pérdida y ahora la restauración” (**Suárez Fernández**, 2000:29).

²⁶ Palabras de **Sánchez Albornoz** en 1980, con motivo del 750 aniversario de la coronación de **Fernando III** (citado en **Valdeón**, 1995:236).

magnaticia, que presenciaron León y Castilla por igual, el despegue de la burguesía, similar en tierras de ambos reinos como Burgos, León, Zamora, Osma, Segovia o Salamanca o la progresiva dependencia en la que fueron incurriendo los labriegos. Con **Alfonso X** sí se impulsaron diversas políticas de índole centralista²⁷, la más importante quizá la unificación de las Cortes de León y de Castilla. Sin embargo, tal intento “no suscitó la menor resistencia” (**Valdeón**, 1995:239), de lo que se deduce que la andadura común del nuevo Reino estaba asumido por sus gentes, y de buen grado, además; algo que no se dará en otras cuestiones del ataño del ya reino unido, como se verá más adelante.

Otras iniciativas encaminadas a consolidar la identidad de las gentes castellanoleonesas partían del uso mismo de la lengua común, el castellano. **Alfonso X** era conocedor del potencial de una herramienta así. Por un lado, identificaba a la monarquía castellanoleonesa con una lengua propia, lo cual resaltaba las características identitarias; pero además se la identificaría con la lengua del saber y contaría con otras ventajas adicionales, como la de permitir que algunas gentes recelosas del latín por su vinculación férrea con el catolicismo se sintieran más cómodas usando la nueva lengua del reino. Escribe **Castro** (1949:233) que el hecho de que “Castilla hubiera uniformado su lengua, quizá antes de poseer una literatura²⁸, mucho más que las regiones contiguas de León y Aragón” no hace sino revelar “firme voluntad de acción, urgencia por crear enlaces y trabazones sociales, no compatibles con un habla movediza y

²⁷ No en vano **Morales** (2005:23) afirma sin dudar que “Alfonso X supone un momento decisivo” en la historiografía castellana, pues con él el “concepto de Castilla como Estado, coexistente y en conflicto con una visión patrimonial de aquélla se impone sobre las aspiraciones nobiliarias”.

²⁸ Se sirve aquí el historiador de un estudio de **Ramón Menéndez Pidal** sobre las primeras manifestaciones del castellano en los siglos X y XI.

anarquizada”. Algo que, por cierto, entronca con ese “saber mandar” del que hablaba **Ortega**, por cuanto el temprano arraigo lingüístico del castellano, según **Castro**, induce a “pensar en la existencia de una clase dirigente con prestigio bastante para hacerse imitar”. Por cierto, que ha sido **Castro** duramente criticado por emparentar con los judíos el nacimiento de la lengua castellana, pues, según **Sánchez-Albornoz** (1958:276), “han rechazado esta tesis hebraístas y romanistas”²⁹.

También habría de hablarse de una preponderancia del Reino castellanoleonés en materia jurídica, especialmente por oposición a lo observado en los pueblos de Aragón. Mientras en el segundo se descubre una “territorialización” legislativa, en el primero “sus monarcas disponían de instrumentos de homogeneización jurídica, lo que en definitiva redundaba en beneficio del fortalecimiento de su propio modelo de gobierno” (**Valdeón**, 1995:279). Algo parecido sucedía con respecto al poder político: en Aragón se estilaba una tradición pactista que confrontaba con el “poderío real absoluto” de los monarcas castellano-leoneses; algo que se explicaba por la diferencia de peso que tenía la aristocracia en ambos reinos: mientras que en Aragón los nobles habían obtenido del monarca muchos de sus privilegios, en Castilla, aun siendo la nobleza importante, reconocía el yugo monárquico con menos ambages (**Valdeón**, 1995:280).

²⁹ No será la única crítica que verterá **Sánchez Albornoz** a la obra de su otrora colega **Américo Castro**, a quien acusa de despreciar deliberadamente instrumentos ineludibles para el trabajo del historiador moderno, como la consideración de los condicionantes geográficos o económicos en la reconstrucción de la historia de los pueblos (cf. **Sánchez Albornoz**, 1958:245-77).

El caso es que el Reino de Castilla y León era ya por aquella época, como afirmaba **Sánchez Arévalo**, el “primero y principal” de la España peninsular, tanto por motivos geográficos como por razones históricas³⁰. Como escribe **Valdeón** (1995:278) “los reinos de Castilla y León constituían, por decirlo en términos metafóricos, el tronco de un frondoso árbol, en tanto que los otros núcleos políticos de Hispania eran simplemente sus ramas”. “Es ‘toda España’”, escribe **Morales** (2005:22) y en ella Castilla, centro referencial de los demás reinos –descendientes todos de un tronco común, la dinastía de Sancho III–, encarna el proyecto nacional de común conciencia de unidad”. **Ortega** (1921:36) compara, en este sentido, la amplitud de miras de Castilla³¹ con las de Aragón, si bien acaba dando prioridad a la primera por cuanto la sensibilidad exterior de esta última se veía “contrarrestada por el defecto más opuesto a esa virtud: una feroz suspicacia rural (...) un irreductible apego a sus peculiaridades étnicas y tradicionales”. Esta dialéctica entre la amplitud de miras y la cerril interpretación de la Historia se ha dado incontables veces entre los pueblos españoles. **Salvador de Madariaga**, por ejemplo, replicó una vez a **Landaburu** su ignorante y ventajista hermenéutica del hecho vasco afirmando que “los vascos son los más españoles de todos los españoles. Con los burgaleses son los padres del lenguaje de Castilla y, en realidad, los padres de los castellanos... Cuando se pobló Castilla, vencidos los moros, vascos fueron los más de sus pobladores, y vascos también los de Aragón”; una postura que también ha defendido **Sánchez Albornoz**: “A

³⁰ **Haliczer** (1987:25) señala, además, que los estragos de la peste en Aragón durante el siglo XV favorecieron el desarrollo de Castilla como potencia primordial de aquella incipiente España.

³¹ Una hermenéutica, por cierto, muy similar a la de **Castro** (1949:28) quien, con ese estilo quizá más literario que histórico, escribe que “Castilla sintió la ineludible necesidad de salir al mundo; con paso y voz firmes se enfrentó a quienes pretendían amenguar su dignidad”.

través de Castilla, a cuya generación contribuyeron, los vascones han proyectado su espíritu y su temperamento hacia Hispania y hacia todos los pueblos hispanos, y por eso España y lo español pueden ser pensados desde el País Vasco”³².

2.1.3. El Reinado Católico

Una vez consolidada la unión de los reinos de Castilla y de León, la ascensión al trono de la dinastía de los Trastámara acabó haciendo derivar las miras expansionistas, de manera natural, hacia otros territorios peninsulares. Años más tarde, otro miembro de esta dinastía ascendía al trono de Aragón, lo cual sentó las bases de un futuro enlace con la corona de Castilla (Valdeón, 1995:262). Tal cosa sucedería en 1469, con la unión en matrimonio de **Isabel de Castilla** y **Fernando de Aragón** en Valladolid. **Ortega y Gasset** (1921:36) celebra también el que Castilla lograse “conquistar para sus fines el espíritu claro, penetrante de **Fernando el Católico**”, a quien considera inspirador, junto a **César Borgia**, de **Nicolás de Maquiavelo** (Ortega y Gasset, 1921:39. Y si a Maquiavelo se le considera esencial para entender el Estado moderno, ese que **Linz** (1973:33), parafraseando a **Weber**, define como una “institución esencialmente postfeudal”, cabe colegir que Castilla también hizo acopio de buenas dosis de modernidad.

El reinado de los Reyes Católicos supuso para Castilla un periodo de paz y estabilidad después de la convulsa etapa de **Enrique IV**, amén de la consecución de diversas empresas de relevante calado, tanto en el ámbito peninsular (fundamentalmente, la caída del reino nazarí de Granada) como internacional (con el descubrimiento de las Indias Occidentales). “El tiempo de los Reyes

³² Ambas citas están extraídas de **Seco Serrano** (1994:100).

Católicos”, escribe **Rivas** (2012:149), “(...) supuso el surgimiento de una fórmula pionera de organización del poder público en la península ibérica en el tránsito del mundo medieval al mundo moderno, que permitió la hegemonía hispánica en Europa durante los siglos XVI y XVII”.

Sin embargo no todos los ciudadanos castellanos y leoneses abrazaron la causa unionista con Aragón sin ambages. Como explica **Thompson** (2001:182), las posiciones fueron mucho más variadas de lo que la historiografía tradicional española ha hecho ver. Existió, por supuesto, y parafraseando a **Corominas**, un “imperialismo castellano” de corte más bien excluyente; si bien habría que debatir si su volumen de adhesiones representaba un reflejo significativo de la realidad social de la región en aquellos tiempos. **Linz** (1973:47) entiende, en este sentido, que “el retraso en la construcción del estado español durante el periodo de máximo esplendor, el prestigio de sus reyes y el influjo de la riqueza procedente de América, dificultó la tarea durante el periodo de decadencia. El retraso, a su vez, fue el resultado del temprano éxito de Castilla, de la necesidad de ir despacio, teniendo en cuenta los problemas de los territorios “extra” que tenía la corona española en Italia y en Centroeuropa y que se hubieran visto amenazados por estos cambios institucionales”³³.

Las aspiraciones imperialistas³⁴, loadas desde la óptica historiadora de autores de referencia como **Valdeón** o **Sánchez-Albornoz** e incluso de filósofos que, como **Ortega**, valoraban el anhelo universalista de trascender las propias

³³ El propio **Rivas** (2012:150) reconoce que “la tensión entre centralización y resistencia a acatarla fue constante en la monarquía hispánica, y sólo se suavizó en el siglo XVIII, cuando acabó la Guerra de Sucesión”.

³⁴ **Morales** (2005:24) se refiere, parafraseando a **García de Santamaría**, **Sánchez de Arévalo**, **Valera**, **Palencia** o **Bernáldez**, a una Castilla ““providencialmente’ abocada a un destino imperial”.

limitaciones para emprender empresas mayores también tenían su contrapunto negativo. Como explica **Elliott** (2002:69), “la ambición dinástica, derivada del profundamente enraizado sentimiento europeo de familia y patrimonio, entorpeció las tendencias unitarias y amenazó constantemente –debido a la continua persecución de adquisiciones territoriales – con diluir la cohesión interna que con tanto esfuerzo se estaba logrando”.

Para **Thompson** (2001:182), una opción que sí despertaba más simpatías en aquellas tierras castellanas fue la del “hispanismo castellano” confederal, defendido por una larga serie de humanistas, intelectuales y administradores. Esta propuesta de estructuración política y social del nuevo territorio emergido de la Reconquista aceptaba la convivencia y la integración bajo un mismo manto político, con un justo reparto de beneficios y obligaciones, así como el mantenimiento de una independencia de las leyes y costumbres de cada una de las partes, lo cual iría muy en consonancia con las tesis de **Seco Serrano** (1994:108) de que “en su momento cenital, jamás intentó Castilla un asimilismo excluyente con respecto a las tradiciones culturales e históricas de los pueblos peninsulares”. Por último existiría, según **Thompson** (2001:182) “un antihispanismo castellano, una especie de ‘separatismo castellano’ para el que la pertenencia fortuita a un mismo señor no implicaba obligación común”, sino que abogaba más bien por una coexistencia de reinos autosuficientes, si bien su impacto fue notablemente menor.

El de los Reyes Católicos fue un reinado que se apoyó en la experiencia del “laboratorio de acción política autoritaria y centralista” de la Castilla de los siglos

XIV y XV (**Valdeón**, 1995:280). Si antes hablábamos de una contraposición en el modo de entender la política en Aragón y en Castilla que otorgó una posición de preponderancia a este último reino, la unión de Isabel y Fernando entendió que para sentar las bases de su Hispania habría de seguirse un modelo centralista más parecido al de Castilla, lo que refrendaba la antedicha posición de predominio. Escribe, en este sentido, **Castro** (1949:25), que “lo primero que sorprende al observador es que, ya en la primera mitad del siglo XV, los castellanos sintieran la necesidad de definir a España”, lo cual también redundaba en esta temprana identificación de Castilla con el ideal español. Todo esto lleva a autores como **Valdeón** (1995:280) a defender que “el matrimonio de Fernando e Isabel puso los cimientos de la reconstrucción de la perdida unidad de Hispania. Y lo hizo, al menos en teoría, sobre la base de la igualdad de las dos coronas que entraban en juego, Castilla y Aragón. Pero a la hora de la verdad Castilla pesó más”.

Y lo hizo tanto por razones históricas (los Trastámara eran una dinastía procedente de Castilla) como político-militares, puesto que la mayoría de los logros conseguidos durante el Reinado Católico se llevaron a cabo en la parte castellana, y no aragonesa. “La genial vulpeja aragonesa”, sentenciaba **Ortega y Gasset** (1921:36-7) “comprendió que Castilla tenía razón, que era preciso domeñar la hosquedad de sus paisanos e incorporarse a una España mayor. Sus pensamientos de alto vuelo sólo podían ser ejecutados desde Castilla, porque sólo en ella encontraban nativa resonancia”.

Pero, como anticipábamos antes, tales afirmaciones están lejos de generar un consenso. La realidad, según otros autores, no fue tan simple, tal y como se ha venido explicando según las tesis de **Thompson**. El hispanista inglés **Elliott** (1984:11) coincide en señalar que “el fallo del enlace original, que demostró ser sólo una unión dinástica, se agravó a medida que avanzó el siglo XVI (...) En la teoría, las coronas de Castilla y Aragón estaban unidas en igualdad de condiciones; los nativos de cada una de ellas tenían el mismo derecho de ser atendidos por su rey. En la práctica, la igualdad no sobrevivió a la muerte de Fernando el Católico”³⁵. **Ford** también se refiere a esta debilidad estructural al afirmar que “España es hoy lo que siempre fue, un puñado de menudos cuerpos atados por una soga de arena, a los que, al faltarles la unión, les falta también la energía”³⁶.

Y en cierto modo, si asumimos que las identidades se refuerzan en parte por la oposición a una alteridad a la que contraponerse, podría afirmarse perfectamente que durante mucho tiempo Aragón representó sin duda la némesis de Castilla³⁷. A pesar de los esfuerzos propagandísticos por eliminar estas diferencias después del enlace de los Reyes Católicos, existen vestigios históricos que demuestran que esta unión de coronas no sólo no limó las asperezas preexistentes, sino que además aceleró “el nacimiento de un sentido mucho más

³⁵ **Rivas** (2012:150) añade que el “modelo se mostró débil cuando hacían falta respuestas rápidas a problemas urgentes”

³⁶ Citado en **Gibson** (1993:18).

³⁷ “La imagen dominante”, escribe **González Antón** (2002:101), “es la de la separación neta y hasta el enfrentamiento inevitable entre reinos. Los pactos repetidos entre castellanos y aragoneses para repartirse Navarra y hacerla desaparecer como reino son una prueba elocuente y especialmente antipática de la competencia por engrandecer el propio reino; lo mismo el continuo vaivén de la frontera castellano-navarra durante más de doscientos años. Incluso tras consolidarse las fronteras entre Coronas, la pugna entre Aragón y Castilla se mantiene cuando intentan tallarse sus respectivas zonas de influencia en la costa africana”.

positivo de la conciencia protonacional castellana” (**Thompson**, 2001:186). El propio **Thompson** recalca cómo, durante aquellos años, el lenguaje de las Cortes experimenta ciertos sesgos curiosos, como el empleo de una oposición entre “estos” y “aquellos” reinos, así como el empleo más profuso de las palabras “Castilla” y “castellanos”.

Este deseo de diferenciación (“desagrado castellano por su asociación con la Corona de Aragón”, en palabras de **Thompson**) prosiguió incluso durante el reinado de Carlos V. Ejemplos de esta animadversión a lo largo de la Historia hay varios: por ejemplo, la petición número 42 de 1532 a las Cortes solicitaba que la posesión de beneficios eclesiásticos en Castilla se restringiera especialmente a “los naturales nacidos y criados de padre y madre” en los reinos aragoneses y navarros, por ser éstos “distintos y apartados” y tener sus propios fueros.

En parte esto redundaba en la idea anterior: que la unión de Castilla y Aragón –que incluía las tres coronas de la confederación aragonesa: el reino de Aragón, el principado de Cataluña y el Reino de Valencia, con sus tres instituciones distintivas– no fue una “unión de iguales”, como afirmaba **Linz** (1973:38), aunque en realidad ya lo había dicho antes **Elliott**. Este problema se puso aún más de manifiesto en cuanto el centro de atención de Castilla se volvió hacia el Atlántico, porque “la federación cántalo-aragonesa, orientada hacia el Mediterráneo, de espíritu comercial y mirada cosmopolita, tenía poco en común con una Castilla cuya organización social se espoleaba con las necesidades de la guerra de cruzadas y cuyos horizontes mentales se habían visto limitados por siglos de aislamiento político y cultural. La grieta entre ambas se hacía aún mayor

por sus tradiciones e instituciones políticas” (Elliott, 1984:6). El propio Elliott (1984:8) critica también que no hubiese aspiración de que la unión fuese de iguales después. Para él el paradigma fue la conquista de América, cuya explotación se asumió de manera lógica como tesoro de Castilla, en el que Aragón no tuvo nada que ver. Por eso, precisamente, la caída de las colonias fue algo que tocó mucho más de cerca de castellanos que a aragoneses, a los que Elliott considera que se dejó fuera del proyecto porque, como había sucedido con otros territorios peninsulares, Castilla y Aragón no se unieron como iguales, sino que más bien Aragón se anexionó como un nuevo territorio de Castilla.

Thompson (2001:188) también reconoce que “esta identidad explícita y protonacional de la “gran” Castilla era, sin embargo, un sentimiento reciente, dudoso y relativamente débil, que reaccionaba, en gran medida, ante una amenaza sentida al futuro independiente del país, como en 1473 y 1518”. Del mismo modo, no existía en Castilla “el apoyo jurídico e institucional” que sí había en los reinos aragoneses. En parte, esa ausencia de respaldo legislativo e institucional se debía a que Castilla ya era de por sí un marasmo de reinos y monarquías previas. Si a esto le añadimos la ausencia de “personalidad política, jurídica, cultural e histórica diferenciada” (Thompson, 2001:189) provocada principalmente por la política casi de tierra quemada que se adoptó en la conquista y repoblación, amén de la constante flexibilidad de las fronteras derivada del proceso mismo de Reconquista, hacían que el sentimiento castellano excluyente no contase con demasiados visos de prosperar.

Otro problema para la reivindicación de Castilla como región más allá del gran proyecto, nacional primero (Reyes Católicos) e internacional después (**Carlos I**) era que no se articulaba en torno a una gran urbe (como sí lo hacía, por ejemplo, Cataluña con Barcelona, Aragón con Zaragoza o Valencia con la ciudad homónima) (**Thompson**, 2001:190). **Castro** (1949:275) también incide en este factor al señalar que “Castilla careció de capital fija, y su corte errabunda peregrinaba de ciudad en ciudad; faltaba un sentimiento de dinastía nacional”.

2.1.4. El alzamiento comunero

Pese a que no existiese un núcleo urbano predominante en aquella poderosa Castilla, su tradición era fuertemente urbanita, como ya hemos visto. Es por ello que no deja de ser curioso que, como escribe **Lucena Giraldo** (2006:62), paradójicamente, “la riqueza de las tierras ‘por descubrir y por ganar’ que su trabajo y fortuna habían otorgado al monarca colaboró en la liquidación de la revuelta comunera por Carlos I y con ella de la libertad de las ciudades de Castilla”. Y es que poco duró el periodo de paz y tranquilidad de los Reyes Católicos en el seno del Reino de Castilla. Si bien, como se había apuntado antes, siempre existieron divergencias entre castellano-leoneses y aragoneses, hasta el punto de observarse ciertos ejemplos casi de segregacionismo, lo cierto es que la tónica dominante en los pueblos de la península bajo el gobierno de los Reyes Católicos fue la unidad y la concordia.

Sin embargo, a la muerte de **Fernando**, la posterior subida al trono del **Carlos I** introduce lo que **Santos Juliá** (2005:28) denomina “anomalía inducida

por un príncipe extranjero”³⁸. Tal fue así que la coronación desató una marejada de inconformismo en un Reino de Castilla acostumbrado a una relación más directa con sus dirigentes regios, que no entendió el gobierno en la distancia que pretendió llevar a cabo en un principio el emperador germano, ni tampoco los costosos gravámenes que para la tierra vertebradora de España suponían las andanzas imperiales de su nuevo monarca.

Respecto a estas demandas de los comuneros, **Maravall** (1963:51) escribe que lo que se reclama es “que el gobernador o lugarteniente sea natural porque conozca mejor las cosas del reino y pueda ser amado y respetado de los pueblos, tesis que se extiende a todos los oficios públicos”. **Berzal de la Rosa** (2008:51) también se hace eco de varias muestras de descontento producidas por el hecho de que el monarca no acabe de entender los usos y costumbres castellanas por no ser oriundo del lugar. En una línea similar, **Martínez Peñas** (2007:204) resalta este factor de importancia capital para los comuneros al señalar que el religioso fray Juan “apoyó las demandas de los comuneros, pero al saber que la intención de Carlos era regresar a Castilla y gobernar personalmente el reino, no mediante personas interpuestas, pasó a apoyarle decididamente”. Sin duda, la presencia física del rey y su familiaridad con los usos y costumbres castellanas, fue un caballo de batalla, al menos iniciático, para los comuneros.

³⁸ Pese a acuñar el término, **Juliá** (2009:37) expresa su admiración por autores que, como **Azaña**, no veían tal rupturismo entre los Reyes Católicos y su nieto. “(**Azaña**) percibía, a pesar de las Comunidades, de la pérdida de libertades de Castilla y del injerto imperial austro-alemán, una más gruesa línea de continuidad entre Isabel y Fernando y su nieto Carlos”. De hecho, en la edición que **Juliá** hace de los discursos del presidente republicano, asegura que lo que **Azaña** (2004:86) deseaba en verdad es “una Convención que enviara al patíbulo a los herederos de esa ‘dinastía extranjera, canónica, despótica, papal’ que hace cinco siglos liquidó las libertades de Valencia y de Castilla”.

“Frente a un Carlos rey de dos países, los comuneros idealizan a la figura de Fernando como prototipo de rey nacional”, escribe **Pipitone** (2003:85), y todo ello desencadena en el episodio de la revuelta comunera, que se celebra hoy como fiesta regional de la Comunidad Autónoma de Castilla y León. En este sentido, resulta de obligada lectura el libro *Los comuneros: de la realidad al mito*, donde **Berzal de la Rosa** (2008:311) desgrana la relación del movimiento comunero, ese “epicentro dramático del episodio histórico devenido en mito”, con la cuestión identitaria regionalista en la autonomía castellano-leonesa. Según este autor, la diferencia principal en el proceso de construcción identitaria entre Castilla y León y otras comunidades radica en la falta de tradición existente en nuestra región, algo que ya señalaba **Beramendi** (1984) y que se discutirá más en profundidad a medida que el repaso histórico se vaya acercando a nuestros días.

Berzal de la Rosa (2008:311) se apoya para esta comparación en “el mimetismo que algún autor ha establecido entre la fiesta de Villalar y la Diada catalana”. **Sánchez Badiola** (2010:207) también emplea ese mismo término, “mimetismo” para interpretar la festividad de Villalar en clave de adaptación castellana de la Diada catalana. **Anguera** (2008:215) redonda en el paralelismo al señalar que Cataluña no era la única tierra que conmemoraba una derrota, ya que lo mismo sucedía con los comuneros de Castilla. **Gibson** (1993:219) cuenta que el 11 de septiembre de 1714, día de la rendición de Barcelona a las tropas de Felipe V, la fecha que se conmemora la Diada, “ha quedado tan grabada en el subconsciente catalán como 1492 en el de los sefarditas”.

Que en Castilla y León se recuperara el mito de los Comuneros ya en el siglo XX no es, según **Berzal de la Rosa**, baladí; por cuanto en una comunidad en la que no abundan los referentes simbólicos, aquellos que se opusieron al centralismo del gobierno absolutista estaban llamados a ocupar un lugar de privilegio en una escena de reivindicaciones identitarias³⁹. De hecho, desde aquellos que trataron de instaurar Villalar como el eje vertebrador de la identidad castellanoleonesa, no se deja de reivindicar aquella derrota como el momento histórico a partir del cual Castilla y León perdió su espacio diferencial (y sus libertades⁴⁰) para quedar sometida bajo el yugo centralista español (encarnado en el Emperador **Carlos I** de España y V de Alemania⁴¹). Porque hubo dos caballos de batalla del regionalismo villalarista: democracia⁴² y autonomía⁴³. El propio **Azaña** (2004:261), que con frecuencia aludía en sus discursos al referente comunero, alababa el carácter democrático de las Cortes de Castilla y su

³⁹ Como afirma **Pérez Vejo** (2001:64), “el gran éxito de la nación estriba en su capacidad mitogénica, en su capacidad para convertir la propia historia de la comunidad en un mito omnicomprendido que da sentido a las vidas individuales, tal como los grandes mitos religiosos lo habían hecho en el pasado”.

⁴⁰ “La derrota de las Comunidades”, escribe Morales (2005:25), “simboliza, ya desde el siglo XVIII (León de Arroyal), las libertades castellanas perdidas”.

⁴¹ Cf. también **Pietschmann** (1992).

⁴² Escribe **Maravall** (1963:45) que “las Comunidades significan más bien un primer conato en la sustitución de la democracia corporativa medieval, por la democracia estatal moderna, una democracia que entonces asume ya un carácter protonacional”, si bien habría que aclarar que este carácter protonacional no se aplica de forma exclusivista a Castilla, sino a Castilla como germen de España. Los castellanos de la época comunera no quieren tales mejores democráticas para sí, sino para el proyecto conjunto que han aglutinado los Reyes Católicos para toda la península. Si proseguimos la muy recomendable lectura de **Maravall** (1963:52), comprobamos que, efectivamente, ese y no otro es el sentido de tal sentimiento protonacional: “Se trata de mantener la autonomía y peculiaridad del grupo, que sólo se reconoce cuando es gobernado por sus propios naturales, porque cada uno de éstos es parte del grupo y, por pertenecer sustancialmente a él, puede conocer sus condiciones y carácter: tener en cuenta “la condición del reino” es la idea que va imponiéndose.”

⁴³ Respecto a la autonomía, escribe **Maravall** (1963:87) que, precisamente, “es éste (el del término “Comunidades”) un matiz semántico de la palabra que hay que tener en cuenta, porque tuvo que estar presente en los sublevados contra **Carlos V**, cuando tan unánimemente echaron mano de tal término para designar con él su movimiento subversivo: no tener que obedecer a Rey ni señor, esto es, asumir su propio gobierno.”

urbanismo, así como la tentativa comunera de introducir modos de gobierno de mayor filiación democrática⁴⁴.

Sin embargo, insiste **Berzal de la Rosa**, todo esto pertenece a la recreación de un ideario más mitificado que real. Si volvemos la vista hacia estudios más concienzudos sobre el origen de la revuelta comunera (apenas estudiada y ni siquiera mentada por obvias razones centralistas durante la etapa del franquismo), nos encontramos con que estudiosos tan respetados como **Pérez (1999)**⁴⁵ remarcan más bien las motivaciones socio-económicas como trasfondo de las revueltas, algo que poco tendría que ver con el barniz nacionalista con el que se ha intentado lustrar Villalar en las últimas décadas. Pese a que no es un episodio histórico que reseñe profusamente en su *España en su historia*, **Américo Castro (1949:276)** también afirma que “la Guerra de las Comunidades (1520-1521) tuvo como principal motivo la exigencia de que se restableciera la situación que el pueblo había conocido bajo aquellos monarcas, sobre todo en materia de impuestos”, enfatizando por tanto el cariz económico que tuvo aquel levantamiento.

Volviendo a **Pérez (1999)**, su análisis documental del levantamiento comunero llega a cuatro conclusiones fundamentales: el movimiento comunero es (1) esencialmente “centro-castellano” y (2) urbano⁴⁶ (**Maravall, 1963:32**) pero con pronto acomodo entre las clases rurales por el sentimiento antiseñorial, tiene

⁴⁴ **Azaña** realiza estas afirmaciones, por ejemplo, en su discurso “El genio político de Castilla y los destinos de la República”, pronunciado el 14 de noviembre de 1932.

⁴⁵ Citado en **Berzal de la Rosa (2008:320)**

⁴⁶ **Kamen (2004:81)**, en su revisión histórica de la Inquisición española, se refiere a la rebelión comunera como “una lucha confusa y compleja librada en parte por las oligarquías urbanas contra la autoridad real” y, si bien lo oligárquico se presta a severas matizaciones, lo urbano parece aglutinar suficiente consenso entre los autores consultados.

(3) un programa político fundamentalmente revolucionario (especialmente para la época) y (4) se basa en el intento de limitar el poder arbitrario (absolutista) de **Carlos I**. En algunos casos, y especialmente a medida que la solución a la revuelta se dilata en el tiempo, con la consiguiente radicalización de un buen número de facciones comuneras, las demandas de limitación del poder regio son mayores⁴⁷. La derrota de Villalar habría estado propiciada, según Pérez, por la alianza entre la nobleza y la monarquía, los dos estamentos⁴⁸ que claramente más tenían que perder con aquella revuelta.

Valdeón (1995:292) incide en el carácter castellano, aunque se reconoce la presencia minoritaria de otras ciudades fuera de este ámbito en la sublevación. Al igual que **Maravall** (1963), también destaca Valdeón el carácter esencialmente urbano del movimiento comunero, con las clases dirigentes de las ciudades al mando de la revuelta. No obstante, autores como **Pérez** (1999:59) han subrayado la presencia de las “capas medias” en el alzamiento y, con el paso del tiempo, una mayor involucración de las clases populares⁴⁹. En esta misma línea, **Valdeón** (1995:293) reconoce que en sus escritos, Maldonado, uno de los líderes comuneros, identificaba claramente dos bandos, “por una parte los nobles, los

⁴⁷ **Maravall** (1963:147) cuenta que “la Junta, con sus propios actos, demuestra que lo que pretende es cambiar el estatuto del poder real y someterlo a ciertas limitaciones. En esto hay declaraciones de comuneros exaltados, como las de un dominico segoviano que confiesa que el fin es despojar al Rey de su autoridad y corona real, remediar los abusos y después, si se le considera ‘hábil para gobernar’, devolverle la corona con ciertas condiciones”.

⁴⁸ “Una guerra, pues, contra los nobles y contra los elementos oficiales”, escribe **Maravall** (1963:237).

⁴⁹ **Maravall** (1963:239) también resulta clarificador en este punto al encontrar un sentido lógico a esta participación de las clases populares: “Era ilusión de la gente popular que seguía el movimiento, nos dice Maldonado, aliviar la pobreza de los miserables y por eso llamaban “santa” a su Junta. Esta hubiera querido establecer una medida de mayor justicia, una proporción equitativa, igualadora, entre los poderosos y los pobres, y ello explicaría la triple acusación que, según el propio autor, los realistas, al recuperar Tordesillas, lanzaban contra los insurgentes: querer igualar las fortunas, anular a la nobleza y derribar la monarquía”.

mercaderes y el alto clero, por otra los artesanos y ‘la confusa multitud del pueblo’”.

Con todo, **Valdeón** se muestra también reacio a identificar en la revuelta comunera un sentimiento nacionalista de tipo identitario regionalista. Como **Maravall** (1963), **Valdeón** afirma que aquello respondía más a una hostilidad hacia los dispendios imperiales de **Carlos I⁵⁰** y hacia el mero hecho de que el nuevo Rey no estuviese de manera permanente en la corte de sus abuelos que a ciertas ínfulas protonacionales. Tal y como escribe **Menéndez Pidal** (1957b:78) “Castilla necesita un rey que la defienda, no puede imitar a esas ciudades inermes, a esas repúblicas que desconocen lo que es honra y necesitan tomar suizos a sueldo”.

Y es que, como señala **Gautier Dalché** (1979:461), pese a haber experimentado un aparente distanciamiento, entre los siglos XI y XIV, con el surgimiento de las ciudades, la relación entre el monarca castellano y su pueblo, siempre fue estrecha: “El poder de los soberanos no fue nunca puesto en tela de juicio por las comunidades urbanas, ni siquiera en los momentos en que fue más débil y más discutido”. No parece, pues, que se pueda entender el fenómeno de la insurrección comunera bajo el prisma regionalista, pues no se trataba de una exaltación de las virtudes propias en contraposición a lo ajeno. En este sentido, el propio **Maravall** (1963:38) advierte del “tipo de evolución en Castilla, según el

⁵⁰ Unos dispendios que, según **Gispert** y **Prats** (1978:216), acabaron arruinando al país: “A partir de la victoria real (en Villalar), la monarquía absoluta fue prepotente en Castilla, con el apoyo de la aristocracia, convirtiendo las Cortes en un dócil instrumento a su servicio, dispuestas siempre a secundar la costosa política imperial de los Austrias, que acabaría arruinando el país.”

cual las ciudades, aún en los momentos y casos de mayor autonomías, están y se sienten ligadas como partes a un todo político que las trasciende”⁵¹.

Sea como fuere, por encima de todo, **Valdeón** (1995:294) destaca que el legado de los Comuneros, si bien no es representante de ningún sentimiento nacional⁵², sí ha pasado a la Historia por ser una lucha más de las que se libraron en Europa para la obtención de mayores libertades, una empresa a la que Castilla, más vinculada al centralismo por algunas de las razones que hemos visto en este repaso histórico, no suele ser asociada en el imaginario colectivo⁵³, especialmente fuera de sus tierras y de sus gentes. De hecho en el fervor republicano de **Azaña** (2004:196), siempre pareció subyacer una admiración a los comuneros, como comentábamos antes. Solo así se explica que reprochase al resto de España que creyeran que Castilla hubiera confiscado o agredido “las libertades de nadie. Quien ha confiscado y humillado y transgredido los derechos o las franquicias o las libertades de más o menos valor de cada región ha sido la monarquía, la

⁵¹ Poco después **Maravall** (1963:39) refuerza su teoría señalando “la actitud de las ciudades comuneras, en cuyas peticiones apenas sí se halla referencia a las franquicias y privilegios de cada lugar, mientras que se presta una principal atención a los problemas del Reino”.

⁵² Pese a lo afirmado por **Gispert** y **Prats** (1978:217), para quien el fracaso de los inspiradores de las Comunidades “fue una derrota para Castilla y para el incipiente nacionalismo castellano que representaban los comuneros”. Como se ha visto, asociar comuneros a nacionalismo castellano resulta una patente tergiversación de la nomenclatura, pues si algo se ve en los comuneros es una aspiración de extender sus ideales (la hegemonía de la que hablaba **Maravall**) a todo el territorio ibérico, no de diferenciarse de sus convecinos.

⁵³ El propio **Azaña** (2004:196) insistía en la pertinencia de recordar “que las ciudades castellanas en el siglo XVI hicieron una revolución contra el rey cesáreo, contra la majestad nueva, desconocida de España, y esta revolución puede tener dos caras: o bien se admira más en ella el último destello de un concepto político medieval, o bien se advierte en ella, y se admira más, la primera percepción de un concepto de las libertades del Estado moderno, que nosotros hemos venido ahora a realizar. Porque aquellas ciudades castellanas, sublevadas contra el César, reunieron unas Cortes revolucionarias y redactaron una Constitución revolucionaria, que elevaron al rey como suma de sus aspiraciones, y es una cosa que emociona, que profundamente emociona el espíritu de un ser español, leer en aquel texto constitucional frustrado, además de las máximas de buen gobierno, sugeridas por el buen sentido natural de las cabezas claras, de que hablaba el señor Ortega ha poco, los preceptos garantizadores de la libertad individual, que en todo el siglo XIX no hemos sabido consignar en una Constitución ni mucho menos cumplir”.

antigua Corona, en provecho propio, no en provecho de Castilla, que la primera confiscada y esclavizada fue precisamente la región castellana”⁵⁴.

Ramón Menéndez Pidal (1958:82) también defendió el valor libertario y radicalmente modernizador que tuvo la rebelión comunera, bajo cuya superficie “hervía el propósito, no de conservar libertades amenazadas, como se dice, sino de innovar fundamentalmente la constitución de España”. En términos similares, **Maravall** (1963:18) recalca este carácter extremadamente moderno de las reivindicaciones comuneras, con un régimen de opinión que la hizo diferir de raíz con las revueltas gremiales de la baja Edad Media⁵⁵. El sentimiento comunero reflejó, según **Thompson** (2001:183), un deseo de autosuficiencia que, hasta la llegada de **Carlos I**, fue compartido tanto por Castilla como por Aragón y puesto de manifiesto por personajes tan relevantes de la Historia castellana como **Isabel la Católica**, **Cisneros** o **Vitoria**. Aquel deseo de autosuficiencia tenía, efectivamente, mucho de económico. No en vano, Castilla tuvo que aportar en los siglos venideros (especialmente entre el XVI y el XVII) ingentes cantidades de impuestos destinados a la defensa de los intereses de los Habsburgo en Italia, Flandes y Alemania.

Tales sangrías económicas eran precisamente los motivos por los que buena parte de la opinión castellana recelaba del imperialismo español y prefirió,

⁵⁴ Y, si uno hace caso a **Carr** (2009:451) cuando afirma que la “creencia en la hegemonía forastera y egoísta de ‘Castilla’, ejercida a costa de la vitalidad catalana, era y es una de las raíces psicológicas del catalanismo”, se entiende la encendida pugna contra el mito que realiza **Azaña**.

⁵⁵ **Maravall** (1963:69) destacará, más adelante, que “frente al caduco ecumenismo medieval, un sentimiento de hegemonía, típicamente moderno, se da en la base de las reivindicaciones comuneras.”

hasta la imposición del yugo imperial por parte de **Carlos I**⁵⁶ (nieto de los Reyes Católicos y, a la sazón, monarca por la incapacidad de su madre **Juana**⁵⁷), un modelo en el que los impuestos de cada Reino se destinasen a sufragar los gastos de ese mismo Reino.

Llegados a este punto, no se puede dejar de reflexionar, como también lo hace **Thompson**, sobre cómo el imaginario colectivo que incluso perdura en nuestros días, especialmente allí donde el nacionalismo periférico encuentra mejor acomodo, tiende a afirmar que el imperialismo no sólo fue algo esencialmente castellano, sino que aprovechó el impulso económico de la periferia en su propio beneficio. Se da por sentado que los problemas de la imposición de la monarquía absoluta española se dieron fundamentalmente en los territorios que integraban el Reino de Aragón. No en vano, buena parte de su raigambre nacionalista parte del mismo hecho –o creencia– de que tal monarquía se instauró a instancias castellanas para explotar a la periferia con el fin de instaurar el ideario, la legislación y las costumbres castellanas. Esto no es del todo cierto.

Siempre existió, como se ha visto en las figuras de **Alfonso X** y en la génesis misma del estado castellano, un ansia por mandar y por extender los dominios. Pero la admisión de un modelo absolutista de gobierno no sólo no contó con el beneplácito mayoritario de la sociedad castellana, sino que fue ésta y

⁵⁶ Un Rey, **Carlos I**, que, como escribe **Castro** (1949:276) “no logró ocupar el lugar prestigioso de sus abuelos, y nadie deseó nunca seriamente retornar a su reinado”.

⁵⁷ A la que, a su vez, los Comuneros trataron infructuosamente de atraer hacia sus reivindicaciones, hasta el punto de que **Adriano de Utrecht** avisó en repetidas ocasiones a **Carlos I** de que una sola firma de su madre suscribiendo las reivindicaciones de los comuneros podía dejarle a él sin el Reino de Castilla (**Aram**, 2001:220-7).

no otra la que se levantó en armas contra una idea, la de **Carlos I**, que ni siquiera se habían atrevido a plantear con tal crudeza sus abuelos, los Reyes Católicos. Sin llegar a los extremos planteados por **Thompson** (2001:185), para quien la resistencia que se encontró **Carlos I** no solo no fue puntual, sino que fue la respuesta lógica a un “separatismo profundamente arraigado y una tendencia constante dentro de Castilla a negar su adhesión no sólo a la monarquía más extensa sino, lo que resulta más extraordinario, a la misma idea de España”, sí se puede afirmar a la luz de las fuentes historiográficas consultadas que los Comuneros también representaban a una parte de Castilla que no era plenamente favorable a la expansión imperialista que, vista con perspectiva, parecía su destino natural.

No resulta tan extraordinario pensar en esta oposición castellana a la monarquía y a la idea misma de España si se tiene en cuenta la rivalidad histórica existente entre los reinos de Castilla y Aragón, ya glosada anteriormente. Ciertamente que los Reyes Católicos trataron de paliar esta animadversión no sólo con su enlace matrimonial, sino sentando las bases de una futura cooperación mutua dentro del paraguas de una corona común (eso sí, con dosis de independencia muy superiores a las establecidas posteriormente por su nieto rey). No es menos cierto tampoco que, a la muerte de **Isabel**, no fueron pocos los castellanos que recelaron de las regencias de **Fernando de Aragón**. Hubo quien incluso llegó a dudar de que ese estado de sometimiento de súbditos castellanos al rey aragonés pudiese convertirse en insostenible.

Por estos y otros hechos hubo, ya en la Era Moderna, quien criticó a los Reyes Católicos por haber sentado las bases de un regionalismo disgregador con una unidad que no fue tal, pues “cada pueblo se conservó como era: con sus mismos usos, con su propio carácter, con sus leyes, con sus tradiciones diferentes y contrarias” (Cánovas, 1910:23)⁵⁸.

2.1.5. Después de la Comuna, el Imperio

Rodríguez (1995:301) señala que una de las grandes victorias de la revuelta comunera, a pesar del ajusticiamiento de sus principales líderes, fue que Carlos I siempre tuvo muy presente aquel levantamiento. Por una parte, para intentar que no volviese a suceder. Por otra, porque también entendió que no podía desoír todas las peticiones de sus súbditos. No todos piensan igual. Uno de los grandes estudiosos del fenómeno comunero, Maravall (1963:156), por ejemplo, considera que los ideales comuneros desaparecieron de un plumazo: “Precisamente porque la rebeldía planteó decididamente el problema de la potestad real y afectó al meollo de la misma, el fracaso de aquélla fortaleció la posición del soberano y, después de Villalar, quedó expedito el camino hacia el absolutismo monárquico en España”. “Cabe preguntarse, por ejemplo, ¿qué hubiese sido de Castilla, si la guerra de las Comunidades hubiese tenido otro desenlace?”, se cuestionan, en este sentido, Gispert y Prats (1978:126).

⁵⁸ En su lectura de Cánovas, Cirujano et al. (1985:137) coinciden en señalar que, para el político conservador malagueño, “el germen de la disgregación lo encontraba en el reinado tan mitificado por otros autores, en los mismos Reyes Católicos, que unieron las coronas, pero no realizaron la unificación y centralización necesarias para llevar a España al rango de primera potencia de manera perenne.”

Ortega (1921:35-6) prefiere destacar de esta etapa imperial que sucede a la caída del movimiento comunero el “genio nacionalizador” de Castilla, por ser ésta “la primera en iniciar largas, complicadas trayectorias de política internacional (...) Las grandes naciones no se han hecho desde dentro, sino desde fuera; sólo una acertada política internacional, política de magnas empresas, hace posible una fecunda política interior, que es siempre, a la postre, política de poco calado”.

Menéndez Pidal (1957b:86) añade, además, que “sin las comunidades, el poderoso emperador jamás hubiera visto llover de todas partes las recias palabras que le llamaban a continuar la obra tradicional de España”. Encontramos aquí una diferencia radical de concepciones. **Cánovas** culpaba de la decadencia española “a la falta de ‘unidad civil y política’, a ese provincialismo que a la mínima ocasión se seguía manifestando en pleno siglo XIX y que hacía mella incluso entre las filas liberales, sobre todo entre los progresistas” (**Cirujano et al.**, 1985:137). Para **Ortega y Gasset**, en cambio, los imperios no han de abolir las peculiaridades de las tierras asumidas. Entra aquí en liza su concepto de “proceso incorporativo”. Poniendo el ejemplo de su admirada Roma, **Ortega** (1921:16) explica cómo “La Roma total no es una expansión de la Roma Palatina, sino la articulación de dos colectividades distintas en una unidad superior”. El ejemplo se puede aplicar, y de hecho **Ortega** lo hace, al caso español:

“Entorpece sobremanera la inteligencia de lo histórico suponer que cuando de los núcleos inferiores se ha formado la unidad superior nacional, dejan aquéllos de existir como elementos activamente diferenciados. Lleva esta errónea idea a presumir, por ejemplo, que cuando Castilla reduce a unidad española a Aragón, Cataluña y Vasconia, pierden estos pueblos su carácter de pueblos, distintos entre sí y del todo que forman. Nada de esto: sometimiento, unificación, incorporación, no significan muerte de los grupos como tales grupos; la fuerza de independencia que hay en ellos perdura, bien que sometida; esto es, contenido su poder centrífugo por la energía central que los obliga a vivir como partes de un todo y no como todos aparte” **Ortega y Gasset** (1921:18).

El problema, prosigue el filósofo, no es tanto, como denuncia **Cánovas**, el no silenciamiento de la diferencia, sino la incapacidad de manejarla en beneficio del todo, lo cual deriva en el peor mal de cualquier pueblo compuesto por varias sensibilidades: el particularismo⁵⁹. El término también aparece recogido en la obra de **Fusi** (2001:104) para referirse a aquello que, junto a “circunstancias políticas y sociales específicas prepararon el camino para la aparición de dichos nacionalismos (catalán, vasco y gallego)”. En su famosa aserción de que Castilla hizo a España y Castilla la deshizo, **Ortega** (1921:52) alaba que Castilla consiguiese trascender su propio particularismo y tuviese la clarividencia suficiente como para invitar al resto de pueblos peninsulares “para que colaborasen en un gigantesco proyecto de vida común”, en el que se proponen grandes y sugestivas empresas, se apuesta por la modernidad jurídica, moral y social y, sobre todo, se “impone la norma de que todo hombre mejor debe ser preferido a su inferior, el activo al inerte, el agudo al torpe, el noble al vil”. Metafóricamente, **Azaña** (2004:259) reproduce la misma idea en su discurso “El genio político de Castilla y los destinos de la República” pronunciado en la ciudad de Valladolid el 14 de abril de 1932. En él afirma que “la Castilla histórica ha perdido su propia sustancia personal derramándola por toda la Península y por todo el mundo”. Trascendiendo, en fin, su particularismo. Esto está también muy relacionado con el análisis que hace **Menéndez Pidal** de la obra del historiador liberal **Modesto Lafuente**. A la loa de éste último hacia la figura de los Reyes Católicos (“la anarquía social de antes desaparece “como por encanto” y el cuerpo cadavérico de la nación se hace un cuerpo robusto y brioso”), **Menéndez Pidal**

⁵⁹ Un término que **Linz** (1973:63) emparenta con el ya usado por **Talcott Parsons** en Sociología.

(1957a:45) añade, muy en la línea de **Ortega**, que “no hubo tal instantaneidad en la mudanza, no hubo tal resurrección taumatúrgica, ni tal encanto de magia al subir las escaleras del trono los Reyes Católicos; lo que hubo fue una labor pertinaz de rectificación, de la cual fue parte muy importante, ya dijimos, la instauración de la justicia”. No en vano, el propio **Menéndez Pidal** (1957a:47) llega a destacar, como hace **Ortega**, el fenómeno de la selección de los mejores recordando que “la selección era para ella (**Isabel la Católica**) una ineludible norma de conducta, lo mismo en lo pequeño que en lo grande”. Sin embargo, prosigue en su razonamiento **Ortega** (1921:52-3), todo esto se quiebra, sin apenas notarse, en los siglos venideros⁶⁰.

“A primera vista nada ha cambiado, pero todo se ha vuelto de cartón y suena a falso. Las palabras vivaces de antaño siguen repitiéndose, pero ya no influyen en los corazones: las ideas incitantes se han tornado tópicos. No se emprende nada nuevo ni en lo político, ni en lo científico, ni en lo moral⁶¹. Toda la actividad que resta se emplea precisamente “en no hacer nada nuevo”, en conservar el pasado –instituciones y dogmas–, en sofocar toda iniciación, todo fermento innovador. Castilla se transforma en lo más opuesto a sí misma: se vuelve suspicaz, angosta, sórdida, agria. Ya no se ocupa en potenciar la vida de las otras regiones; celosa de ellas, las abandona a sí mismas y empieza a no enterarse de lo que en ellas pasa⁶².”

⁶⁰ **Ortega** establece como marca del principio de la decadencia el reinado de **Felipe II**.

⁶¹ Es curioso que este mismo discurso se adopte también con agrado desde la perspectiva nacionalista periférica a la que, como se ve más adelante, **Ortega** también critica. Escribe **Gracia Cárcamo** (2009:207) que “no es casual que el tópico de una España proclive a tolerar a los mendigos y a la holgazanería no falte en alguno de estos autores (historiadores nacionalistas vascos), lo que por cierto concordaba con la visión que tenían las elites políticas vascas de la época”.

⁶² Este análisis coincide plenamente con el realizado por **Menéndez Pidal** (1957a:37) años después al hablar del carácter español: “El español propende a no sentir la solidaridad social sino tan sólo en cuanto a las ventajas inmediatas, desatendiendo las indirectas, mediatas o lejanas. De ahí bastante indiferencia para el interés general, deficiente comprensión de la colectividad, en contraste con la viva percepción del caso inmediato individual, no sólo el propio sino igualmente el ajeno”. Todo ello redundante, a su vez, en la “manifiesta debilidad del espíritu asociativo en España. Los beneficios que la cooperación puede acarrear se sienten más confusamente que las ventajas de la suelta acción individual, aunque ésta ofrezca a la larga menos resultados. La simple convivencia llega a mirarse como algo estorbo por las necesarias limitaciones que exige: cada uno quiere obrar ‘a sus anchas’, sin tener en cuenta a su vecino” (**Menéndez Pidal**, 1957a:65-6).

También recuerda el filósofo, no obstante, que “si Cataluña o Vasconia hubiesen sido las razas formidables que ahora se imaginan ser⁶³, habrían dado un terrible tirón de Castilla cuando ésta comenzó a hacerse particularista, es decir, a no contar debidamente con ellas. La sacudida en la periferia hubiera acaso despertado las antiguas virtudes del centro y no habría, por ventura, caído en la perdurable modorra de la idiotez y egoísmo que ha sido durante tres siglos nuestra historia”.

Pero Castilla, insistimos, no siempre fue ese poder centralista y, según **Ortega**, particularista⁶⁴. Al menos, no unívocamente. Es más, Castilla no fue siempre imperial, ni tampoco esencialmente centralista. Si lo empezó, de alguna manera, a ser fue, precisamente, a raíz del fracaso de una revuelta, la Comunera, que puso en jaque al protoimperio español y que, a la postre, acabó significando la absorción de lo castellano bajo el manto de lo español. Como bien afirman

⁶³ Estas palabras de **Ortega y Gasset** recuerdan indefectiblemente a la reflexión que **Menéndez Pidal** (1957a:85) hace sobre el auge nacionalista experimentado al albur de la Segunda República, con la aprobación de los estatutos catalán, vasco y gallego. Escribe el historiador: “Una voluptuosidad desintegradora quería estructurar de nuevo a España como el que estructura el cántaro quebrándolo contra la esquina para hacer otros tantos recipientes con los cascotes. Se incurría en las mayores anomalías históricas para constituir estos pedazos, para separar lo que siglos conocieron siempre unido. Los vascos de las tres vascongadas, por ejemplo, separándose hasta de sus vecinos los vascos de Navarra, querían vivir solos, cuando siempre vivieron fraternalmente unidos a Castilla; invocaban una lengua y una cultura propias; pero ¿qué cultura es la vasca, sino inseparablemente unida a la castellana para gloria de ambas?, cuando el vasco no empezó a ser escrito hasta el siglo XVI y para contadísimas materias; cuando si **San Ignacio** no hubiera pensado en castellano más que en vasco, jamás hubiera podido concebir sus *Ejercicios espirituales*, ni hubiera sido Ignacio universal, sino un oscuro Íñigo, perdido en sus montes nativos; cuando si **Elcano** no llevara un nombre castellano y no guiara una nave de nombre castellano al servicio de ideales fraguados bajo la hegemonía castellana, no hubiera concebido otra empresa marítima que la de pescar en el golfo de Vizcaya”.

⁶⁴ “Yo, castellano por los cuatro costados”, proclamaba **Azaña** el 17 de julio de 1931 (2004:106), “castellano de esta raza, dura y obstinada y, al parecer, intransigente y tiránica, de Castilla, siento que para nuestra grandeza, para nuestro porvenir, lo que hace falta en la Península no es uniformidad ni opresión, ni tiranía, sino amplísima libertad para que los caballos de esta cuadriga que es la Península española se lancen a una carrera sin límites, y no habrá mayor gloria para la República que haber contribuido en las Cortes Constituyentes a la elaboración de esta nueva España, basada en los antiguos principios de libertad, porque no podemos ser, a título de patriotismo, los herederos de la absurda política de los reyes tiranos, ya sean austriacos, ya franceses, que han modelado la Península sobre un ejemplo que no es nuestro, sobre una tradición que no es nuestra, matando y desarraigando los principios liberales de los pueblos ibéricos, sobre los cuales nosotros queremos constituir los fundamentos indestructibles de la República Española”.

Cirujano et al. (1985:131) el reduccionismo centralista y absolutista⁶⁵ asociado habitualmente a esta región no refleja más que “el tópico de Castilla, cuna de la unificación estatal”, lo cual no acaba sino “confundiendo la tarea e intereses de unos grupos dominantes con las esencias que de forma idealista se adjudicaban a todo un pueblo como el castellano”.

Sea como fuere, Castilla, que hasta entonces había sido motor y cabeza visible de la nueva Hispania⁶⁶ empezó a experimentar una paulatina pérdida de relevancia castellana en el concierto general español⁶⁷. A partir de este momento, Castilla se vuelve tolerante con la “*borgoñización*” de la Corte y el absentismo sistemático de su Rey, bases sobre las que se sienta su nuevo rol imperial, fundido con el de la empresa misma de España. “Castilla”, escribe **Rodríguez** (1995:305-6), “que había reclamado de su rey no ser considerada en el contexto general del Imperio un reino de segunda fila, tardó tiempo en acomodarse al rompecabezas imperial, pero acabó incorporándose a la idea de que el Imperio era la misma cosa que Castilla.”

A mediados del siglo XVI se inicia lo que **Thompson** denomina hispanización de Castilla, por la que el castellano medio empieza a identificar plenamente su castellanía con su españolía. “Pasaron siglos: Castilla se hizo España”, escribe en esta misma línea el regeneracionista **Juan Costa**⁶⁸. “En aquellos momentos”, explica **Thompson** (2001:190), “los castellanos no hablan ya

⁶⁵ Escribe **Gracia Cárcamo** (2009:201), en este sentido, que “Castilla –más que España, en su conjunto – era vista como el mundo del absolutismo por excelencia”.

⁶⁶ Esa Castilla que había marcado, en palabras de **Morales** (2005:21) una “historia *castellana* o *castellanizante* de España”.

⁶⁷ **Gutiérrez Nieto** (1973:57-8) considera incluso que los Comuneros marcan el principio del declive mismo de España.

⁶⁸ Citado en **Morales** (2005:41).

de Castilla cuando quieren decir España, hablan de España cuando quieren decir Castilla”. Prueba de ello es también “la ausencia total de historias de Castilla, que contrasta con la oleada de historias y crónicas españolas producidas entre otros por **Florián de Ocampo, Pedro de Medina, Garibay, Ambrosio de Morales y Mariana** entre las décadas de 1540 y 1580” (**Thompson**, 2001:191).

Aquella temprana identificación (¿absorción?, se pregunta Thompson) le valió a Castilla ser la referencia indiscutible de la nueva potencia imperial en ciernes, pero también le hizo desprenderse de aquello que pudiera serle exclusivo para favorecer la defensa del ideal superior a cuya causa se había entregado: lo español. **Represa** (1983:64)⁶⁹ señala, en este sentido, que el proceso de absorción de la conciencia castellana bajo el ideal español prosiguió durante los siglos posteriores, lo que explicaría también en parte esta hipotética falta de sentimiento regionalista-nacionalista. Dicho de otro modo, si los nacionalismos se oponen a algún tipo de poder⁷⁰ que reprime sus deseos expansionistas, autonomistas o independentistas, la reivindicación nacionalista castellana se volvería hasta cierto punto incongruente, por cuanto sería revolverse contra sí misma; o más bien, contra su creación: España⁷¹. “Tras la derrota de los comuneros, que hizo inviable una Castilla independiente”, escribe **Moreno Hernández** (2009:108), “el reino se disuelve, convertido a la misión imperial de

⁶⁹ Citado en **Thompson** (2001:192).

⁷⁰ “La exaltación patriótica se acentúa ante hechos colectivos que para los historiadores corroboran el sentimiento de unidad nacional. Y esto ocurre, sobre todo, por oposición a otros pueblos, sea para defenderse de agresiones externas, sea para extender los intereses nacionales en otros territorios.” (**Cirujano Marín** et al., 1985:189)

⁷¹ El propio **Azaña** (2004:217) defendería en el debate sobre el Estatuto de Cataluña del 27 de mayo de 1932, en una línea similar, que “las preocupaciones de Castilla no son de orden regional, sino del orden del Estado, y el mayor desatino y la mayor profanación que se podría hacer en España, sería, por espíritu de oposición, poner frente al regionalismo o al nacionalismo catalán u otro cualquiera, un regionalismo o un nacionalismo castellano. La mezquindad sería para hacer época, porque equivaldría a destruir la personalidad de Castilla, y a obligarla a dimitir su papel histórico”.

Carlos V, versión ampliada de la Castilla fundada por Fernando III y remozada por los Reyes Católicos”.

Yun Casalilla (1995:350), en su análisis de la Castilla de los siglos XVII y XVIII, corrobora una preocupante pérdida de energías por parte de la región que había inspirado España y habla ya de “la necesidad de regeneración de un cuerpo cada vez más carcomido por el deterioro de las costumbres”. **Morales** (2005:25) afirma tajantemente que “la Castilla del siglo XVII fue la de los arbitristas, un país decepcionado que trata de indagar qué es lo que ha fallado y cuáles son los remedios”. Todo ello corroboró la noción anteriormente citada de un desplazamiento del peso político, social, económico y hasta cultural de Castilla hacia otras partes de la península, algo que se produce porque, como señala **José Luis Martín**⁷², Castilla “se identifica con la monarquía o con el Estado español⁷³; mientras los demás reinos, basándose en el pactismo, en los acuerdos medievales entre el rey y el reino, se inhiben en las empresas de la monarquía que no les afectan directamente”. **Tomás y Valiente** también incide en la misma idea al afirmar que “cuando en el siglo XVII, exhaustas ya las gentes pecheras de Castilla, la Monarquía trató de obtener el apoyo militar y financiero de los otros reinos de España, estos se escudaron en sus barreras institucionales para resistir frente a la política real⁷⁴”.

Sin embargo, lo más notable de la Castilla de esta época es, según **Yun Casalilla** (1995:376) no su desplazamiento de los focos de interés, sino la escasa reacción que a ello hubo desde los diferentes estratos de la sociedad castellana.

⁷² Citado en **Morales** (2005:25).

⁷³ A partir, como vimos, del aplastamiento de la revuelta comunera.

⁷⁴ Citado en **Suárez y Andrés-Gallego** (1991:376).

En suma, pasados apenas dos siglos, la Castilla que se levantó en armas contra su rey para exigir una posición capital dentro del imperio emergente se había convertido ahora en una masa acrítica que no era capaz siquiera de articular sus protestas por cauces medianamente organizados más allá de esporádicos “movimientos antifiscales contra medidas concretas” identificables por “su carácter localizado y la carencia de vinculaciones entre ciudades como había ocurrido a principios del siglo XVI” (**Yun Casalilla**, 1995:377).

Una de las razones que evidencian, si bien no justifican por sí solas, la incapacidad para articular movimientos de protesta de cierta entidad ha de encontrarse también en la paulatina pérdida de relevancia de las Cortes de Castilla, lo cual no es baladí si tenemos en cuenta que **Juliá** (2009:26-7), parafraseando a **Martínez Marina**, señala que gracias precisamente al vigor de las Cortes, Castilla comienza no sólo a ser nación, sino a ocupar un lugar “muy señalado entre las más cultas y civilizadas”. Poco a poco, el órgano que había aglutinado las protestas populares contra el Rey en 1521 se vio desplazado hasta convertirse en una institución “cada vez más molesta e inoperante, no sólo para el Rey, sino incluso para las oligarquías de las ciudades que no dudaron en apoyar su desaparición en 1665” (**Yun Casalilla**, 1995:377). Todo ello hizo que la relación de los súbditos castellanos con el Rey no estuviera canalizada, como antes, a través de un organismo intermedio, por lo que se propició una relación mucho más directa, que a su vez promocionaba una identificación no tanto con los territorios castellanos como hubiera podido suceder en la España de los Reyes Católicos, sino con el Imperio Español en su conjunto. “Una nueva etapa en la Historia de España y, por tanto, en la de Castilla y León, estaba a punto de nacer”,

escribe **Yun Casalilla** (1995:381). “Hoy, cuando los historiadores intentamos explicarlo todo en función del pasado más cercano, la conclusión es ineludible: Castilla no volvería a ser la misma y su presencia en España habría de cambiar de forma radical (...) Para entonces, Castilla, a base de participar en el poder estaba perdiendo fuerza y su personalidad, la del reino en su conjunto y también la de esta región, estaba cambiando de forma acelerada”. Como escribiría **Maetz** (1898) en su artículo “La meseta Castellana”, Castilla necesitaba modernizarse, salir de su secular aletargamiento⁷⁵.

2.1.6. La decadencia del imperio

Según **Elliott** (2002:225), “el verdadero problema de Castilla” a estas alturas de la Historia “estribaba no en la relajación moral y de las costumbres” (como apuntaba de manera más o menos implícita **Ortega**), “sino en el desacertado uso de la riqueza”. “Parece claro”, prosigue **Elliott** (2002:226-7), “que a partir del año 1590 nos encontramos con una crisis de confianza en Castilla, ocasionada por una rápida sucesión de desengaños políticos y catástrofes económicas (...) Esta nueva sensación de incertidumbre coincide con un periodo de suma dificultad económica, que venía afectando con anterioridad al norte de Castilla y ahora ya empezaba a generalizarse”.

La visión de **Elliott** sobre el declive de la Castilla formidable que había sido el germen de uno de los mayores imperios alumbrados por la civilización occidental, al que dedica un capítulo entero de su obra de referencia *España en Europa*, señala a la escasa capacidad de maniobra de una comunidad que vio en el

⁷⁵ Citado en **Serrano** (1995:424).

descubrimiento de América una especie de refrendo divino⁷⁶ a su labor imperialista. “Lo que verdaderamente pone a prueba a una sociedad”, sentencia **Elliott** (2002:235) es su capacidad de adaptación, y fue en esto en lo que la Castilla del siglo XVII fracasó⁷⁷.

El hispanista inglés también señala al asunto de la identidad de Castilla en contraste con las regiones de la periferia española para referirse a las revoluciones que se propagaron por los territorios de media Europa en la década de 1640. Curiosamente, apunta **Elliott** (2002:194), y pese a que se daban condicionantes de descontento social y político en Castilla como para que “hubiera sucumbido a su propia versión de la Fronda o de la Guerra Civil Inglesa”, y pese a que sí se dieron tales protestas en Cataluña, Portugal y, en menor medida, Andalucía, en Castilla no se dio nada de aquello. Se daban las “precondiciones, pero sin la rebelión subsiguiente” (**Elliott**, 2002:195). En realidad, pese a que los condicionantes se dieran, una exploración de la historia de España a mediados del siglo XVII desde una perspectiva comparada con otras coronas del continente como la que realiza el propio **Elliott** puede ayudar a entender por qué finalmente no se produjo esta rebelión. La lealtad pudo ser uno de estos factores⁷⁸. “La falta de instrumentos poderosos de represión” pudo ser, paradójicamente, otra causa; ya que, aunque a priori dejara a la capital, Madrid, expuesta a más rebeliones, la

⁷⁶ **Elliott** habla del “milagro de las Indias” para explicar las raíces de esta Castilla que no supo maniobrar política y económicamente ante la adversidad. Para **Gibson** (1993:43), “la plata y el oro americanos, que parecían inagotables, mantuvieron boyante la economía española durante un siglo, propiciando una engañosa apariencia de gran prosperidad”.

⁷⁷ Sobre el derrumbe colonial español, añade **Carr** (2009:43) que “intrusos y contrabandistas habían convertido en pura ficción el armazón del monopolio castellano reduciendo a España a conservar la vaca, mientras Europa la ordeñaba”.

⁷⁸ “Es muy posible que el hecho de rebeliones en tantos territorios que debían obediencia a su rey contribuyera a reforzar entre los castellanos, por vía de reacción, su propia imagen de pueblo cuya fidelidad no desfallecía” (**Elliott**, 2002:204)

realidad fue que la ausencia de violencia oficial pareció no engendrar violencia rebelde. Un ejemplo, como bien cita el propio **Elliott** (2002:204) fue que “las rebeliones urbanas de Andalucía a finales de la década acabaron sencillamente sin más, sin necesidad de recurrir a la represión”. Por otro lado, la incógnita dinástica desatada en Francia a la muerte de Luis XIII no era comparable a la de los Austrias en España, que en Felipe IV tuvieron “un elemento vital de continuidad y estabilidad en tiempos potencialmente turbulentos”⁷⁹ (**Elliott**, 2002:206).

También menciona **Elliott** un aspecto que se trajo a colación anteriormente: el progresivo debilitamiento de las Cortes regionales⁸⁰: “Las Cortes de Castilla, aunque nominalmente estaban en posición de hablar a nivel nacional de un modo en que el *Parlement* de París no podía, adolecían de otras limitaciones que disminuían seriamente su eficacia como órgano de protesta” (**Elliott**, 2002:207). La destitución del **conde-duque de Olivares**, por último, frenó por completo cualquier pretensión rebelde que hubiera podido llegar desde las elites. Pese a que tras su caída siguieron manteniéndose varios aspectos de su régimen, cundió la noción de que no había revolución que hacer porque ésta, en cierto modo, ya se había producido con la caída del propio conde duque, que no sólo había desaparecido del panorama nacional sino que, además, había quedado

⁷⁹ “No hubo minorías de edad reales que provocaran intrincadas cuestiones sobre distribución de poder, y la muerte en 1646 del príncipe heredero Baltasar Carlos supuso una amenaza a largo plazo para la supervivencia de la dinastía, más que una crisis inmediata. Como resultado, no hubo pretexto constitucional para organizar un asalto al sistema” (**Elliott**, 2002:206).

⁸⁰ “En los primeros años de oposición a Olivares, las Cortes de Castilla mostraron no ser lo suficiente fuertes y resueltas como para lograr establecer sobre bases sólidas la idea de una relación contractual firme entre rey y reino; y aún hubo menos oportunidades de lograrlo durante la década de 1640, una vez que las Cortes habían sido debilitadas por las medidas de Olivares contrarias a ellas y que la corona había hecho el útil descubrimiento de que podía sortearlas por completo estableciendo negociaciones directas con cada uno de los ayuntamientos” (**Elliott**, 2002:209)..

completamente desacreditado⁸¹. “No había necesidad, por lo tanto, de que la elite castellana lanzara más desafíos contra el gobierno en los años inmediatamente posteriores a Olivares. Había otros modos para, con menor grado de confrontación, asegurarse lo que quería” (Elliott, 2002:211). Y pese a todo, “Castilla pudo a la larga haber salido perdiendo, más que ganando, de la pasividad con que respondió a los retos de la década de 1640”, afirma Elliott (2002:213), porque se dibujó un escenario en el que el Rey y los poderosos “coexistieron sobre la base de una dependencia mutua que excluía cambios innovadores”⁸².

En 1707 el Rey Borbón **Felipe V** emprendió la iniciativa de unificar el desperdigado cuerpo jurídico existente en los distintos territorios de España sentando sus bases principalmente sobre la tradición de Castilla. Pero aquello no tenía nada que ver en absoluto con la preponderancia castellana de otros tiempos, sino más bien con que en Castilla se contaba con un régimen más articulado desde tiempos inmemoriales que en otras regiones. No obstante, aquella decisión se interpretó desde muchos otros territorios como un intento de imposición por parte de una Castilla sobrerrepresentada políticamente para su repercusión real en el devenir del país en otros ámbitos (fundamentalmente

⁸¹ Elliott (2002:211-2) recuerda la diferencia sustancial que hubo en este punto con Francia, donde **Richelieu** cayó pero no desapareció, como prueba la presencia de su sucesor electo, **Mazarino**, “un recordatorio constante” para los franceses de que la figura de **Richelieu** seguía, en cierto modo, presente.

⁸² “Como fuerza potencial para los cambios, la corona quedó inmovilizada por el peso muerto de los poderosos. Ellos, a su vez, dependían hasta tal punto de la corona para cargos, favores y concesiones que les protegieran de los tiempos económicamente difíciles, que no tuvieron ni el deseo ni la capacidad de emprender nuevos caminos. El resultado fue medio siglo de estancamiento e inercia.” (Elliott, 2002:213).

económico), lo cual acabó alimentando el sentimiento anticastellanista de otros territorios⁸³.

Paradójicamente, Castilla se vio no sólo desplazada de los centros económicos⁸⁴ y culturales por la absorción que de ella hizo el Imperio español, sino que además se vio confrontada a otros territorios por entonces más prósperos, que interpretaron el uso de su legado por parte del nuevo rey como una injerencia en sus usos y un intento de imposición. Como bien resume

Valdeón:

“Mientras Ortega afirmaba que Castilla había deshecho a España, Sánchez-Albornoz opinaba que había sucedido exactamente lo contrario, España había deshecho a Castilla. Pero los dos maestros partían de una misma premisa: “Castilla hizo a España” (...) Al sostener que Castilla hizo a España también puede entenderse que se trata de poner de manifiesto simplemente su protagonismo histórico en el proceso articulador del conjunto de los territorios de Hispania. Ese indiscutible protagonismo, añadimos nosotros, ha tenido su contrapunto en la gestación de la imagen de centralismo agobiante y opresivo sobre el resto de España que con tanta frecuencia se ha lanzado sobre Castilla” **Valdeón** (1995: 278).

Todas esas diferencias se aparcan a principios del XIX, puesto que “pocas veces se ha manifestado en la Historia el sentimiento de exaltación nacional –la afirmación unánime de lo que todo un pueblo siente, en solidaridad cerrada frente a la amenaza exterior – como en la gravísima coyuntura española de 1808” (**Seco Serrano**, 2000:215). La presencia de un enemigo exterior, que más adelante se mencionará en la explicación del tardío despegue del nacionalismo español en relación con otros estados europeos que estaban configurando su Estado-nación,

⁸³ “Tanto hay que lamentar”, escribe **González Antón** (2002:114), “la inveterada tendencia castellanocéntrica de gran parte de la historiografía general española como que otras historiografías particulares, marcadas o no por la pasión nacionalista –la catalana, en particular– hayan desconocido y hasta ocultado de manera consciente el sentimiento natural hispánico de los cronistas e historiadores propios que hacían o recogían opinión, o de los monarcas medievales”.

⁸⁴ Resultan, en este sentido, especialmente esclarecedoras las reflexiones de **Sánchez Albornoz** (1958:245) sobre “las dificultades que el suelo castellano ha opuesto a la industrialización de Castilla”, muy en consonancia con las pronunciadas por **Menéndez Pidal** (1957a:14), parafraseando a **Unamuno** sobre “el espíritu áspero y seco de nuestro pueblo, sin transiciones, sin términos medios, está en conexión íntima con el paisaje y el terruño de la altiplanicie central, duro de líneas, desnudo de árboles, de horizonte ilimitado, de luz cegadora, clima extremado, sin tibiezas dulces.”

despertó ese elemento solidario que **Weber** define indispensable para la exaltación de la nación. Se puede entender la agresión francesa de 1808 como una manifestación de primer orden de la nación española, fundacional incluso si se quiere (**Tusell**, 1999:99), por cuanto los pueblos que convivían en el lado hispano de la península se unieron sin paliativos para expulsar al forastero. “Los españoles en masa”, diría Napoleón años más tarde de su derrota, “se comportaron como un hombre de honor”⁸⁵.

Pero pronto regresó la fractura y el debilitamiento de la idea nacional, fundamentalmente por el enfrentamiento de la periferia contra la idea centralista que volvió a encarnarse, le gustase o no, en Castilla. El conflicto centro-periferia se hizo especialmente patente en el enfrentamiento carlista (**González Antón**, 2002:493), que hundía sus raíces en la llegada al trono de la dinastía borbónica a comienzos del siglo XVIII. Al morir Fernando VII sólo con descendencia femenina, los carlistas reclaman el trono para **Carlos María Isidro**, hermano del rey, y muchos nacionalistas periféricos se ponen de parte de éste en la convicción de que **Isabel**, la hija de **Fernando VII**, no les devolvería los fueros que les había retirado **Felipe V** y que el propio **Fernando VII** se había empeñado en liquidar definitivamente para unificar las costumbres y las leyes en todo el Reino.

Castilla, nuevamente, volvió a encarnar, como decimos, el centralismo que sirvió de base a la que oponerse a muchos nacionalismos periféricos, especialmente tras las repetidas derrotas del carlismo. A este respecto, añade **Gracia Cárcamo** (2009:199), que “no deja de ser significativo que la visión de

⁸⁵ Citado en **Seco Serrano** (2000:216).

Castilla/España como ‘el otro’, por decirlo con una expresión cómoda y menos problemática, se acentuara en sus rasgos negativos en aquellos escritores que más necesidad tenían de negar su “parte castellana” para afirmar su vasquidad”⁸⁶. **Pellistrandi** (2005:70-1) califica de anacronismo esta alergia de la periferia a los supuestos intentos de imponer una historia castellanista para el conjunto del país. Para la defensa de su tesis esgrime que “aunque el desarrollo de los sentimientos regionalistas lleve consigo un proceso de reformulación de la historia de España, estos fenómenos son más bien contemporáneos de los años 1880-1900, es decir, treinta o cuarenta años después de la publicación de las primeras historias nacionales”⁸⁷.

Ese es precisamente uno de los factores que explican el escaso despegue del regionalismo castellano. Más que no haber figuras aglutinadoras de la causa castellana, que las hubo⁸⁸, no hubo personajes que seleccionaran de manera ventajista episodios de la historia (por cuanto las égidas nacionalistas son en buena parte algo inventado con selecciones, cuanto menos discutibles, de la historia⁸⁹) que invitaran a reformular la escritura del pasado⁹⁰ de España en clave

⁸⁶ Se refiere **Gracia Cárcamo** (2009:199-200), entre otros, a autores como **J.J. Landázuri** o **F. A. Aranguren** y **Sobrado**, cuyo desconocimiento del euskera se sublimaba en una negación de la historia castellana o de los vínculos de las tierras vascas con este pasado castellano.

⁸⁷ **Bilbao Henry** (2010:64) sitúa, por ejemplo, el origen del castellanismo en el Pacto Federal Castellano de 1869, “firmado por representantes y delegados de diecisiete provincias, que propugnaba la unificación de las actuales cinco comunidades autónomas de raíz castellana: Cantabria, Castilla y León, Castilla-La Mancha, La Rioja y Madrid, así como de diversas comarcas que no pertenecen a dichas comunidades autónomas pero han pertenecido históricamente a Castilla”.

⁸⁸ **Núñez Seixas** (1993:120) explica, por ejemplo, que sí que hubo algunas voces que reclamaron en este siglo de nacimiento de los nacionalismos un lugar para la reivindicación de la identidad nacional castellanoleonés, sobre todo burgueses dedicados al comercio, desencantados con la escasa defensa que de sus intereses hizo la Restauración. (cf. **Galindo**, 1984; y **Palomares**, 1985).

⁸⁹ En este sentido, resultan especialmente reveladoras las reflexiones de **Menéndez Pidal** (1957a:80-1) sobre los sesgos históricos (esos que dice **Azaña** [2004:218] que “han servido a algunos para hacer sonetos cursis”), algunos devenidos en la omisión directa de fenómenos probados (léase el Compromiso de Caspe) o el empleo de terminologías deliberadamente difusas (“llamar ‘Confederación catalano-aragonesa’ a lo que siempre se llamó simplemente reino de Aragón”), que la historiografía nacionalista catalana realizó para exaltar el hecho diferencial catalán. Como bien resume el propio **Menéndez Pidal**,

de exaltación de la diferencia castellana⁹¹. Si la identidad nacionalista se estaba empezando a forjar en los estertores del siglo XIX, como ya adelantaba **Pellistrandi**, no hubo quien se decidiera a encabezar el espíritu disgregador desde Castilla, o al menos no en la medida que sí se dio en otras regiones españolas.

“dejando cuestiones de nomenclatura, no cabe pensar que la historia de Cataluña viene equivocada y mal hecha desde hace ocho siglos, sino que son los nacionalistas quienes la escriben equivocadamente desde hace cuarenta años; son ellos los que entienden mal a Cataluña, y no **Ramón Berenguer IV** ni los compromisarios de Caspe; son los separatistas los que pugnan con la Historia al querer vivir solos, “¡Nosaltres sols!” cuando Cataluña jamás quiso vivir sola, sino siempre unida en comunidad bilingüe con Aragón o con Castilla”. En una línea similar, y respecto a la cuestión lingüística, escribe **Menéndez Pidal** (1957a:84-5) que “el nacionalista pretende sacudir el peso de la Historia y someter su idioma nativo a una violenta acción descastillanizante, queriendo suprimir el natural y universal fenómeno lingüístico de los préstamos (...) Todo es abultar artificialmente los “hechos diferenciales”, violentar la naturaleza, tomar el idioma como instrumento de odios políticos, cuando lo es de fraternal compenetración, profanar el natural amor a la lengua materna inoculándole el virus de la pasión invidente”.

Otros autores más modernos han incidido en la misma idea con palabras similares. **Laínz** (2004:99), por ejemplo, refiriéndose al caso vasco, escribe que “si de enfrentamientos señoriales como el señalado entre **Tello** y su hermano **Pedro** sacan los nacionalistas de hoy la conclusión de que la España medieval era un mosaico particularmente desarticulado, tendrían que compararlo con, por ejemplo, la Francia de aquellos mismos tiempos, en la que hubo que promover importantes iniciativas para que las permanentes guerras privadas no destruyeran el reino”. Y más allá de retorcer la Historia para, parafraseando a Sherlock Holmes, conseguir que acaben encajando en las teorías nacionalistas, **Laínz** menciona casos que contradicen la tan manida teoría del hecho diferencial, como aquella investigación que determinó que los pobladores pasiegos de Cantabria (un grupo históricamente tendente a la endogamia) estaban genéticamente más próximos de daneses y polacos que de sus convecinos no pasiegos, por no hablar ya del resto de españoles. “¿Habrán de tener derecho a su propio *ámbito pasiego de decisión* y, por lo tanto, a independizarse de España?”, se pregunta **Laínz** (2004:360) con socarronería para acabar corroborando su conclusión de que “el desprecio al conocimiento es esencial para construir una opción política basada en el nacionalismo” (**Laínz**, 2004:97).

⁹⁰ El propio **Carlos Garaikoetxea**, primer lehendakari desde la aprobación del Estatuto de Guernica y posterior fundador de Eusko Alkartasuna, reconocía estas distorsiones en una de las entrevistas que **Francisco J. Satué** (2005:344) incluye en sus *Secretos de la Transición*, que “en muchas ocasiones se han podido hacer interpretaciones más o menos voluntaristas, por emplear un eufemismo, también; pero también es cierto que en teoría, y tirando de ellos, pues sí que había un campo muy amplio, y que quizá, quizá habría servido, y así lo pensamos con sinceridad en su momento, para engarzar en el sistema jurídico-político del Estado, con sus especificidades, fieles por una parte a una tradición histórica, al País Vasco”.

⁹¹ Se hablaba antes de la negación de Caspe y otras distorsiones del nacionalismo catalán, pero el nacionalismo vasco también ha estado plagado de distorsiones. Una de las más palmarias, quizá, fue la afirmación que hizo **Xabier Arzallus**, que defendió en el Congreso de los Diputados que la soberanía originaria de los vascos se remontaba a 1839. **González Antón** (2002:646) considera estas declaraciones como una “tergiversación –ya que no cabe sospechar ignorancia– en la línea de la más rancia ortodoxia aranista. El supuesto autogobierno de las Provincias hasta esa fecha no había sido en ningún caso de ‘los vascos’, sino de las viejas y reducidas oligarquías caciquiles que mantenían a las gentes modestas en un subdesarrollo secular (...) [hay testimonios suficientes] de liberales y progresistas navarros y vascos de que los principios de la Constitución de 1837 (...) suponían ya mayor liberación social y modernización política, frente a los resabios feudales del sistema foral arcaico. Incluso antes, en 1834, el Ayuntamiento de San Sebastián decía refiriéndose a los fueristas: ‘Bien pueden estos encomiar las instituciones en que fundan su poder...; ellas no nos dan más derechos políticos que a los otros españoles; ellas no garantizan la libertad civil, ellas limitaban a una clase privilegiada el gobierno de la provincia.’”.

2.1.7. República y dictadura en el siglo XX

La falta de articulación que se mencionaba anteriormente condenó al movimiento regionalista castellanoleonés a un estado de subdesarrollo⁹² plasmado, por ejemplo, en el hecho de que no se constituyeran partidos regionalistas sólidos a comienzos del siglo XX. Si la fragua de un ideario regionalista o nacionalista en torno a un engranaje político se articula en torno a “un proyecto capaz de ilusionar y unos líderes”, que en Castilla no llegara a producirse “no es por falta de líderes, ni mucho menos por incapacidades (ahí están amplias listas de políticos castellanos con proyección nacional: **Alba, Royo, Silió**, etc.), sino porque faltó ese proyecto político-social” (**Almuiña**, 1991:426).

Beramendi (1984) incluye a la región castellanoleonesa, de hecho, en el grupo de autonomías cuyos escasos vestigios de nacionalismo se limitan a imitar obras, historias y modos de otros consolidados como el catalán o el vasco, como si las tentativas regionalistas no hubieran hecho sino plasmar aquello que **Azaña** (2004:262) tanto temía cuando afirmaba que “lo más absurdo que podría hacerse en Castilla sería oponer a un regionalismo otro regionalismo; a un nacionalismo, otro”⁹³. Otro autor de su tiempo, **Unamuno**, llegó a declarar también que el

⁹² En este sentido, **Gispert y Prats** (1978:123) afirman tajantemente que “no ha existido un movimiento regionalista castellano, leonés, extremeño, murciano o canario. Incluso, sin apurar la expresión, no lo hubo asturiano. Todo se ha reducido hasta hace poco, a personajes aislados, con preocupaciones e iniciativas regionales en el orden cultural, político y económico, hechos relacionados indirectamente con el tema o instituciones locales –a veces con raigambre histórica – cuyo papel ha tenido según cómo un carácter regionalista”

⁹³ “¿Qué tenéis que ver vosotros con los nacionalismos?” le preguntaba **Azaña** (2004:262) a su audiencia vallisoletana durante su discurso “El genio político de Castilla y los destinos de la República”. “Yo soy castellano, pero soy español, o si me lo permitís, no soy más que español, y vosotros estáis obligados a no ser más que españoles, y si no lo entendéis así, yo no intervengo para nada en vuestra política”.

castellanismo no era más que una “pura negativa, o un simple anticatalanismo”⁹⁴, un extremo que admite, aunque con matices, **Orduña** (1986:III-3⁹⁵)⁹⁶.

Almuiña (1991:419) recuerda que al comienzo de la Segunda República hubo una oposición predominante en tierras castellanas hacia la aprobación de los Estatutos autonómicos, en especial el catalán (conviene aquí recordar las palabras de Azaña con las que se vio anteriormente que el presidente de la República trataba de abordar este problema), con figuras destacadas como **Antonio Royo Villanueva** o **Julio Senador Gómez**. Sí que existió, escribe **Almuiña** “en Castilla, en los primeros meses de la República, una corriente federalista-nacionalista, con no demasiado eco”⁹⁷, ciertamente, que pretende resucitar la ‘nación castellana’, recogiendo la herencia decimonónica”⁹⁸. Pero hay que tener en cuenta el carácter de las personalidades a las que nos referíamos anteriormente. A **Senador Gómez** uno de los mayores estudiosos de su obra, **Andrés de Blas Guerrero** (2009:297), lo califica como un intelectual “que tiene una pésima impresión de la condición humana. Y tiene el relativo buen gusto de no exceptuar a sus paisanos del juicio general que le merecen los hombres de su tiempo. Sus complejas relaciones de amor y odio hacia Castilla le permitirán, sin menoscabo de ocasionales y poco justificadas alabanzas a la inteligencia de las

⁹⁴ Citado en **Orduña**, (1986:114). **Almuiña** (1991:418), parafraseando el artículo de **Robledo** “L’actitud castellana enfront del Catalanisme”, se hace eco también de tal teoría.

⁹⁵ “Ya hemos visto que las reacciones opuestas a la actitud de **Macià** y los catalanistas, durante los primeros días republicanos, no se hicieron esperar en Castilla y León, dando lugar a una campaña que serviría de catalizador para dar paso a múltiples manifestaciones afirmadoras de la conciencia regional castellana y a la demanda de autonomía también para Castilla” (**Orduña**, 1986:207).

⁹⁶ **Tusell** (1999:117) habla de una herencia de confrontación que hunde sus raíces en 1898: “En ese momento los nacionalismos de creación romántica preexistentes –el español y los periféricos – se reafirmaron y se convirtieron en excluyentes, los unos con respecto a los otros, engendrando reacciones antitéticas en sus competidores”.

⁹⁷ Por aquello que comentábamos de la ausencia de líderes aglutinadores como sí lo fue **Royo** en la defensa visceral de la unidad española frente al auge de los estatutos.

⁹⁸ Esa que hacía alusión a una serie de particularidades económicas e intelectuales (con especial inciso en los juegos florales y los Ateneos) y que recoge **Orduña** en su obra *El regionalismo en Castilla y León*.

gentes de Castilla, presentar un cuadro desolador del paisaje y paisanaje castellanos, un paisanaje, sospecha en algún momento bajo la influencia de su admirado Pompeyo Gener, acaso definitivamente embotado por la ausencia de argón en el aire de la meseta o por la pobreza en fosfatos del suelo castellano”. Y sobre **Royo Villanueva, Tusell** (1999:145) escribe que “logró toda su fortuna política, que le hizo figurar a la cabeza de la candidatura de derechas de Madrid en 1936, a base de la beligerancia anticatalanista”. No parece, pues, que de estos líderes del regionalismo castellano surgieran potentes loas que exaltaran, para bien, lo distintivo de Castilla; y mucho menos que encerrasen un potencial diferenciador o incluso disgregador.

En el fondo parece haber cierto consenso (con excepciones como la de **Orduña**, que más que negarlo, lo matiza) en torno a la idea de que todas estas iniciativas regionalistas castellanas no son sino una réplica⁹⁹ “maciana” a lo castellano¹⁰⁰. Incluso antes, durante la dictadura de Primo de Rivera, se lanza la idea de una Unión Patriótica Castellana de la mano de **Ángel Herrera**, que servirá de base para la futura CEDA (**Almuiña**, 1991:421). Pero **Linz** (1973:33) aconseja, además, ponderar todos los regionalismos (él no habla del castellano) de la época republicana en su justa medida. El historiador español recuerda que, pese a que “el Estado ha estado y está expuesto a crisis graves”, la Historia demuestra que la ruptura total nunca ha sido una opción ni siquiera remota, “incluso en periodos de Guerra Civil como el que se produjo entre 1936 y 1939, ya

⁹⁹ **Almuiña** (1991:421) lo etiqueta, precisamente, como un nacionalismo “mimético y defensivo” páginas después.

¹⁰⁰ Viene a decir, pues, en el fondo **Almuiña** lo mismo que **Beramendi**: que los defensores de la nación castellana, por ser esta una idea tan contra-natura, más que apoyarse en un entramado de ideas propias reaccionaban contra lo que veían como una agresión rupturista reafirmandose (y copiando al mismo tiempo) ante aquellos mismos que criticaban.

que el conflicto se centró más en el control del estado más que en su propia existencia”.

Después de las tensiones vividas durante la época republicana, con posturas como la de **Azaña** más próximas al entendimiento a partir del reconocimiento de las particularidades y otras más temerosas de los dislates nacionalistas¹⁰¹, como la de **Royo**, el Franquismo (**Gibson**, 1993) apartó la problemática regionalista¹⁰². Eso no quiere decir que no se debatiera sobre la importancia de Castilla en la forja de España; todo lo contrario: desde las más altas esferas del poder franquista se recuperaron las figuras de los Reyes Católicos como impulsores del país. Pero también hubo incluso quien, como **Florentino Pérez-Embid**¹⁰³ supo distanciarse de la fanfarria del régimen para dar “otra descripción de la identidad nacional en la que, desde la periferia y con intención integradora, el protagonismo de Castilla en la forja de lo español quedase más nítida y verazmente perfilado” (**Cuenca**, 2001:43). Pero, en líneas generales, parece aceptado que el franquismo “dio argumentos indeseables a los nacionalismos interiores y dejó una herencia de confusión no menos indeseable a todos los españoles” (**González Antón**, 2002:614)¹⁰⁴.

¹⁰¹ En este sentido, escribe **Linz** (1973:71) que “si **Azaña** hubiera contribuido sólo a poner sobre el tapete la cuestión catalana podría haber recibido un apoyo más fuerte, pero sus políticas antimilitaristas y, sobre todo, anticlericales suscitaron una profunda oposición que la derecha expandió de manera inevitable a la cuestión catalana”.

¹⁰² “Durante el franquismo se reprimieron los movimientos regionalistas”, escribe **Soto** (1998:61), “siendo el nacionalismo español uno de los argumentos centrales de la dictadura para justificar su existencia”.

¹⁰³ Siempre dentro del régimen; no en vano, como bien dice **Santos Juliá** (2009:63), **Pérez-Embid** no dejaba de ser un personaje del régimen sin especial apego por la democracia.

¹⁰⁴ En una línea similar, **Tusell** (1999:139) afirma que el régimen franquista favoreció la radicalización de un nacionalismo ya claramente esbozado.

Linz (1973:103) señala que, pese a que pueda parecer que el experimento franquista tuvo éxito a la hora de controlar la fuerza centrífuga de la periferia del Estado español y unirla en un país que al cabo de un tiempo experimentó un desarrollo económico, “hay demasiadas señales de que demasiados de los problemas del pasado, especialmente el relativo a integrar a la periferia, continúan sin resolverse”. En una línea similar, y refiriéndose al caso franquista, **Sánchez Prieto** (2001:153) recuerda que “una dictadura congela los problemas, pero no los soluciona”. Algunos van más allá y afirman que “la identidad unicultural impuesta por el régimen militar erosionó profundamente la legitimidad del nacionalismo español” (**Balfour y Quiroga**, 2007:11).

En 1971 se crea la Mancomunidad de Castilla a propuesta de once diputaciones: León, Zamora, Salamanca, Santander, Burgos, Logroño, Soria, Segovia, Ávila, Valladolid y Palencia. Sin embargo, el propósito era más bien “afianzar la política regional ante problemas específicos y comunes. Era una Mancomunidad de necesidades y no de planteamientos contrarios al centralismo político” (**Fernández**, 2008:133).

“España es hoy”, escribía **Linz** en la antesala de la nueva era democrática (1973:99), “el Estado para todos los españoles, un estado-nación para una gran parte de la población, y sólo un estado pero no una nación para importantes minorías”¹⁰⁵.

¹⁰⁵ Aquí es importante tener en cuenta las diferenciaciones entre Estado y nación que se pueden estudiar, por ejemplo, en la obra de **Weber**. Básicamente, la principal diferencia que existe entre los dos es que el primero es una “organización política obligatoria” cuyo “personal administrativo ostenta con éxito el monopolio del legítimo uso de la fuerza a la hora de poner en marcha su legislación” (**Weber**, 1968a:358), una unidad civil soberana, en suma, cuyos orígenes se remontan al Renacimiento (**Heller**, 1947); mientras que el segundo se sitúa, según el propio **Linz** (1993b:359) “en la esfera de los valores”,

2.1.8. De la transición a hoy

Con la muerte del dictador y el advenimiento del sistema democrático impulsado por la Transición, “los resurgentes nacionalismos” (Julia, 2009:288) empiezan a hacerse notar, con manifestaciones especialmente multitudinarias en Cataluña (Julia, 2009:297) y País Vasco (Soto, 1998:62). El Estado comienza a virar entonces a los postulados posibilistas de Azaña¹⁰⁶, que acaban fraguándose principalmente a través del sistema electoral de proporcionalidad corregida (la Ley D’Hondt) y de la implantación de un poder descentralizado administrativa y legislativamente “desconocido hasta ese momento en España” (Soto, 2008:64). Esto era así “hasta el punto de que las comunidades autónomas del País Vasco, Cataluña y Galicia –las que tenían “hechos diferenciales” con respecto a las

por cuanto hace factible “esperar de ciertos grupos un sentimiento específico de solidaridad frente a otros grupos”, como afirma Weber (1968b:921).

“El problema nace”, apunta Pérez Vejo (2001:59) de que el concepto de nación “está lastrado por un prejuicio ideológico, achacable en parte a la propia ideología nacionalista, pero no sólo, que consiste en atribuir a las categorías sociales un carácter natural y ahistórico. Frente a esto, es preciso reivindicar el carácter histórico y circunstancial”. En una línea similar, Tusell (1999:23) escribe que “la idea de Nación retorna porque se transfigura y, hasta cierto punto, significa cosas distintas en tiempos sucesivos”.

¹⁰⁶ A quien no se podrá acusar de falta de agallas políticas. En sus discursos como presidente de la República hacía gala de su apuesta por el entendimiento mutuo entre los distintos pueblos del país. A los catalanes les trataba de sacudir los prejuicios centralistas que vertían sistemáticamente hacia Castilla y en Castilla, como ya vimos antes, trataba de ahuyentar los temores hacia el autonomismo. Este es un extracto, por ejemplo, de su discurso “El genio político de Castilla y los destinos de la República”, pronunciado en Valladolid el 14 de noviembre de 1932: “Lo que yo sostengo es que oponiéndose a una política de autonomías en España en nombre de ese pretendido espíritu castellano, lo que se hace es calumniar a Castilla y dar la razón a los que han atacado el centralismo español atribuyendo preponderancias injustas a la propia Castilla” (Azaña, 2004:259).

Aquel discurso se complementaba extraordinariamente con el españolismo catalanista de Francisco Cambó, que llegó a afirmar en las Cortes republicanas de 1934: “Lo que nosotros queremos en definitiva es que todo español se acostumbre a dejar de considerar lo catalán como hostil; que lo considere como auténticamente español; que ya de una vez para siempre se sepa y se acepte que la manera que tenemos nosotros de ser españoles es conservándonos catalanes; que no nos desespañolizamos ni un ápice manteniéndonos muy catalanes; que la garantía de ser nosotros muy españoles consiste en ser muy catalanes. Y por lo tanto debe acostumbrarse la gente a considerar ese fenómeno del catalanismo no como un fenómeno antiespañol, sino como un fenómeno españolísimo” (citado en Seco Serrano, 2000:234-5). Macià y otras figuras más incendiarias del panorama catalanista, obviamente, no pensaban lo mismo. Y todo ello hace recordar las conclusiones finales de Martínez Herrera (2002:447), para quien “habida cuenta de que es posible tener varias identidades, la creciente identificación con las nacionalidades no tiene por qué implicar una pérdida de identificación con la comunidad política total en términos absolutos”.

demás, como una lengua vernácula propia¹⁰⁷ además del español- adquirirían tal nivel de autogobierno que la Constitución preveía que pudieran llegar a tener, conforme avanzaran los años y el sistema se consolidara, sistema fiscal propio y policía propia.

El motivo de tales concesiones fue, probablemente, dar satisfacción a los territorios de España perjudicados por el régimen anterior -en realidad, no más que otros que no tenían nacionalismo- y demostrar la verdadera vocación democrática tanto del legislador como de la sociedad española, que querían hacer ver que en España la democracia admitía no sólo la crítica sino la diatriba y la acción demoledora, más próxima a una modalidad más procedimental -como Estados Unidos- que militante -como Alemania o Francia-.” (Rivas, 2012:172).

En 1976 nacen en suelo castellanoleonés dos iniciativas de corte regionalista, el Instituto Regional Castellano-Leonés, cuyo objetivo era “erradicar el abandono y el subdesarrollo regional” y la Alianza Regional de Castilla-León, con “un carácter más institucional, buscando una ‘conciencia regional’”. Pese a

¹⁰⁷ En este sentido es interesante la reflexión que hace **Linz** (1985) sobre el primordialismo, es decir, aquellos hechos diferenciales que pueden reivindicar la nación en el sentido weberiano de solidaridad con respecto a otros grupos que no los poseen. En un artículo posterior a su célebre “From primordialism to nationalism”, **Linz** (1993b:363) defiende que “la identidad primordial basada en el lenguaje y en la ascendencia puede ser fuerte, pero no genera una identidad nacional exclusiva y, mucho menos, una demanda de construcción de un Estado-nación. Parece más bien como si los nacionalistas extremistas (se refiere el autor en este párrafo al País Vasco español y francés) hubieran intentado abandonar los hitos primordiales como base de la identidad nacional para reclamar una base más territorial, que incluiría también a aquellos que no comparten esas características primordiales”. Este giro del primordialismo al territorialismo les sirve a los nacionalistas, además para solventar otro problema: el de aquellos que, pese a compartir los rasgos identitarios primordiales, no se sienten nacionalistas. **Pérez Vejo** (2001:45) ya había señalado a estos últimos como contradicción esencial del nacionalismo de corte primordialista: “El problema es que esta acumulación cuantitativa (de rasgos diferenciales) no supone, en la práctica, un índice de nacionalidad creciente. Grupos humanos que aúnan todos o la mayoría de los criterios que permitirían definirlos como una nación carecen por completo de cualquier conciencia nacional, y viceversa, grupos que no poseen la mayoría o incluso ninguno de los mismos tienen una alta conciencia regional”, lo que explicaría el giro que, según **Linz**, están adoptando los nacionalismos desde su primordialismo fundacional a un territorialismo más objetivable (y también más contradictorio con el elemento sentimental [**Tusell**, 1999:90] que parecía estar en el corazón de la exaltación nacional). Estos temas también han sido debatidos más recientemente por **Rivero** (2011).

todo, no había afán disgregador, pues la cabeza visible de Alianza Regional, **Dionisio Llamazares**, “reconocía que esta región siempre había creído en la unicidad de España” (**Fernández**, 2008:133).

La consecuencia inmediata del reconocimiento, estatutos mediante, de los hechos diferenciales de ciertas regiones fue que en el resto se dispararon las demandas autonomistas, en una mimesis muy similar a la que ya se había comentado para otros procesos históricos anteriores. “Las demás regiones españolas no quisieron verse relegadas”¹⁰⁸, escribe **Gibson** (1993:20-1), así que se acogieron “al derecho constitucional de formar, también ellas, comunidades autónomas. Finalmente, tras un intenso tira y afloja, el país plasmó su actual configuración, de tal manera que España se ha convertido en una nación casi federal, dividida en diecisiete comunidades autónomas, cada una de ellas con su propio Parlamento”. La “revolución territorial” (**Blanco Valdés**, 2005:215), se convirtió en “la dinámica general de la transición” (**Esteban de Vega**, 2009:329), algo que se popularizó mediante la expresión, más informal, de *café para todos*¹⁰⁹.

Escribe **Linz** (2008:274) que el intento por paliar la asimetría¹¹⁰ se plasmó en el esfuerzo de la UCD “por difuminar el tema regional en Cataluña y en el País Vasco”, para lo cual “adoptó la dinámica de estimular las aspiraciones de autonomía en las regiones que tradicionalmente no habían planteado tales

¹⁰⁸ **Juliá** (2009:208) señala, en este sentido, que fue la restauración de la Generalitat y del Consejo Vasco lo que “despertó en otras regiones movimientos a favor de la autonomía que el Gobierno intentó canalizar procediendo a la constitución de órganos preautonómicos”.

¹⁰⁹ Sin embargo, aquello, lejos de generar un consenso, también suscitó suspicacias sobre la pertinencia del modelo implantado; algunas de las cuales llegan hasta nuestros días. Autores como **Fernández** (2008:127), por ejemplo, califican de “paso político atrevido el de UCD al generalizar el proceso autonómico al conjunto de España”.

¹¹⁰ **Tusell** (1999:248), que en líneas generales puede ser entendido como un defensor de la vía asimétrica, reconoce que “gran parte de los conflictos nacionales se basan en el deseo de reconocimiento de la diferencia”.

demandas”¹¹¹. El intento, en el fondo, bien podía ser lograr incrementar los niveles de identificación de estas regiones con España como resultado del descarte de las políticas de represión y la apuesta por un reconocimiento institucional de las regiones (**Martínez Herrera**, 2002:431). Sin embargo, hoy no resulta descabellado afirmar que “tal estructura federal, lejos de haber sido capaz de acallar la preexistente reivindicación identitaria, la ha impulsado, dándole un vuelo y unas pretensiones que sencillamente no tenía cuando el proceso descentralizador se inició hace dos décadas y media”.

La transformación que sufre España a partir de 1975 es tal que el país aparece, en ocasiones, “más como una entidad política multinacional que como un verdadero Estado nacional” (**Fusi**, 2001:93). Y, del mismo modo, el empeño por integrar a los nacionalismos indujo, en parte, al olvido de la nación española¹¹², como empezaron a advertir personalidades de la talla de **Julían Marías**, discípulo de **Ortega** (**Sánchez Prieto**, 2001:158), quien, como **Blanco Valdés** (2005:59) observó con preocupación que, bajo la eufemística y simpática fórmula dialéctica del *café para todos* se gestaba un proyecto desigual y asimétrico¹¹³.

¹¹¹ **Linz** (2008:275) concluye, en este sentido, su artículo “De la crisis de un estado unitario al Estado de las autonomías” que esta fórmula era un campo abonado para “ineficiencias, estancamientos y duplicaciones de costes”, un entorno en el que “la sensibilidad política de los gobiernos regionales recién establecidos en las zonas de nacionalidades ocasionará conflictos que sólo serán susceptibles de resolución por el Tribunal Constitucional, con el retraso subsiguiente”. Visto desde la distancia, la previsión ha resultado de una audacia impresionante, teniendo en cuenta que **Linz** publicó ese artículo en 1985.

¹¹² Parafraseando a **Botti** (1993:317-23) escriben los historiadores **Balfour** y **Quiroga** (2007:40), en una línea muy parecida, que “durante la transición a la democracia se dio una especie de parálisis lingüística, una inhibición colectiva en virtud de la cual los términos ‘España’ y ‘nación española’ rara vez eran empleados por políticos, medios de comunicación o académicos. En su lugar se empleaban eufemismos tales como ‘este país’ para hacer referencia a España”.

¹¹³ “La aprobación de los denominados *Acuerdos Autonómicos firmados por el Gobierno de la Nación y el Partido Socialista Obrero Español el 31 de julio de 1981*, abrieron la puerta al *café –descafeinado*, es

Hubo, además, altas cotas de indefinición que fueron resolviéndose sobre la marcha, pese a lo cual estudiosos del proceso como **Soto** (1998:21) se resisten a emplear la palabra “improvisación”¹¹⁴. Sea como fuere, lo cierto es que no existió, por ejemplo, “un plan de organización final del Estado”, por lo que “se produjeron notables vacilaciones a la hora de definir los límites territoriales de algunas de estas autonomías”. Por ejemplo, hubo fricciones entre Navarra y País Vasco porque la segunda quería que la primera le fuese reconocida como provincia propia, a lo que los navarros se negaron acogiendo a la condición de Comunidad Foral (si bien no se descartaba su futura incorporación a la comunidad vasca). Lo referente a Castilla también planteó bastantes problemas en la delimitación. Por un lado, hubo que decidir si Madrid se integraba o no en Castilla-La Mancha (finalmente se resolvió crear dos comunidades). Se debatió también con viveza el estatus de Cantabria y La Rioja (que finalmente se erigieron en comunidades uniprovinciales, como Madrid), por su pertenencia histórica a Castilla la Vieja.

Y hubo verdaderas fricciones, como sucedió entre País Vasco y Navarra, con las provincias de Segovia y León, que no querían ser asumidas por la Comunidad de Castilla y León. El caso de la segunda fue especialmente notable. Durante los meses posteriores a la muerte del dictador, las autoridades leonesas mantuvieron contactos tanto con representantes de las organizaciones

verdad, (...) – para todos los territorios a los que de forma tan impolítica había pretendido recortárseles, hasta su propia negación, el derecho a la autonomía constitucionalmente proclamado. Unos territorios que, sólo por eso, pudieran quizá denominarse –no, claro está, sin ironía – *los 13 del patíbulo*” (**Blanco Valdés**, 2005:62).

¹¹⁴ Pese a que, páginas después, el mismo autor llega a escribir que el proyecto político reformista (que fue el que acabó imponiéndose de la mano de **Suárez**, “fue constituyéndose de forma lenta y su puesta en práctica tuvo un alto nivel de improvisación” (**Soto**, 1998:30).

castellanas que se mencionaban anteriormente (Alianza Regional y el Instituto Regional) como con instituciones asturianas. Se entendía que León bebía de ambas tradiciones. No en vano se apoyaban, además de en su relación histórica, irrefutable, con Castilla, en “el proyecto de división territorial del país realizado por el antiguo Ministerio de Planificación y Desarrollo, en el que las provincias de León y Asturias pasaban a considerarse como región *astur-leonesa*” sobre una “idea de complementariedad (climática, geográfica, económica...” entre las dos regiones. De hecho se manejó la idea de construir una Mancomunidad fuerte entre las tres (Castilla, León y Asturias) “solicitando conciertos económicos y descentralización administrativa *‘al estilo de Cataluña’*, un referente de buena gestión”¹¹⁵ (Fernández, 2008:133-4). Una encuesta realizada por el Diario de León a 422 leoneses en 1977 revelaba que no existía precisamente consenso en torno a la configuración territorial que se debía adoptar y, además, no era mayoritaria la fórmula que acabó sellándose. Las cuatro opciones más votadas fueron, por este orden: Una única provincia de León¹¹⁶ (36,3%), una comunidad compuesta por León, Zamora y Salamanca¹¹⁷ (29,4%), una comunidad compuesta por León y Asturias¹¹⁸ (12,3%) y, finalmente, una comunidad compuesta por León y Castilla¹¹⁹

¹¹⁵ Enlaza Fernández (2008:134) esta idea con otra que ha estado en la raíz misma de esta tesis: “Sin duda, se dejaba sentir por estas latitudes la punzada del olvido secular con respecto a otras regiones más prósperas”.

¹¹⁶ Fernández (2008:135), que maneja la citada encuesta en su estudio sobre la Transición en León, explica que, por comarcas, la opción de crear una única provincia leonesa con León en solitario “era la opción más deseada en la Montaña, Páramo, Bierzo y Cabrera” y sus simpatizantes eran en su mayoría votantes de UCD, PSOE y PCE.

¹¹⁷ “La elección de León Zamora y Salamanca resultaba más deseable en el alfoz de León, Maragatería y Tierra de Campos. Gustó más en León y Ponferrada y menos en pueblos inferiores a 7.000 habitantes”. El electorado partidario de esta opción era mayoritariamente de UCD (Fernández, 2008:135).

¹¹⁸ “León con Asturias fue respaldado en la capital y, sobre todo, la Montaña”, además de “en Ponferrada, León y pueblos de más de 7.000 habitantes. Su definición se correspondía con el electorado de PSOE y PCE” (Fernández, 2008:135)

¹¹⁹ “La unión de León con Castilla resultaba apoyada por Maragatería y Tierra de Campos, pero casi nada por la Montaña y la capital. De El Bierzo recibía un apoyo normal y en el Páramo se mostraron en contra” (Fernández, 2008:135).

(11,1%)¹²⁰. No deja de ser curioso que, además de no ser Castilla y León para los leoneses entrevistados por el Diario de León en 1977 más que la cuarta opción más apetecible cuando la pregunta se formulaba de manera positiva (¿Qué fórmula le gustaría más?), era la menos deseada cuando se enunciaba de manera negativa (¿Qué fórmula le gustaría menos?): León y Castilla era elegida como la comunidad menos apetecible por el 26,1% de leoneses, seguida de León y Galicia (21,6%) y León y Asturias (12,1%). Las fórmulas de León como provincia única y de la comunidad de León, Zamora y Salamanca despertaban menos recelos, con porcentajes de rechazo de en torno al 5%. Sobre la primera opción, **Linz** (2008:204) considera que “un renacimiento del viejo reino de León no resultaba atractivo debido a la falta de buenas comunicaciones y de un centro hegemónico, así como a su relativamente pequeña población”.

Paradójicamente, y pese a que la mayoría de los leoneses no la consideraba apetecible, sí eran mayoría los que la veían como la opción más posible (35,3%), lo cual redundaba en el sentimiento de imposición que pudo anidar entre estas gentes. Tal vez por eso el 15 de marzo de 1978 se celebró una manifestación multitudinaria (4.000 personas según fuentes oficiales, 20.000 según los participantes) en contra de la inminente unión de León con Castilla en la nueva autonomía. Finalmente, en junio de 1978 se le concedió la preautonomía a una Castilla y León formada por Ávila, Burgos, León, Logroño, Palencia, Salamanca, Santander, Segovia, Soria, Valladolid y Zamora. “Las grandes perdedoras eran Logroño, Santander y León, que pretendían una preautonomía unilateral cada

¹²⁰ Otras opciones que se planteaban eran: una comunidad compuesta por León y Galicia (2,8%) o directamente no tener autonomía (0%).

una”¹²¹, comenta **Fernández** (2008:137), quien se pregunta también si no fue suficiente el porcentaje de leoneses que se inclinaban por la tesis uniprovincial para responderse inmediatamente después que “más bien se trató de un pacto político de alturas, de una conveniencia territorial global” (**Fernández**, 2008:141). Meses después, el Tribunal Supremo y el Constitucional emitió sendas sentencias favorables a la incorporación de Segovia y León a la comunidad autónoma de Castilla y León (**Soto**, 1998:100), culminando un proceso que, según **Linz** (2008:204), “la unidad histórica de Castilla, que durante siglos no ha encontrado expresión política, se rompiera”.

Al hilo de las tensiones anteriores, **Juliá** (2009:298) señala que “la forma puramente pragmática de atender las demandas autonómicas de todas las regiones dejó pendiente para después de la Constitución un cúmulo de problemas que acabarían por empañar el éxito obtenido por el Gobierno en sus tratos con los nacionalismos históricos”. En el fondo, esa pátina de improvisación (o de precipitación, según **Fernández**¹²²), en el caso del autonomismo, venía de las propias diferencias entre los distintos partidos que estaban cocinando el asunto. Como escribe **Soto** (1998:60), “mientras que AP proponía una simple descentralización administrativa, EE y ERC exigían el derecho de autodeterminación, al igual que el PSOE (...) El PCE recogía (...) una posición cercana a la de los nacionalistas catalanes y apoyaba ‘el inalienable derecho de los pueblos a decidir libremente sus destinos’. Por último, UCD mantenía una posición confusa (...) acabando por aceptar las propuestas de **Manuel Clavero**,

¹²¹ Curiosamente, fue sólo esta última, León, la única de las tres con aspiraciones uniprovinciales que se quedaría sin su propia autonomía, pues Santander y Logroño las acabaron consumando

¹²² “Otra cosa fue la precipitación con que se llevó el proceso de reajuste, del centralismo franquista a la autonomía para todos” (**Fernández**, 2008:128).

que generalizaba el sistema autonómico”¹²³. Pero si algo tenía claro Adolfo Suárez, que asumió el liderazgo político del proceso de transición, era que había que resistir las presiones estatutarias que llegaban, fundamentalmente, desde Cataluña, hasta que se celebraran las primeras elecciones (**Linz**, 1993a:157)¹²⁴. Tal vez por ello el propio **Linz** (1993a:161) sigue defendiendo que, pese a los momentos difíciles y los “fallos ocasionales” del proceso de configuración autonómica, Suárez obtuvo “un éxito inesperado en las condiciones más difíciles”.

En 1978 se aprueba la Constitución Española, con el autonomismo como uno de sus tres pilares fundamentales, junto a la implantación de un Estado social y democrático de derecho y la Monarquía parlamentaria. El consenso en torno al Estado de las Autonomías fue total entre todos los partidos políticos a excepción de los nacionalistas vascos, que consideraron insuficiente el tratamiento de los Derechos Históricos en la Disposición Adicional Primera (**Soto**, 1998:79)¹²⁵, que, entre otras cosas, no recogía la denominación de nación para las tierras catalanas y vascas. Este fue también uno de los caballos de batalla de la modificación del Estatuto de Autonomía catalán en 2006, que en su preámbulo manifestaba que Cataluña era una nación. El Tribunal Constitucional, ante el recurso presentado por diputados del Partido Popular, mantuvo la definición de Cataluña como nación pero constata su ineficacia jurídica y

¹²³ Esta amplitud de posicionamientos también aparece mencionada en la obra de **Fernández** (2008:127), quien señala que, si bien **Suárez** se oponía “al tratamiento diferencial de los hechos diferenciales”, o al menos así lo ha hecho constar **Herrero de Miñón**, “liberales y democristianos profesaban un vago federalismo”; mientras que los “socialdemócratas y figuras precedentes del franquismo eran centralistas”.

¹²⁴ **Linz** (1993a:158 y 160) fundamenta esta convicción de Suárez en la importancia de no presentar la transición como un proceso rupturista para tratar de soliviantar lo menos posible a los grupos afectados.

¹²⁵ A esto precisamente se refiere **Linz** (2008:163) cuando habla de la “persistente ambivalencia en la actitud de aquellos nacionalistas que aceptan la autonomía otorgada por la Constitución pero rechazan la Constitución en que aquella se fundamenta”. Y no es que él mismo pretenda ser ambiguo: para zanjar cualquier confusión con respecto de a quiénes está señalando, en la frase siguiente, **Linz** afirma claramente que se está refiriendo a “la posición del PNV”.

recuerda que el término tiene el significado que el artículo 2 de la Constitución recoge para *nacionalidad*, por lo que no se puede cuestionar la “indisoluble unidad de la Nación española, patria común e indivisible de los españoles”¹²⁶. En realidad la ambigüedad venía de base, ya que la propia Constitución engendró un mejunje terminológico: por un lado reconocía la antedicha “indisoluble unidad de la Nación española” pero después estipulaba el derecho a la autonomía de las “nacionalidades y regiones que la integran”. El término, como bien resume **Martínez Herrera** (2002:432) no ha sido “abrazado por la mayoría de actores centrales. Incluso quienes alaban el ‘Estado de las Autonomías’ como un gran logro (p.ej. el Rey) tienen grandes dificultades a la hora de hablar de ‘multilingüismo’ y, más concretamente, de ‘nacionalidades’ (ver **Vallés**, 1992; **Maddens y Van den Berghe**, 2001)”.

Blanco Valdés (2005:45) habla de “redacción sintácticamente atormentada” del precepto de la Constitución “que se fundamenta en la insoluble unidad de la Nación española, patria común e indivisible de todos los españoles, y reconoce y garantiza el derecho a la autonomía de las nacionalidades y regiones que la integran y la solidaridad entre todas ellas”. **Balfour y Quiroga** (2007:91), de modo quizá más condescendiente, califican de “proeza de ingeniería semántica y consenso político” la Constitución de 1978, que “llevó a la difusión de la idea de que los diferentes mitos e imaginarios del nacionalismo español y de los nacionalismos subestatales podrían llegar a coexistir”. Más adelante no son tan benévolos: “Y es que bajo la retórica de la corrección constitucional

¹²⁶ Declaración de la que **Tusell** (2009:169) afirma que “viene a ser una especie de exorcismo, porque no contiene ni mandato ni prohibición algunos”.

descansan muy distintas concepciones de nación e identidad, basadas en lecturas dispares del pasado. La Constitución es lo suficientemente amplia o ambigua en sus definiciones como para permitir que algunos de esos significados contradictorios coexistan o cuanto menos se dejen entrever en el texto” (**Balfour y Quiroga**, 2007:92).

Sea como fuere, los autores coinciden en señalar que “la palabra clave aquí es ‘nacionalidades’ (**Tusell**, 1999:170), una de las fórmulas controvertidas del texto constitucional” (**Balfour y Quiroga**, 2007:100). En la Unión Soviética estalinista el término se utilizaba de manera indistinta con el de nación (**Brubaker**, 1996), y de hecho **Peces Barba**, uno de los padres de la Constitución, escribió el 17 de junio de 2005 en El País que “nacionalidad no es algo distinto a nación”.

Así pues, aquel vocablo deliberadamente ambiguo “se convirtió en un versátil instrumento semántico susceptible de ser utilizado en las negociaciones como baza favorable a uno u otro partido político” (**Balfour y Quiroga**, 2007:101). **Camilo José Cela**, que calificó la distinción entre nacionalidades y regiones como “tempestades en vasos de agua” o **Julián Marías**¹²⁷, que advirtió de las “suspicias y desconfianzas” que podía generar la ambivalencia terminológica fueron algunas de las personalidades de la cultura de la época que se unieron a la polémica.

El resultado, con el paso del tiempo, es que, como observa **Martínez Herrera**:

¹²⁷ Sobre la palabra “nacionalidades”, **Marías** anticipó que sería un “semillero de graves problemas” **Tusell** (1999:171).

“Pese a que los ayuntamientos, las comunidades autónomas y el gobierno central conforman en su conjunto el Estado, la percepción de los ciudadanos puede tender a separar cosas atribuibles a entidades anidadas de aquellas de las cuales las primeras son un elemento constituyente (ver **Lawler**, 1992). Esta predisposición puede verse reforzada por el lenguaje de los medios de comunicación y de los líderes políticos, que parecen banalizar el término ‘Estado’ hasta confinarlo en una categoría residual. Además, tanto los nacionalistas jacobinos españoles (**Moreno Fernández**, 1997:109) como los nacionalistas periféricos están de acuerdo en una cosa, aunque por motivos enfrentados: que la comunidad política española *está* representada por la administración central. Mientras que la descentralización no puede existir sin una organización política superior y la descentralización es una característica básica del Estado español, puede darse que la gente sea tan miope como para no percatarse de que es el sistema entero el que, de facto, permite la existencia tanto del gobierno central como de los regionales” (**Martínez Herrera**, 2002:431).

Es cierto, como afirma **Blanco Valdés** (2005:45) que “la autonomía existe como *derecho* porque se proclama la unidad como *principio* fundador de la estructura del Estado”; esto es, que la autonomía, como se había sugerido anteriormente, era un modo de reconocer lo que en el pasado fueron regímenes especiales como los fueros, todo ello tapado bajo la forma de un derecho aplicable a todas las regiones de España, pero sobre el precepto fundamental de la indivisibilidad del país. Pero la sensación que quedó con la aprobación del texto constitucional fue que la Carta Magna “no fue ni mucho menos clara ni dio la sensación de quedar cerrada en lo que atañe a la organización territorial del Estado” (**Tusell**, 1999:166).

La generalización del sistema autonómico se desarrolló por completo, pues, entre 1981 y 1983 (**Tusell**, 1999:179). El 25 de febrero de 1983 quedaron constituidas las diecisiete comunidades autónomas que perduran en la actualidad, culminando un proceso de regionalización que, como bien recuerda **Linz** (2008:206), “sólo refleja en parte las identidades históricas”. Cinco comunidades (País Vasco, Cataluña, Galicia, Andalucía y Valencia) son consideradas hoy como “nacionalidades”, una como comunidad foral (Navarra) y

el resto, como regiones. La constitución establece autonomías *limitadas*¹²⁸ (regiones), y autonomías *plenas* (nacionalidades), aunque, como señala **Díaz Gijón** se “contempla la posibilidad de que las autonomías *limitadas* puedan acceder, con el tiempo, al nivel competencial de las autonomías *plenas*”¹²⁹ (**Soto**, 1998:100).

Linz (1993a:163) entiende que había “buenas razones” para establecer diferenciaciones entre los distintos tipos de autonomías, pero admite que el reconocimiento de los nacionalismos vascos y catalanes y la transferencia de competencias políticas, económicas y administrativas generó “un sentimiento de cierta privación en otras regiones” y la consabida “demanda de un tratamiento equiparable”¹³⁰. Según **Linz** aquí se gestó, además, gran parte de los motivos que precipitaron la caída de Suárez, puesto que, pese a que el político abulense demostró una comprensión considerable de la problemática, sus concesiones a las sensibilidades regionalistas acabaron traducándose en respeto entre el nacionalismo periférico pero no en votos a nivel nacional¹³¹.

Las comunidades se rigen desde aquel momento por su Estatuto de Autonomía, normas “que comparten una doble naturaleza, pues requieren el concurso de dos voluntades: la de la comunidad autónoma y la del Estado” (**Soto**,

¹²⁸ **Sánchez Agesta** (citado por **Soto**, 1998:100).

¹²⁹ “Deseo subrayar”, escribe **Blanco Valdés** (2005:71), “que tanto el desarrollo de los techos competenciales, como el ritmo con que se procedió a institucionalizar los sistemas organizativos de las Comunidades marchaban en la misma dirección: el de la profundización de la deshomogeneidad dentro del modelo”

¹³⁰ Años antes escribía, en una línea similar, que “la decisión, muy discutible, de permitir diferentes grados de autonomía y distintos procedimientos para acceder a esa autonomía” ha sido una de las causas de la ambivalencia del legislador, que “ha reconocido una realidad social, pero al hacerlo ha creado en las regiones una conciencia de tratamiento diferencial”.

¹³¹ “Aquí vemos”, resume **Linz** (1993a:164), “el coste de un liderazgo innovador: las innovaciones que se lograron en el pasado han tenido un impacto duradero y, en líneas generales, positivo; pero contribuyeron a la erosión del liderazgo de Suárez dentro de su propio partido y no incrementaron su estatura política a los ojos del electorado”

1998:101). Llegados a este punto, conviene recordar que, como apunta **Martínez Herrera** que estos gobiernos autonómicos surgidos al calor de la Transición no sólo trataron de ser el reflejo –incompleto según **Linz**, recordemos– de las distintas sensibilidades, sino que, en cierta medida, acabaron promoviendo (fuera aquello intencional o no) la identificación de los ciudadanos con las instituciones regionales que les gobiernan en el día a día¹³². Es más, con el paso del tiempo,

“Los ejecutivos, parlamentos y administraciones regionales han tratado repetidamente de producir identidades ‘regionales’ (**Pérez-Díaz**, 1993; **Díez Nicolás**, 1999), así como crear mayor ‘notoriedad institucional’ e ‘incrementar su prestigio político’ (**Moreno Fernández**, 1997:106) (...) Símbolos regionales como las banderas en los edificios públicos o gigantescas vallas publicitarias anunciando distintos trabajos públicos se han convertido en algo cotidiano, lo mismo que las campañas de publicidad y los eslóganes ensalzando a la comunidad autónoma y sus gentes. Muchas de las regiones tienen sus propios medios de comunicación, en especial cadenas de televisión, que usan para fomentar la conciencia regional. La socialización de nuevas generaciones también es importante, y el sistema de educación está principalmente en manos de las comunidades autónomas, con escasa intervención del gobierno central. La enseñanza de la historia regional es ahora parte del currículum y las oportunidades que esto ofrece para introducir un sesgo político a favor de las comunidades autónomas no debe subestimarse (**Hobsbawm**, 1983)”. (**Martínez Herrera**, 2092:429).

Castilla y León fue la última comunidad en ver aprobado su Estatuto de Autonomía¹³³ (**Blanco Valdés**, 2005:69). Con él se consagran “la bandera cuartelada, de honda raigambre histórica, pero común a toda la vieja Corona, si bien mantenía el llamado “Pendón de Castilla y León”, carmesí, con el escudo oficial en el centro” (**Sánchez Badiola**, 2010:208). Sin embargo, “durante toda la etapa preautonómica el regionalismo en Castilla y León tuvo un carácter muy minoritario”, explica **Esteban de Vega** (2009:329). Se formaron partidos con

¹³² De hecho **Martínez Herrera** (2002:442-3) demuestra más adelante en su análisis sobre el Estado de las Autonomías la hipótesis de que “los ciudadanos desarrollan lazos hacia las nuevas comunidades una vez que estas se ponen en marcha. Con el paso de los años, los sentimientos de identificación con las comunidades autónomas han crecido en todos los casos. Como se ha demostrado, esta tendencia aparece en datos referidos tanto a los sentimientos de pertenencia como a las preferencias sobre los tipos de organización territorial”.

¹³³ Con la salvedad de Ceuta y Melilla, cuyo estatuto de ciudades autónomas se aprobó en 1995.

cierta aceptación, como la Alianza Regional de Castilla y León y el Instituto Castellano-Leonés, pero su seguimiento se diluyó con la convocatoria de las primeras Elecciones Generales, en 1977, en las que los castellano-leoneses se decantaron de manera abrumadora por las opciones estatales de formaciones como UCD, PSOE o AP. Nuevamente, y pese a que se encontraba en la antesala de la constitución de su propio Estatuto, Castilla y León entendía mejor su responsabilidad para con el conjunto del país que la exaltación de su diferencia¹³⁴.

El otro símbolo de la autonomía castellana será Villalar que, a partir de su institucionalización como fiesta autonómica en 1986, “se convierte en santuario y referente para la izquierda y el nacionalismo castellanos”, y hace de los comuneros en auténticos “protomártires del castellanismo, y su presunta enseña, de color morado, el símbolo de su causa”¹³⁵ (**Sánchez Badiola**, 2010:207). Aquello venía de algunos años atrás, ya que “el regionalismo de los años setenta adoptó como mito movilizador a los comuneros de Castilla y su derrota del 23 de abril de 1521 en Villalar” (**Esteban de Vega y Morales Moya**, 2009:16), lo cual, como ya se explicó en el estudio del episodio comunero, no era más que una reinterpretación

¹³⁴ Aquí habría que recordar también que, como bien dice **Linz** (1993b:363), a veces “sociólogos y políticos ignoran que las identidades en el mundo moderno no son exclusivas. La gente no se identifica como catalán o español, a pesar de que, si se ven forzados a entrar en tal dicotomía, pueden, de manera más o menos reacia, tener que decir que son una o la otra. La gente tiene la capacidad de tener identidades múltiples. De hecho, hay pruebas de que pueden sentirse igual de cercanos hacia dos identidades nacionales, que pueden considerarse tan catalanes como españoles, eslovacos y checoslovacos, y tal vez croatas y yugoslavos si se les permitiese expresar tal identidad dual (...) Es esta identidad dual la que hace posible la supervivencia o la construcción de estados multinacionales”. En una línea similar, **Balfour** y **Quiroga** (2007:363) afirman que “la aceptación generalizada de las identidades triples, que engloban la identificación con la región, con España y con Europa, demuestra que la pluralidad es una realidad”.

¹³⁵ El propio **Sánchez Badiola** (2010:207) explica que el último detonante de la asociación de la memoria comunera con los partidos de izquierdas fueron “las ya anacrónicas medidas de represión ejercidas por la Guardia Civil al retirar el pendón morado que llevaban los castellanistas contribuyó a acentuar aún más la identificación entre la fiesta y la izquierda nacionalista, intelectual y política, y entre el color cárdeno y el castellanismo”.

de la historia¹³⁶ que, según **Orduña** (1986:29) “ha quedado superada ante las modernas investigaciones históricas”. “Hoy, curiosamente”, escribe **Fernández** (2008:132), “los castellanos regionalistas tratan de vincularse a esta anticipada y moderna rebelión (los Comuneros), aunque no hay duda de que durante siglos no ha habido un sentimiento castellano o leonés propiamente dicho”.

No era algo que viniera exigido desde fuera, desde el pueblo, sino más bien una acción de “élites políticas integradas en organizaciones suprarregionales”¹³⁷ (**Esteban de Vega**, 2009:330), de modo que las “concentraciones de Villalar sirvieron para dinamizar la marcha hacia la autonomía, pero no resultaron definitivas en su culminación”. La idea de un regionalismo reactivo que no sale de las bases populares también es defendida, para el conjunto del país, por **Linz** (1993a:162) en su análisis de la extensión del autonomismo a todas las regiones españolas.

Además, lejos de apagarse las tensiones entre las distintas comunidades, el paso de los años ha perpetuado algunas de las convicciones más arraigadas en muchos credos nacionalistas periféricos. En 1997, por ejemplo, 113 ayuntamientos catalanes suscribieron un manifiesto en el que acusaban a Castilla “de sostener como “nación” un “proyecto expansivo”. (**Morales**, 2005:54). Su deseo de distinción también es difícil de extinguir porque, como escribe **Blanco Valdés** (2005:73), cuando las Comunidades de *vía rápida*, en especial Cataluña y el País

¹³⁶ “Ese mito tuvo una cierta operatividad cuando se trataba de reivindicar el retorno a la democracia y el rechazo del centralismo y los comuneros castellanos podían aparecer como precoces luchadores por la libertad y la descentralización administrativa”, explican **Esteban de Vega** y **Morales Moya** (2009:16-7). “En cambio, ha resultado mucho menos útil, una vez asentada la democracia y el Estado de las Autonomías, para incentivar un sentimiento colectivo de pertenencia a una comunidad diferenciada”.

¹³⁷ Esto está en clara consonancia con los postulados de **Tusell** (1995:239), quien defiende que son más bien los intereses concretos de las clases políticas regionales lo que catapultó la formación del estado autonómico fuera de las regiones en las que las demandas autonomistas sí están en la calle.

Vasco, amplían su techo competencial, enseguida son imitadas por otras de la *vía lenta*, iniciándose así una dinámica inacabable de alejamientos y acercamientos entre unas y otras que, eso sí, tiene un único sentido: el centrífugo.

En 1985, **Linz** (2008:162-3) ya avisaba que “ningún análisis de la regionalización de España puede ignorar el hecho de que las presiones que desde finales del siglo XIX se han estado ejerciendo para cuestionar el Estado unitario provienen de los nacionalismos periféricos, cuyas demandas comprenden desde la autonomía cultural y administrativa a la autonomía política y, por último, están dispuestos a aspirar, y en algunos casos a luchar, para independizarse del Estado español. Los problemas de la distribución territorial del poder no son, por lo tanto, los de la descentralización del gobierno, como en el caso de la República Federal Alemana o de Italia”¹³⁸.

En 2003 se crea la Fundación Villalar-Castilla y León, apoyada por todos los partidos políticos con representación parlamentaria regional menos Unión del Pueblo Leonés, con objetivos fundacionales como “acrecentar el sentimiento de pertenencia de los castellanos y leoneses a una Comunidad Autónoma con

¹³⁸ En este mismo artículo de 1985, **Linz** (2008:199) anticipaba también algunas de las tendencias que veremos constatadas más adelante en esta tesis en el análisis de los Barómetros Autonómicos, por ejemplo la referente al incremento de un sentimiento nacionalista en Andalucía: “A medida que las relaciones económicas interregionales se hagan más transparentes, con nuevos procedimientos para contabilizar los ingresos y los gastos del Estado y de otros organismos públicos a nivel regional, será más difícil ignorar la posición privilegiada de regiones que, a través de algunos de sus partidos, expresaron sólo una identificación limitada con el Estado español. Ya hay signos de que podría surgir un nuevo nacionalismo de los desposeídos en zonas como Andalucía”. Párrafos después también se anticipan las tensiones que surgirán entre los hijos de inmigrantes, especialmente en Cataluña, que intenten acceder a empleos del sector terciario para los que se exija un perfecto manejo de la lengua oficial reconocida en la comunidad autónoma junto al castellano.

identidad propia en el marco de su Estatuto de Autonomía”¹³⁹ (**Esteban de Vega**, 2009:344).

En 2007 se realiza la tercera, y última hasta el momento, reforma del Estatuto de 1983, de la que **Esteban de Vega** (2009:335-6) destaca “el contraste que se detecta entre el preámbulo y el articulado”. Si el primero es de corte historicista, por cuanto en él se da “una brillante y detallada descripción de las aportaciones históricas de Castilla y León a la cultura española y universal, que evita cuidadosamente la utilización del término ‘identidad’”, en el segundo sí “se plantea la identidad regional como un elemento relevante en la configuración de la Comunidad”. Se señala la lengua castellana y el patrimonio histórico, artístico y natural como “valores esenciales para la identidad de la Comunidad de Castilla y León”¹⁴⁰. Con todo, permanece aún la idea de que “los intentos de dibujar una identidad diferencial para la Comunidad Autónoma de Castilla y León siguen también chocando con grandes problemas de definición, dada la estrecha imbricación histórica entre lo español y lo castellano-leonés” (**Esteban de Vega**, 2009:350).

De nuevo, las palabras de **Linz** adquieren cierto tono profético cuando, en 1985, se cuestionaba si regiones como Extremadura, Castilla-La Mancha y Castilla-León “podrían también desarrollar un regionalismo de los desposeídos”. La respuesta, no obstante, difería de la que se comentaba anteriormente sobre Andalucía porque “su identidad geográfica (la de las tres regiones antedichas)

¹³⁹ La Fundación se granjeó desde su nacimiento la enemistad con las instituciones leonesas y con el movimiento leonesista, por considerar estos que lo que se pretendía era diluir las diferencias entre Castilla y León (**Esteban de Vega**, 2009:347).

¹⁴⁰ Citado en **Esteban de Vega** (2009:337)

está mucho menos definida¹⁴¹, sus economías están mucho más íntimamente ligadas al centro, su identidad histórica española es incuestionable y los partidos de ámbito nacional son los electoralmente dominantes, y algunas veces están muy arraigados en la región” (Linz, 2008:201).

De lo que no cabe duda, en cualquier caso, es que, como afirman **Balfour** y **Quiroga** (2007:361), “no parece probable que los estatutos autonómicos renegociados entre 2005 y 2007 (...) ni la creación de nuevos órganos de consulta a nivel estatal vayan a conciliar las aspiraciones nacionalistas de las diferentes élites políticas y sus clientelas, ni tampoco poner fin a la dinámica del semifederalismo competitivo”¹⁴².

2.1.9. Reflexiones finales a la luz de los episodios históricos revisados

Partiendo de la base de que los pueblos refuerzan sus sentimientos identitarios cuando tienen más razones objetivas para enorgullecerse de aquello con lo que se identifican¹⁴³, el recorrido por la Historia que se ha hecho en el presente marco teórico permite trazar algunas conclusiones interesantes a la hora de contextualizar la relevancia de nuestro objeto de estudio: cómo la representación de Castilla y León en la prensa nacional puede ser un reflejo más del peso público de la Autonomía como territorio y de las características de su identidad regional.

¹⁴¹ Aquí vienen a colación todas las disquisiciones que comentábamos anteriormente sobre los problemas de definición territorial que hubo en la transición para configurar Castilla y León como autonomía.

¹⁴² Escribe **Blanco Valdés** (2005:18) que “ni siquiera esa transformación impresionante (la que se dio a partir de la Transición) ha servido para colmar las aspiraciones de quienes han convertido el no sentirse nunca satisfechos en un seguro de vida política con el tratar de mantenerse indefinidamente en el poder”.

¹⁴³ Para sostener esta tesis citaremos más adelante las palabras de **Ortega** que comparaban los designios de civilizaciones como la romana o la castellana, que mantuvieron su pujanza según el filósofo mientras a sus ciudadanos les duraron los motivos para sentirse orgullosos de la comunidad a la que pertenecían.

“Posiblemente toda identidad”, escribe **Pérez Vejo**, “incluida la personal, sea una identidad construida, inventada, la creencia en un relato”¹⁴⁴. Quizá “toda identidad es una quimera”¹⁴⁵, como suscribe **Azurmendi** (2003:17), “pero es tan necesaria para vivir como el aire”. La cuestión identitaria puede definirse por múltiples factores, y como defienden autores como **Gellner** (2006), no es algo estático e inmutable, sino que más bien suele irse adaptando al paso de los tiempos y en función de quienes sean los que lo hayan de defender.

La lengua, por ejemplo, es un motor que fomenta la expansión de las ideas y de los planteamientos políticos y sociales, como bien entendió el rey **Alfonso X** en el caso de Castilla. Esto entroncaría con el valor que le concede **Weber** (1968:922-3, citado en **Linz**, 1973:34) a la lengua como elemento relevante (que no único) de la construcción de las naciones. Sin ser idéntica una nación al hecho de que una comunidad hable una misma lengua, sí se considera a ésta un valor cultural de las masas pobladoras de un territorio.

La religión, sin ser elemento indispensable de naciones y Estados consolidados en Occidente en la actualidad, sí fue también néctar unificador en tiempos remotos. Siguiendo con **Weber** (1968:922-3), la religión es característico de un valor de unificación social vinculado al concepto de solidaridad. “El Estado español se basará en la unidad de la fe católica y mayor propagación de esta”, escribe, por ejemplo, **Menéndez Pidal** (1957a:101). **Castro** (1949:166) va más lejos al afirmar que “La creencia en la virtud “ex machina” del Apóstol permitió existir a Castilla y León y los sostuvo frente a moros y a europeos”. Este punto no

¹⁴⁴ Citado en **Ezkerra** (2001:20).

¹⁴⁵ Aludiendo al término “nación”, **Pérez Vejo** (2001:44) habla de “endeblez conceptual”.

obstante, ha sido duramente criticado por **Sánchez Albornoz**, por cuanto una cosa es ponderar en su justo término la influencia de la religión como aglutinador de conciencias identitarias y otra llegar hasta el extremo de afirmar, como hace el propio **Castro** (1949:166) desmesuras como que “a Santiago se debe el lento y tortuoso esfuerzo de la Reconquista, y la grandeza perdurable de cuanto se creó en la Península Ibérica”; por no mencionar otras estrambóticas conclusiones a las que **Castro** (1949:232) se entrega en virtud de la aceptación de esta dudosa premisa¹⁴⁶.

Lo que sí parece resultar absolutamente indispensable en la consolidación de cualquier identidad colectiva es la existencia del proyecto de vida en común, empleando la terminología de **Ortega y Gasset** (1921:25), ya que, como afirma el filósofo, “no viven juntas las gentes sin más ni más y porque sí; esa cohesión a priori sólo existe en la familia. Los grupos que integran un Estado viven juntos para algo: son una comunidad de propósitos, de anhelos, de grandes utilidades. No conviven por estar juntos, sino para hacer juntos algo”. El gran historiador y filósofo español **Pedro Laín Entralgo** (2000:252) recupera precisamente esta noción de **Ortega** de que la nación viene determinada por “un sugestivo proyecto de vida en común” para atreverse “a decir que la nación es un hecho (el hecho de aceptar gozosa o resignadamente la pertenencia a una misma comunidad

¹⁴⁶ “Si el camino de la peregrinación a Santiago hubiera entrado en España por Cataluña, y no por Navarra y Aragón, Cataluña habría tenido motivos para volverse hacia el centro de la Península, y no sólo hacia Francia o el Mediterráneo”. Con su irónica retransa habitual, **Sánchez Albornoz** (1958:275-6) escribe sobre este dislate que “(Castro) Puede seguir juzgando que Cataluña es una unidad histórica singular dentro de España porque hasta el siglo XII no la cruzó un frecuentado camino de peregrinos; cualquier mediano conocedor de los procesos genéticos de las comunidades históricas tendrá que frotarse los ojos para estar seguro de no haber leído mal”.

histórica) o la aspiración proyectiva a un modo de convivencia potencialmente sugestivo”.

Así se pueden entender bien los primeros movimientos que se dieron en los albores de la historia castellanoleonesa. En primer lugar, se explicaría fácilmente cómo Castilla acabó imponiéndose en cierto modo a un Reino, el de León, que había tenido inicialmente una mayor preponderancia al convertirse en heredero del legado astur cuando la Reconquista se encaminó hacia la Cuenca del Duero. Castilla, fundamentalmente a través del rey **Alfonso X**, consolidó la potencia de una región que impulsó un idioma fuerte, el castellano, era próspera económicamente y tenía una unidad indiscutible en torno al cristianismo. Aquello, unido a un cuerpo jurídico tan férreo como el poder del monarca, sentó las bases para que el Reino castellanoleonés se consolidara como líder de todos los pueblos de Hispania, ya que los demás no gozaban de un desarrollo equiparable en todos los ámbitos señalados.

Pronto Castilla se embarcó, además, en un proyecto común que tardaría siglos en culminar: la expulsión de los musulmanes de la península ibérica y la constitución de una nueva Hispania, de la que por supuesto ella sería líder. Como escribe **Sánchez-Albornoz** (1958:22), la dedicación a tan magna empresa fue total: “Hubo de pelearse sin descanso con el moro. Iba en esa batalla la libertad y la vida. Todos eran soldados”. Esos “ocho siglos de pelea” que forjan “el alma guerrera y caballeresca de Castilla” (**Sánchez-Albornoz** 1958:25) adquiere un barniz distinto bajo la óptica de **Ortega y Gasset** (1921:158): “Se me dirá que, a

pesar de esto¹⁴⁷, supimos dar cima a nuestros gloriosos ocho siglos de Reconquista¹⁴⁸. Y a ello respondo ingenuamente que yo no entiendo cómo se puede llamar Reconquista a una cosa que dura ocho siglos¹⁴⁹. Pese a que su perspectiva sea bastante menos enfática, no cabe duda de que el filósofo también concede, en cierto modo, una importancia radical a esta empresa común que ocupó a los reinos hispanos durante casi un milenio.

Ocho siglos de pelea o de tardanza, según se mire, en los que “Castilla entera debió soñar con la, a un tiempo fácil y difícil, conquista de la riqueza a punta de lanza y con el emigrar hacia el sur, en busca de nuevas tierras bajo nuevos soles”. Las palabras de **Sánchez-Albornoz** (1958:27) retratan, sin duda, lo que hasta entonces se parecía bastante a ese objetivo común de gentes hermanadas bajo un mismo prisma. Sorprendentemente, o quizá no tanto, cuando tal proyecto común quedó culminado los cimientos mismos de Castilla se ven resquebrajados.

¹⁴⁷ Ese “a pesar de esto” hace referencia a una crítica previa de **Ortega y Gasset** al carácter del pueblo visigodo, fácilmente arrasado por los musulmanes antes de que comenzara la empresa reconquistadora; así como a la ausencia de un sistema feudal desarrollado. “Si hubiera habido feudalismo”, escribe **Ortega** (1921:158), “probablemente habría habido verdadera Reconquista, como hubo en otras partes Cruzadas, ejemplos maravillosos de lujo vital, de energía superabundo, de sublime deportismo histórico”. **Gautier Dalché** (1979: 464), no obstante, matiza las palabras de Ortega al asegurar que simplemente hubo una traslación de elementos de importancia, ya que las ciudades adoptaron el papel crucial que en otros territorios tuvieron los señores feudales: “En un país donde las circunstancias históricas no permitieron a la nobleza acaparar en el mismo grado que en otras partes las funciones del Estado, las ciudades constituyeron, bajo la tutela a menudo lejana de la realeza, otros tantos centros autónomos de gobierno, que abarcaban a veces un amplio territorio. Lo que fue en Francia la *châtellenie*, fue el concejo en Castilla”.

¹⁴⁸ **Ortega** no es el único que interpreta el término “Reconquista” en clave peyorativa. **Gibson** (1993:27) manifiesta abiertamente que lo cita entre comillas “porque el concepto es una invención de la historiografía católica española” y menciona también a **Gala**, para quien “¡La Reconquista es una falacia y una gran mentira histórica!”.

¹⁴⁹ **Castro** (1949:47) parece compartir con **Ortega** ese deje de escepticismo hacia la supuesta gran empresa de la Reconquista al afirmar que ésta “se arrastró perezosamente durante los siglos XIII, XIV y XV, hasta que **Fernando** e **Isabel** unificaron la Península (con excepción de Portugal), y lanzaron al pueblo electrizado de España a las empresas que todos conocen”.

Tal vez los castellanos no se percataran del fin de tal horizonte común y de la necesidad de replantearse uno nuevo inmediatamente, en buena medida por el carácter unificador y el potente liderazgo de los Reyes Católicos. Pero el caso es que la llegada al poder de **Carlos I** abrió un debate sobre la esencia castellana misma, ya que de pronto el pueblo que tan gustosamente había abrazado el rol de motor económico y cultural de la nueva España se encontró con novedades insólitas.

Para empezar, que el proyecto común sobre el que se habían forjado las bases de la Hispania liderada por Castilla, la Reconquista de la parte musulmana de la Península (esa “empresa unitiva de la España total” de la que habla **Menéndez Pidal** [1957a:75]), había sido sustituido por otro, el imperialista de **Carlos I**, cuyas ventajas para Castilla no eran, de entrada, tan claras. Se pregunta **Ortega y Gasset** (1921:37), en su España invertebrada, para qué fin se logra la unidad española, “¿(...) bajo qué ideas ondeadas como banderas incitantes? ¿Para vivir juntas, para sentarse junto al fuego central, a la vera unos de otros, como viejas sibilantes en invierno?”. La respuesta que él mismo propone es, cuanto menos, controvertida: “La unión se hace para lanzar la energía española a los cuatro vientos, para inundar el planeta, para crear un Imperio aún más amplio. La unidad de España se hace para esto y por esto”. Sin embargo, el ya glosado levantamiento comunero pone de manifiesto que no todos los castellanos eran partidarios de una expansión imperial.

De hecho, el otro gran cambio que introduce la llegada al poder de **Carlos I** es el cuestionamiento de la relación que se había establecido entre Castilla y sus

reyes. Hasta Carlos I, todos los reyes castellanoleoneses habían visto en aquellos territorios su “joya de la corona” y habían hecho girar toda la política del reino en torno a ellos. Con la llegada del nieto alemán de los Reyes Católicos, aquella sensación se disipó, pues Castilla pasó a ser un territorio más dentro de los muchos y vastos que tenía aquel rey a su merced, con el consiguiente descontento de los castellanoleoneses.

Todo ello condujo, efectivamente, a un levantamiento, el comunero, en el que, si bien tal vez sea cierto como apunta **Valdeón** que no se puede hablar estrictamente de sentimiento nacionalista (o protonacionalista, en palabras de **Maravall**), sin duda alguna hubo un descontento generalizado de las gentes castellanas hacia el rey por no dar cabida al carácter predominante que para sí tenían asumido desde siglos atrás.

El levantamiento de los Comuneros fue, sin duda alguna, el primer indicador de la caída en desgracia de la imagen pública de Castilla y León, por no hablar ya del declive en el interés identitario que podrían mostrar sus gentes hacia aquellos territorios. Que la revuelta fuera sofocada y sus líderes ajusticiados no hicieron sino ahondar en esta caída¹⁵⁰. Desprovista del proyecto común que les había hecho grandes y, cada vez más desplazada de los centros económicos y culturales de la península, con el tiempo Castilla pasó progresivamente a un segundo plano en el concierto peninsular. Este fenómeno, coincide en señalar **Thompson** (2001), aceleró de una manera espectacular el cambio de rol asumido

¹⁵⁰ Como afirmaba **Bañuelos** en 1931: “Castilla deja de ser Castilla en los campos de Villalar, y el castellano deja de parecerse al antiguo castellano, coincidiendo con aquel suceso desgraciado de nuestra historia que aniquila la personalidad de Castilla” (citado en **Sánchez Badiola**, 2010:207).

por el Reino de Castilla en torno al siglo XV, cuando dejó de ser una región resistente y se convirtió en el eje aglutinador del Imperio Español.

Algo parecido sugiere **Ortega y Gasset** (1921:41) cuando explica la deriva de lo que ya era España en los siguientes términos: “Mientras España tuvo empresas a que dar cima y se cernía un sentido de vida en común sobre la convivencia peninsular, la incorporación nacional no sufrió quebranto”. De hecho, algo más adelante en su bosquejo de pensamientos históricos titulado *España invertebrada*, **Ortega** afirma que de 1580 en adelante “cuanto en España acontece es decadencia y desintegración”.

A todo ello se debe sumar, también, algo que se ha adelantado en el párrafo anterior: el progresivo solapamiento de la identidad de Castilla con la de España misma, pues no en vano, y pese a la oposición comunera en su día, España había sido la creación superior de Castilla y a la defensa de su ideal se consagraron sus ciudadanos. Sin proyecto común ni preponderancia económica ni cultural que llevarse al acervo común, es fácilmente entendible por qué las gentes de Castilla comenzaron a identificarse con un ideal, el imperial español, que sí proporcionaba razones de orgullo. “De modo paradójico”, escribirá **Linz** (2008:204) en 1985 que, “Castilla, que ha constituido el núcleo de formación de la nación española, ha perdido en gran medida su identidad en el proceso”.

Aludiendo al caso de Roma, pero siempre con Castilla de trasfondo, **Ortega** incide en lo fundamental del futuro y no del pasado¹⁵¹ en la construcción

¹⁵¹ “No basta, pues, para vivir, la resonancia del pasado, y mucho menos para convivir” (**Ortega y Gasset**, 1921:55).

de las naciones¹⁵². Roma, escribe **Ortega** (1921:25), les sonaba a todos los pueblos que caían bajo su yugo “a nombre de una gran empresa vital donde todos podían colaborar; Roma era un proyecto de organización universal; era una tradición jurídica superior, una admirable administración”. Como Castilla. Pero “el día que Roma dejó de ser este proyecto de cosas por hacer mañana, el Imperio se desarticuló” (**Ortega**, 1921:26)¹⁵³. De un modo parecido, **Kedourie** (1993:141) señala que la historia demuestra que la identidad “étnica” no es algo inerte y estable, sino que más bien se rige por la constante renovación de objetivos, compromisos y logros (**Kedourie**, 1993:70). Y en una línea similar explicaba **Elliott** (2002:76) la dialéctica entre el castellanismo o aragonesismo y el emerger de lo español: “El sentido de identidad de una comunidad no es estático ni uniforme. Una fuerte lealtad hacia la comunidad de origen –la denominada patria en el siglo XVI- no era intrínsecamente irreconciliable con el surgimiento de una lealtad hacia una comunidad más amplia, en tanto en cuanto las ventajas de la unión política fuesen consideradas –al menos por los grupos sociales influyentes – mayores que los inconvenientes”.

Junto a ello se puede pensar también que el XIX, siglo de las causas románticas y del nacionalismo entre otras muchas, no contó en Castilla con catalizadores regionalistas que sí hubo en otras comunidades¹⁵⁴, como **Sabino**

¹⁵² Como también escribe **Américo Castro** (1949:9), “la historia de un pueblo, la del hombre individuo-social, es algo que va surgiendo y mudándose en vista de las tareas que su vida le ofrece en cada momento”.

¹⁵³ **Azaña** (2004:371) se sitúa en una postura similar en su discurso “Grandezas y miserias de la política”.

¹⁵⁴ Pese a que autores como **Maravall** (1963:26) sí constatan que “en la época romántica se exalta a los Comuneros como héroes de la libertad”.

Arana¹⁵⁵ en el País Vasco, **Francesc Macià** en Cataluña, **Alfredo Brañas** en Galicia o **Secundino Delgado** en Canarias; esos hombres que¹⁵⁶, según **Ortega** (1921:30) “movidos por codicias económicas, por soberbias personales, por envidias más o menos privadas, van ejecutando deliberadamente esta faena de despedazamiento nacional, que sin ellos y su caprichosa labor no existiría”¹⁵⁷. No en vano, “la historia que cuenta el discurso nacionalista es una interminable sucesión de derrotas”¹⁵⁸ (**Juaristi**, 1997: 20)¹⁵⁹ y con frecuencia recurre a una reinterpretación “victimista” del pasado (**Reyero**, 2001:110). **Gellner** (2006:46), por ejemplo, no duda en afirmar que el nacionalismo no despierta ninguna historia antigua que permanece dormida o latente, sino que más bien la reinventa¹⁶⁰, entre otras cosas porque, como bien apunta **Linz**,

¹⁵⁵ Sobre el papel central de estas figuras, escribe **Gibson** (1993:199) que antes de **Arana**, “los vascos eran un pueblo orgulloso, desde luego, pero lejos del nacionalismo radical”. **Linz** (1973:78) afirma que el nacionalismo vasco, “mucho más que el catalanismo”, debía su carácter a la personalidad de **Arana**, hombre religioso cuyo padre, carlista, invirtió no sólo su dinero sino su reputación en la defensa de la causa carlista y acabó exiliado. Su interacción con el emergente nacionalismo catalán de fin de siglo XIX durante sus estudios inconclusos de derecho en Barcelona supusieron el espaldarazo final para la constitución de su ideario, que puso de manifiesto en su libro *Biskaya por su independencia*.

¹⁵⁶ **Ezkerra** (2001:21) escribe sobre estos prohombres que el nacionalismo los tiende a presentar como “voces prístinas y genuinas surgidas de la naturaleza, nunca de la ciudad moderna, e inspiradas en una misteriosa sabiduría sólo para ellas accesible y depositarias de un farsante estado de gracia que suele tener una violenta traducción en el terreno político”.

¹⁵⁷ Páginas más tarde el propio **Ortega** (1921:48) se contradice a sí mismo, o se matiza si se prefiere, catalogando como “frivolidad juzgar el catalanismo y el bizcatairismo como movimientos artificiosos nacidos del capricho privado de unos cuantos”; ya que, en el fondo, según él, no son más que “la manifestación más acusada del estado de descomposición en que ha caído nuestro pueblo; en ellos se prolonga el gesto de dispersión que hace tres siglos fue iniciado” con el reinado de **Felipe II**, cuando España frenó su afán expansivo y comenzó, siempre según **Ortega** (1921:49), su decadencia.

¹⁵⁸ **Juaristi** lo denomina “el bucle melancólico” (citado en **Pérez Vejo**, 2001:62).

¹⁵⁹ A esto suma **Rivas** (2012:175) una reflexión sobre la actuación de los estados, que “no han sabido o no han querido construir la nación [española, en este caso]. Esto no indica que España sea menos Europa, sino que en ese aspecto es un Estado más débil que otros del continente”. **Fusi** (2001:107) afirma, en una línea similar, que España “era desde principios del siglo XVI una nación, aunque hubiese sido, como muchas otras naciones, una nación problemática y mal vertebrada, en la que coexistirían, junto con la realidad nacional, con la cultura común, culturas y realidades regionales particulares y privativas más o menos acusadas”.

¹⁶⁰ **Linz** (1993b:363) cita al propio **Gellner** para hacerse eco de esta idea: “Al contrario de lo que piensan las ideologías nacionalistas, las naciones no son un fenómeno natural que se levante para reclamar su condición estatal como por arte de magia. Este punto ha sido defendido con ardor por **Ernst Gellner**, y apoyado indirectamente por las sólidas investigaciones de Hroch sobre el enorme esfuerzo y tiempo que se ha tardado en despertar el sentimiento nacionalista en los grupos más pequeños de gente”. Se refiere,

“En regiones altamente industrializadas como el País Vasco o Cataluña dentro de España, las migraciones internas desde el siglo XIX han dado lugar a una población heterogénea en la que los descendientes de inmigrantes e inmigrantes de décadas recientes constituyen una proporción importante (...). Construir en tal contexto una conciencia nacional, un movimiento nacionalista hegemónico y, en última instancia, un Estado-nación, sobre la base de las características primordiales, resulta ser un proceso plagado de dificultades”¹⁶¹ (Linz, 1985:204).

En este sentido, **Martínez Herrera** (2002:423) también ha señalado que el proceso de construcción nacional, al contrario de lo sostenido en múltiples discursos del nacionalismo periférico, no es ni sencillo ni automático, especialmente después del reconocimiento de ese fenómeno innegable que **Linz** denominaba población heterogénea.

La noción del componente inventivo inherente a toda nación ha sido también glosada por otros autores de referencia como **Pérez Vejo**¹⁶². Años después, añadirá **Linz** (1993b:368), precisamente, a modo de corolario que “la construcción de estados multinacionales es complicada pero no imposible si se abandonan las dos ideas dominantes: que todo Estado debería luchar por convertirse en un Estado-nación, y que toda nación debería aspirar a convertirse en un Estado”¹⁶³. Años después, **Pérez Vejo** (2001:42) señalará este mismo error y

sin duda, **Linz** a la célebre frase de **Gellner** (2006:6) que suscribe que “las naciones, al igual que los Estados, son una contingencia y no una necesidad universal. Ni las naciones ni los estados existen en todo tiempo y bajo cualquier circunstancia”. Esto es, tienen más de creación que de natural. Esto se podría relacionar también sin duda con los esfuerzos que nombramos antes, por parte de las instituciones de León y Castilla, de despertar la identidad regional durante y después de la transición.

¹⁶¹ En otro de sus artículos, **Linz** (1993b:360) escribe que “si lo pensamos, no obstante, las naciones resultan del desarrollo de una cultura, y una identidad basada en algo así es una creación tan artificial como un Estado”.

¹⁶² Citado en **Ezkerra** (2001:20). Por algo escribe **Alcalá Zamora y Queipo de Llano** (2000:87), al hablar del progresivo desprestigio de la nación española por parte de los nacionalismos periféricos, que “la historia, convertida en instrumento de grandes o pequeños nacionalismos exaltados, es arma mucho más peligrosa que una metralleta en las manos de un psicópata; porque la idea de nación, que en su forma más noble y natural expresa el crecimiento progresista del *nosotros* tribal en fórmula moderna de similitudes, solidaridades, fortaleza, prosperidad y eficiencia, fácilmente degenera, utilizada por profesionales de la discordia, las prebendas y el ombliguismo de campanario, en mitología, fanatismo, hostilidad, conflicto y enfrentamiento”.

¹⁶³ Se está haciendo alusión en realidad a los siete puntos que, según **Smith** (citado en **Pérez Vejo**, 2001:44), definen el nacionalismo: “la humanidad se divide de manera natural en naciones; cada nación

la necesidad de superarlo cuando escriba que “el ser miembro de una nación parece haberse convertido en una necesidad ontológica que determinaría por completo nuestra forma de ser y estar en el mundo”¹⁶⁴. En cierto modo, lo que hicieron los constituyentes fue dilatar de nuevo el problema periférico, adoptar, como diría **Carl Schmitt**, un *compromiso apócrifo*, “porque los compromisos de esta naturaleza no afectan a decisiones objetivas logradas mediante transacciones, dado que su esencia consiste precisamente en ‘alejar y aplazar la decisión’” (**Blanco Valdés**, 2005:42).

En el caso castellanoleonés, y volviendo a la premisa que formulábamos anteriormente, no fue la ausencia de catalizadores, que sí los hubo, lo que frenó el despegue del regionalismo; sino más bien la falta de un proyecto común lo que evitó que lo castellano se pudiera erigir en la base de un proyecto regionalista que impulsara, para empezar, que la futura autonomía de Castilla y León se rigiera por el artículo 151 de la Constitución¹⁶⁵. Pese a que autores como **Orduña** (1986:267) insisten en que “la autonomía regional también era una demanda de la opinión pública y de los medios de comunicación, con unanimidad prácticamente completa”, lo cierto es que tal afirmación no genera un consenso como la convicción de que las tentativas regionalistas castellanas de finales de

posee su carácter peculiar; el origen de todo poder político es la nación, el conjunto de la colectividad; para conseguir su libertad y autorrealización, los hombres deben de identificarse con una nación; las naciones sólo pueden realizarse plenamente dentro de sus propios Estados, la lealtad hacia el Estado-nación se impone sobre otras lealtades, y la principal condición de la libertad y la armonía globales consiste en el fortalecimiento del Estado-nación”.

¹⁶⁴ Recuerda **Savater** (1995:5) que “el Estado democrático moderno es siempre plurinacional, es decir, acoge bajo el rótulo histórico de una nacionalidad genérica diversas tradiciones nacionales que han aprendido a relativizarse como fuentes exclusivas y excluyentes de la legitimación política”.

¹⁶⁵ El reservado para las autonomías que habrían de consolidarse por vía especial. El 141 era el que se aplicaba a todas las demás, esto es, la vía general o *vía lenta* (**Blanco Valdés**, 2005:60). En el fondo, si se mira bien, se instauró una España de dos velocidades, especialmente si uno observa la insistencia de nacionalistas vascos y catalanes por hacer de la tramitación preferente de sus estatutos un hecho diferencial en sí mismo que se elevase aún más por oposición a las trabas que se ponían al resto de comunidades a llegar a un techo competencial siquiera parecido.

siglo XIX y anteriores a la Guerra Civil eran más bien de carácter defensivo. Las dificultades para delimitar el territorio (con modificaciones importantes a la planificación departamental de 1833) y la incapacidad de articular un proyecto común tienen su más claro exponente en un hecho irrefutable: Castilla y León no fue una de las comunidades a las que se le diera preferencia de constitución estatutaria por vía preferente, ni siquiera rápida. “Ni los artículos de prensa, mítines, conferencias, juegos florales, exaltación de gestas castellanas, fomento de los estudios históricos, etc. fueron suficientes como para conseguir en la praxis un consenso generalizado y menos amplias movilizaciones populares”, sentencia **Almuiña** (1991:426)¹⁶⁶.

Tal vez esto se debió a que los esfuerzos de reivindicación de lo castellano en cuanto que identidad nacional se volvieron a ver subsumidos en su mayor parte, desde el siglo XIX, por la necesidad del Estado liberal de crear un imaginario nacionalista español¹⁶⁷ (**Cirujano Marín et al.**, 1985: 77-99) que se apropió de buena parte de los símbolos que podrían haber configurado, de haberse dado los condicionantes necesarios, una identidad nacionalista castellanoleonesa potente. De nuevo, lo castellano y lo español se solapan, ya que si los nacionalismos periféricos se reivindican también, en parte, por su

¹⁶⁶ Parece estar respondiendo **Almuiña** a **Orduña** (1986:16), quien afirmaba tener la certeza de un regionalismo castellano asentado sobre dos bases: “el regionalismo económico de los intereses cerealistas tan peculiares de la región” y “la actividad intelectual e ideológica, así vamos a encontrarnos una serie de actividades culturales, juegos florales, exaltación de los valores regionales, etc. análogos a los que tenían lugar en la Cataluña de la Renaixença”.

¹⁶⁷ **De Blas** (2001:74) habla, no obstante, de una “debilidad del nacionalismo español del siglo XIX” debido principalmente a que “en la España del siglo pasado no se dan, o no se dan con la misma intensidad, algunos de los acicates que en otros países europeos empujan a la movilización nacional. Ni hay Estado nacional que construir, como en Alemania o Italia, ni nación que defender contra impugnaciones nacionalistas de signo periférico, ni Imperio que levantar, ni fronteras que asegurar, después de la invasión napoleónica, contra enemigos extranjeros”. Pese a ello, la coyuntura noventayochista supone, según este mismo autor “una auténtica refundación para los nacionalismos españoles de signo global”.

diferenciación del modelo central; resulta difícil que Castilla y León se diferencie de un modelo central, el español, que ella misma ha inspirado¹⁶⁸.

El presente repaso histórico, en fin, ha ayudado a desgajar los motivos que crean un fenómeno como el escaso arraigo identitario que parece existir en Castilla y León en la actualidad. Este lastre identitario, como hemos visto, se puede explicar con un arco de ascenso y caída en el que el primero viene definido por elementos como una lengua pujante, una religión unificadora y un afán innegociable de trascender las propias fronteras, y la segunda por el solapamiento de lo castellano y lo español, la indefinición de un proyecto psicosocial propio que reverdeciera viejos laureles identitarios, o la convicción de que alimentar un proyecto centrífugo va contra el interés del país y, por ende, contra el bienestar de sus partes.

Como hemos visto, muchos han sido los historiadores, literatos y filósofos de nuestro país que han sumado sus voces para, con unos y otros matices, elaborar un retrato histórico cercano a lo que se ha tratado de resumir en este párrafo. Pero si algo nos debe enseñar la Historia es a no mirar excesivamente atrás. La realidad que explica el lapso de orgullo identitario regional entre Castilla y León y otras autonomías españolas hunde sus raíces también en fenómenos sociodemográficos actuales como la despoblación y la dispersión demográfica, el envejecimiento de la población, el paro juvenil, el limitado arraigo de la industria

¹⁶⁸ De hecho **Balfour** y **Quiroga**, 2007:352), en una idea que toman de **Núñez Seixas** (2005:75), entienden que, en realidad, ni siquiera el bombardeo nacionalista a la esencia de lo español ha surtido efecto porque “los sondeos de opinión confirman ampliamente que la inmensa mayoría de ciudadanos tienen, en mayor o menor grado, conciencia de ser españoles. Es decir, que ni el ascenso de los neo-regionalismos con un discurso cuasi-nacionalista ni la pervivencia de la fuerza de los nacionalismos subestatales han atenuado la dualidad de las identidades”.

y el carácter emprendedor¹⁶⁹, o la escasez de elementos simbólicos que proporcionen orgullo¹⁷⁰. Como explica **Morales** (2005:53), el legado histórico es importante y su conocimiento se antoja vital para entender la progresión de una identidad que antes se alzaba orgullosa e imponente; pero hoy en día lo que conocen las gentes de Castilla es más bien “la propia realidad castellana actual. Una Castilla que pierde continuamente población¹⁷¹ y renta en relación con el conjunto del país, la “España menguante”, en expresión de **Julio Llamazares**, desprovista, para **Delibes**, de un “arraigado sentimiento regionalista, ni conciencia histórica y cultural profunda”.

¹⁶⁹ Que puede tener que ver con el análisis que hace **Linz** (2008:272) sobre “el nivel relativamente alto de alfabetización, la presencia de muchas instituciones de educación secundaria y de varias universidades provinciales en regiones que ofrecen pocas oportunidades para los negocios, como Castilla la Vieja, Andalucía y hasta hace poco Aragón, llevó a un número desproporcionado de sus jóvenes a seguir estudios universitarios que desembocaban en el funcionariado o en ocupaciones académicas. No es accidental, por lo tanto, que estas regiones hayan estado sobrerrepresentadas en esos sectores de la élite”.

¹⁷⁰ Eso que **Ortega y Gasset** (1921:98) tan bien simboliza con la frase “ayer había “hombres” y hoy no”, si bien según él “es completamente erróneo suponer que el entusiasmo de las masas depende del valor de los hombres directores (...) el valor social de los hombres directores depende de la capacidad de entusiasmo que posea la masa” (**Ortega y Gasset**: 1921:102).

¹⁷¹ Sobre este asunto resulta de gran interés la recopilación de datos realizada por **Enrique Orduña** (2009:75).

2.2. Comunicación y sociedad: medios, opinión pública y conciencia regional

2.2.1. Los medios de comunicación

Que los medios desempeñan un papel crucial en la creación y recreación de las percepciones del imaginario colectivo es un aspecto del que a día de hoy ya pocos dudan. Este axioma es, además, aplicable no solamente a realidades que acaecen a gran distancia de los receptores de los mensajes mediáticos. En una sociedad tan mediatizada como la actual se podría llegar a afirmar que incluso las imágenes de parajes y colectivos no demasiado alejados de los receptores se ven poderosamente influidas por el imaginario que de ellos se construye a partir de los retratos mediáticos. “Lo que sabemos sobre la sociedad y aun lo que sabemos sobre el mundo, lo advertimos a través de los medios de comunicación para las masas” (Luhmann, 2007:1).

2.2.1.1. Introducción. La importancia de los medios en la creación de imágenes colectivas

En el caso concreto de la representación de las comunidades autónomas en los medios y su posterior inserción en el imaginario colectivo, tampoco cabe duda de que en los últimos tiempos el asunto ha formado parte de las preocupaciones de los gobernantes regionales. Así, leemos en el informe sobre la relevancia de los medios de comunicación en Castilla y León publicado a iniciativa propia por el Consejo Económico y Social (VVAA, 2006:56) que “Los “medios” transmiten información, conocimiento, pero también opiniones, propaganda, publicidad,

manipulaciones interesadas, etc.; en definitiva, son conformadores de opiniones públicas; lo que les convierte en un auténtico poder en manos de quien los controla”. Asimismo, desde el CES (2006:267) se insta a incorporar esta maquinaria mediática a favor de la propia identidad regional, ya que “sería cuasi suicida el no tratar de incorporar de la forma más rentable –económica y socialmente– los nuevos *mass media*, con las nuevas tecnologías que les son inherentes; así como la reorganización de los tradicionales, tanto desde un punto de vista empresarial como económico, social y cultural”.

Resulta curioso comprobar, no obstante, cómo siendo éste el más notorio esfuerzo por examinar la incidencia del comportamiento mediático en el fortalecimiento de la identidad regional en Castilla y León, los análisis no van más allá de la propia óptica regional. No hay más que comprobar, por ejemplo cómo el estudio del CES (2006:71) achaca la ausencia de protagonismo mediático en la conformación del espíritu regional al “raquítico consumo de prensa escrita en Castilla y León” y a la “no existencia de un mercado regional trabado y medianamente potente, junto con una débil conciencia regional”, mientras que no se hace alusión alguna al relevante papel que, al menos tal y como vamos a defender en la presente tesis, tiene también en la configuración de toda conciencia regional el retrato que de tal región se haga en los medios nacionales.

Aun reconociendo la importancia de la recreación de la identidad regional a través de la relación del parque periodístico de cada comunidad con su propia audiencia autóctona, cabría preguntarse si no sería más importante conocer cuál es la imagen que los medios nacionales proyectan sobre las comunidades

autónomas. Retomando el caso de Castilla y León, parece cabal pensar que el cómo se la ve desde fuera es una parte de ineludible importancia a la hora de valorar los motivos que un castellanoleonés tiene para adherirse a un determinado imaginario regional.

Pero antes de adentrarnos en el repaso bibliográfico de aquellos títulos que exploran, en mayor o menor medida, el reflejo de Castilla y León en los medios de comunicación y de comenzar a exponer la propuesta metodológica correspondiente al estudio de caso de la presente tesis conviene realizar un repaso por varios aspectos, tanto teóricos como prácticos, relacionados con la Comunicación y la Sociología que nos permitirán contextualizar mejor los descubrimientos que se realicen en la presente investigación.

El enfoque comparativo de esta tesis aspira a poner en relación la cobertura mediática que se dispensa a las comunidades autónomas en general, y a la región castellanoleonesa en particular, con varios indicadores geográficos (superficie), demográficos (población, densidad), económicos (riqueza, producción) y sociales (conciencia regional). Por un lado, para entender la importancia de la cobertura mediática resulta indispensable trazar un itinerario teórico que pondere el valor del elemento mediático desde su constitución en forma masiva hasta nuestros días. Por el otro, y dado que una de las relaciones que se plantean en esta tesis es entre ese elemento mediático y la conciencia regional, que no es sino una forma de expresión colectiva que, en cierto modo, remite al concepto de opinión pública, resulta cabal que se realice un estudio exploratorio con el que arrojemos luz sobre lo que tal término significa.

Y, dado que la tesis se asienta precisamente en la asunción de que existe una relación íntima entre la opinión pública (que en este caso centramos en los modos de exaltación de la identidad regional) y la opinión publicada (la interpretación de la realidad que realizan los medios de comunicación de masas) en un sentido muy parecido al enunciado por **Dader** (1986:27)¹⁷², parecía justo, por último, repasar en tercer lugar las distintas teorías que se han ido sucediendo en la historia reciente al hilo precisamente de este mismo debate.

Así pues, el presente subepígrafe dedicado a los medios de comunicación realizará un breve repaso a la teoría e historia de la comunicación de masas. Después seguirá un nuevo epígrafe que explorará el complejo fenómeno de la opinión pública. Una vez determinadas las características fundamentales de esos dos factores que con tanta profusión han entrado en relación dialéctica en los últimos tiempos, se abordará el tema de los efectos de los medios en la opinión pública, con el fin último de determinar si esa asunción que se apuntaba anteriormente de íntima relación entre opinión pública y opinión publicada se sostiene en los estudios teóricos y prácticos desarrollados a lo largo del último siglo.

Una vez concluida la exposición teórica sobre (1) medios de comunicación de masas, (2) opinión pública y (3) efectos de los medios de masas en la opinión pública, se enlazarán la argumentación histórica con la que se abrió el presente marco teórico con los estudios de opinión pública a través de los análisis de los

¹⁷² Autores como **Zaller** (1992:265) también hablan de esta dialéctica entre opinión pública y opinión publicada y, a juzgar por su evaluación de ambas, no resulta descabellado pensar que para él también hay una íntima relación entre ambas. No en vano, el académico estadounidense asegura que su modelo RAS (Receive-Accept-Sample) versa “sobre esos dos tipos de opinión pública”.

Barómetros Autonómicos I y II, que se pueden considerar como la plasmación más evidente del interés de los estudios de opinión pública en la cuestión regional ya en nuestros días. Para concluir el índice de cuestiones de repaso obligado en el marco teórico de esta tesis, se realizará finalmente el antedicho repaso bibliográfico de las obras que, en mayor o menor medida, han tratado sobre la caracterización de Castilla y León en los medios de comunicación de masas de ámbito nacional.

2.2.1.2. Teoría y breve historia de la comunicación de masas

Böckelmann comienza su repaso sobre la comunicación de masas estableciendo un parentesco con la comunicación social, concretamente entendiendo a la primera como una forma especial de la segunda. “Por *medios de comunicación social*”, escribe **Böckelmann** (1976:36), “entendemos las técnicas de comunicación organizadas de forma compleja, capaces de una divulgación simultánea: en la prensa y en el cine, a través del emisor de radio y de televisión”. Los medios de comunicación de masas son aquellos “que se sirven de medios técnicos de reproducción masiva” para propagar la realidad comunicada sin que haya “interacción entre presentes” entre el emisor y el receptor, dirá **Luhmann** (2007:2-3).

Ciertamente, la vinculación de este tipo de medios a la tecnología es patente, por cuánto es ésta principalmente la que permitió que las comunicaciones trascendieran definitivamente el ámbito de lo interpersonal, o de lo grupal incluso, para poder aspirar a audiencias masivas. **Böckelmann**

(1976:38) señala, en este sentido, que “en contraposición a la comunicación interpersonal, caracterizada por un cambio de posición teóricamente constante entre el emisor y el receptor, los “implicados” en la comunicación de masas actúan desde una situación concreta, o bien exclusivamente como emisores o bien exclusivamente como receptores”. Pero, aun siendo fundamental, no es ésta la única característica que cuenta para describir la comunicación de masas.

John B. Thompson (1998: 46-7) define la comunicación de masas en su obra capital *Los medios y la modernidad*, como “la producción institucionalizada y difusión generalizada de bienes simbólicos a través de la fijación y transmisión de información o contenido simbólico”. También es cierto que el concepto de masa puede inducir a una connotación peyorativa, como han observado varios autores. **McQuail**, (2000:40), por ejemplo, reconoce problemas no solo en torno al deje negativo que puede acompañar a la palabra “masa”, sino también a la hora de establecer qué constituye la comunicación. Con todo, se puede, según él, hacer acopio de sentido común para establecer una caracterización general que nos permita asociar la comunicación al “hecho de conferir y extraer significados y a la transmisión y recepción de mensajes” (**McQuail**, 2000:41) y la masa a algo de gran volumen, ámbito o extensión. **Müller** (1970:3)¹⁷³ agrega que la comunicación de masas es “la transmisión (realizada en cauces o sistemas de signos significativos de dominio general) de contenidos de actualidad, de distracción o bien instructivos, dirigida a un conjunto de receptores (incontable para el comunicador), heterogéneo, anónimo, pero no aislado socialmente, con ayuda de un montaje técnico organizado de forma compleja”. **Burgelin** (1974:19) destaca,

¹⁷³ Citado en **Böckelmann** (1976:39).

por su parte, al referirse al fenómeno de la comunicación de masas, que en él se da un elemento de “originalidad que reside esencialmente en que es sobre la comunicación de masas y sólo sobre ella donde se ejercen plenamente los mecanismos de mercado”.

Pero quizá sea **Thompson**, nuevamente, el que aborde con más sistematicidad un fenómeno tan complejo. En su obra clave *Los media y la modernidad*, expone cinco características fundamentales para definir el fenómeno de la comunicación de masas, entre los cuales se refiere también a los aspectos tecnológicos y mercantiles que la definen. La comunicación de masas, según **Thompson** (1998:47-52):

1. Implica en su proceso a una serie de medios de producción y difusión técnicos e institucionales. En su evolución se han hecho indispensables una serie de avances técnicos que han permitido expandir el alcance de aquellas formas simbólicas que intentaban ser difundidas.
2. Desarrolla un modo de producción encaminado al consumo de formas simbólicas¹⁷⁴. En otras palabras, de una manera u otra, el producto mediático de masas entra dentro de la dinámica económica al asignársele un valor. El potencial de los medios de masas se mide en función de su influencia, su capacidad de optimizar su alcance; es decir, su capacidad de ampliar sus posibilidades de generación de ingresos.

¹⁷⁴ **Thompson** emplea concretamente el término *commodification* para referirse a este modo de empleo concreto de las formas simbólicas que se impulsa a través de los medios de masas. A lo que alude el autor empleando este término es a la palabra *commodity*, bien de consumo.

3. Separa el contexto de producción del contexto o los contextos de recepción. Esto implica que hay un flujo estructurado en el que los intervinientes en el proceso de comunicación tienen unos roles asignados de los que les resulta muy difícil, si no imposible, salirse. Esto genera, en palabras de **Thompson** (1998:50) “socios desiguales en el proceso de intercambio simbólico” por cuanto ni los dos tienen las mismas capacidades, ni el mismo poder, ni ejercen siquiera las mismas funciones.
4. Expanden la disponibilidad de las formas simbólicas tanto en el espacio como en el tiempo. Hay que entender que esto es una potencialidad y quiere decir que los medios de comunicación de masas permiten la opción (y con frecuencia suele ser así) de que los receptores se encuentren o bien en un espacio distinto al del contexto de producción o en un tiempo alejado a aquel en el que tuvo lugar la producción del mensaje¹⁷⁵. También puede darse que ambas circunstancias concurren al mismo tiempo.
5. Los productos de las industrias mediáticas pasan a estar, gracias a los medios de comunicación de masas, disponibles para una vasta pluralidad de receptores. Aquí es donde se distancia la comunicación de masas de otras que, pese a emplear avances técnicos que permiten, por ejemplo, comunicaciones demoradas en el tiempo o en el espacio (el correo electrónico, las llamadas telefónicas). Pese a todo, el propio

¹⁷⁵ “Con la separación del espacio y del tiempo desencadenado por la telecomunicación, la experiencia de la simultaneidad se separó de la condición espacial de un lugar común” (**Thompson**, 1997:53).

Thompson (1998:52) ya advertía que la línea divisoria que traza esta quinta característica entre los medios de comunicación de masas y otros que no lo son podría difuminarse en los años venideros.

Si antes hablábamos de tecnología como un elemento indispensable para la fragua de los medios de comunicación de masas, no cabe duda de que la invención de la imprenta de tipos móviles, que llegó en 1453 de la mano de **Gutenberg** fue el primer gran paso que revolucionaría el panorama social de la comunicación. La impresión de la Biblia de **Gutenberg** consiguió una difusión continental que hizo palidecer los esfuerzos editoriales precedentes. Las nuevas técnicas de impresión popularizadas por el inventor de Maguncia convirtieron las imprentas en “nuevas bases del poder simbólico” (**Thompson**, 1997:79) que quedaban fuera del control de los dos centros que se habían repartido el poder hasta entonces, la Iglesia y el Estado. No es que el nuevo mercado de las imprentas surgiese de la nada, pues ya se habían formulado modelos de impresión con una tradición que se remontaba años atrás; pero lo que sí hicieron fue redimensionar y expandir sobremanera su mercado.

El desarrollo de la imprenta también “transformó los modelos de comunicación a principios de la Europa moderna: dando lugar a una variedad de publicaciones periódicas que informaban de acontecimientos y transmitían información de carácter político y comercial” (**Thompson**, 1998:93). El comercio de noticias se asienta en Centroeuropa a principios del siglo XVII y los principales centros urbanos comerciales europeos se convirtieron a su vez en los primeros productores de noticias, gracias a lo cual comenzó a fraguar una incipiente

industria periodística. **McQuail** (2000:45) sostiene que el periódico supuso una innovación de mayor calibre que el libro por varias razones, entre las cuales despuntaba claramente su adecuación a las necesidades de una clase social cada vez más relevante, compuesta principalmente por comerciantes y profesionales urbanos.

En sus inicios, esta prensa que aspiraba a una audiencia múltiple no escapaba de la influencia ideológica, algo que perduró en el tiempo también por el recelo que su emergencia suscitó entre los órganos de poder¹⁷⁶. “La historia posterior del periódico se puede considerar o bien como una serie de luchas, con avances y retrocesos, por la causa de la libertad, o bien como un imparable progreso económico y tecnológico”, escribe, en este sentido, **McQuail** (2000:46). Con el paso del tiempo, figuras como **Jeremy Bentham**, **James Mill** y **John Stuart Mill** se convirtieron en adalides de una prensa que pudiera maniobrar con un margen de libertad superior a aquel con el que se la concibió mediado el milenio (**Thompson**, 1998:99). Que la prensa consiguiese escapar del azote (a veces literal) de la censura da pie, hacia 1850, a la aparición de una *prensa de prestigio*, más independiente con respecto al Estado y a los intereses particulares y un reconocimiento como elemento moderador de la vida pública, lo que deriva inevitablemente en un mayor desarrollo de la responsabilidad social y ética de la prensa y en la forja del ideal de “la descripción objetiva de acontecimientos” (**McQuail**, 2000:48).

¹⁷⁶ “Desde sus inicios”, escribe el propio **McQuail** (2000:46), “el periódico resultó ser un enemigo, real o potencial, del poder establecido, sobre todo en su percepción de sí mismo”.

A finales del siglo XIX, las instituciones *mediáticas* se transforman en empresas con intereses comerciales; lo cual esencialmente no introduce ninguna novedad desde la invención de la imprenta, pero sí corrige y aumenta, nuevamente, el alcance del invento. Escribe **McQuail** (2000:49) que los periódicos de masas que surgen en esta época reciben la etiqueta de “comerciales” por dos motivos fundamentales: “los dirigen empresas monopolísticas con afán de lucro y dependen mucho de los ingresos por publicidad”. A esto cabría añadir que la perspectiva de llegar a públicos más grandes se ve alentada, nuevamente, por mor de avances técnicos; dos concretamente: la prensa de vapor de **Koenig** y la prensa de impresión rotatoria, que revolucionaron el proceso productivo catapultando la capacidad de facturar de estos bienes de consumo.

La revolución también se produce porque las sociedades occidentales comienzan a experimentar un auge urbano y un incremento notable de la alfabetización de sus ciudadanos, lo que sin duda aumenta exponencialmente los mercados potenciales a los que se podían dirigir estos productos periodísticos (**Thompson**, 1998:108-9). Así, como apunta **Böckelmann** (1976:37), “la demanda de *comunicación social* (existente ya a mediados del siglo XIX) se logró cubrir por primera vez cuando se dispuso de los recursos técnico-financieros, es decir, en la fase imperialista del capitalismo”.

La encarnizada batalla por el dominio de la prensa escrita que tuvo lugar en Estados Unidos entre el director del New York World, **Joseph Pulitzer**, y el propietario del New York Journal, **William Randolph Hearst** (2005:183) fue una

muestra más del continuo auge de la comunicación de masas, cuyos productos, eso sí, comenzaron, precisamente por esta competición, a adoptar una tonalidad más ligera y entretenida (McQuail, 2000:49). Shaw y Mckenzie (2003) recuerdan que uno de los momentos álgidos de aquel enfrentamiento, la peculiar cobertura que hizo Hearst de la guerra de Cuba¹⁷⁷, trajo consigo las cotas de lectura y beneficios más altas que había conocido la prensa hasta esos momentos.

Abiertas las puertas del entretenimiento a la comunicación de masas, pronto aparecería el cinematógrafo, invento de los hermanos Lumière al que el artista francés George Méliès y otros contemporáneos suyos concedieron una dimensión similar a la que hoy conocemos en nuestros días. Y ya bien entrado el siglo XX aparecerán dos nuevos soportes diseñados para encajar en el fenómeno masivo: la radio y la televisión, de los que Williams (1975:25) destaca que, al contrario de las evoluciones reseñadas anteriormente, tuvieron “una escasa o nula definición previa de contenidos”. Lo que sí ampliaron estos nuevos soportes fue, nuevamente, su ámbito y su alcance. Presentaron, además, unas formas de contenidos muy diversas que no hicieron sino aumentar la dimensión del fenómeno a una escala nacional e internacional (McQuail, 2000:53).

Precisamente la globalización de la comunicación es uno de los tres elementos que, junto con la ya mencionada transformación de las instituciones mediáticas en empresas a gran escala, y el desarrollo de formas de comunicación mediáticas electrónicas emplea Thompson (1998:108) para describir el salto exponencial que da la comunicación de masas en el último tercio del siglo XX.

¹⁷⁷ Sobre la que Manu Leguineche (1998) compuso un fabuloso relato titulado “Yo pondré la guerra” : Cuba 1898, la primera guerra que se inventó la prensa.

Pero todo eso comienza también a quedar obsoleto con la intensificación de procesos que comienza a apoderarse de la escena en los estertores del siglo. Los conglomerados mediáticos se agigantan hasta adquirir, algunos, proporciones elefantiásicas; en muchas ocasiones al amparo de una dejación de funciones de Estados y gobiernos. Pero es sobre todo la irrupción de los procesos digitales de codificación de la información (Thompson, 1998:113) lo que entre otras cosas acelera las posibilidades de transmitir contenidos a un ritmo vertiginoso. Y, aunque en sus inicios los “nuevos media” se entendieron como extensiones de soportes precedentes, el nuevo siglo ha acabado demostrando su capacidad de asentamiento independiente como fenómeno de comunicación de masas.

Como afirma **McQuail**, la teoría de las instituciones mediáticas, quizá porque no ha transcurrido el tiempo suficiente como para observar el fenómeno con la necesaria distancia, quizá porque es un elemento sumamente integrado en la vida cotidiana como para poder mirarlo con perspectiva, está tal vez en un estado demasiado incipiente. Pero, como afirma el propio **McQuail** (2000:574) en las conclusiones de su *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, “nos guste o no, la comunicación de masas está vivita y coleando y queda mucho trabajo por hacer en el taller de la teoría”. Nosotros retomaremos el tema de los medios más adelante, previo paso por una exploración teórica del fenómeno de la opinión pública.

2.2.2. La opinión pública

El fenómeno de la opinión pública ha sido tratado por autores procedentes de muy diversas tradiciones y campos del saber y casi todos ellos han coincidido en las múltiples dificultades que entraña el propio término desde su propia definición. Sin embargo, para la presente tesis doctoral resulta interesante desde demasiados puntos de vista como para obviar su tratamiento en este marco teórico, pese a las dificultades que puedan jalonar el proceso. La opinión pública resulta interesante por cuanto su nacimiento, consolidación o reconocimiento como disciplina de estudio está muy vinculada a la idea de publicidad, y ésta, por ende, con los medios de comunicación, uno de los polos de interés manifiestos tanto del estudio de caso, en particular, como de la propia tesis en general.

La opinión pública también es un fenómeno que nos resulta interesante para determinar en qué modo puede estar vinculada a la expresión de las identidades, tema que hemos venido tratando en la primera parte del presente marco teórico y que está íntimamente vinculado con la variable de conciencia regional que emplearemos en el estudio de caso. Nos interesa, por tanto, saber en primer lugar qué es eso que llaman “opinión pública” y cuáles son sus funciones para determinar de qué modo su expresión puede, en el caso particular que nos ocupa, ser vehículo en sí de la manifestación de identidades regionales. Pero antes de proceder a la clarificación del concepto, resulta interesante hacer unas reflexiones previas en torno a las perspectivas desde las que se puede abordar el fenómeno de la opinión pública.

2.2.2.1. Perspectivas de análisis del fenómeno de la opinión pública

Monzón (1996:326-32) sugiere en su obra *Opinión pública, comunicación y política* un listado de siete perspectivas desde las que se puede abordar el fenómeno de la opinión pública, si bien advierte que no todas han de suceder por separado y que puede darse que concurra más de una a la vez.

- 1) **Psicológica.** Esta perspectiva se sustenta, primero, en la idea de que los juicios que se hacen en público reflejan las opiniones de los sujetos que las emiten. A partir de los años 20, la psicología social recupera esta perspectiva interpretativa del fenómeno y “explicará la opinión pública como la suma de opiniones y actitudes individuales, se hayan obtenido éstas a través de una muestra representativa o se hayan registrado en su totalidad” (**Monzón**, 1996:326). Según esta interpretación psicológica de la opinión pública, ésta no es en ningún caso una realidad objetivada, sino que ha de equipararse a las opiniones individuales o los estados de opinión (**Allport**, 1937).

La opinión pública también se aborda desde la psicología a través del concepto de percepción. **Noelle-Neumann**, por ejemplo, destaca que la percepción que tiene el individuo de la opinión predominante en un grupo es un factor decisivo en la expresión o silenciamiento que éste pueda hacer de la suya propia¹⁷⁸, un tema que se ha abordado también en el

¹⁷⁸ **Noelle-Neumann** (1995:88) habla de tres elementos “que parecen estar relacionados con el proceso de la opinión pública y son investigables empíricamente: 1. La capacidad humana de percibir el crecimiento o debilitamiento de las opiniones públicas; 2. Las reacciones ante esta percepción, que impulsan a hablar más confiadamente o a callarse; 3. el temor al aislamiento que hace que la mayor parte de la gente tienda a someterse a la opinión ajena.

debate sobre el surgimiento de los nacionalismos que hacíamos en el análisis histórico.

- 2) **Cultural.** Relacionado, dice **Monzón** (1996:328), en parte con la perspectiva perceptiva, es el enfoque adoptado por aquellos que entienden la opinión pública como la expresión de las creencias dominantes de una comunidad. Vuelve aquí a ser especialmente relevante el fenómeno de silenciamiento de las opiniones discordantes que afirmaba **Noelle-Neumann**, especialmente por esa característica de “dominante”.
- 3) **Racional.** Es la perspectiva que encaja perfectamente con la concepción liberal, en la que para referirse a la opinión pública apelamos a la racionalidad del hombre, dimensión que se desarrolló con especial vigor durante el llamado siglo de las luces y que, aplicado a los temas de interés público, los liberales llamarán opinión pública. Aquí habría que notar que cuando los liberales del siglo XIX hablan de público se refieren a un público ilustrado (“el hombre como ser racional, informado y responsable”¹⁷⁹ –**Monzón**, 1996:329), y que cuando se habla de opinión pública se hace alusión al debate de los asuntos propios de la esfera pública que se mantiene hasta llegar a algún tipo de consenso.
- 4) **Publicística.** Esta perspectiva está muy ligada a la disertación que hacíamos anteriormente sobre la estrecha vinculación existente entre la opinión pública y el fenómeno de la comunicación. No es estrictamente necesario que la opinión pública haya de ser expresada a través de un

¹⁷⁹ Ese que **Wright Mills** (1973:279), como cita el propio **Monzón** (1996:329), no es sino una estampa “de un cuento de hadas”.

medio de comunicación, pero sí ha de cumplir un requisito de notoriedad y publicidad que entronca con la tradición de las Declaraciones de Derechos que exaltaban las libertades de opinión, expresión e imprenta. Pese a que algunos lleguen a afirmar erróneamente que opinión pública es lo mismo que lo que se publica en los medios, la relación entre ambos es evidente.

- 5) **Elitista.** Esta perspectiva pone de manifiesto que no todas las opiniones tienen el mismo peso, por lo que para explicar el sujeto de la opinión pública se debe hacer una diferenciación entre los públicos (mayorías, masas), y las elites (minorías, líderes), por lo que la corriente elitista establece de entrada una frontera “entre una opinión pública auténtica, real e ilustrada, de una pseudo-opinión pública u opinión de masas inculta, irracional y manipulada” (**Monzón**, 1996:330).

En este apartado resulta de obligada mención los postulados de **Zaller** (1992:6) quien, parafraseando a Lippmann asegura que “aunque a pocos les gusta, nadie puede ignorar el hecho de que los ciudadanos pertenecientes a sociedades de gran tamaño dependen de otros a quienes no ven y con frecuencia no conocen para acceder a la mayoría de la información de qué dispones sobre el vasto mundo en el que viven”.

Estos “otros” que no se ven y no se conocen, para **Zaller**, son las elites políticas, entre las cuales incluye a políticos, oficiales gubernamentales de alto rango, periodistas, activistas y múltiples tipos de expertos y especialistas políticos. “Incluso cuando nos enteramos de algún aspecto de

los asuntos públicos a través de amigos o familiares, con frecuencia nos convertimos en consumidores de segunda mano de una serie de ideas que se originaron de manera más distante entre algún tipo de elite” (Zaller, 1992:6).

6) Institucional. Pese a no estar presente en las constituciones, su espíritu parece estar muy presente (de aquí también la importancia en torno al debate sobre regiones, naciones y nacionalidades que hacíamos en el repaso de la cuestión histórica). “Juristas y teóricos de la ciencia política hablarán de ella al referirse a las relaciones entre gobernantes y gobernados” (Monzón, 1996:331).

7) Perspectiva de Luhmann. La opinión pública se puede entender también en función de la perspectiva de la tematización de Niklas Luhmann, según la cual son los medios los encargados no sólo de fijar temas de debate a los ciudadanos, sino de sugerir su solución y minimizar, por ende, todo debate público. Los medios aparecerían, así, como entes de “reducción de la complejidad social” (Monzón, 1996:332).

2.2.2.2. Hacia una definición del concepto de opinión pública

Dader (1986:30) se remonta hasta el “dogma poleon” al que se refería **Protágoras** para explorar las raíces del “mismo fenómeno psicosocial que hoy calificaríamos como ‘opinión pública’”. En las sociedades occidentales modernas, prosigue **Dader**, “tendríamos que reconocer también que la expresión hoy profusamente

empleada fue ya acuñada como “opinion publique”, con un sentido social en 1744 por **Rousseau** y ratificada en su sentido político por **Mercièrre de la Rivière** en 1767”. **Habermas** (1962:264) rescata, además, una dimensión problemática del fenómeno al entender que “para el liberalismo de mediados de siglo (XIX), la “opinión pública” es conscientemente percibida en el último cuarto del siglo XIX como una magnitud de todo punto problemática”.

Y el mayor problema, coinciden en señalar muchos estudiosos del fenómeno, arranca en la definición misma del concepto. “La tarea no es sencilla”, reconoce **Monzón** (1987:135), “porque el fenómeno de la opinión pública es una realidad compleja y dinámica” y el propio término y concepto, “un debate permanente” (**Dader**, 1986:31). **Padioleau** (1981:25) escribía, no sin sorna, que la opinión pública era como un elefante, difícil de definir pero fácil de reconocer¹⁸⁰. **Tönnies** (1902) utilizaba una metáfora más química para aportar su propia definición: afirmaba que la opinión pública era algo que podía existir en diversos estados de agregación: sólido, líquido y gaseoso¹⁸¹.

Lippmann (1927b) habla de la opinión pública como el “fantasma público”, que no puede verse, pero que actúa y se deja sentir. **Monzón** (1996:192) recupera las metáforas animales para afirmar que la opinión pública en su expresión se asemeja por momentos al camaleón: “unas veces utiliza la representación formal frente a la informal; otras, la expresión directa frente a la

¹⁸⁰ Citado en **Dader** (1986:32). **Dader** (1992:233-4) también menciona en *El periodista en el espacio público* otra reflexión sobre la opinión pública de **Padioleau**, en la que se afirma que “a la opinión pública le sucede lo que al diablo, debe existir, puesto que pronunciamos su nombre”, lo que entronca quizá con aquel miedo atávico de la Grecia clásica a mencionar el nombre de la muerte (por eso se le conocían tantos eufemismos con los que se la designaba), fruto de la convicción de que el mero hecho de pronunciar su nombre podía atraer su intervención.

¹⁸¹ Citado en **Noelle-Neumann** (1995:89).

representativa; también, la manifiesta frente a la latente, y finalmente, la verbal frente a la comportamental”. El propio **Monzón** (1987:135) hace referencia incluso a la posibilidad, barajada por algunos autores como **Stoetzel** o **Bentley**¹⁸², de que sea un fenómeno que, directamente, no exista.

Por su parte, **Noelle-Neumann** (1995:88-9) aprovecha los tres elementos que comentábamos antes en torno a la percepción (la capacidad de percibir el auge o declive de las opiniones públicas, la reacción en consonancia –expresión confiada o silenciamiento– ante esta percepción y el temor al aislamiento) para elaborar “una definición operativa de la opinión pública: opiniones sobre temas controvertidos que *pueden* expresarse en público sin aislarse (...) Hay que completar, por supuesto, esta interpretación de la opinión pública, ya que sólo se aplica a situaciones en las que las opiniones compiten entre ellas, cuando las nuevas ideas emergentes están encontrando aprobación o se están desmoronando las concepciones existentes”.

Sobre la base de las definiciones que de opinión pública dan **Tönnies** (1902), **Lippman** (1922), **Speier** (1950), **Habermas** (1962) y **Baumhauer** (1976), el propio **Monzón** (1987:137) hace una aproximación que trata de reunir todos los elementos de las anteriores y define la opinión pública como

“La discusión y expresión de los puntos de vista del público (o los públicos) sobre los asuntos de interés general, dirigidos al resto de la sociedad y, sobre todo, al poder.”

¹⁸² **Habermas** (1962:265) menciona el caso de **Bentley** parafraseando, a su vez, a **Palmer** (1950:11).

Discusión refleja “el concepto dinámico y conflictivo de la opinión pública en su proceso de formación”, *expresión* “significa que la opinión para que sea pública, debe salir al exterior, ser conocida, publicada o notoria”, *los puntos de vista* se refieren a las “opiniones, juicios, pensamientos, acuerdos, voluntades, actitudes, “líneas”, imágenes, sentimientos, ideas y posiciones”, *público* o *públicos* hace alusión a “aquella parte de los ciudadanos preocupada por los asuntos comunes”, *asuntos de interés general* son “todos aquellos problemas, objetos, temas o cuestiones que son de interés común, central o público” y *expresión dirigida al resto de la sociedad y, sobre todo, al poder* implica que, al expresar las personas opiniones públicamente lo hacen con una doble intención: que se enteren los demás y que se entere el poder correspondiente, donde, probablemente, reside la clave del conflicto (**Monzón**, 1987:137).

En este sentido, tal vez habría que añadir, como hacen **Dader** (1986) y **Habermas** (1962), más que en las circunstancias contingentes del fenómeno, el espacio en el que siempre se da la opinión pública, el “Espacio público” o “Esfera pública”¹⁸³, esto es, el “espacio de concurrencia de los involucrados en asuntos públicos y de intercambios de opinión sobre cuestiones de trascendencia pública, sean éstas de preocupación general o solo mayoritaria o de minorías significativas. Y sean éstas también de materia social general o estrictamente

¹⁸³ **Dader** (1992:234-5) emplea una imagen artística para explicar las diferencias entre las distintas esferas: el cuadro de **Paul Delvaux** “La voz pública” (1948), que trata de representar la murmuración y una intimidad expuesta a la contemplación de la ciudad. En el cuadro, una mujer muestra su desnudez con indiferencia, conocedora de que tres espectadoras hablan de ella en un segundo plano, mientras que en un tercer plano se ven las calles y los edificios de una ciudad. Así quedan expresadas, en el mismo cuadro, las tres esferas: privada (mujer desnuda), pública (mujeres que cuchichean) y social (la ciudad). También menciona **Dader** (1992:236) la imaginaria provincia de Castroforte del Baralla, que inventó **Gonzalo Torrente Ballester** en su *Saga/Fuga de J.B.* como “la mejor ilustración literaria del fenómeno de lo público y la opinión pública”, puesto que “lo que según este relato hace levitar y traspasar las leyes de la física a la comunidad de Castroforte es la intensa coincidencia de todos sus habitantes en un mismo objeto de discusión”, un fenómeno deseable y temible como la propia opinión pública (**Dader**, 1992:237).

política” (**Dader**, 1986:34). El espacio público se distingue del espacio social porque no todo lo social es público, ya que hay fenómenos sociales que permanecen en la sombra. Del mismo modo, se puede entender fácilmente que el espacio público y el espacio privado son, esencialmente, opuestos. El espacio público sería, en suma, el entorno simbólico en el que determinados aspectos adquieren notoriedad pública.

Monzón (1987:138) también establece, parafraseando a **Sprott** (1964:124-5), una diferenciación entre tres tipos de opinión pública: (1) general o “corriente de opinión dominante”, que está en relación con las creencias y convicciones de la sociedad en general y suele estar caracterizada por una fuerte homogeneidad, (2) parcial, es decir, la de aquellos públicos que defienden posturas distintas sobre un tema de interés general y (3) de grupo, “tan numerosas como grupos haya en la sociedad”. De esas tres, “la opinión pública propiamente dicha responde a la segunda acepción, aunque el uso del término la identifique más con la primera forma y menos con la tercera” (**Monzón**, 1987:138).

Monzón (1987:139) hace alusión, por último, a una definición de **Rovigatti** (1981:97:102) que entronca indudablemente con la importancia que se asigna en esta tesis a los medios de comunicación en cuanto que aglutinadores de opinión pública, como comentábamos unos párrafos antes: “en sentido instrumental, opinión pública se asimila a los mensajes que difunden los medios de comunicación y al papel que juegan estos en su expresión”, una conclusión a la que también parece llegar **Dader** (1986:34) cuando afirma que si la opinión pública es un fenómeno que se desarrolla en un espacio genérico que hemos dado

en llamar “espacio público”, la relación con el mundo de la comunicación es palmaria por cuanto “espacio público sin comunicación no puede entenderse”.

Parafraseando a **Baumhauer** (1976:6), quien intenta explicar que la opinión pública es un “sistema abierto que envuelve su jerarquía de componentes –subsistemas – y forma parte de supersistemas más amplios”, **Dader** (1986:35) insiste en la naturaleza dinámica de la opinión pública, ya que la opinión pública, “es algo sujeto a transformación constante”. Esto estaría en íntima relación con la naturaleza cambiante de las identidades a la que también hacíamos alusión anteriormente en el repaso de la Historia de España y las peculiaridades de regionalismos y nacionalismos que han emergido sobre el suelo peninsular.

“La variedad del sistema” de la opinión pública, escribe precisamente **Dader** (1986:36), “explica también que de idénticos in-puts resulten out-puts¹⁸⁴ diversos y viceversa”, lo cual sin duda podría ayudarnos a entender el fenómeno del escaso despegue del regionalismo en unas zonas frente a otras, algo que antes tratábamos de analizar desde una perspectiva histórica y que aquí se completa desde los estudios sobre la opinión pública. Y no es baladí la utilización del término “sistema”. **Monzón** (1987:156) recuerda que fue **McIver** quien habló por primera vez del “sistema de la opinión pública”, término que le servía para integrar diferentes dimensiones que intervenían en el fenómeno: la alineación de las opiniones (los diferentes valores y variables que se registran, por ejemplo, en las encuestas de opinión), la estructura de la comunicación (elementos del

¹⁸⁴ “Los elementos más importantes que intervienen en el proceso”, apunta **Monzón** (1987:157), “son la información (*input*), el clima de opinión (el sistema) y la opinión pública (el *output* del sistema)”

proceso comunicativo) y el fundamento del consenso (razones que empujan a las personas a mostrar su apoyo o rechazo a ciertos temas).

Monzón (1987:157-8) resume, por último, algunas de las características que hemos ido sugiriendo hasta el momento en las siguientes propiedades que pueden ser atribuidas al sistema de la opinión pública:

- a) **Totalidad.** Todas las partes están relacionadas entre sí, y un cambio en una de ellas afecta al sistema por completo. Del mismo modo, se cumple la ley de que la suma de las partes del sistema de la opinión pública no equivale al todo.
- b) **Equifinalidad.** Las mismas informaciones pueden dar pie a distintas opiniones públicas y viceversa: la misma opinión pública puede resultar de distintas informaciones introducidas en el sistema.
- c) **Retroalimentación.** **Monzón** (1987:158) explica el ciclo de relaciones y retroalimentación entre el sistema de clima de opinión y el ambiente con una cita de **Baumhauer** (1976:14): “Emisores del medio introducen información en el sistema de clima de opinión; dicha información se transforma en opinión pública que, al salir del sistema, pone de manifiesto su naturaleza como poder social, a través de una cadena de reacciones de la cual resulta una presión psicosocial que produce el cambio o la adquisición de determinados comportamientos; estos efectos suscitan la importación de nueva información en el sistema, y así sucesivamente”.

Una vez que hemos debatido sobre el concepto en sí mismo, es necesario explorar por el modo en el que la opinión pública deja su sello en su espacio natural, el espacio público. Para ello, resulta especialmente interesante abordar las funciones sociopolíticas que puede ejercer el fenómeno que entendemos por “opinión pública”.

2.2.2.3. Funciones sociopolíticas de la opinión pública

La opinión pública puede desempeñar diversas funciones de índole sociocultural o política, pero toda división en este sentido ha de ser entendida como meramente formal, porque en la práctica suelen afectar simultáneamente a los dos ámbitos. **José Luis Dader** (1992:181-5) comenta en su libro *El periodista en el espacio público* el siguiente decálogo de funciones que puede desempeñar la opinión pública.

- 1. Función denotativa.** La opinión pública sirve para expresar o dar a conocer simplemente una voluntad colectiva. Hablamos, pues, de una misión indicadora para cualquier observador (políticos, publicistas), lo cual resulta, sin duda, de gran utilidad para evaluar el respaldo popular que posee un determinado tema.
- 2. Función anticipatoria de normas.** La opinión pública expresa una voluntad colectiva que, sin contar todavía con un rango de ley, puede conducir a su obtención en el futuro.

3. **Función coercitiva de presión moralizante.** La opinión de la mayoría afecta a cada individuo o grupo en particular mediante el prestigio-estima o el rechazo. Las personas que están de acuerdo con lo que se ve como correcto reciben prestigio y estima social; mientras que a los que se desvían de la norma se les tacha de excéntricos, lo que les lleva a sufrir desprestigio o rechazo público.
4. **Función de control informal del poder político.** Como se había comentado anteriormente, la opinión pública no es una fuerza institucional en sí, pero sí presiona y condiciona las decisiones de los tres poderes. Y esto es así porque “el ejercicio del poder necesita del control permanente de la opinión pública, puesto que (éste) está amenazado por una serie de tentaciones” (Habermas, 1962:133). El control puede ejercerse: (1) sobre las personas investidas de autoridad institucional, o (2) sobre las decisiones adoptadas o a punto de ser adoptadas por ellos.
5. **Función político-constitucional de control político directo.** Este punto es similar al anterior pero con la peculiaridad de que sólo se ejerce en países democráticos donde, finalmente, existe una presión efectiva (no informal) a través del voto en las urnas. A través de las votaciones se refleja un estado de opinión en el que se apoya o no unas opciones político-ideológicas.
6. **Función legitimadora de poder.** Los índices de popularidad del presidente y los ministros son baremos, por ejemplo, para indicar el apoyo

que tiene un gobierno ante la opinión pública durante el periodo en el que no hay elecciones.

7. **Función consensuadora o de equilibrio.** Hablamos aquí de la opinión pública como factor de cohesión social, algo que ya se advirtió **Tocqueville** cuando afirmó que en las democracias habría pocas grandes revoluciones, porque las minorías tenderían a aceptar el sistema político respaldado por la mayoría (respetarían, pues, el consenso)¹⁸⁵.
8. **Función de diálogo e intercambio.** El debate entre las distintas corrientes de opinión permite intercambiar puntos de vista, lo que deriva en un evidente enriquecimiento cultural.
9. **Función de estímulo y sugerencia de acciones.** Enunciada por **Habermas** y tachada por algunos de utópica, si suponemos que la discusión entre los ciudadanos es racional y, de un modo u otro, vinculante, habría de desencadenar actuaciones por parte de los gobernantes.
10. **Función de contrapunto antiburocrático o antirreglamentarista.** La opinión pública sirve como método de presión para acelerar los procesos burocráticos de la justicia y el gobierno, lo que en última instancia puede incluso cambiar el curso de determinada toma de decisiones.

Por su parte, **Noelle-Neumann** simplifica las funciones de la opinión pública hasta reducirlas a sólo cuatro. Afirma la autora alemana que existe un control

¹⁸⁵ Cf. **Monzón** (1996:81).

indeterminado y anónimo que, por la amenaza del aislamiento¹⁸⁶, la colectividad en su conjunto ejerce sobre todos y cada uno de sus miembros. Así pues, las funciones de la opinión pública de acuerdo al modelo psico-social de **Noelle-Neumann** serían, en un sistema social democrático, las siguientes¹⁸⁷:

- 1. Lograr la integración social.** El individuo que intenta evitar el aislamiento está dispuesto a colaborar con los otros en una especie de ley de la supervivencia colectiva. La integración social por vías de comunicación es especialmente interesante en casos de euforia generalizada, seguimiento de modas y otras formas de “integración substantiva” como los símbolos (himnos, banderas).
- 2. Tendencia a estabilizar las sociedades.** Consecuencia directa de lo anterior. Dice Noelle-Neumann que la carencia de una opinión pública o alguna otra infraestructura de consenso entre las personas interesadas en la esfera política conduce a extremos levantamientos.
- 3. Establecimiento de prioridades para la atención pública.** Mediante la selección de temas en los que se centrará la discusión institucional y, por ende, la popular. En este sentido, **Böckelmann** (1976:49) escribe que “la comunicación social de masas no legitima las opiniones y las actitudes, sino la importancia de los temas sancionados y la irrelevancia de los previamente descartados”.

¹⁸⁶ **Blumer** (1948) ya había anticipado las presiones ejercidas por determinados grupos sociales que podían resultar en el silenciamiento de determinadas posiciones.

¹⁸⁷ La clasificación se ha recogido de **Dader** (1992:186-7) y también se menciona en **Saperas** (1985:185-6).

4. **Conferir legitimación.** Respaldando las normas establecidas o apoyando la instauración de unas nuevas.

Monzón (1987:150-1), por último, destaca, parafraseando a **Rovigatti**, cinco funciones de la opinión pública. Muchas de ellas ya han sido mencionadas, de una u otra forma, en las categorizaciones anteriores: (1) función de control genérico e informal de los individuos y grupos dentro de una sociedad, (2) función legitimadora del poder, (3) elemento importante para la pervivencia del sistema democrático y para el control de la vida política, (4) función de control sobre las personas investidas de autoridad y (5) función de estímulo y presión social sobre el proceso de toma de decisiones políticas.

2.2.2.4. Medición de la opinión pública

Los sondeos de opinión son el instrumento más popular y utilizado de medir la opinión pública, hasta el punto de que muchos lo identifican como el genuino espejo de este fenómeno. En parte es cierto que se trata de la manera más popular y una de las más eficientes de medir la opinión pública, si bien hay que tener en cuenta también sus limitaciones.

2.2.2.4.1. Encuestas

Uno de los procedimientos más populares para conseguir información sobre el sentir de la opinión pública son las encuestas que operan “a través de mediciones cuantitativas de un grupo de sujetos (muestra) que pretende representar a un

universo mayor (población), dentro de unos márgenes de error controlados (probabilidad)”¹⁸⁸. **Monzón y Dader** (1990:465) defienden el valor investigador de las encuestas de opinión porque su rigor y precisión “se apoya en una teoría probada y establecida”. **Stoetzel y Girard** (1973:103-4) avalan estas palabras desmenuzando las diferentes partes de la encuesta y las teorías sobre las que se apoyan cada una de estas partes:

- Número de personas preguntadas (tamaño de la muestra): cálculo de probabilidades y ley de los grandes números.
- Modo de elección de los entrevistados: teoría de las muestras.
- Decodificación de las respuestas: teoría de la entrevista.
- Rapidez de ejecución: procesamiento de datos.
- Interpretación de los resultados: técnicas de análisis y construcción de modelos.¹⁸⁹

La fiabilidad y validez de las encuestas se asienta, pues, en el rigor con el que se ejecuta cada una de las partes que las componen. Los primeros intentos de medición de la opinión pública fueron los llamados “votos de paja”, que ya se vieron a principios del siglo XIX y consistían en unos cupones que los periódicos incluían en sus páginas y en los que se preguntaba a los lectores sobre sus preferencias políticas, con la esperanza de que estos los enviaran rellenos a la sede de la publicación. Como es de suponer, la escasa sistematización de tal

¹⁸⁸ **Monzón y Dader** (1990:465) que, a su vez, parafrasean el enunciado de **García Ferrando** (1986: 123 y 130).

¹⁸⁹ Los enunciados también han sido extraídos de **Monzón y Dader** (1990:465)

proceso generaba unos muestreos nada representativos y un margen de error inconcebible en nuestros días.

Las encuestas como tal aparecen en 1936, cuando Gallup consigue hacer unas previsiones de voto para las elecciones estadounidenses con un margen de error del 7%, algo que en la época se consideró como un verdadero éxito. Paradójicamente, el paso del tiempo hizo que el margen de error y, sobre todo, los fallos en los pronósticos convirtieran a las encuestas de opinión en el blanco de las críticas de muchos sectores de la sociedad, especialmente los políticos “damnificados” por tales errores¹⁹⁰. “Como toda técnica que investiga la realidad, las encuestas pueden ser de gran utilidad”, recuerdan a los escépticos **Monzón y Dader** (1990:465), “sabiendo que la información que nos aportan no es exacta, sino aproximada o probable (...) La decepción que producen, por tanto, no es científica, sino psicológica”.

En este sentido, hay que advertir también que tanto el tratamiento periodístico de las encuestas como su propia publicación puede generar cambios en la radiografía efectuada a través de los resultados publicados. Una de las características que más deben tenerse en cuenta de las encuestas es que no retratan procesos, sino que más bien capturan imágenes estáticas de un momento puntual; razón por la que se insiste en la necesidad de aclarar en todo momento las fechas exactas entre las que se ha completado la encuesta. Y estos cambios que puede generar la encuesta están al margen de la calidad de la misma.

¹⁹⁰ “En tiempos de campaña”, apuntan **Monzón y Dader** (1990:465), “prácticamente todos critican el método y los resultados de las encuestas, pero todos están deseando tener delante los resultados de algún sondeo”.

Esto redonda precisamente en la necesidad de control por parte de los periodistas a la hora de hacerlas públicas, ya que si se publican encuestas que están distorsionadas desde la base, no sólo el público puede verse impulsado a cambiar una situación a raíz de la publicación de los datos (algo que pasa con todas las encuestas, buenas y malas), sino que además se correrá el riesgo de que se cambie el entorno que ha radiografiado¹⁹¹ la encuesta por mor de unos datos inexactos.

Monzón y Dader (1990:475-6) insisten en la imperiosa necesidad de exigir unos datos mínimos a toda encuesta publicada para que los receptores de tales datos puedan ponderarlos en su justa medida: el tamaño del universo (N), el tamaño de la muestra (n), el margen de error (e), el coeficiente de probabilidad, nivel de confianza o “sigmas” de precisión (s), la situación de proporcionalidad más desfavorable contemplada (pxq), el método de muestreo y entrevista, las fechas de realización, el texto de las preguntas principales y la constatación del instituto autor¹⁹².

Así las cosas, como ya anticipábamos anteriormente, ha de quedar claro que las encuestas no son sólo un método fiable, sino que también tienen limitaciones, principalmente dos: de representatividad matemática (el margen de

¹⁹¹ En el caso de las elecciones, **Dader** (1990d:502) menciona varias consecuencias de la publicación de las encuestas, como el efecto “subirse al carro del vencedor” o consolidación de la mayoría, que consistiría en la captación de nuevos adeptos ante la seguridad de una victoria de cierto partido o el “efecto David” por el que, por el contrario, los votantes del partido que se estima perdedor se activarían reduciendo las distancias con el presumible ganador”.

¹⁹² Para **Monzón y Dader** este es el mínimo exigible. Otros elementos indispensables para que la ficha técnica sea completa de verdad permitirían conocer el origen de financiación del trabajo, la diferencia entre universo declarado y real, entre universo y base de la muestra, la diferencia entre muestra teórica y real para cada pregunta, la diferenciación entre el “no sabe” y “no contesta”, la estratificación de la muestra proporcional a la realidad, la dispersión de la muestra, la diferencia entre “error muestral” global y por estratos, el contexto temporal de las entrevistas y la diferencia entre porcentajes de distribución de opiniones y “baremos de popularidad” (**Monzón y Dader**, 477-82).

error y el coeficiente de probabilidad) y de representatividad extramatemática (formulación de las preguntas, simplificación, por ejemplo, a través de respuestas de formato cerrado, etc.).

2.2.2.4.2 Barómetros

Los barómetros, según **Monzón y Rospir** (1990:509) son una modalidad de medición de la opinión pública en la que una o varias empresas realizan una serie de encuestas. En el primer caso, más frecuente, la empresa en cuestión suele realizar una encuesta ómnibus en la que se formulan preguntas de carácter político y no político. Estos barómetros de encuestas “son los grandes hacedores de lo que hemos descrito como creación de un marco de influencia” por lo que **Monzón y Rospir** (1990:510) advierten de la necesidad de redoblar los controles antes de su publicación en los medios de comunicación de masas puesto que las tergiversaciones que se introduzcan pueden hacerse de una manera más sutil.

En España, es el Centro de Investigaciones Sociológicas quien realiza los barómetros de opinión con más seguimiento. El CIS resume el funcionamiento de los barómetros de la siguiente manera: “los barómetros se realizan con una periodicidad mensual –excepto los meses de agosto– y tienen como principal objetivo medir el estado de la opinión pública española del momento. Para ello se entrevista en torno a 2.500 personas elegidas al azar dentro del territorio nacional, de las que, además de sus opiniones, se recoge una amplia información social y demográfica para el análisis”¹⁹³. Los barómetros del CIS se elaboran sobre

¹⁹³ http://www.cis.es/cis/openm/ES/11_barometros/index.jsp (última consulta: abril de 2012).

un bloque de preguntas fijas¹⁹⁴ a partir de las cuales se elaboran los indicadores del barómetro¹⁹⁵.

Además del Barómetro mensual, el CIS realiza diversos estudios y encuestas de opinión encaminadas a ofrecer una radiografía política y socioeconómica lo más cercana a la realidad española. En su catálogo de encuestas¹⁹⁶ se incluyen dos Barómetros Autonómicos, publicados, respectivamente, en el año 2005¹⁹⁷ y 2010¹⁹⁸, en los cuales, sobre la base de más de 10.000 cuestionarios¹⁹⁹ aplicados mediante entrevista personal en los domicilios se exploraba la siguiente información:

- Nacionalidad del entrevistado. Momento de la adquisición de la nacionalidad española. Nivel de conocimiento de castellano del entrevistado y atribuido por el entrevistador. Nacionalidad, sexo, edad y nivel de conocimiento de castellano del entrevistado y atribuido por el entrevistador del entrevistado no español.

¹⁹⁴ Mensualmente, las preguntas fijas son: valoración de la situación económica actual, valoración de la situación económica con respecto a la situación hace 1 año, valoración de la situación política actual, valoración de la situación política con respecto a la situación hace 1 año, principales problemas del país en opinión de la persona entrevistada, problemas que más afectan a la persona entrevistada, escala de autoubicación ideológica, recuerdo de voto en las elecciones generales, religiosidad del entrevistado y frecuencia de asistencia a oficios religiosos. En enero, abril, julio y octubre se introducen también preguntas de continuidad de periodicidad trimestral: valoración de la actuación del gobierno, valoración de la actuación de la oposición, confianza en el presidente del gobierno, confianza en el líder de la oposición, valoración de los líderes de los principales partidos políticos, valoración de los miembros del gobierno, valoración de la situación económica dentro de un año con respecto a la actual, valoración de la situación política dentro de un año con respecto a la actual, intención de voto en las elecciones generales y simpatía por los partidos políticos

¹⁹⁵ Indicadores de la situación económica, indicadores de la situación política, indicadores del sistema gobierno/oposición, indicadores electorales, autoubicación ideológica y percepción de los principales problemas de España

¹⁹⁶ http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/catalogoencuestas.html (última consulta: abril de 2012).

¹⁹⁷ Estudio 2.610 del CIS.

¹⁹⁸ Estudio 2.829 del CIS.

¹⁹⁹ En 2005 se realizaron 10.371 entrevistas a españoles mayores de 18 años procedentes de 457 municipios de 52 provincias y en 2010 se llevaron a cabo 10.409 entrevistas a españoles de 700 municipios y 52 provincias.

- Evaluación de la situación política y económica, actual y retrospectiva a dos años, de España y de su comunidad autónoma.
- Comparación de la situación política y económica entre su comunidad autónoma y España.
- Principales problemas en su comunidad autónoma.
- Comparación del efecto de la crisis económica en su comunidad autónoma respecto a España.
- Preparación de la economía autonómica para superar la crisis económica.
- Preferencia entre diferentes alternativas de organización territorial del Estado en España.
- Autonomía deseada para su comunidad autónoma en comparación con la conseguida.
- Aspecto principal del Estado de las autonomías.
- Acuerdo con distintas frases sobre el desarrollo del Estado de las autonomías: contribuyen al desarrollo de los separatismos y mejoran la convivencia entre las distintas regiones y nacionalidades.
- Efecto para España de la creación y desarrollo de las comunidades autónomas. Motivos del efecto positivo y negativo.
- Valoración del funcionamiento de la organización del Estado en comunidades autónomas.

- Posibilidad de la existencia en las prestaciones de las comunidades autónomas de diferentes servicios.
- Identificación con otra persona según el estrato social o la comunidad autónoma de residencia.
- Significado subjetivo de España.
- Orgullo de ser español y de su comunidad autónoma.
- Influencia de las decisiones del Gobierno central, del Gobierno autonómico y del Ayuntamiento sobre el bienestar personal y familiar.
- Opinión sobre el tipo de relación actual entre el Gobierno autonómico y el central.
- Ejecutivo (nacional, autonómico o local) responsable del funcionamiento de distintas áreas: vivienda, seguridad ciudadana, educación, desempleo,...
- Valoración de la política que ha seguido el Gobierno autonómico en diversas materias: sanidad, protección del medio ambiente, economía, inmigración,...
- Valoración de la política en el supuesto de que la oposición hubiese estado en el Gobierno autonómico en diversas materias: vivienda, seguridad ciudadana, economía, inmigración,...
- Valoración retrospectiva de la gestión del Gobierno autonómico y de la labor de oposición.

- Opinión sobre el grado en que el Gobierno autonómico ha demostrado capacidad y conocimiento en la resolución de una serie de problemas.
- Valoración de la labor de instituciones políticas: Gobierno autonómico, Congreso de los diputados y el Senado.
- Comparación entre el funcionamiento de las oficinas y servicios públicos gestionados por su comunidad autónoma y los gestionados por la Administración central y el Ayuntamiento.
- Corrupción en los distintos niveles políticos: local, autonómico y nacional.
- Comparación entre la corrupción de su comunidad autónoma y la del resto de ellas.
- Conocimiento del nombre del actual Presidente autonómico.
- Valoración de la gestión del Presidente autonómico.
- Cualidades que posee el Presidente autonómico: eficacia, honradez, prudencia, simpatía, inteligencia y experiencia.
- Confianza en el Presidente autonómico.
- Aprobación de la actuación del Presidente autonómico.
- Valoración de la gestión del gobierno central del PSOE y de la labor de oposición del PP al Gobierno central.
- Actitud que debería adoptar el Gobierno autonómico en el supuesto de discrepancia con el Gobierno central.

- Escala de centralismo del Estado de las autonomías español, del Estado de las autonomías español preferido y de diversos partidos políticos.
- Sentimiento nacionalista.
- Lugar de nacimiento del entrevistado, del padre y de la madre (comunidad autónoma).
- Escala de probabilidad de votar a diversos partidos políticos.
- Autodefinición de su ideología política.
- Escala de ideología del entrevistado y de diversos partidos políticos.
- Escala de nacionalismo y de diversos partidos políticos de Canarias, Cataluña, Galicia, Comunidad Foral de Navarra y País Vasco.
- Participación electoral y recuerdo de voto en las elecciones generales de 2008.
- Participación electoral y recuerdo de voto en las elecciones autonómicas.
- Voto diferenciado a partidos dependiendo del tipo de convocatoria.
- Frecuencia de seguimiento de la política a través de diversos medios de comunicación.
- Cadena de televisión, radio o periódico preferido para la información política y electoral.
- Tipología de páginas de Internet que consulta en el seguimiento de la campaña electoral.

- Práctica religiosa.
- Valoración de la situación económica personal.'

El índice temático se ha extraído de la ficha del estudio 2829 (Barómetro autonómico de 2010), que es estructuralmente muy similar al del estudio 2610 (Barómetro autonómico de 2005), si bien hay ciertas diferencias que se explorarán en mayor profundidad en el análisis comparativo de estos dos barómetros que se realizará más adelante y que será de gran utilidad para la medición de la conciencia regional que se precisará en el estudio de caso. Cabe destacar, por último, que el empleo de la palabra “Barómetro” en la denominación de los estudios 2610 y 2829 del CIS es especialmente significativa del deseo de imprimir a la investigación una continuidad en el tiempo (que el proyecto de 2005 se continuara en 2010 es buena muestra de ello) e indirectamente del reconocimiento de la importancia del tema autonómico por parte del organismo encuestador. A la conclusión del epígrafe sobre los efectos de los medios en la opinión pública se realizará una exploración detallada de los resultados obtenidos en estos dos Barómetros Autonómicos, lo que servirá de base para operacionalizar la variable “conciencia regional” en el estudio de caso y recogerá también el testigo del debate histórico con el que abríamos el presente marco teórico.

2.2.2.4.3. Análisis de contenido y otros métodos de medición

El análisis de contenido es la segunda gran técnica de detección empírica del fenómeno de la opinión pública. Se puede aplicar, por ejemplo, a los distintos mensajes de actualidad, y de hecho **Monzón** (1987:195) recoge cuatro frentes que justifican su pertinencia en el estudio de la opinión pública. El análisis de contenido, sería, pues, una técnica válida para la investigación del fenómeno de la opinión pública porque:

- a) “Se centra en las comunicaciones y una de las más importantes es la comunicación política, donde situamos a la opinión pública”.
- b) “Muchas de las comunicaciones entre gobernantes y gobernados son mediatizadas en forma de mensajes por los medios de comunicación de masas”.
- c) “Los medios, a través de sus mensajes, se convierten en creadores, directores o manipuladores de la opinión pública y si aceptamos como válidas algunas conclusiones de las teorías que defienden el poder de los medios, analizando sus mensajes también analizaremos la opinión pública”.

Monzón concluye, parafraseando a **Moragas** (1981:59), que el análisis de contenido es una técnica auxiliar del análisis de los efectos que nos permite explicar ciertos elementos del origen y formación de la opinión pública.

Existen, a su vez, otros métodos como las entrevistas en grupo a pequeñas reuniones de individuos dispares, análisis de escritos dirigidos a organismos

públicos (estudio de la correspondencia enviada a las instituciones o a los medios de comunicación), escalas de actitud o incluso la observación de comportamientos colectivos. Estas otras formas se fundamentan en lo que **Monzón** (1996:192) reconoce como los modos que la opinión pública ha empleado con más frecuencia para darse a conocer: “manifestaciones directas de los públicos en forma de estados y corrientes de opinión, participando en las distintas formas de sufragio y de representación formal (parlamento), a través de sus líderes y dirigentes (políticos), en los medios de comunicación, dirigiéndose a los organismos públicos (cartas al director y recogidas de firmas), utilizando la comunicación informal (rumor) y expresándose en forma de comportamientos colectivos (manifestaciones y huelgas)”.

2.2.3. El papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública. Teorías sobre el impacto

“La mayoría de las preguntas directas sobre ‘el poder de los media’ o bien no tiene sentido o no tienen respuesta”, afirma **McQuail** (2000:570) en las conclusiones de su *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Sin embargo, ni siquiera con una afirmación tan rotunda el autor se puede descabalar de un tema que, como afirma **Dader** (1990a:221)²⁰⁰ ha sido quizá el núcleo aglutinador de la mayoría de investigaciones sobre comunicación del siglo XX. No es, pues, que haya de cundir el desánimo en el estudio ni que el tema resulte menos importante, dice **McQuail** (2000:570): sólo ha de servir el aviso para abordarlo

²⁰⁰ Quien parafrasea, a su vez, a **Statera** (1976:51).

con el suficiente matiz y voluntad de comprensión de una dialéctica esencialmente compleja y multifactorial.

Podríamos añadir sin temor a exagerar que, con el advenimiento del nuevo siglo, el interés por los efectos de los medios no sólo no ha disminuido, sino que se ha renovado, especialmente con la entrada en escena de soportes que han facilitado la coexistencia de medios de comunicación de masas tradicionales y formas de comunicación más próximas a la bidireccionalidad y alejadas del modelo punto-masa (emisor puntual – receptor masivo).

No cabe duda, igualmente, de que el interés que ha suscitado el tema de los efectos de los medios de comunicación de masas se debe, en buena parte, a la preocupación por el fenómeno mismo de la opinión pública que hemos estado tratando en este marco teórico. Se podría afirmar pues que, ciertamente, si medios y opinión pública son dos fenómenos íntimamente relacionados, el estudio de los efectos de los primeros sobre la segunda no es sino la plasmación máxima del interés que ambos despiertan entre los investigadores. Y por ende es también uno de los *leitmotiv* de la presente tesis doctoral, por cuanto esta relación entre el sentir popular y la opinión publicada en los medios de comunicación resulta determinante a la hora de definir el alcance de algunas de las correlaciones más importantes que van a ser sometidas a estudio en el estudio de caso²⁰¹.

²⁰¹ Fundamentalmente en lo referente, ya lo hemos avanzado, al intento de correlacionar la medición de la opinión pública a propósito de la expresión de la conciencia regional y la medición de la opinión publicada sobre los retratos mediáticos de las comunidades autónomas españolas.

2.2.3.1. Primera etapa: Teorías del impacto directo (1920-1940)

Durante la primera etapa de estudios sobre el impacto de los medios apenas predomina una creencia en un poder de influencia extremadamente marcado por parte de los medios. En parte, la pujanza de la teoría de la sociedad de masas en Europa refuerza la impresión predominante de que los medios de comunicación de masas tienen una influencia poderosa y directa en la opinión pública, por lo que el modelo básico de investigación sigue el esquema “Estímulo-Respuesta” (Dader, 1990a:228). Además, las teorías del impacto directo aparecen en Estados Unidos de la mano de la *Communication Research*, ciencia de nuevo cuño que explora la Teoría de la Comunicación en la década de 1920 (López García, 2004:137).

Con la llegada de las teorías del impacto directo se pone fin al periodo clásico de la opinión pública, que abre camino a una perspectiva marcada por la dialéctica del fenómeno opinión pública con los medios de comunicación de masas (Monzón, 1990a:242) y “contempla la relación entre emisor y receptor como un proceso unidimensional, mecánico, de estímulo-reacción”, que confía en “la experiencia de eficaces campañas propagandísticas con el fin de movilizar a la población norteamericana a favor de la Primera Guerra Mundial, o bien para inundar el mercado de nuevos artículos” (Böckelmann,1976:111-2).

La influencia de la Escuela de Chicago fue indudable en el asentamiento de los postulados metodológicos y teóricos de las investigaciones basadas en el impacto directo. Asimismo, el auge de la psicología social, promovido precisamente por el vigor de la propia Escuela de Chicago es otro de los pilares

fundamentales de esta etapa. “La teoría de la sociedad de masas”, añade **Monzón** (1996:178), “describirá la sociedad como un conglomerado de individuos aislados y dispersos, sin grupos intermedios que favorezcan la integración social y la interacción humana y con unos medios de comunicación que, quien tenga la posibilidad de manejarlos, podrá controlar a la población”²⁰². Tres fueron los principales campos de atención de los investigadores estadounidenses entre los años 20 y 40: la propaganda, la publicidad comercial y el cine (**Dader**, 1990a:236).

- **Estudios sobre la persuasión ideológica o propaganda.** **Lasswell** trabajó desde 1917 en el estudio de los mensajes propagandísticos de estadounidenses, ingleses, franceses y alemanes durante la Primera Guerra Mundial. A raíz de estas investigaciones escribe *Propaganda Technique in the World War*, “donde ofrece una interpretación de rotunda creencia en el impacto directo de las técnicas propagandísticas y de la poderosa influencia psicosocial de los ‘mass media” (**Dader**, 1990a:236). Sin embargo, sus conclusiones son más descriptivas que experimentales, razón por la cual estudiosos posteriores del impacto de los medios como **Klapper** no incluyeron a **Lasswell** en sus recopilaciones sobre estudios de los medios.

En esta etapa y en este campo también destaca el libro *How We Advertised America* de **George Creel**, director de la primera “agencia” de control de información del gobierno estadounidense (el “Comité Creel”), en el que también se analiza en términos similares la influencia de la propaganda

²⁰² Recoge aquí **Monzón** una idea de **De Fleur** y **Ball-Rokeach** (1986:223).

sobre el público masivo. **Dader** (1990a:237) menciona también en esta etapa y este campo a **Lippmann** por dos obras que se han mencionado ya: *Public Opinion* (1922) y *The Phantom Public* (1927).

- **Estudios sobre la capacidad persuasiva de la publicidad comercial.**

Es **Lippmann** precisamente quien le sirve a **Dader** de puente para vincular los estudios de propaganda con los estudios sobre la capacidad persuasiva de la publicidad comercial. Entre sus exponentes más destacados están **Edward Bernays** (1923), “considerado como el primer especialista en relaciones públicas” cuyo máximo interés era indagar cómo se podían generar estados de opinión colectiva favorables; **John Watson**, “fundador académico del behaviorismo psicológico” que abandona el mundo académico para trasladar sus ideas al mundo de los negocios (en una agencia de publicidad, precisamente); y **Elton Mayo**, quien defendía que crear sensación de comunidad en una empresa era imprescindible para incrementar la productividad. Todos ellos “se nutren de conocimientos de psicología social para aplicarlos al mundo de los negocios” (**Dader**, 1990a:237).

- **Estudios sobre la influencia del cine en la juventud y la infancia.** Si la radio aparece vinculada a los efectos de la propaganda²⁰³, del cine

²⁰³ No hay que olvidar el impacto que supuso en la época el experimento de “La Guerra de los Mundos”, el texto de **H.G. Wells** que **Orson Welles** adaptó a formato radiofónico y que provocó irremisiblemente que “cundiera el pánico entre miles de estadounidenses convencidos de que aquella ficción, al estar contada en forma de boletín ‘informativo’, era un hecho fehaciente” (**Estrin**, 2002:6). Sin embargo, autores como **Roda Fernández** (1989) citan este mismo ejemplo para cuestionarse el vigor de las teorías del impacto directo incluso en la misma época en la que se supone que era la tendencia dominante. El investigador español recuerda, por ejemplo, que de los seis millones de personas que siguieron la ficción de **Welles** sólo un millón experimentó “grados variables de temor –muy leves en ese porcentaje–” (**Dader**, 1931:232). Sin embargo, las críticas de **Roda Fernández** son rebatidas por el propio **Dader**, que

preocupan en la época la influencia en los hábitos y comportamientos de la juventud y la infancia (**Dader**, 1990a:238). **Ernest Burgess** realiza en 1920 una investigación con no demasiado rigor científico para la Comisión de la Cinematografía de Chicago en la que concluye que el cine es un medio de comunicación que estimula las conductas antisociales y violentas. Entre 1933 y 1937 la **Fundación Payne** va a sistematizar las investigaciones en pos de conseguir datos más rigurosos y menos basados en observaciones puntuales. Fruto de los doce volúmenes que componen esta serie se extraen conclusiones interesantes como que las películas producen efectos en el espectador, pero no siempre y no a todos con la misma intensidad. Sin embargo, todas estas investigaciones, que contaban con figuras de la talla de **Blumer** o **Charters**, empiezan a introducir la duda en torno a la rotunda creencia, muy extendida en la época, de que existían unos efectos imputables de manera incuestionable al medio.

2.2.3.1.1. Metáforas del impacto directo: la aguja hipodérmica y la bala

Durante la etapa en la que el impacto directo reina como paradigma dominante, el modelo “Estímulo-Respuesta” da lugar a distintas metáforas que tratan de plasmar las convicciones de los investigadores de la época con respecto a la dialéctica entre medios de comunicación de masas y opinión pública. En el modelo E-R, “los efectos son respuestas específicas a estímulos específicos, de tal manera que se puede esperar y predecir una correspondencia estrecha entre el

justifica este cambio de tendencia precisamente por la evolución progresiva hacia la siguiente etapa, en la que se pasó a pensar en unos efectos limitados de los medios.

mensaje de los medios y la reacción de la audiencia” (**McQuail y Windahl**, 1984:93). Pues bien, el citado modelo generó dos metáforas muy populares que ayudaron a entender de una forma sencilla lo que planteaban los estudiosos de la comunicación y sus efectos durante esta época: la aguja hipodérmica y la bala. Como advierte **Dader** (1990a:231), no son teorías propiamente dichas, “sino simples imágenes con las que ejemplificar el impacto directo que supone la conexión mecánica entre estímulo y respuesta”. La imagen de la aguja hipodérmica transmitía la idea de que los medios de comunicación de masas inoculaban ideas en la audiencia de la misma manera que una aguja hipodérmica podía inyectar suero en un organismo humano. “Se consideraba”, explican **McQuail y Windahl** (1984:94), “al contenido de los medios como una inyección en las venas de la audiencia, que se suponía que habría de reaccionar de un modo previsible”.

De una manera similar, la teoría de la bala sugería que, igual que un proyectil podía atravesar distintas superficies, las ideas que lanzase un medio de comunicación eran capaces también de traspasar la mente de la audiencia y producir unos efectos inmediatos (**Dader**, 1990a:232). Ambas metáforas se asientan sobre la convicción de que “la masificación de la sociedad y la progresiva industrialización acaban degenerando en la alienación de las masas frente a los todopoderosos medios” (**López García**, 2004:138), lo que se traduce, como era la creencia dominante en esta época en que los medios gozan de una capacidad de persuasión sobre el público prácticamente inevitable (una traslación, en fin, del modelo behaviorista al mundo de la comunicación).

2.2.3.2. Teoría de los efectos limitados (1940-1960)

La delimitación del final de esta etapa varía en función de los autores, si bien **McQuail** y **Windahl** (1984:35) no dudan en aparcar el debate de la delimitación temporal para resaltar primero la importancia de su existencia misma al asegurar que “realmente hasta después de la Segunda Guerra Mundial no se articuló un enfoque sobre la comunicación como tal”. Pero, volviendo a la delimitación temporal, **Klapper** (1960) considera que el periodo concluye precisamente con el comienzo de la década de 1960, y como tal hace de su obra *The Effects of Mass Communication* un compendio del pensamiento predominante respecto a los efectos mediáticos durante esa etapa. Otros autores, en cambio, consideran que la transición hacia una nueva etapa se produce de manera más gradual a lo largo de la década de los 60. La idea predominante en esta etapa entre los investigadores positivistas es que “los medios sólo tienen capacidad para reforzar las actitudes y opiniones ya existentes en el público y sólo en condiciones muy excepcionales podrían actuar como agentes de persuasión más poderosa y contraria a las restantes fuentes de influencia social” (**Dader**, 1990a:228). Esta etapa se podría resumir, como hace **Monzón** (1990a:243)²⁰⁴, en los siguientes puntos fundamentales:

1. Las comunicaciones de masas no constituyen *normalmente* una causa suficiente o necesaria por sí misma para explicar los efectos que se producen en el público. Más bien los medios son parte de un entramado en el que interactúan otros factores.

²⁰⁴ Parafraseando a **Klapper** (1960:9-10), al que también cita **Böckelmann** (1976:121-2).

2. Los medios de comunicación son un agente cooperador en los efectos, pero no una causa única. Su fortaleza estriba más bien en la capacidad de reforzar opiniones, no tanto en cambiar las ya pre-existentes.
3. Si los factores intermediarios son inoperantes, es posible que los medios de comunicación sí tengan un impacto más directo.
4. La eficacia de las comunicaciones está directamente relacionada con el medio, las comunicaciones y las propias circunstancias en las que se desarrolla la comunicación.

Durante esta etapa seguirá vigente el concepto de sociedad de masas y las investigaciones se desarrollarán habitualmente en el marco sociológico del funcionalismo y psicológico del behaviorismo (Monzón, 1990a:243). Las investigaciones sobre la opinión pública durante estos años se desarrolla en torno a cinco áreas claramente diferenciadas: (1) el estudio del proceso de la comunicación, tanto interpersonal como masiva, (2) los estudios electorales, (3) los estudios sobre opiniones y actitudes, (4) los estudios sobre persuasión y (5) los estudios sobre audiencias (Monzón, 1990a:244).

En su libro *Efectos de las comunicaciones de masas*, Klapper (1960) destaca los siguientes factores intermediarios que favorecen el refuerzo y el cambio: la exposición, percepción y retención selectivas, los grupos y sus normas, las redes de comunicación interpersonal, los líderes de opinión y la naturaleza de los medios. Cuando Klapper (1960) habla de **los grupos y sus normas** se refiere a que, precisamente por no ser la audiencia una masa indiferenciada, existen distintos grupos que pueden ser objeto de los mensajes mediáticos. Por un lado

están los **grupos categóricos**, esto es, aquellos a los que el individuo pertenece sin que haya tenido opción de elegirlo (raza, edad); por otro los **grupos secundarios**, caracterizados por una elección más deliberada y consciente (grupos profesionales); y por último los **grupos primarios**, de “estructura informal, normas subjetivadas y dinámicas, y relaciones más directas y afectivas” (Monzón, 1990a:247).

Los grupos primarios son factores intermediarios fundamentales porque las redes de comunicación de los medios enlazan con las redes de comunicación de los grupos y porque pueden apoyar o rechazar mensajes que llegan del grupo (Katz y Lazarsfeld²⁰⁵, 1974:48). “El proceso de los grupos, originariamente descuidado, tiene ahora el rango del *mediating factor* más importante a situar entre el estímulo y su significación para el receptor. Las actitudes del individuo (...) se atribuyen a la potencia de los contactos informales directos” (Böckelmann, 1976:127). El grupo se constituye como elemento de cohesión a través de sus normas y valores, es intérprete de la realidad, posibilita la toma de decisiones y ejerce presión sobre sus miembros a través de sentimientos comunes para defender su identidad.

2.2.3.2.1. Teoría de la exposición y percepción selectiva

El primer factor al que hacía alusión Klapper (1960), **la exposición, percepción y retención selectivas** desmitifica el credo de que los receptores son una masa indiferenciada y acrítica. Por el contrario, en esta época los estudios concluyen

²⁰⁵ Citados en Monzón (1990a:247).

que, frente a la concepción de una masa amorfa, pasiva y plenamente receptiva, lo que se da más bien son grupos de individuos que intervienen activamente en el espacio público informativo. Además, crece la convicción de que no basta con la mera exposición a un medio para que los efectos se produzcan de manera inmediata, sino que se tienen que dar una serie de condiciones de recepción para percibir y retener el mensaje. “La teoría de la exposición y percepción selectivas”, resume **Monzón** (1996:188), “pretende demostrar que las audiencias desempeñan un papel activo en el proceso de la comunicación, rechazando la idea de pasividad que los teóricos de la sociedad de masas habían dado a las audiencias”.

En este sentido, también recuerda **Monzón** (1990a:246), parafraseando a **Triandis** (1971:157), que el individuo sí selecciona de entre los múltiples mensajes que recibe, y normalmente suele hacerlo empleando criterios concretos, seleccionando por ende mensajes que:

- a) Aumentan nuestra comprensión.
- b) No atacan nuestra autoestima ni revela verdades desagradables sobre nosotros mismos.
- c) Nos ayudan a ajustarnos en un mundo complejo, que nos acerca a las recompensas y que nos aleja de los castigos.
- d) Nos permiten expresar de manera más persuasiva nuestros valores a los demás.

2.2.3.2.2. Teoría de la influencia en dos pasos

Si en la primera etapa, como hemos visto anteriormente, se entendía el proceso de la comunicación como unidireccional y los efectos de los medios directos, lo que equivalía a decir que quien controlara los medios controlaba a la población, en esta segunda etapa también se reconsidera esta premisa. Las investigaciones de **Tarde** sugerían que el proceso de la comunicación es más complejo y se articula fundamentalmente en dos pasos. Se niega la masificación y se aboga por una sociedad estratificada en torno a grupos que matizan, a distintos niveles, el influjo de los medios, habrá que tener en consideración el papel de los líderes de opinión (**McQuail y Windahl**, 1984:105) para entender mejor cómo funciona el proceso de la comunicación. **Lazarsfeld, Berelson y Gaudet** (1948:151) explican la teoría de la influencia en dos pasos afirmando que los mensajes pasan de la radio y la prensa a los líderes de opinión y, desde ahí, a grupos de población que no son tan activos.

En este sentido, **Monzón** (1990a:248) recoge la definición que **Katz y Lazarsfeld** (1974) hacen de los líderes de opinión, que “suelen ser personas que están más expuestas a los medios, aparentemente manifiestan mayor interés por ciertos temas, gozan de cierto prestigio por la información que poseen, suelen tener arraigo en el grupo, usan con relativa facilidad y fluidez las redes de comunicación que les ofrece el grupo, no tienen por qué coincidir con los líderes o jefes de grupo y surgen en todas las capas de la sociedad”. Los líderes de opinión funcionarían, así, como “correa de transmisión entre la comunicación

vertical de los medios y la comunicación horizontal de los grupos” (Monzón, 1996:190)²⁰⁶.

En la siguiente figura se puede observar la comparación entre el modelo tradicional de la comunicación colectiva con el modelo de dos pasos propuesto por Katz y Lazarsfeld (1974).

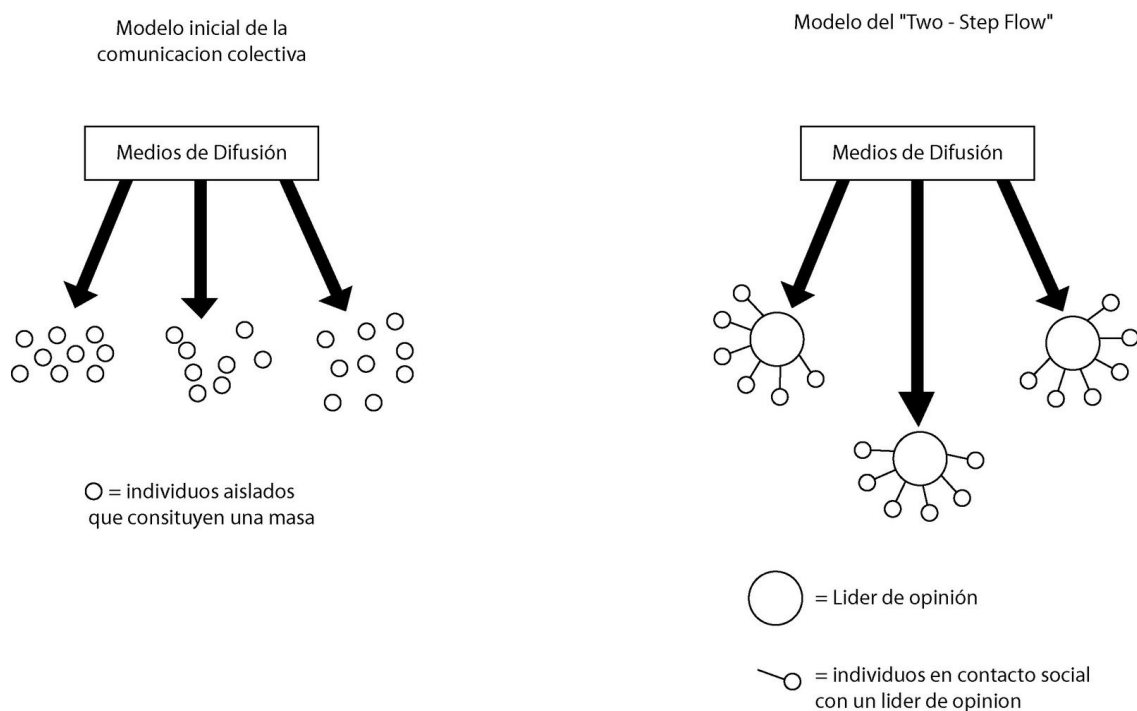


Gráfico 3. Modelo de dos pasos de Katz y Lazarsfeld. Fuente: McQuail y Windahl (1984:105).

“En síntesis”, explican McQuail y Windahl (1984:106), “de acuerdo con este modelo los medios de difusión no operan en un vacío social, sino que funcionan en un entramado muy complejo de relaciones”.

²⁰⁶ Y éste, a su vez, de Katz y Lazarsfeld (1955:361)

2.2.3.2.3. Otros factores intermediarios relevantes y críticas a las teorías de efectos limitados

Monzón (1990a:248-50) menciona el poder persuasivo de la fuente, el potencial persuasivo de los medios, el mensaje y el clima de opinión²⁰⁷ como otros de los factores intermediarios relevantes en los efectos causados sobre la opinión pública que fueron estudiados con mayor o menor exhaustividad durante esta etapa en la que el paradigma dominante eran los efectos limitados.

Por un lado, la imagen que el público tiene de una fuente afecta al modo en el que se interpretan las comunicaciones por parte de la audiencia y **Klapper** (1960:120) insiste en que las fuentes con más especialización suelen tener un carácter más persuasivo para la audiencia que aquellas sin área de especialización o con una especialización distinta a la del tema sobre el que hablan. **Triandis** (1971:173) señala como condiciones favorables para que la fuente tenga un efecto más directo sobre el receptor que ésta resulte competente, familiar, atractiva y poderosa (citado en **Monzón**, 1990a:248).

También es importante el tipo de comunicación, dice **Klapper**, en el que aparece el mensaje, y también el soporte, ya que cada uno de ellos presenta unas características que se hacen más idóneas para diferentes mensajes. Igualmente, el estilo, la estructura y el contenido del mensaje también son factores condicionantes del impacto de la recepción. En esta etapa también se producen

²⁰⁷ El propio **Monzón** (1987:159) recuerda que “la opinión pública como sistema no se puede reducir al clima de opinión, si entendemos este concepto como la expresión de la cultura, tradiciones o valores permanentes de una sociedad, pero sí puede aproximarse si explicamos el concepto como el conjunto de estados y corrientes de opinión que ocupan la atención del público sobre temas de actualidad. El sistema de la opinión pública incluiría tanto el clima de opinión como la actitud crítica y vigilante de lo que acontece, como los fenómenos claramente diferenciados de opinión pública”.

las primeras investigaciones sobre **climas de opinión** e investigadores ya mencionados como **Lazarsfeld**, **Berelson** o **Hovland** realizan estudios sobre efectos como el “carro del vencedor” (**Monzón**, 1990a:250), que ya se explicó anteriormente (nota al pie 190, p. 171).

Las principales críticas a la teoría de los efectos limitados se centran en la preponderancia de este paradigma durante unos veinte años, lo que llevó al silenciamiento de otras perspectivas de análisis de la dialéctica entre medios y opinión pública. **Monzón** (1990a:251-3) resume las críticas²⁰⁸ a la teoría de los efectos limitados en los siguientes puntos:

- a) Los estudios de esta etapa abusan de los datos empíricos y de la cuantificación.
- b) Se descuida y reduce la metodología, apagada por el influjo del conductismo y el funcionalismo.
- c) Si la opinión pública no se forma sólo a corto plazo, no tiene sentido la obsesión de los defensores de los efectos limitados por medir los efectos a corto plazo de la comunicación persuasiva.
- d) Los estudios de esta época no aspiran a comprender un fenómeno complejo como la comunicación, sino a medir los distintos factores que intervienen en el proceso comunicativo, lo cual supone, en sí, incurrir en un reduccionismo.

²⁰⁸ El propio **Monzón** menciona a autores como **Wright Mills** (1959), **Lemert** (1983), **Gitlin** (1981), **Habermas** (1962) y **Böckelmann** (1976) para ilustrar algunas de las principales críticas mencionadas a los estudiosos defensores de las teorías de los efectos limitados.

- e) La teoría de los efectos limitados trata de escapar del modelo masificado de sociedad y del modelo estímulo-respuesta de comunicación pero acaba recurriendo a ambos conceptos para explicar los efectos.
- f) Muchos experimentos se realizan en laboratorio, lo cual distorsiona las circunstancias habituales de recepción y, por ende, el funcionamiento real de la opinión pública.
- g) El modelo en dos pasos puede ser válido en determinadas circunstancias, pero no se puede aceptar como único, ya que en algunas ocasiones no se articulará más que en uno, y otras pueden ser tres o más. Hay que tener en cuenta también la evolución que ha experimentado el concepto de líder de opinión para ponderar en su justa medida su influjo y para adecuarlo al marco continuamente cambiante del fenómeno de la comunicación.
- h) Al periodo de los efectos limitados le falta imaginación científica para romper con la corriente dominante del momento y plantearse nuevos modelos, teorías y planteamientos (**Monzón**, 1990a:253)
- i) Los defensores de los efectos limitados incurren en la simplificación de reducir la opinión pública a una mera suma de opiniones y actitudes. Se olvidan, pues de su carácter complejo y global.

2.2.3.3. Teorías de transición (mediados de los 60-mediados de los 70)

Las investigaciones aplicadas en comunicación se multiplican durante esta etapa y esto empuja al abandono del cierto tono maniqueo que había prevalecido en las dos etapas anteriores. En general se tiende a asumir que el proceso de interacción entre los medios de comunicación de masas y la opinión pública es, ante todo, complejo; por lo que cualquier análisis que se realice de los efectos mediáticos ha de partir de una base interdisciplinar en la que ni los medios ni la opinión pública se desenvuelven en ambientes aislados. Se comienza a asumir, pues, que existen factores que modifican y moldean tal interacción entre medios y opinión pública, y por tanto los procesos pueden ser objeto de diversas teorías que pueden darse por separado o en consonancia unas con otras (Dader, 1990a:229).

Durante esta etapa, y tras venir de un periodo en el que el paradigma dominante era el de los efectos limitados, cuya máxima expresión se alcanza a través de las teorías de la influencia en dos pasos y de la exposición y percepción selectiva que se explicaron anteriormente, comienza a imperar a partir de la década de los sesenta una concepción de *efectos moderados* o intermedia. Dader (1990b:256) señala precisamente la publicación de la emblemática obra de Klapper (1960) *The effects of Mass Communication* como el punto de inflexión, pues recapitula todas las teorías e investigaciones elaboradas hasta la fecha, lo que al mismo tiempo permite sistematizar las críticas hacia todos los modelos propuestos y comenzar a elaborar un paradigma más consecuente con la realidad observada. Otros autores, en cambio, consideran que el cambio no se experimentó de manera tan puntual en 1960 con motivo de la publicación de

aquella obra y defienden más bien que fue una evolución más paulatina, fruto del entendimiento de la compleja dialéctica que se establecía entre los dos fenómenos observados. Si los estudios sobre los efectos de los medios habían estado dominados por la psicología social hasta ese momento, ahora se empieza a entender el estudio de los efectos como una materia interdisciplinar. **Dader** reconoce en este sentido los trabajos de **Philip Converse** (1962 y 1964).

“**[Converse]** reabre la importancia de la ideología y de los sistemas de creencias, vuelve a plantear la influencia potencial de los medios en la maduración a medio o largo plazo de las imágenes mentales y actitudes básicas, recupera las dudas de la ‘teoría de la sociedad de masas’ respecto a la posibilidad de una opinión pública no mediatizada por falsas percepciones generadas por los medios de comunicación y, en suma, sugiere nuevas vías de análisis práctico de las características de la sociedad de masas, al margen de los planteamientos de los *efectos mínimos*” **Dader** (1990b:257-8).

Todo ello genera una diversidad de planteamientos que hace que, a la espera de la consolidación de las dos teorías más divulgadas en la actualidad (la “agenda-setting” y la “espiral del silencio”), entre 1960 y mediados de los 70 proliferen una diversidad de teorías que aspiraban, ante todo, a romper con el análisis excesivamente simplificador de las dos etapas anteriores.

2.2.3.3.1. Modelos de la difusión

Dader (1990b:258) agrupa bajo este epígrafe varios modelos de estudio de los efectos de los medios cuyo denominador común es su enfoque en las etapas que van desde que se difunde un mensaje a través de un medio hasta que éste provoca ciertas reacciones en la audiencia. “En muchos *estudios de la difusión y de la innovación*”, explica **Böckelmann** (1976:131), “se presta gran interés a la determinación de la parte y de la actitud de los conductores de opinión en la

transmisión de transformaciones, de ideas y de prácticas, con el fin de obtener datos y reglas útiles para las estrategias direccionistas”. Cuatro son los modelos que se incluyen en esta formulación: modelo de la difusión en múltiples pasos, modelo de la difusión de innovaciones, modelo del distanciamiento en los conocimientos y modelo de la difusión en J.

El **modelo de la difusión en múltiples pasos**, término acuñado por **Kraus y Davis (1976)**, se fundamenta en la convicción, que ya habíamos adelantado antes en el apartado de críticas a las teorías de los efectos limitados, de que la comunicación no tiene por qué darse en dos pasos, sino que debe ser examinada en las diferentes circunstancias en las que puede suceder. “La difusión, en consecuencia, puede necesitar varios pasos más, o incluso experimentar un solo paso, en casos quizá infrecuentes de persuasión o influencia directa” (**Dader, 1990b:258**).

Por su parte, el **modelo de la difusión de innovaciones**, es el producto de un buen número de investigaciones desarrolladas por **Everett Rogers** y su equipo de colaboradores, y supone igualmente una revisión del modelo de influencia en dos pasos que **McQuail y Windahl (1984:115)** no dudan en considerar útil, pese a que no sea ni “completo, ni el único, para el proceso de difusión de la innovación”. Sus estudios se basaron en la crítica al modo en el que los países occidentales habían llevado a cabo programas de promoción sociocultural en países en desarrollo y que hundían su filosofía en el convencimiento de que convenciendo a los líderes locales de la necesidad de los programas se conseguiría una predisposición favorable del conjunto de la opinión

pública. **Rogers** y **Shoemaker** concluyeron, tras examinar las estrategias de estos programas, que “el proceso de implantación de un cambio sociocultural es mucho más complejo que la simple idea de las dos etapas” (**Dader**, 1990b:260). A partir de ahí fijan cuatro etapas (citadas en **McQuail** y **Windahl**, 1984:110), que no tienen por qué ser lineales, en el proceso de difusión de una innovación:

- *Conocimiento*: Se presenta el mensaje o conjunto de mensajes y el público objetivo se entera de la existencia de la innovación presentada.
- *Persuasión*: El individuo adopta una opinión favorable o desfavorable hacia la innovación que acaba de conocer.
- *Decisión*: El individuo participa en actividades que acaban concluyendo bien en la adopción o bien en el rechazo de la innovación.
- *Confirmación*: El individuo busca un refuerzo de su decisión, si bien puede cambiar a medio o largo plazo si recibe una serie de mensajes que contradigan su decisión.

El **modelo de distanciamiento en los conocimientos**, formulado por **Tichenor**, **Donohue** y **Olien** (1970:159) sostiene que ante un incremento de la información difundida en un determinado marco social son los segmentos de

población con mayor estatus socioeconómico²⁰⁹ los que suelen adquirir esa información de una manera más rápida, por lo que la brecha entre estos y los segmentos de población de estatus inferior tiende también a hacerse mayor cada vez.

McQuail y Windahl (1984:140) señalan la importancia del concepto “potencial de comunicación”²¹⁰, articulado en torno a tres recursos principales (características personales del individuo –facultades básicas–, características derivadas de la posición del individuo y características de la estructura social en la que se encuentra el individuo), para completar el modelo de distanciamiento en los conocimientos. Sugieren, además, como **Rogers** (1976), “que los medios de difusión no son los únicos creadores de distanciamientos informativos”. En este sentido, sería interesante analizar si los nuevos medios que han experimentado un auge exponencial con la llegada del nuevo siglo (fundamentalmente a través del soporte de Internet), sirven igualmente para incrementar el distanciamiento; si bien es éste un tema que se escapa del objeto de análisis de la presente tesis.

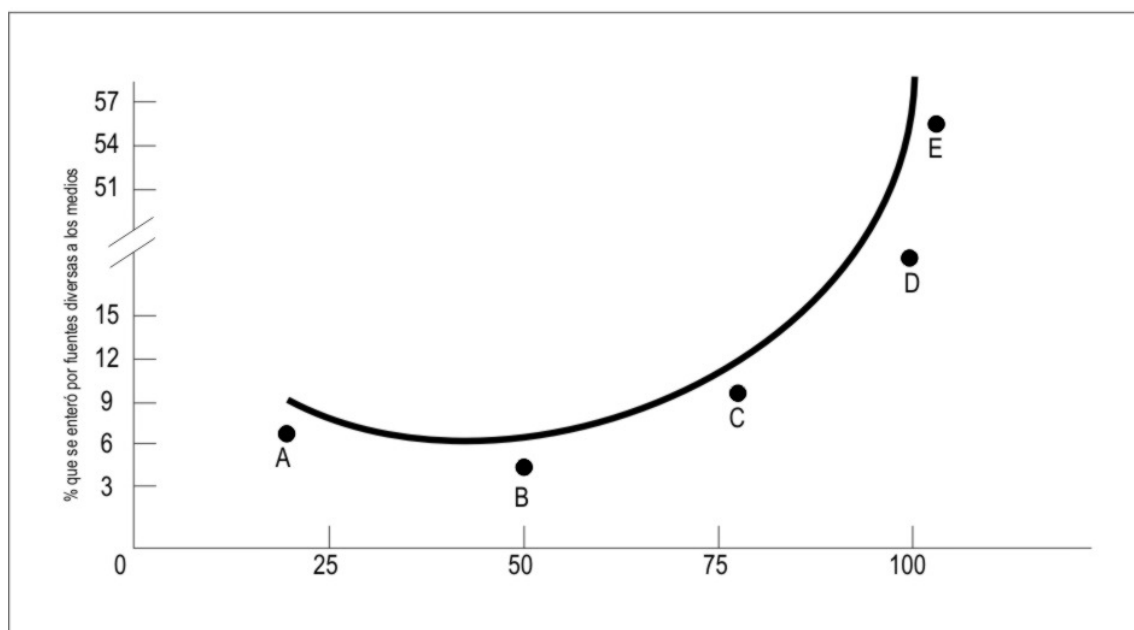
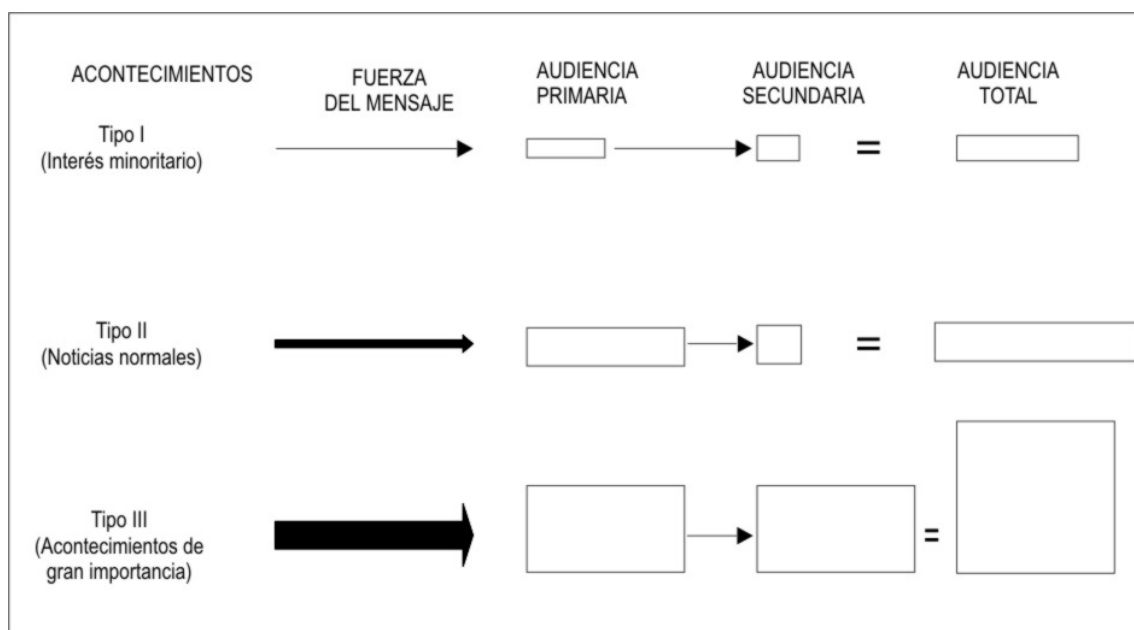
Por último, el **modelo de la difusión en J**, popularizado por **Greenberg** (1964), parte de la base de que no todas las noticias llegan a la audiencia a través de los medios de comunicación masiva, lo que, por un lado, rescata “el papel que desempeñan los canales interpersonales en la transmisión de noticias e información” (**McQuail y Windahl**, 1984:115) y, por el otro, permite una clasificación de los acontecimientos en distintos tipos (**Dader**, 1990b:264):

²⁰⁹ Pese a que **Tichenor, Donohue y Olien** ponían el énfasis en el aspecto económico, **Monzón** (1996:259) sostiene que “los factores más importantes que originan el distanciamiento, según los estudiosos del tema, se concretan en cuatro: el *status* socioeconómico, el nivel de educación, la motivación o interés social y la sucesión temporal”.

²¹⁰ **McQuail y Windahl** toman este concepto, a su vez, de **Nowak et al.** (1976).

- **Tipo 1:** Son los acontecimientos de escasa repercusión general, que interesan a porcentajes muy bajos de la población. La vía de adquisición de esta información suele estar más vinculada a los canales interpersonales que a los medios de comunicación de masas.
- **Tipo 2:** Son acontecimientos de gran interés general pero que no implican involucración personal inmediata, y son no solo las que cubren principalmente los medios de comunicación de masas sino las que la audiencia suele conocer a través de estos medios en primer término.
- **Tipo 3:** Se trataría de acontecimientos que conjugan una gran repercusión general y una implicación generalizada de toda la ciudadanía. En estos casos es muy poca la gente que sigue el hecho, al menos en un principio, a través de los medios de comunicación masiva. Este quizá sería el punto que más se presta a revisión a la luz de la consolidación de nuevos soportes que perfeccionan las posibilidades de la información en tiempo real (principalmente Internet). Con todo, es cierto que **Greenberg** (citado en **Dader**, 1990b:265) introduce un matiz que aún mantiene cierta vigencia: en acontecimientos como desastres naturales o magnicidios la población suele enterarse por vías distintas a los medios de comunicación, si bien sí parece que el seguimiento de los hechos sí

se realiza después a través, precisamente, de esos medios que mejor explotan la inmediatez.



Modelo Greenberg de la curva en (J) o modelo de difusión

Gráfico 4. Modelo de la difusión en J de Greenberg. Fuente: McQuail y Windahl (1984:118-9)

El nombre de “difusión en J” corresponde a la representación gráfica del modelo, que quedaría configurado como se puede ver anteriormente en las dos representaciones englobadas en el gráfico 4 que reflejan, por un lado, la

interpretación que hacen **McQuail** y **Windahl** de las consecuencias del modelo de la difusión y, por el otro, la representación gráfica del modelo ideado por el propio **Greenberg**. Ambas figuras han sido extraídas de los *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva* de **McQuail** y **Windahl** (1984:118-9).

2.2.3.3.2. Modelo transitivo o de reconversión

Dader (1990b:265) engloba en este apartado el esquema que **Kraus** y **David** denominaron en 1976 como “Transactional Model”. En él se acepta el modelo estímulo-respuesta que tanta vigencia había tenido anteriormente, pero se reconsidera en función de las actitudes de la audiencia. Así, se reconoce la posibilidad de una influencia directa, pero sólo cuando se dan determinadas circunstancias en la recepción, lo que descarta que sea algo que dependa en exclusiva del mensaje. El ejemplo que proponen estos autores para explicar la teoría de reconversión o reconducción de un miembro de la audiencia ante un estímulo mediático es el del triángulo padres-hijo-televisión: unos padres le pueden recomendar a su hijo que vea la televisión para que se entretenga o no moleste, pero al cabo de un tiempo el hijo puede llegar a la conclusión (como sucedía en un capítulo de la serie estadounidense *Los Simpson*) de que la televisión es una fuente de más autoridad que sus propios padres.

En este sentido, **De Fleur** (1970) introduce la teoría de las “diferencias psicológicas individuales”, a través de la que recuerda que un mensaje de los medios de comunicación no tiene una interpretación unívoca, sino que producirá diferentes reacciones en función de las características psicológicas o culturales

del receptor. **Comstock** (1978) recoge la misma idea para tratar de desarrollar un modelo más elaborado, “que sea capaz de integrar tanto la tendencia general de dichos efectos como la explicación de cada situación particular de la relación individual entre cada mensaje de televisión y cada receptor del mismo” (**Dader**, 1990b:267). Admitiendo la posibilidad de que la televisión puede tener un influjo directo sobre la audiencia, se advierte de que existen circunstancias atenuantes o agravantes del fenómeno: como el marco en el que se presenta una misma acción genérica (violencia ficticia, violencia real), la percepción de cercanía o lejanía con respecto a la vida real del espectador, etc. Por eso, **McQuail** y **Windahl** (1984:103-4) concluyen que “aunque el modelo proporciona un marco de referencia útil, se llegó a la conclusión de que en relación a muchos aspectos, el modelo ofrece un número mayor de interrogantes que de respuestas”.

2.2.3.3. Paradigma de la búsqueda de información.

Con el paradigma de la búsqueda de información, **Dader** (1990b:271) alude a la rectificación que se hace de la extendida asunción precedente de un rol pasivo por parte la audiencia. Se reconoce que los miembros del público pueden emprender una búsqueda activa en los medios de comunicación con el fin de lograr sus funciones y necesidades. En esta nueva perspectiva se enmarca la propuesta del “inventario funcional”, la teoría de “los usos y gratificaciones” y el modelo historicista.

En la **teoría del “inventario funcional”**, **Charles Wright** (1960) propone repensar los paradigmas dominantes, aprovechar estudios empíricos que ya se

habían hecho hasta la fecha y reinterpretarlos no desde la perspectiva investigadora de los efectos que los medios provocan en la gente, sino tratando de “determinar qué están en condiciones de ofrecer, qué tipo de funciones están en condiciones de cumplir, o de qué modo realizan para la sociedad una serie de funciones antes servidas por otros instrumentos de mediación social” (**Dader**, 1990b:272). Esto requeriría hacer un “inventario funcional” de las funciones y disfunciones de los medios de comunicación para a partir de ahí investigar comparativamente qué diferencias se observan entre la realización de ciertas funciones a través de los medios de comunicación de masas y su satisfacción por otras vías de mediación social.

El problema de esta propuesta, a la que el propio **Dader** reconoce un aire renovador, es que planteaba diversos problemas a la hora de operacionalizar empíricamente el planteamiento teórico. **McQuail** (1972:115), por ejemplo, advierte del gran peligro de incurrir en el subjetivismo a la hora de definir qué es un “funcionamiento normal”, ya que **Wright** sostenía que la verificación de la funcionalidad o la disfuncionalidad se podría averiguar mediante las preguntas a los receptores. Además, resultaba plausible pensar que, más allá de quejarse por unos niveles de satisfacción no adquiridos, cabía el riesgo de que los receptores encuestados tuvieran tendencia a adaptar sus umbrales de satisfacción a lo que el medio les ofrecía. Por todo ello, el modelo “vuelve a quedar en una realización estéril por la dificultad de comparaciones empíricas incuestionables y por la obsesión positivista de traducir en análisis de observación reactiva lo que por vía lógico-deductiva produce reflexiones de mucha mayor profundidad” (**Dader**, 1990b:273).

La **teoría de los “usos y gratificaciones”** arranca en un artículo de **Katz** (1959) en el que se invita a prestar “menos atención a lo que los medios hacen a la gente y más a lo que la gente hace con los medios”²¹¹ y queda definitivamente fraguada con un artículo que escriben años después el propio **Katz, Blumler** y **Gurevitch** (1973). En él se constata que la influencia de los mensajes está más relacionada con la intención con la que el receptor se ha aproximado a ellos que con sus características intrínsecas. No es que la teoría fuera nueva, pero a partir de 1960 los estudios realizados a partir de esta perspectiva se sistematizaron. La mayor dificultad de este modelo, que “ha seguido practicándose y reformulándose teóricamente, siendo en la actualidad un enfoque ‘vivo’”, es precisamente trazar una tipología lo suficientemente exhaustiva de los “usos” y las “gratificaciones”²¹² que pueden ofrecer los medios de comunicación de masas, y de aquí ha provenido el mayor caudal de críticas contra este enfoque.

El **modelo de los efectos incuestionables** propuesto por **Chaffee** (1980) invita a no descartar “una serie de modificaciones incuestionables en los hábitos y ritmos de vida producidas por los medios” (**Dader**, 1990b:278), entre los cuales se señalan cuatro grupos principales:

1. Los medios de comunicación de masas introducen constantemente objetos visibles en el entorno inmediato de la vida cotidiana, como los artículos que nos presenta la publicidad.

²¹¹ Citado en **Dader** (1990b:274).

²¹² **McQuail** y **Windahl** [1984:154] critican, precisamente, que sus categorías de contenido son muy generales.

2. El tiempo libre que antes se destinaba a otras actividades ha sido acaparado, en mayor o menor medida, por el consumo de medios. Nuevamente, esta teoría podría revisarse y ampliarse a la luz de la fulgurante aparición de medios a través de soportes que favorecen la inmediatez, como Internet.
3. Ciertos medios de comunicación han ejercido de sustitutivos de obligaciones o servicios anteriores. El caso de la televisión como “educador” de niños que se mencionaba anteriormente puede ser un buen ejemplo.
4. El público actual puede (y habría que hacer especial énfasis en este matiz de potencialidad) acceder a una cantidad de información muy superior y de temas mucho más diversos que antes de la proliferación de los medios de comunicación de masas.

Por último, en lo que a esta etapa de transición se refiere, el **modelo historicista** de **Carey** (1978) sostiene que tal vez el paradigma del efecto directo no fue una distorsión de la realidad, sino una respuesta a un entorno concreto que se dio a partir de la Primera Guerra Mundial. Por tanto, la evolución hacia la perspectiva de los efectos limitados “pudo ser la transformación de las propias condiciones sociales que existían en cada momento” (**Dader**, 1990b:279). Por todo ello, el planteamiento de **Carey** vendría a defender que el contexto sociopolítico de cada etapa histórica propiciaría distintas formas de relacionarse de los individuos con los medios de comunicación de masas.

2.2.3.4. Reinterpretación del efecto directo (mediados de los setenta-hoy)

Si bien Dader (1990a:229) sitúa el nacimiento de las dos teorías principales de esta etapa, la espiral del silencio y la agenda-setting, en el periodo transicional anterior, las evidencias obtenidas a través de la investigación empírica catapultan su pujanza e invitan a reconsiderar las teorías del impacto directo de principios de siglo. No obstante, la gran diferencia es que si en la primera etapa del impacto directo se entendía a la opinión pública como una masa que recibía de manera acrítica los mensajes de los medios, las consideraciones que empiezan a popularizarse desde mediados de la década de 1970 proponen modelos mucho más complejos con márgenes de interacción entre los distintos actores de proceso y “transformaciones complejas y lentas, a medio o largo plazo” (Dader 1990a:230).

Estas consideraciones se han mantenido de manera predominante hasta nuestros días, aunque es cierto que la entrada en escena de nuevos medios de comunicación que quiebran el principio de unidireccionalidad de la comunicación de masas introducen nuevas incógnitas que obligan a plantearse el efecto de los medios de comunicación de masas, no tanto por su propia capacidad de influjo, sino por el nuevo statu quo merced al cual ahora mismo se ven obligados a convivir con otros medios de características muy distintas a las de los medios de comunicación tradicionales (mayor interacción, merma del profesionalismo como condición sine qua non para ejercer el rol de transmisor de contenidos, aumento exponencial de emisores potenciales, etc.). Con todo, parece más cabal pensar que nos encontramos en una etapa en la que hay que

reconsiderar las maneras en las que se expresa el impacto directo de los medios, no dudar del impacto en sí.

La multiplicación de emisores que tienen la capacidad de quebrar la presunta homogeneidad del discurso mediático de masas no implica directamente ni que la opinión pública vaya a nutrirse sistemáticamente de estas nuevas fuentes ni, por ende que los efectos de los medios de comunicación de masas tradicionales tengan por qué verse necesariamente mermados. Como afirma **López García** (2004:134):

“En la época actual podemos decir que, merced a la observación de que los medios fijan los temas de debate público, y de que estos temas provienen de las élites políticas, económicas y sociales (...), volvemos a la concepción primitiva del proceso de la comunicación de masas como relación asimétrica en la que todo el poder le corresponde al emisor, frente a unos receptores (público de masas) sin suficiente capacidad crítica para sustraerse a la “tematización”, según la terminología de **Niklas Luhmann**, ejercida por los medios de comunicación de masas, en connivencia con las élites” (**López García**, 2004:134).

En este sentido, cobran especial trascendencia las aplicaciones del Modelo RAS propuesto por **John Zaller** (1992:1), quien asegura que para comprender el proceso de funcionamiento de la opinión pública, al menos en lo que a temas políticos se refiere, es necesario tener claro cuatro puntos: (1) “que los ciudadanos difieren en el grado de atención que prestan habitualmente a los asuntos políticos y, por tanto, en su exposición a la información política y a los argumentos que sobre ella aparecen glosados en los medios” (lo cual vendría a equivaler al enunciado de su axioma de recepción [**Zaller**, 1992:42]); (2) que la gente es capaz de reaccionar críticamente a los argumentos que se encuentran solo en la misma medida en la que conocen los asuntos políticos²¹³ (lo cual equivale parcialmente a

²¹³ Esto está en clara relación con lo expuesto de manera experimental por autores como **Iyengar** y **Kinder** (1993:102), quienes en su análisis sobre la cobertura televisiva de los informativos

la definición del axioma de resistencia, según el cual la gente solo se opone a aquellos argumentos que van en contra de sus predisposiciones políticas, siempre y cuando tengan información contextual necesaria como para percibir una relación entre el mensaje y sus predisposiciones [Zaller, 1992:44]); “que los ciudadanos no tienen actitudes fijas en la cabeza sobre cada asunto sobre el que un encuestador pueda querer preguntarlos; más bien construyen manifestaciones de opinión (“opinion statements”, en el original) sobre la marcha según se topan con cada tema” (equivalente al axioma de accesibilidad [Zaller, 1992:48]); y (4) “que, a la hora de construir sus manifestaciones de opinión, la gente hace buen uso de ideas que se encuentran, por una razón u otra, más a mano” (axioma de respuesta, según la formulación de Zaller [1992:49])²¹⁴. Todo esto le lleva a Zaller a afirmar una situación de dominación por parte de las elites muy similar a la mencionada anteriormente por López García, donde “las élites inducen a los ciudadanos a sostener opiniones que no sostendrían si estuvieran al corriente de los mejores datos y análisis disponibles” (Zaller, 1992:313).

Además de las tesis de Zaller, que se centran principalmente en las manifestaciones de la opinión pública en asuntos de comunicación política y reivindican de nuevo el papel de las elites políticas (entendidas en un sentido

estadounidenses de los años 70 y 80 concluyen que “de manera característica los (espectadores) políticamente comprometidos se ven menos influidos que los indiferentes, que poseen menos recursos para resistir”.

²¹⁴ Zaller (1992:51) recoge estos cuatro axiomas para la elaboración de su modelo RAS, que considera las manifestaciones de opinión como “el resultado de un proceso en el que la gente recibe nueva información, decide si aceptarla y finalmente realiza un muestreo interior en el momento de responder a la pregunta. Por eso a partir de aquí llamaré al modelo RAS: Recepción-Aceptación-Muestreo (Sample)”. Como reconoce el propio Zaller (1992:308) en sus conclusiones, el modelo RAS, asentado sobre los cuatro axiomas explicados anteriormente, se reduce a dos ideas principales: “que las personas no poseen “actitudes de verdad”” y que “es fundamental que exista una interacción entre la conciencia política y las predisposiciones políticas para que se dé el proceso por el que los ciudadanos utilizan la información del entorno político para formar opiniones”.

amplio) como forjadoras de opinión, son otras dos teorías las que, tal y como anunciábamos antes, han gobernado la interpretación de los efectos de los medios en las investigaciones en comunicación durante las últimas décadas: la espiral del silencio y la agenda-setting.

2.2.3.4.1. La espiral del silencio

La espiral del silencio se asemeja más a una evolución de varios conceptos desarrollados anteriormente que a una teoría formulada de manera espontánea por **Elisabeth Noelle-Neumann**. **McQuail** y **Windahl** (1984:137), coinciden en señalar, de hecho, que “las ideas propuestas en este modelo no son propiamente nuevas, aunque se presentan de una nueva forma”. La autora alemana, como recoge **Monzón** (1990b:284), abogó en 1976 por un regreso a la concepción de los medios como potentes formadores de opinión, contraviniendo la teoría precedente de los efectos mínimos y sugiriendo, eso sí, que el estudio de la influencia habría de “concentrarse en el análisis del indirecto y sutil modo en que los medios conforman nuestra recepción del ambiente”²¹⁵.

Noelle-Neumann está de acuerdo con **Klapper** en que la metodología empleada en la etapa de los efectos limitados es inadecuada e insuficiente y aboga por entender los medios de comunicación, en especial la televisión, como actores con gran capacidad de influencia desde el mismo momento que pueden inducir a pensar a la audiencia que su relato es un fiel reflejo de la realidad. La convicción de los defensores de la espiral del silencio es, pues, que “los medios, por tanto,

²¹⁵ **Noelle-Neumann** (1977:67). Citada en **Monzón** (1990b:284).

producen un efecto importante sobre el clima de opinión y si captan la atención del público a través de los temas que forman parte del espacio público informativo, estarán contribuyendo, de una manera ‘sutil, indirecta y a largo plazo’ a la formación de la opinión pública” (**Monzón**, 1990b:285).

La autora incide en cuatro aspectos fundamentales para el estudio de la opinión pública en general y de los efectos de los medios en particular que, según ella, fueron obviados durante la etapa de los efectos mínimos: la consonancia, la acumulación, la omnipresencia y el clima de opinión²¹⁶(**Noelle-Neumann**, 1995:33). La consonancia alude a la coincidencia de mensajes en medios diferentes, la acumulación se entiende como consecuencia del carácter periódico de los medios y la omnipresencia hace alusión al importante papel que desempeñan los medios en la configuración de lo público. Con respecto al clima de opinión, **Noelle-Neumann** estudia el caso concreto de las elecciones alemanas de los años 60 y 70 y acaba demostrando que “la presión de los medios sobre el ambiente (espacio público o clima de opinión) fue tan importante que cambió la percepción a favor de una de las dos alternativas” (**Monzón**, 1990b:287).

Estos cuatro factores han de ser tenidos muy en cuenta para explicar un fenómeno superior, la uniformidad²¹⁷ de las imágenes que los medios recrean en

²¹⁶ **Noelle-Neumann** demuestra la existencia de estos fenómenos en Alemania y los extrapola a todos los países democráticos y pluralistas en los que la información es libre (**Monzón**, 1990b:286).

²¹⁷ Asentado sobre unas conclusiones muy claras que menciona el propio **Monzón** (1990b:286) sobre citas de **Böckelmann** (1976:161-2) en las que se resumen los principales hallazgos de los estudios de **Noelle-Neumann** (1973): (1) que periodistas de todas las categorías y especialidades parten de las mismas suposiciones y experiencias para juzgar qué tiene éxito con el público, (2) que los periodistas tienen una tendencia unánime hacia la autoafirmación de sus propios criterios, (3) que todos dependen de las mismas fuentes (principalmente agencias de noticias), (4) que existe una cierta endogamia entre

el público, algo que está en perfecta consonancia con la concepción que hemos defendido en esta tesis sobre la importancia que tienen los medios para configurar imágenes de ciertas regiones en la mente de los habitantes de otros territorios distintos dentro del mismo país²¹⁸.

En este sentido, es especialmente interesante el análisis que **Noelle-Neumann** (1995:191) hace de los estereotipos como difusores de la opinión pública, ya que sirven para orientar la percepción, “atrayendo la atención sobre algunos elementos –normalmente negativos– y produciendo una percepción selectiva”²¹⁹. Este elemento reduccionista y simplificador de realidades que con frecuencia suele asociarse a la labor periodística, puede entenderse perfectamente en el contexto de nuestro estudio, donde una de las labores será no solo realizar un modelo de análisis categorial por temáticas (lo cual sin duda está más vinculado a la tematización y la teoría de la agenda-setting que exploraremos en el próximo subepígrafe²²⁰) sino tratar de asignar previamente valores negativos,

soportes (la prensa se alimenta de la televisión y la televisión de la prensa), y (5) que hay una constante búsqueda del aplauso de compañeros y superiores entre los profesionales de los medios.

²¹⁸ “Los criterios profesionales y personales, arriba enumerados, unidos a otros de carácter ideológico son los que harán posible la homogeneidad y concordancia en la información y, si se demuestra que la consonancia está ampliamente extendida, desaparecerá el mecanismo protector de la percepción selectiva para dar paso al poder persuasivo y cognitivo de los medios. La consonancia de los medios y los periodistas, por tanto, eliminará la percepción selectiva de los receptores” (**Monzón**, 1990b:287).

²¹⁹ Parafraseando a **Lippmann** (1922:8), **Zaller** (1992:7) reconoce también el valor de los estereotipos y otras representaciones simbólicas a través de los cuales “acontecimientos remotos e incluso próximos pueden ser comprendidos”. Como afirma el autor americano, asentando su razonamiento sobre la base de los escritos de autores como **Edelman** (1964), **Bennett** (1980), **Gamson y Modigliani** (1987) o **Kinder y Sanders** (1990), “muchos de los estereotipos a los que Lippmann se refiere son elementos permanentes de la cultura (...) Tal vez la pregunta más importante sobre los estereotipos, o marcos de referencia, creados a través de las noticias es si al público se le da alguna opción al respecto; esto es, si se le permite elegir entre visiones alternativas sobre el tema en cuestión. Porque, de no ser así, el público podrá hacer poco más que seguir el consenso al que hayan llegado las élites sobre lo que se debe hacer” (**Zaller**, 1992:7-8).

²²⁰ Si bien **Monzón** (1990b:287) recuerda que existen vínculos evidentes en torno al concepto de selectividad que plantea la teoría de la espiral del silencio y la fijación de la agenda (o la más precisa traslación de “establecimiento o fijación de los repertorios temáticos de preocupación” que propone **Dader** [1990c:294]) que proponen **McCombs y Shaw** o la tematización enunciada por **Luhmann**.

positivos y neutros a cada una de las temáticas para ver a qué estereotipos²²¹ (igualmente, positivos, negativos o neutros) se asocia a la comunidad de Castilla y León en el discurso mediático y, en última instancia, en las imágenes colectivas de ciudadanos de otras comunidades²²².

Otro de los conceptos relevantes que introduce **Noelle-Neumann** (1995:219) es el de “clima doble de opinión“, que refleja “la diferencia entre el clima percibido por la población y el clima representado por los medios” y que complica todavía más la evaluación de los medios de comunicación y, sobre todo, de sus efectos. Como afirma la propia autora alemana, la influencia de los medios, aunque innegable, no es siempre tan controlada ni matemática como se podría entender en la primera época, ya que la gente “más bien, mezcla sus propias percepciones directas y las percepciones filtradas por los ojos de los medios de comunicación en un todo indivisible que parece proceder de sus propios pensamientos y experiencias, como predijo **Walter Lippmann**” (**Noelle-Neumann**, 1995:221).

Todo esto conduce a una reformulación del concepto de opinión pública en función de la teoría de la espiral silencio, según la cual, en un conflicto de opiniones una de ellas prevalece y los que en un principio defendían las otras,

²²¹ Siguiendo con **Zaller** (1992:7), la importancia de los estereotipos es tal que “la información que llega al público no es nunca un registro completo de acontecimientos importantes que suceden en el mundo. Más bien, es una visión altamente selectiva y estereotipada de lo que ha ocurrido. Difícilmente esto podría ser de otra manera. Pero incluso aunque así fuera, el público no tiene muchas ganas de que le mantengan plenamente informado sobre el inmenso mundo que le rodea más allá de su experiencia personal”.

²²² Puede que haya quien, a estas alturas, considere que el valor que se le asigna a la estereotipia o a la importancia del retrato mediático de las comunidades en la configuración de imágenes colectivas es desmesurado. A tales críticos convendría recordarle que, como afirma la propia **Noelle-Neumann** (1995:191), y su valoración parece más de actualidad que nunca, “los estereotipos también pueden provocar el fracaso político de candidatos al liderazgo nacional”.

ante el temor al rechazo social se callan, con lo que se va produciendo progresivamente el silenciamiento de las opiniones minoritarias. Así las cosas, se entenderá por opinión pública “el conjunto de aquellas opiniones que pueden expresarse en la esfera de lo público, sin miedo a aislarse y sin coacción” (**Monzón**, 1990b:288). Así, la opinión pública queda articulada, según **Noelle-Neumann** en torno a una idea esencial que recuerdan **McQuail** y **Windahl** (1984:135): “que la mayor parte de los individuos intentan evitar el aislamiento, entendido como el hecho de encontrarse solo en el mantenimiento de ciertas actitudes y creencias”.

La teoría de la espiral del silencio, en suma, no es sino una vuelta matizada a la época en la que a los medios se les atribuía un poder de impacto considerable e intenta demostrar que cuanto más funciona la consonancia (junto a la omnipresencia y la acumulación) los individuos tienden a sumarse a la corriente mayoritaria, lo que se traduce en que “aquellas personas que mantienen puntos de vista disonantes con la corriente mayoritaria o pública, lo tendrán más difícil para expresar sus opiniones, ocultándose en el silencio” (**Monzón**, 1996:279).

2.2.3.4.2. Tematización y agenda-setting

Si, como afirma **Shoemaker** (1996), la necesidad de comprender nuestro entorno es algo innato, el papel de los medios de comunicación a la hora de satisfacer esta necesidad de orientación²²³ es, como hemos venido debatiendo hasta ahora,

²²³ Sobre la necesidad de orientación resultan especialmente interesantes las reflexiones de **Berger** y **Luckmann** (2006) sobre cómo el lenguaje se erige en el principal constructor de la realidad por su poder

fundamental. **McCombs** sostiene que la necesidad de orientación que tiene el individuo²²⁴ se articula en torno a dos conceptos de segundo orden: relevancia e incertidumbre. La relevancia es “la condición inicial que define la necesidad de orientación” (**McCombs**, 2006:112)²²⁵, ya que hay un buen número de temas que tiene una repercusión social escasa dentro de un grupo determinado, por lo que no haría falta orientación. El concepto de necesidad de orientación ya aparecía en el tomo fundacional de la teoría de la agenda-setting²²⁶, que el propio **McCombs** (2006:135) definiría años después como “un retoño intelectual” de la teoría de **Lippmann** de que los medios de comunicación son “una fuente primaria de las imágenes que tenemos en la cabeza”. En él, por ejemplo, se hablaba de una “necesidad individual de orientación en la arena política”. El análisis que ambos autores habían realizado demostraba que existía una fuerte vinculación entre esta necesidad y el rol definidor de la agenda que cumplían los medios (**Shaw y McCombs**, 1977:154).

El tema de la identidad regional, siendo quebradizo y quimérico el concepto como ya se discutió anteriormente, se prestaría a debate, al menos tal y como lo hemos enfocado en la presente tesis. Por un lado, se podría presumir que existe poco interés de parte de los ciudadanos de determinadas comunidades

simplificador. **Iyengar y Kinder** (1993:106) señalan en una línea complementaria, que de sus experimentos se concluye que “la gente no presta atención a todo. Hacerlo significaría llegar a la parálisis. La atención es sumamente selectiva; las personas notan solamente los elementos particulares que tienen consecuencias especiales. Debido a esta limitación fundamental, las impresiones que tenemos de los demás tienden a organizarse alrededor de unos pocos temas centrales (**Arsch**, 1946)”.

²²⁴ Que para **McCombs** (2006:132) no es más que la reformulación del viejo principio de que “la naturaleza detesta el vacío”.

²²⁵ **McCombs** reconoce la influencia en esta teoría del concepto de relevancia psicológica expuesto por **Richard F. Carter** (1965) en su artículo “Communication and affective relations”, que posteriormente él aplica a la teoría de la agenda-setting (**McCombs**, 2003).

²²⁶ *The emergence of American political issues*, que **Shaw y McCombs** publicaron en 1977.

autónomas sobre lo que se pueda publicar en los medios nacionales acerca de las otras.

Sin embargo, esto también podría tacharse fácilmente de reduccionista: si **McCombs** (2006:112) ejemplifica la falta de relevancia con casos tan extremos como lo que podría representar la política interior de Armenia o Nueva Zelanda para los europeos o estadounidenses, es por algo. Parece lógico pensar que lo que se publique sobre regiones aledañas va a suscitar entre los habitantes de una determinada comunidad española más interés que el que pudiera despertar cualquiera de los dos ejemplos citados por **McCombs**. A esto habría que añadir también que, aunque no sea central en esta investigación, también se han reseñado por su evidente interés los intentos de promover identidades regionales dentro de las propias comunidades, y aquí sí que no cabe duda que los temas que sobre la propia comunidad se publiquen en los medios nacionales tienen más posibilidades de suscitar interés entre los habitantes de esa comunidad.

En lo referente a la primera opción, la búsqueda de orientación sobre temas que interesan pero sobre los que no se tiene un profundo conocimiento, **McCombs**, (2006:116) recuerda que “cuanto mayor es la necesidad de orientación de los individuos en el ámbito de los asuntos públicos, más probable es que presten atención a la agenda de los medios de comunicación”. Aquí sería también interesante el debate que se suscita en torno al dispar interés que suscita el asunto de las identidades regionales y los nacionalismos en las comunidades autónomas españolas, puesto que bien se podría aplicar la teoría de **McCombs** y decir que el papel aglutinador y orientador de los medios de comunicación se

hará sentir especialmente en aquellas regiones donde la identidad sea verdaderamente un asunto público. “La función de crear agenda por los medios se concreta, por un lado, en el tratamiento que estos hacen sobre un tema y, por otro, las preferencias manifestadas por la audiencia tras recibir el impacto de los medios”, sostiene **Monzón** (1996:264).

Siendo un lugar -quizá el más recurrente- en el que buscar orientación, los medios de comunicación no son, eso sí, las únicas fuentes de conocimiento de asuntos públicos. **McCombs** (2006:121) menciona también, por ejemplo, la familia, los compañeros de trabajo, los amigos... y destaca también que la fuente de conocimiento variará en función de los temas. En este sentido resultaría interesante analizar la promoción de la identidad regional a varios niveles²²⁷. Por un lado, el que vamos a investigar en el caso de estudio de la presente tesis, esto es, la relación entre el retrato mediático de las distintas comunidades autónomas en los medios nacionales.

Pero también, siendo la identidad regional un asunto que acapara un nivel de atención público fluctuante en función de la comunidad a la que nos refiramos, resultaría interesante analizar cómo en algunas regiones se trata de mantener el asunto identitario en la esfera pública no sólo a través de la exposición mediática, sino también mediante su presencia en discursos no

²²⁷ **McCombs** (2006:131) reconoce que “en algunas personas, las conversaciones pueden llevar a la búsqueda de más información en los medios de comunicación, con el resultado de una adquisición sustancial de la agenda mediática”, con lo que deja apuntada una complementariedad entre distintas fuentes de adquisición de conocimiento (experiencial, conversacional-grupal, mediática), algo que remite a los trabajos de **Wanta** y **Wu** (1992) y **Weaver, Zhu** y **Willnat**, y que va muy en consonancia con los planteamientos integrales que sugiere **Miley**. En una línea similar, **Rodríguez Díaz** (2004:72) escribe que la evolución de los estudios sobre impacto de los medios sugiere unos planteamientos más cercanos a la existencia de una “multitud de factores que interrelacionan las agendas”, más que “la primacía de una agenda que influye en otra”.

publicados que, no obstante, siguen formando parte de ese “hacerse sentir” que también contemplábamos como válidos en la definición de la opinión pública. En este sentido, son especialmente reveladores los estudios que desde hace unos años ha venido presentando **Thomas Jeffrey Miley**, del departamento de Sociología de la Universidad de Cambridge y autor del libro *Nacionalismo y política lingüística: El caso de Cataluña*, sobre las estrategias de fortalecimiento de la identidad catalana impulsados desde el gobierno regional a través de distintas capas sociales como el funcionariado administrativo o los profesionales docentes.

El concepto de *experiencia mediada* que se introduce con la proliferación de los medios de comunicación de masas y que acuñó el profesor **John B. Thompson** resulta de extraordinario interés tanto para explicar este fenómeno de comunicación como uno de los pilares de la presente investigación: que los medios constituyen una manera, si no prioritaria sí capital, en la configuración de imágenes compartidas colectivamente. No en vano, **McQuail** (2000:28) defiende que los medios de comunicación de masas son, entre otras cosas, “una fuente importante de definiciones e imágenes de la realidad social”. En realidad, se puede entender tal formulación como una vuelta a los planteamientos de **Lippmann** (1927a:55), quien advertía que cuando toda la información venía de segunda mano, los hombres comienzan a moverse más en un pseudo-entorno que en certezas²²⁸.

²²⁸ Al mismo fenómeno **Lang y Lang** lo denominan “realidad de segunda mano” (citado en **Monzón**, 1990a:242). A partir del concepto de pseudo-entorno de **Lippmann**, **Böckelmann** (1976:161) afirma que las ideas que se van fijando en la mente de los receptores “pueden disputar a lo representado la categoría de lo real, puesto que estas imágenes, dentro de un mundo confuso, parecen garantizar una orientación y una coherencia constantes”.

“No se trata tanto de que los individuos se pierdan en una tormenta de información”, apunta **Thompson** (1998:271), “el problema con el que se enfrenta la mayoría de las personas en la actualidad es un problema de desubicación simbólica: en un mundo en el que la capacidad de experimentar ha quedado desvinculada de la actividad del encuentro”. Lo que se pretende explicar aquí es el creciente distanciamiento entre lo experiencial vivido (en primera persona) y lo experiencial mediado²²⁹, esto es, aquello que sólo se conoce a través de los medios de comunicación.

Pese a que, en un principio, el propio autor pensó en esta teoría para explicar el conocimiento de hechos distantes, en una entrevista mantenida con él durante el verano de 2011²³⁰, se le planteó la posibilidad de que tal teoría se pudiera aplicar también a hechos que sucedían en territorios geográficamente no tan remotos para el sujeto receptor de mensajes mediáticos. Ante la posibilidad de que la exposición mediática de los ciudadanos de otras comunidades a noticias sobre comunidades distintas a la suya fuera mayor que el conocimiento que pudieran tener de éstas de primera mano, el profesor **Thompson** coincidió en señalar que su teoría sobre la experiencialidad mediada también podría aplicarse a este ámbito, lo que proporcionaba un argumento de autoridad para sostener la pertinencia de un estudio que afirmase la importancia capital de los medios de comunicación de masas en la creación de imágenes que se forman entre los ciudadanos de unas comunidades autónomas sobre las características de otras

²²⁹ Esta dicotomía entre el conocimiento experiencial y no experiencial también es abordada por **McCombs** (2006:122), quien a su vez se remonta a **Zucker** (1978) para plantear el problema de la experiencia no vivida más que a través de los propios medios.

²³⁰ Estas aplicaciones de la teoría de Thompson al marco de la presente tesis se extraen de una entrevista con el propio profesor **John B. Thompson** que tuvo lugar el 27 de septiembre de 2011 en Cambridge.

comunidades diferentes a la suya. Y es que la función de los *mass media* según **Luhmann** (2007:139), consiste sobre todo “en dirigir la autoobservación del sistema de la sociedad”²³¹, algo que algunos autores verán con nitidez a partir de mediados del siglo XX.

“Los medios, por el simple hecho de prestar más atención a unos temas y de silenciar otros”, explicará **Monzón** (1996:263) en su análisis de la agenda-setting, “canalizan la atención del público influyendo en el clima de opinión y la opinión pública”. La conclusión es compartida por diversos estudiosos de la interacción medios-opinión pública de los últimos años. En el soporte televisivo y referido al entorno estadounidense, por ejemplo, son destacables los estudios de **Iyengar y Kinder** (1993:51) quienes, como **Monzón**, concluyen que “al dedicar atención a algunos temas ignorando otros, las noticias televisadas modelan las prioridades políticas del público estadounidense (...) Las prioridades de la gente se alteran cuando las noticias de televisión se enfocan a un problema, y se vuelven a alterar cuando los noticieros se dedican a otro nuevo”.

Los medios de comunicación, añadirá **McCombs** (2006:139), no solo orientan a través de la transmisión de relevancia de un objeto, sino también a través de los atributos que los periodistas primero y el público después, tiene en mente cuando piensan en esos objetos²³². Este último punto tiene una

²³¹ En una línea similar, **Thompson** (1998:64) escribe que “la recepción de los productos mediáticos es fundamentalmente un proceso hermenéutico. Con esto quiero decir que los individuos que reciben los productos mediáticos se ven generalmente envueltos en un proceso de interpretación a través del cual dan sentido a esos productos”.

²³² Sobre el papel determinante de los medios de comunicación de masas, nunca está de más recordar la imprescindible cita de **Umberto Eco** (1986:135) sobre el rol de los medios como nuevos objetivos de aquellos que desean el poder: “No hace mucho tiempo, si se quería tomar el poder político en un país había que controlar simplemente al Ejército y a la Policía. Hoy en día sólo en los países más atrasados los generales fascistas, cuando llevan a cabo un golpe de estado, siguen usando tanques. Si un país ha llegado

trascendencia capital para nuestra tesis, ya que no sólo nos vamos a basar en el análisis cuantitativo de la repercusión mediática de cada una de las comunidades autónomas, sino que trataremos de completar la radiografía del retrato con la caracterización que a través de los medios se hace de cada región.

Aunque esto se explicará en profundidad en el capítulo 3 (estudio de caso), para ahondar en los rasgos predominantes de esta caracterización se aprovechará, por un lado, los datos obtenidos en la investigación relativos a las secciones en las que suelen aparecer con más frecuencia cada una de las comunidades; y, por el otro, se aplicará un modelo de análisis temático a las noticias publicadas sobre Castilla y León para realizar un análisis más detallado sobre la caracterización temática que de esta comunidad se hace en los medios nacionales.

Siendo, además, la idea central de la agenda-setting que, “dado un elenco determinado de problemas y temas, los que obtengan mayor atención por parte de los medios de difusión resultarán más familiares y parecerán más importantes durante un tiempo; y pasará lo contrario con los que obtengan menos” (**McQuail** y **Windahl** (1984:127), su interés para nuestro objeto de estudio es excepcional, ya que también hemos estipulado que la hipótesis de que se hable más de unas comunidades que de otras (en forma de volumen dedicado en las páginas del discurso mediático) es una manera también de priorizar a unas regiones sobre otras.

a un alto nivel de industrialización cambia todo el escenario. El día después de la caída de **Krushev**, los editores de del Pravda, Izvestiia, los jefes de radio y televisión fueron sustituidos; al Ejército ni se le llamó. Hoy en día un país pertenece a la persona que controla las comunicaciones”

Por otra parte, el empleo del análisis temático que propondremos en el capítulo dedicado a la metodología adquiere más relevancia si se tiene en cuenta que la teoría de la agenda-setting desarrollada por **Shaw y McCombs**²³³, y aplicada en centenares de estudios posteriores, guarda también una estrecha relación con la teoría de la tematización formulada por **Luhmann**. Escribe, en este sentido, **Rodríguez Díaz** (2004:17) que “las expresiones de “tematización de la realidad” o “fenómeno de tematización” han sido las utilizadas por el estructural-funcionalismo alemán (**Luhmann**) para referirse al mismo concepto. Para algunos autores (**Dader**²³⁴ y **Roda Fernández**, principalmente), la Teoría de la agenda-setting y la de la tematización consisten en un mismo proceso, aunque abordado desde una perspectiva mucho más profunda y nada empirista en la segunda de sus líneas²³⁵.

De hecho **Dader** insiste no solo en no desligar tematización y agenda-setting, sino en reconocerle a ambas el mérito que han tenido en el desarrollo de la investigación social en comunicación, pese a que algunos autores se empeñen en negarle a la investigación aplicada el rigor teórico²³⁶ de la misma manera que

²³³ Autores como **Dader** (1990c:295) han insistido en la necesidad de recordar la influencia de **Cohen** (1963:120-1) en el desarrollo posterior de las investigaciones de la agenda-setting. “La idea clave de este poder canalizador de los medios quedó perfectamente sintetizada en la siguiente frase de **Bernard Cohen** (...): ‘La prensa no puede durante mucho tiempo tener éxito diciéndole a la gente qué tiene que pensar, pero sí en cambio diciéndole sobre qué tiene que pensar’”.

²³⁴ El profesor **Dader** afirma que la manera de abordar la tematización del estructural-funcionalismo, “mucho más profunda y nada empirista” ha hecho que autores como **Saperas** hayan pensado “que se trataba de dos fenómenos diferentes aunque relacionables. Sin embargo, un mínimo análisis de la cuestión permite concluir que el fenómeno es exactamente el mismo, aunque el enfoque positivista o el de la sociología teórica lo analicen desde perspectivas distintas”.

²³⁵ Esta otra forma teórica de plantear la discusión sobre el fenómeno ha llevado a pensar a algún autor (**Saperas**, 1987) que se trataba de “dos efectos diferentes, aunque relacionables”

²³⁶ **Rodríguez Díaz** (2004:71-8) realiza una exhaustiva revisión de los ataques a la teoría de la agenda-setting, muchos de ellos procedentes de defensores de la teoría de la tematización, que suelen tachar de reduccionistas a los investigadores prácticos de la agenda-setting y con frecuencia critican los modos de operacionalizar los postulados teóricos de la tematización.

algunos positivistas se hayan jactado de ser “la única respuesta científica en el estudio de la comunicación social” (Dader, 1990a:221-2).

Los temas, que los teóricos de la *agenda-setting* denominan en inglés “*issues*”, ocupan “la columna vertebral de la teoría” y se refieren a aquellos asuntos generales que preocupan a la sociedad. Shaw (1977) define los *issues* como “el conjunto de temas o acontecimientos que aparecen de forma continua, permanente en los medios de comunicación y son fácilmente agrupables dentro de grandes temas o categorías” (citado en Rodríguez Díaz, 2004:29). Tal definición ha servido de orientación en nuestra investigación para establecer el modelo de análisis temático que se explicará en profundidad en el capítulo destinado a la metodología de la presente tesis. Rodríguez Díaz (2004:30) destaca dos aspectos más relativos a las temáticas desde una óptica teórica de la *agenda-setting*: su carácter problemático²³⁷ y su intrínseca relación con otros temas menores y colaterales asociados denominados *events*, que nosotros hemos asociado en el modelo de análisis a las subtemáticas relacionadas con los grandes grupos temáticos sugeridos²³⁸.

Junto a los temas, Rogers y Dearing (1996:8) conceden especial importancia a otro elemento de la teoría de la *agenda-setting*, la relevancia (*salience*), que viene definida como el grado de importancia a través del cual el

²³⁷ Algo que toma de las investigaciones de Cobb y Elder (1983) y Lang y Lang (1981).

²³⁸ La pertinencia del modelo de análisis temático viene avalada también por estudios precedentes, como los realizados por Iyengar y Kinder (1993:61) en el marco de la televisión estadounidense de los años 70 y 80. En sus aclaraciones metodológicas, los autores afirman estar “seguros de que se incide en los videntes no solamente con la cantidad, sino también con el tipo de noticias que ven. La forma como los noticieros enmarcan al problema suele ser tan importante como su salida o no al aire”.

medio pone más o menos énfasis sobre unos temas u otros²³⁹. En este sentido es interesante que la propia **Rodríguez Díaz** (2004:31) recuerde que esta relevancia no sea necesariamente algo atribuible a los matices de contenido, y esa es una de las razones por las que la presente tesis ha explorado vías mucho más periodísticas de asignación de relevancia, como las estrategias de diseño periodístico encaminadas a dar más o menos visibilidad a las diferentes piezas. “La unión de los dos conceptos anteriores, temas (issues) y relevancia (salience)”, concluye **Rodríguez Díaz** (2004:31), “ha hecho un binomio de palabras que se ha convertido en el principal objetivo de estudio de la agenda-setting”.

Otros factores que afectan a la relevancia de los temas según la teoría de la agenda-setting son el grado de familiaridad de los receptores, el marco temporal, la naturaleza de los temas, las variables demográficas, el tipo de medio de comunicación en el que se presentan o la credibilidad de la fuente (**Rodríguez Díaz**, 2004:33-40)²⁴⁰.

Respecto a los tipos o niveles de “agenda”, **Dader** (1990c:303), parafraseando a **Saperas** (1987), menciona los siguientes:

²³⁹ Volviendo a **Iyengar** y **Kinder** (1993:74-5), sus estudios sobre la televisión norteamericana de los años 70 y 80 ya presentan una voluntad de poner a prueba la voluntad del editor por dar mayor preponderancia a unas noticias o a otras, por ejemplo, mediante la ubicación en la escaleta del informativo (lo que ellos llaman la hipótesis de la noticia de primer orden, que puede entenderse como una extensión de los estudios de **Gans** [1979]). Sus conclusiones revelan que “el patrón general resulta mixto: cuando las noticias inician la transmisión, son más influyentes que si se dan después; precisar hasta qué punto lo son, depende del tema en sí”.

²⁴⁰ **Dader** (1990c:307:10) también hace su propio listado de factores circunstanciales que modifican el efecto de la canalización, entre los que se encuentran la duración y abanico de la exposición a un asunto de actualidad, el grado de susceptibilidad del receptor, la involucración o contacto personal con el tema, el potencial de contrarréplica, la proximidad geográfica del tema, la existencia o no de contactos interpersonales sobre el tema, la situación de homogeneidad o diversidad en las agendas de los diversos medios, la credibilidad de la fuente y la naturaleza o tipo de los temas difundidos

- a) **Agenda individual intrapersonal.** Es el repertorio de preocupaciones sobre temas públicos que el individuo interioriza personalmente.
- b) **Agendas interpersonales manifestadas.** Son aquellos temas que los individuos mencionan en sus interacciones dialécticas con sus grupos de comunicación interpersonal.
- c) **Agenda de los medios periodísticos.** Conjunto de temas que los medios destacan como relevantes.
- d) **Agenda pública.** Conjunto de temas que la colectividad estima como importantes o de referencia común general.
- e) **Agendas institucionales.** Repertorio de temas priorizados por cada institución, ya sea ésta pública o privada.

La finalidad última de muchas de las investigaciones realizadas desde la perspectiva de la canalización es, como señala el propio **Dader** (1990c:305), determinar cuál es el “tiempo óptimo de influencia en la ‘agenda pública’ desde la ‘agenda de los medios’”. Sin embargo, una pregunta tan concreta que podría obtener resultados absolutamente precisos e inmutables en una ciencia exacta, recuerda **Dader**, está abocada a una indeterminación mucha mayor en las ciencias sociales, donde la naturaleza misma del objeto de estudio puede reducir la incertidumbre, pero nunca eliminarla por completo. En el caso de las distintas agendas, hay que notar que suele existir un intervalo temporal entre la entrada de determinados temas de una esfera a la otra y, aunque la ordenación cronológica

de las agendas que se propone es (1) “agenda de los medios”, (2) “agenda pública” y (3) “agenda institucional”, se dan casos, por ejemplo, en los que la agenda de los medios no precede a la agenda pública (**Dader**, 1990c:306)²⁴¹.

Parafraseando de nuevo a **Saperas** (1987:69), **Dader** (1990c:304), menciona además tres modos de canalización clásicas, a las que añade posteriormente otros mecanismos más sutiles que se han ido descubriendo con investigaciones posteriores:

- a) **Filtro básico entre conocimiento/secreto.** Son aquellos casos en los que la audiencia sólo puede saber de un tema si se publica en los medios.
- b) **Establecimiento de jerarquías de prioridades.** Se da en casos, por ejemplo, en los que la canalización consiste más bien en determinar el grado de importancia que se le concede a cada tema. Este formato de canalización es uno de los pilares que sustenta la presente investigación, ya que la repercusión mediática se va a medir en nuestro estudio de caso, precisamente, a través de los distintos niveles de prioridad que se le concede a las diferentes comunidades autónomas en la prensa española.
- c) **Realce de un ángulo o aspecto particular del tema genérico.** Aquí la influencia consiste en abordar un tema general destacando ciertos aspectos y obviando otros. Esto estaría en relación con nuestra propuesta de analizar el carácter negativo o positivo de las temáticas a las que son

²⁴¹ Esto está relacionado con las dudas que expresan **McQuail** y **Windahl** (1984:129) sobre la “incertidumbre acerca de si el establecimiento de la agenda lo inician los medios, o los miembros del público y sus necesidades, o, podríamos añadir, las élites institucionales que actúan como fuentes de medios”.

asociadas recurrentemente determinadas comunidades autónomas en el discurso periodístico.

- d) **Consolidación rutinaria de falsas imágenes.** El profesor **Dader** (1990bc:304) cita los estudios de **Thomas Patterson** (1987) para probar que, por ejemplo, en las elecciones estadounidenses los periodistas de aquel país tienden a caracterizar a los candidatos conforme a sus resultados en las primeras encuestas, y no en función de sus cualidades.
- e) **Función de articulación de pre-opiniones latentes e informes.** Aquí **Dader** recurre a **Noelle-Neumann** (1995) para explicar la idea de que los medios también canalizan a través de expresiones recurrentes que sirven a los individuos para defender sus puntos de vista. Si no se encuentran en el discurso mediático expresiones o frases hechas que refuercen los puntos de vista propios, acabarán silenciándose progresivamente.

Dader (1990c:313-5) se muestra también crítico con el escaso poder demostrativo de las múltiples investigaciones realizadas al amparo de la agenda-setting, y asegura que suelen ser “estudios demasiado ceñidos a comprobaciones a corto plazo”, con “escaso o nulo aislamiento de la *variable independiente* en la causación del efecto”, con una “inexistencia generalizada de comparaciones entre el ‘cuadro periodístico de la realidad’ y otros ‘cuadros de la realidad’ contruidos (estadísticas, informes institucionales, etc.)”, y un modo de investigar “casi exclusivamente centrada en el problema de las “agendas electorales”.

Esta última crítica es especialmente relevante en lo que a nuestro estudio se refiere, ya que si bien no vamos a intentar realizar una investigación que

demuestre la teoría de la agenda-setting sino que más bien nos amparamos en muchos de sus postulados para justificar la pertinencia de estudiar una correlación entre lo publicado y los futuros efectos en la audiencia. Está claro que el estudio de caso aquí presentado no se circunscribe a situaciones electorales, lo cual suple, en cierto modo, una de las deficiencias alertadas. Y, pese a todo, **Dader** (1990c:315) advierte que las críticas no han de servir para una negación de la teoría de la agenda-setting, sino para mejorarla, a veces también desde perspectivas teóricas²⁴² como la ya mencionada del estructural funcionalismo de **Luhmann**, la teoría sobre la construcción social de la realidad de **Berger** y **Luckmann**²⁴³ y otras variantes como la sociología de la vida cotidiana de **Goffman**²⁴⁴ o la etnometodología de **Garfinkel**²⁴⁵.

²⁴² **McQuail y Windahl** (1984:129) entiende que también hay puntos de contacto con planteamientos prácticos que ya se han abordado en este epígrafe sobre la opinión pública, como “la posición de Noelle-Neumann, la teoría de los usos y gratificaciones y el modelo de difusión de noticias”.

²⁴³ **Berger y Luckmann** (2006) explican en su *Teoría sobre la construcción social de la realidad* que no es ésta algo objetivo, sino que se reconstruye socialmente, por lo que el centro de interés radica en saber quién o quiénes se dedican a reconstruirla y cómo. Todo ello parte de una capacidad humana limitada para captar la realidad, algo de lo que ya hablábamos al formular la necesidad de orientación, y para lo que ellos recuperan también el concepto de estereotipos, moldes fijos que nos permiten no cuestionar la realidad constantemente. Pese a que estos autores no se refieren explícitamente a la comunicación en su obra, su referencia indirecta a los medios parece clara.

²⁴⁴ De **Goffman** (1963) resulta especialmente interesante sus reflexiones sobre el riesgo de estigmatización que gobierna las interacciones sociales, imponiendo unos roles y unas reglas. Pese a que, como **Berger y Luckmann**, **Goffman** tampoco menciona expresamente a los medios, está claro que la comunicación de masas ocupa un lugar importante en el desarrollo y la difusión de estereotipos-modelos de comportamiento.

²⁴⁵ **Garfinkel** (2006) analiza los modos y métodos con que las personas emplean el sentido común, haciendo especial hincapié en averiguar cómo se decide qué es lo normal. En este sentido, **Garfinkel** propone tres instrumentos clave para analizar lo “normal”: el encuadre (el contexto que nos va a permitir interpretar qué sucede en una situación social), la “cláusula etcétera” (conjunto de pequeñas presuposiciones que se sobreentiende que pueden ser encontradas en cualquier momento que se precise de una relectura retrospectiva) y los índices (catálogos sociales donde se establece la bondad o maldad, la importancia o no importancia de las acciones sociales).

2.2.4. Estudios sociopolíticos sobre la identidad regional en la España actual

El tema de la identidad regional ha despertado un notable interés por parte del Centro de Investigaciones Sociológicas. Fruto de este interés investigador, se han realizado dos grandes estudios temáticos de opinión centrados en el análisis del fenómeno identitario bajo el nombre de “Barómetro Autonómico”, uno en diciembre de 2005 y otro en enero de 2010.

2.2.4.1. Barómetro Autonómico I

En diciembre de 2005 se realizó el primer Barómetro Autonómico, un macroestudio en el que se abordaban distintas cuestiones sobre el Estado de las Autonomías con ciudadanos procedentes de las diecisiete Comunidades Autónomas del Estado Español, más las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

El estudio, catalogado en el archivo del CIS con el código 2.610, se realizó entre el 2 y el 31 de diciembre de 2005 sobre una población de ámbito nacional integrada por 10.371 personas mayores de 18 años de ambos sexos. Para la obtención de los datos se realizó un muestreo polietápico, estratificado por conglomerados²⁴⁶, con selección de las unidades primarias de muestreo (457 municipios) y de las unidades secundarias (secciones) de forma aleatoria proporcional, y de las unidades últimas (individuos) por rutas aleatorias y cuotas

²⁴⁶ Los estratos se formaron por el cruce de las 17 comunidades autónomas con el tamaño de hábitat, dividido en 7 categorías: menor o igual a 2.000 habitantes; de 2001 a 10.000; de 10.001 a 50.000; de 50.001 a 100.000; de 100.001 a 400.000; de 400.001 a 1.000.000, y más de 1.000.000 de habitantes.

de sexo y edad. Los cuestionarios se aplicaron mediante entrevista personal en los domicilios, lo cual resalta el interés del CIS por la obtención de un estudio más preciso que el que se podía haber obtenido por otras vías más indirectas como la entrevista telefónica. El error muestral general (para el conjunto de las autonomías estudiadas) se aplicó para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas), y $P = Q$, el error real era de $\pm 0,98\%$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple. A continuación se listan los tamaños muestrales por comunidad autónoma y los porcentajes de ponderación de cada una de las comunidades, tal y como figuran en el estudio 2610.

	Muestra diseñada	Muestra realizada	Error muestral	(%) Ponderación
Andalucía	982	981	3,2	1,822
Aragón	500	500	4,5	0,628
Asturias (Principado de)	494	494	4,5	0,577
Baleares (Islas)	452	448	4,7	0,47
Canarias	516	506	4,5	0,825
Cantabria	446	436	4,7	0,32
Castilla-La Mancha	540	537	4,3	0,814
Castilla y León	609	609	4	1,058
Cataluña	923	920	3,3	1,772
Comunidad Valenciana	733	732	3,7	1,439
Extremadura	486	486	4,5	0,536
Galicia	606	606	4,1	1,167
Madrid (Comunidad de)	823	782	3,5	1,767
Murcia (Región de)	491	489	4,5	0,596
Navarra (Comunidad Foral de)	445	411	4,9	0,348
País Vasco	579	576	4,2	0,952
Rioja (La)	422	421	4,9	0,17
Ceuta	250	250	6,4	0,088
Melilla	250	187	7,3	0,109
TOTAL	10.547	10.476	0,9	

En lo que se refiere a Castilla y León, el estudio 2.610 realizó 609 entrevistas sobre un total de 36 municipios y nueve provincias con un procedimiento muestral idéntico al especificado para el conjunto del país.

Entre las cuestiones más interesantes para la presente investigación incluidas en este primer barómetro autonómico, se incluían las siguientes: “¿Qué significa España para usted?”, “¿Hasta qué punto diría Ud. que se siente orgulloso de ser español?”, “¿Hasta qué punto diría Ud. que se siente orgulloso de ser de (gentilicio de su comunidad autónoma)?” o “¿Qué término prefiere utilizar Ud. para referirse a su Comunidad Autónoma? ¿Es una región o una nación?”. Algunas de las respuestas a estas preguntas alumbran en buena medida la pregunta acerca de la identidad o de la conciencia regional en Castilla y León, tanto por sus resultados específicos como por la comparación con otras comunidades similares.

2.2.4.1.1. ¿Qué significa España para los españoles?

La pregunta número 16 del Barómetro Autonómico I, “¿Qué significa España para Ud.?”, ofrece un primer acercamiento a la cuestión de la conciencia regional por comunidades autónomas, tal y como se puede observar en la tabla 1²⁴⁷.

²⁴⁷ Los mapas que se muestran en el anexo plantean una leyenda por intervalos. Con el fin de facilitar el reconocimiento visual de la información por parte del espectador, las diferencias entre los distintos colores de la gama seleccionada no representan la proporción exacta de las diferencias existentes entre las distintas comunidades, a las que sí se hace alusión en el texto. Por ello se ha preferido mantener la representación por tablas de contingencia, más exacta, en el texto principal de la tesis. Los mapas planteados en el anexo no son más que un complemento orientativo destinado a facilitar la comprensión visual de las tablas de contingencia.

	Mi país	Una nación de la que me siento miembro	El Estado del que soy ciudadano	Un Estado formado por varias nacionalidades y regiones	Un Estado ajeno, del que mi país no forma parte	N.S.	N.C.
Andalucía	74.3	12.1	9.3	2.3	0	1.5	0.4
Aragón	65.0	17.2	11.6	5.0	0	0.6	0.6
Asturias (Principado de)	67.4	12.6	13.8	5.7	0.4	0.2	0
Baleares (Islas)	50.2	13.6	22.8	10.3	0.7	0.2	2.2
Canarias	57.7	11.5	21.5	7.1	1.2	0.6	0.4
Cantabria	51.6	16.5	24.5	5.7	0	1.6	.
Castilla-La Mancha	73.9	12.1	10.2	3.2	0	.	0.6
Castilla y León	65.5	17.9	12.5	3.3	0	0.8	.
Cataluña	34.1	11.2	18.3	30.5	5.3	0.4	0.1
Comunidad Valenciana	59.8	18.9	13.8	7.1	0.3	0	0.1
Extremadura	71.8	18.1	6.4	3.7	0	0	0
Galicia	51.2	17.8	15.3	14.4	0.7	0.3	0.3
Madrid (Comunidad de)	51.2	17.1	20.5	9.3	0	0.1	1.8
Murcia (Región de)	76.5	10.8	8.6	3.3	0	0.4	0.4
Navarra (Comunidad Foral de)	45.0	5.8	16.3	21.2	6.1	5.1	0.5
País Vasco	18.9	5.2	17.0	35.1	13.0	5.9	4.9
Rioja (La)	58.7	17.8	17.6	4.8	0	1.0	0.2
Ceuta	70.8	20.0	7.6	1.6	0	0	0
Melilla	66.8	20.3	11.8	0.5	0	0	0.5
MEDIA NACIONAL	55.9	14.0	14.9	11.7	1.8	0.9	0.7

Tabla 1. ¿Qué significa España para los españoles? Fuente: CIS

Las cinco respuestas proporcionadas (al margen de los grupos N.S. y N.C.) podrían simplificarse en tres grandes grupos: las respuestas “Mi país” (ver anexo mapas, p. 1), “Una nación de la que me siento miembro”, “El Estado del que soy ciudadano” podrían encuadrarse dentro de un grupo genérico que no resalta especialmente la conciencia regional; mientras que las dos siguientes, “Un Estado

formado por varias nacionalidades y regiones” y “Un Estado ajeno, del que mi país no forma parte”, sí introducirían dos matices de conciencia regional, más moderado y más exacerbado respectivamente.

Así pues, simplificando las coordenadas se podría elaborar una nueva tabla con los tres primeros ítems agregados y refundidos en uno sólo, “Respuestas que no resaltan la conciencia regional”; y los dos siguientes renombrados como “conciencia regional moderada” y “conciencia regional exacerbada”. Esta segunda tabla de resultados simplificados y ordenados de forma descendente según el primer criterio (respuestas que no resaltan la conciencia regional), nos muestra una clara brecha entre la conciencia regional de las diferentes comunidades.

Al margen de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, que encabezan la lista de respuestas que no resaltan la conciencia regional (ver anexo mapas, p. 2) con porcentajes cercanos al 100% (las reivindicaciones marroquíes y el consiguiente deseo de pertenecer a España pueden tener mucho que ver en este sentido), hay nada menos que once comunidades con porcentajes de respuestas que no resaltan la conciencia regional superiores al 90%, y 14 si el listón se rebaja hasta un 80% que todavía sigue siendo abrumadoramente mayoritario. Entre las comunidades que no resaltan la conciencia regional en esta pregunta número 16, Extremadura, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Murcia y Andalucía ocupan los cinco primeros puestos de la tabla con porcentajes superiores al 95%.

	Respuestas que no resaltan la conciencia regional	Conciencia regional moderada	Conciencia regional exacerbada
Melilla	98,9	0.5	0
Ceuta	98,4	1.6	0
Extremadura	96,3	3.7	0
Castilla-La Mancha	96,2	3.2	0
Castilla y León	95,9	3.3	0
Murcia (Región de)	95,9	3.3	0
Andalucía	95,7	2.3	0
Rioja (La)	94,1	4.8	0
Aragón	93,8	5.0	0
Asturias (Principado de)	93,8	5.7	0.4
Cantabria	92,6	5.7	0
Comunidad Valenciana	92,5	7.1	0.3
Canarias	90,7	7.1	1.2
Madrid (Comunidad de)	88,8	9.3	0
Baleares (Islas)	86,6	10.3	0.7
Galicia	84,3	14.4	0.7
Navarra (Comunidad Foral de)	67,1	21.2	6.1
Cataluña	63,6	30.5	5.3
País Vasco	41,1	35.1	13.0
MEDIA NACIONAL	84,8	11,7	1,8

Tabla 2. ¿Qué significa España para Ud.? simplificada. Fuente: CIS

En el extremo opuesto, País Vasco, Cataluña y Navarra son las comunidades con menores índices de filiación a las respuestas que proporcionan escaso o nulo margen a la expresión de la conciencia regional. Especialmente

significativo es el caso vasco, el único de todas las comunidades en el que las respuestas que no resaltan la conciencia regional no alcanzan en su conjunto a la mitad de los encuestados, un 41,1%, frente a un 35,1% que opta por una expresión moderada de la conciencia regional y un 13% que apuesta por la versión exacerbada. En este sentido, cabe destacar también que Navarra sea la segunda comunidad autónoma con más índice de expresión regionalista exacerbada (ver anexo mapas, p. 3), con un 6,1%. La influencia del nacionalismo vasco en la comunidad Navarra se antoja evidente en esta cifra. Igualmente destacable es que la media de respuestas que no resaltan la conciencia regional en Navarra se sitúa 17,7 puntos por debajo de la media nacional, con un 67,1%.

Cataluña, por su parte, es la segunda autonomía con mayor expresión moderada de una conciencia regional (ver anexo mapas, p. 4), con un 30,5%; si bien es igualmente notable la distancia que separa al grupo de ciudadanos que opta por no resaltar la conciencia regional en la comunidad autónoma catalana a través de esta pregunta (63,6%) con respecto a la media nacional (84,8%).

2.2.4.1.2. El orgullo de ser español

La pregunta 17 del estudio 2.610, “¿Hasta qué punto diría Ud. que se siente orgulloso de ser español?” también proporcionaba datos interesantes acerca de la conciencia regional de las distintas comunidades encuestadas, a través del sentimiento de pertenencia al país en el que actualmente se encuentran. En este caso no se podría afirmar tajantemente la ausencia de una conciencia regional por el mero hecho de que los ciudadanos de una comunidad se sientan orgullosos

de ser españoles; pero sí se puede intuir la existencia de una sensibilidad regional más desarrollada en aquellos sitios donde el sentimiento de orgullo español escasea.

	Muy orgulloso	Bastante orgulloso	Poco orgulloso	Nada orgulloso	N.S.	N.C.
Andalucía	56.3	37.9	3.7	0.9	0.7	0.5
Aragón	59.0	34.2	4.0	1.0	0.2	1.6
Asturias (Principado de)	56.5	32.8	4.7	3.2	2.0	0.8
Baleares (Islas)	40.0	46.0	8.5	2.5	0.4	2.7
Canarias	48.8	39.1	8.1	1.8	0.6	1.6
Cantabria	50.2	41.1	3.4	3.2	1.6	0.5
Castilla-La Mancha	53.8	40.8	3.2	0.6	1.3	0.4
Castilla y León	58.9	36.1	3.4	0.7	0.7	0.2
Cataluña	35.3	32.7	16.8	13.4	1.3	0.4
Comunidad Valenciana	58.2	34.2	4.9	1.4	0.1	1.2
Extremadura	69.8	26.7	2.3	0.8	.	0.4
Galicia	36.6	51.7	8.9	1.3	0.8	0.7
Madrid (Comunidad de)	58.3	27.4	5.8	3.3	1.0	4.2
Murcia (Región de)	61.6	33.1	3.5	1.4	0.2	0.2
Navarra (Comunidad Foral de)	29.9	37.0	10.7	12.2	8.3	1.9
País Vasco	8.9	31.9	22.4	21.7	6.1	9.0
Rioja (La)	40.9	52.5	3.8	0.7	1.4	0.7
Ceuta	78.0	17.2	4.4	.	.	0.4
Melilla	72.2	26.2	.	1.1	.	0.5
MEDIA NACIONAL	49.1	35.5	7.8	4.7	1.2	1.6

Tabla 3. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español? Fuente: CIS

Como se puede ver en la tabla 3, la pregunta 17 ofrecía una posibilidad de respuesta múltiple a través de cuatro opciones: muy orgulloso, bastante orgulloso, poco orgulloso y nada orgulloso.

Al igual que sucedía con la pregunta examinada anteriormente, en la tabla 4 hemos simplificado las respuestas en dos grandes bloques: aquellas que demuestran bastante o mucho orgullo de ser español y las que manifiestan escaso o nulo orgullo. Con este modelo simplificado, vemos nuevamente que País Vasco y Cataluña encabezan la lista de las comunidades con más marcada conciencia regional, expresada como decíamos anteriormente en este caso por la vía inversa: la desafección hacia el Estado español (ver anexo mapas, p. 5). El caso del País Vasco es, de nuevo, especialmente significativo, por cuanto es la única comunidad las respuestas que engloban las posibilidades “poco o nada orgulloso” superan en porcentaje a las opciones “muy orgulloso o bastante orgulloso”: 44,1% frente al 40,8%.

El caso vasco adquiere incluso mayor dimensión si se observa el ejemplo de Cataluña, donde también se observa un nada desdeñable 30,2% (casi el triple de la media nacional) de respuestas que expresan poco o nulo orgullo por el hecho de ser español; ya que hasta en la comunidad catalana (segunda en grado de desafección en la tabla correspondiente a la pregunta 17) el porcentaje de ciudadanos que se sienten bastante o muy orgullosos de ser españoles (68%) multiplica por más de dos a los que sienten poco o nada de orgullo por ser españoles (ver anexo mapas, p. 6).

	Poco orgulloso o nada orgulloso	Muy orgulloso o bastante orgulloso
País Vasco	44,1	40,8
Cataluña	30,2	68
Navarra (Comunidad Foral de)	22,9	66,9
Baleares (Islas)	11	86
Galicia	10,2	88,3
Canarias	9,9	87,9
Madrid (Comunidad de)	9,1	85,7
Asturias (Principado de)	7,9	89,3
Cantabria	6,6	91,3
Comunidad Valenciana	6,3	92,4
Aragón	5	93,2
Murcia (Región de)	4,9	94,7
Andalucía	4,6	94,2
Rioja (La)	4,5	93,4
Ceuta	4,4	95,2
Castilla y León	4,1	95
Castilla-La Mancha	3,8	94,6
Extremadura	3,1	96,5
Melilla	1,1	98,4
MEDIA NACIONAL	12,5	84,6

Tabla 4. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español? (simplificada) Fuente: CIS

Navarra es la última del grupo de tres comunidades con mayor porcentaje de ciudadanos con poco o nulo orgullo por ser españoles, con un 22,9%. A partir de ahí, los porcentajes se reducen a en torno un 10% (Baleares, Galicia, Canarias y

Madrid) o incluso menos, (siete comunidades, entre las que se encuentra Castilla y León, amén de las dos ciudades autónomas, cuentan con un porcentaje de personas que se sienten poco o nada orgullosos de ser españolas inferior a un simbólico 5%).

2.2.4.1.3. El orgullo regional

Inmediatamente después, en la pregunta número 18, el estudio 2.610 del CIS pregunta a los encuestados por el orgullo de pertenecer a su comunidad autónoma. Tendríamos, en este caso, información con respecto a los sentimientos identitarios expresada de forma positiva: si antes se podía intuir una mayor conciencia regional entre aquellas comunidades que expresaban más desafección hacia el hecho de ser español, en este caso la afirmación de la identidad viene expresada de manera explícita y en positivo. En este sentido, podríamos considerar los resultados obtenidos a través de estas respuestas como más interesantes y ajustados al objeto de nuestro interés investigador.

En la tabla 5 se han ordenado los datos en sentido descendente adoptando como criterio guía el número de encuestados que seleccionaron la opción “Muy orgulloso” para describir su sensación de pertenencia a su comunidad autónoma. Encontramos aquí varios datos interesantes. Para empezar, y sorprendentemente a la luz de los resultados observados hasta ahora, el País Vasco se encuentra en última posición en cuanto a número de ciudadanos que se sienten muy orgullosos de pertenecer a su comunidad autónoma, con un 34,4%; cifra que duplican, por ejemplo, Canarias, Asturias o Extremadura.

	Muy orgulloso	Bastante orgulloso	Poco orgulloso	Nada orgulloso	N.S.	N.C.
Ceuta	82,8	12,8	2	1,2	0,8	0,4
Canarias	76,7	18,4	1,8	0,8	0,2	2,2
Asturias (Principado de)	76,1	12,8	1,4	1,6	5,3	2,8
Extremadura	73,3	20,6	2,1	1,6	0,6	1,9
Melilla	67,4	23	4,3	3,2	0,5	1,6
Andalucía	64,2	30,3	1,9	1,1	0,8	1,6
Aragón	63,2	25,8	3,8	1,2	0,8	5,2
Baleares (Islas)	60	31,5	3,1	2,5	0,4	2,5
Cantabria	58	29,6	3,7	4,4	1,6	2,8
Murcia (Región de)	55	32,3	4,9	3,1	2	2,7
Cataluña	52,2	33,2	7,2	4,8	2,1	0,7
Navarra (Comunidad Foral de)	50,4	36,3	3,6	1	7,1	1,7
Castilla-La Mancha	50,3	37,4	2,8	1,5	4,1	3,9
Comunidad Valenciana	49,3	31,1	10,5	2,7	0,4	5,9
Galicia	49	44,9	3,5	0,7	0,8	1,2
Rioja (La)	46,8	44,7	3,3	0,7	2,9	1,7
Castilla y León	46,1	39,2	6,7	3,3	2,5	2,1
Madrid (Comunidad de)	44,2	23,4	6,1	7,2	3,5	15,6
País Vasco	34,4	39,8	10,1	4,5	5	6,3
MEDIA NACIONAL	54,2	31,1	5,3	3,1	2	4,3

Tabla 5. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad? Fuente: CIS

Otros datos interesantes respecto a la tabla número 5 se observan también en la parte baja de la clasificación. Madrid ocupa el penúltimo lugar en la lista de comunidades con ciudadanos muy orgullosos de pertenecer a ella, con un 44,2%,

apenas un dos por ciento menos que Castilla y León, tercera por la cola (ver anexo mapas, p. 2). En ambos casos se observa la predominancia del orgullo español por encima del sentimiento regional, en el primero tal vez por la posición de capital administrativa del país, y en el segundo por la herencia histórica por la que, como hemos visto anteriormente, Castilla y España fueron solapándose la una con la otra hasta crear una masa difícilmente divisible.

Realizando un agregado similar al del epígrafe anterior vemos que se ratifican algunos de los resultados avanzados (ver anexo mapas, p. 8). Madrid es la región en la que menos ciudadanos se sienten muy orgullosos o bastante orgullosos de su pertenencia a la comunidad, si bien el porcentaje todavía excede los dos tercios del total de encuestados (67,6%). La siguen País Vasco, con un 74,2% y Comunidad Valenciana, con un agregado del 80,4%. El caso de Madrid reafirma la teoría anterior: la condición de capital administrativa y la asociación de Madrid con España hace que la conciencia regional no se destaque de manera tan prominente.

El caso vasco, más sorprendente a priori, puede explicarse por el fenómeno de la polarización de la opinión pública respecto a las cuestiones nacionalistas. Que esta comunidad autónoma liderase en 2005 la tabla de desafección hacia el Estado español (recordemos que era la única comunidad con más ciudadanos que se sentían poco o nada orgullosos de ser españoles que ciudadanos bastante o muy orgullosos de serlo) y ocupase las últimas posiciones en la tabla correspondiente a la pregunta del orgullo regional puede ser indicativo de un fenómeno de exaltación del nacionalismo por reivindicación frente a lo opuesto:

los nacionalistas vascos no se sienten españoles y así lo manifiestan; pero, del mismo modo, aquellos que no son nacionalistas lo reivindican rebajando el porcentaje de orgullo regional.

	Muy orgulloso o bastante orgulloso	Poco o nada orgulloso
Ceuta	95,6	3,2
Canarias	95,1	2,6
Andalucía	94,5	3
Extremadura	93,9	3,7
Galicia	93,9	4,2
Baleares (Islas)	91,5	5,6
Rioja (La)	91,5	4
Melilla	90,4	7,5
Aragón	89	5
Asturias (Principado de)	88,9	3
Castilla-La Mancha	87,7	4,3
Cantabria	87,6	8,1
Murcia (Región de)	87,3	8
Navarra (Comunidad Foral de)	86,7	4,6
Cataluña	85,4	12
Castilla y León	85,3	10
Comunidad Valenciana	80,4	13,2
País Vasco	74,2	14,6
Madrid (Comunidad de)	67,6	13,3
MEDIA NACIONAL	85,3	8,4

Tabla 6. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad? (simplificada). Fuente: CIS

Llama también la atención el hecho de que la comunidad autónoma catalana ocupe el quinto lugar por la cola, con un porcentaje en torno al 85%, cifra similar a la de Castilla y León. Sin olvidar en ningún momento el carácter

abrumador de este porcentaje, la diferencia con otras comunidades menos renuentes a mostrar sin ambages el orgullo regional puede venir determinada en parte por la misma teoría que se formuló para el País Vasco. Quizá habría que considerar el impacto de la población inmigrante, no tanto extranjera sino procedente de otras regiones de España, en las citadas cifras; aunque tal vez no es tan manifiesto como en épocas anteriores.

2.2.4.1.4. ¿Región o nación?

No cabe duda de que uno de los grandes indicadores de la conciencia identitaria de las distintas comunidades de la geografía española en el estudio 2.610 es el correspondiente a la pregunta 19, en la que se interroga a los encuestados sobre el término que, según ellos, creen que representa mejor lo que es su comunidad autónoma: una nación o una región. En este sentido queda poco hueco a las interpretaciones, pues parece claro que aquellas comunidades en las que hay un mayor índice de encuestados que optan por la respuesta “una nación” presentan una conciencia identitaria más exacerbada.

Por ello, la tabla 7 se ha ordenado de manera descendente en función de los porcentajes de encuestados que respondieron “Una nación” a la pregunta anteriormente reseñada. En las respuestas a esta pregunta, que tal vez sea, insistimos, la que más directamente interroga sobre la presencia de una identidad propia, volvemos a ver una clara brecha entre Cataluña y País Vasco con el resto de España. Ambas lideran no sólo en el número de encuestados que apuestan por el término “nación”, con porcentajes similares a los de que prefieren escoger

“región”; sino también en aquellos que escogen fórmulas alternativas, entre las que se intuye que pueden incluirse opciones más próximas al independentismo (ver anexo mapas, pp. 9-10).

	Una nación	Una región	Ninguno de los dos, otro término	N.C.
Cataluña	44,7	40,4	10,4	4,5
País Vasco	38,2	43,6	11,3	6,9
Galicia	17	74,6	5,4	3
Baleares (Islas)	7,4	86,4	2,5	3,8
Andalucía	6,9	85,8	3,7	3,6
Canarias	6,7	83,6	4,7	4,9
Navarra (Comunidad Foral de)	6,1	79,6	8	6,3
Asturias (Principado de)	5,7	89,3	3,8	1,2
Comunidad Valenciana	4,5	86,9	6,6	2
Madrid (Comunidad de)	4,2	87,2	5,4	3,2
Aragón	3,4	93,4	1	2,2
Cantabria	3	91,5	3,4	2,1
Extremadura	1,9	97,1	0,4	0,6
Castilla y León	1,5	92,9	3,4	2,1
Murcia (Región de)	1,2	97,5	0,4	0,8
Rioja (La)	0,7	98,6	0,7	0
Castilla-La Mancha	0,4	96,1	1,9	1,7
MEDIA NACIONAL	13,4	77,4	5,5	3,7

Tabla 7. ¿Qué palabra representa mejor lo que es su comunidad: región o nación? Fuente: CIS

En tercer lugar se sitúa Galicia, con un 17% de los encuestados reivindicando el término de nación para su comunidad autónoma, cifra que, aunque menor con respecto a los guarismos de Cataluña y País Vasco, sigue siendo notablemente mayor que las del resto de comunidades encuestadas: sólo Baleares, Andalucía, Canarias, Navarra y Asturias superan el 5% de nacionalistas confesos, y ninguna de ellas rebasa la frontera del 8%. Castilla y León apenas contaba en 2005 con un 1,5% de ciudadanos que consideraba a su comunidad autónoma como una nación.

2.2.4.1.5. Sentimiento español frente a sentimiento regional

Por último, la pregunta 39 del estudio 2.610 vuelve a abordar el tema de la conciencia regional desde una perspectiva comparada. Si en las preguntas 17 y 18 se interrogaba a los entrevistados respectivamente sobre el orgullo de sentirse español y de sentirse de su comunidad autónoma, en la pregunta 39 (¿Con cual de las siguientes frases se identifica Ud. más) se ponen en relación ambos conceptos para dar lugar a una respuesta múltiple con cinco alternativas: “Me siento únicamente español”, “Me siento más español que de la Comunidad autónoma”, “Me siento tan español como de la Comunidad autónoma”, “Me siento más de la Comunidad autónoma que español” y “Me siento únicamente de la Comunidad autónoma”.

	Me siento únicamente español	Me siento más español que de la Comunidad autónoma	Me siento tan español como de la Comunidad autónoma	Me siento más de la Comunidad autónoma que español	Me siento únicamente de la Comunidad autónoma	N.S.	N.C.
Andalucía	3	9,6	68,6	15	1	1,3	1,5
Aragón	5,4	7,2	71,4	11,8	1,4	0,8	2
Asturias (Principado de)	5,1	4,3	68,8	12,8	3	4,5	1,6
Baleares (Islas)	10,5	6,9	52	16,7	7,1	0,2	6,5
Canarias	2,4	2	56,9	29,8	6,7	0,4	1,8
Cantabria	8,3	8,5	68,1	8,7	0,9	1,4	4,1
Castilla-La Mancha	15,1	15,5	63,5	2,6	0,7	0,7	1,9
Castilla y León	23,8	14	54,8	2,3	0,2	1,8	3,1
Cataluña	7,7	8,2	44,8	23,4	14,3	1,1	0,5
Comunidad Valenciana	14,6	18,3	55,9	7,8	1,5	0,5	1,4
Extremadura	3,1	4,3	81,1	9,7	0,6	0,2	1
Galicia	3,8	9,6	60,6	21,9	2,8	0,3	1
Madrid (Comunidad de)	22,1	11,3	51,9	2,8	1,2	1,5	9,2
Murcia (Región de)	18,4	8,8	65	4,7	0,2	0,6	2,2
Navarra (Comunidad Foral de)	2,4	4,9	42,6	26,3	10,5	8,3	5,1
País Vasco	5,6	5,9	33,2	21,5	24,3	2,8	6,8
Rioja (La)	7,4	7,1	69,4	10	1,2	2,4	2,6
Ceuta	5,6	7,6	78	7,2	0,8	0,4	0,4
Melilla	7,5	8,6	78,6	2,1	2,1	0,5	0,5
MEDIA NACIONAL	10,3	10	57	13,5	5	1,3	3

Tabla 8. ¿Con qué frase se identifica Ud. más? Fuente: CIS

En los resultados totales que se pueden ver en la tabla 8, se observa una predominancia general de los encuestados que optan por la vía de expresar sentirse tan españoles como de su comunidad autónoma. Sin embargo, un análisis detallado de cada una de las respuestas, ordenadas de manera descendente, ofrece también una serie de datos interesantes a la hora de analizar la presencia de una conciencia regional más o menos desarrollada.

	Me siento únicamente español
Castilla y León	23,8
Madrid (Comunidad de)	22,1
Murcia (Región de)	18,4
Castilla-La Mancha	15,1
Comunidad Valenciana	14,6
Baleares (Islas)	10,5
Cantabria	8,3
Cataluña	7,7
Melilla	7,5
Rioja (La)	7,4
País Vasco	5,6
Ceuta	5,6
Aragón	5,4
Asturias (Principado de)	5,1
Galicia	3,8
Extremadura	3,1
Andalucía	3
Canarias	2,4
Navarra (Comunidad Foral de)	2,4
MEDIA NACIONAL	10,3

Tabla 9. Ciudadanos que se sienten únicamente españoles. Fuente: CIS

En primer lugar, resulta interesante examinar la lista de las comunidades con mayor índice de ciudadanos que se sienten exclusivamente españoles (ver anexo mapas, p. 11), por cuanto, si bien no es necesariamente un indicador de escasa conciencia regional, sí lo es de escasa confrontación con el statu quo estatal actual. En la tabla 9 se han ordenado de manera descendente las comunidades en función de este criterio y se puede observar cómo hay dos que destacan notablemente por encima del resto: Madrid y Castilla y León.

Tal y como se había comentado anteriormente, la primera de ellas por ser la capital administrativa y la segunda por tener una herencia histórica que ha tendido a difuminar su conciencia regional con la estatal, resulta lógico que sean éstas y no otras comunidades las que encabecen esta tabla. Además de Castilla y León (líder en esta clasificación) y Madrid, solo Murcia, Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana y Baleares superan el 10% de ciudadanos que rechazan cualquier sentimiento regional. El resto de comunidades, incluidas las ciudades autónomas, tienen un porcentaje inferior al 10% para esta respuesta.

Por el extremo opuesto, un examen detallado de los porcentajes de ciudadanos que eligieron en 2005 la opción “Me siento únicamente de la Comunidad Autónoma” nos proporciona datos de afirmación positiva de la conciencia regional. En este caso no quedan dudas de que la clasificación de comunidades según este criterio (ver tabla 10) sí refleja la presencia de una mayor o menor conciencia regional; no sólo, como sucedía en el caso anterior, de una posible colisión entre estos sentimientos y el statu quo actual de la organización política y territorial del Estado español. De nuevo, como había sucedido en varios de los casos examinados anteriormente, País Vasco, Cataluña y Navarra lideran la

lista de comunidades con mayor expresión de conciencia regional, en este caso excluyente, además. En el caso vasco, casi uno de cada cuatro encuestados en 2005 se sentían exclusivamente vascos; porcentaje que al menos duplica al de cualquiera de las otras comunidades, menos Cataluña. En el caso catalán, no obstante, el porcentaje desciende hasta un 14,3%. Castilla y León, junto con Murcia, cierran la tabla con apenas un 0,2% de ciudadanos que afirmasen sentirse única y exclusivamente miembros de su región (ver anexo mapas, p.12).

	Me siento únicamente de la Comunidad autónoma
País Vasco	24,3
Cataluña	14,3
Navarra (Comunidad Foral de)	10,5
Baleares (Islas)	7,1
Canarias	6,7
Asturias (Principado de)	3
Galicia	2,8
Melilla	2,1
Comunidad Valenciana	1,5
Aragón	1,4
Madrid (Comunidad de)	1,2
Rioja (La)	1,2
Andalucía	1
Cantabria	0,9
Ceuta	0,8
Castilla-La Mancha	0,7
Extremadura	0,6
Castilla y León	0,2
Murcia (Región de)	0,2
MEDIA NACIONAL	5

Tabla 10. Ciudadanos que se sienten únicamente de su comunidad autónoma. Fuente: CIS

Resulta, por último, interesante observar la columna de porcentajes agregados de personas que se sienten más de la comunidad que españoles y personas que se sienten sólo de la comunidad (ver anexo mapas, p. 13), por cuanto, a fin de cuentas, son dos respuestas que resaltan la presencia de una identidad regional. Los resultados se pueden observar a continuación en la tabla 11.

	Personas que se sienten principal o únicamente de la comunidad autónoma
País Vasco	45,8
Cataluña	37,7
Navarra (Comunidad Foral de)	36,8
Canarias	36,5
Galicia	24,7
Baleares (Islas)	23,8
Andalucía	16
Asturias (Principado de)	15,8
Aragón	13,2
Rioja (La)	11,2
Extremadura	10,3
Cantabria	9,6
Comunidad Valenciana	9,3
Ceuta	8
Murcia (Región de)	4,9
Melilla	4,2
Madrid (Comunidad de)	4
Castilla-La Mancha	3,3
Castilla y León	2,5
MEDIA NACIONAL	18,5

Tabla 11. Agregado de ciudadanos que se sienten principal o únicamente de su comunidad autónoma. Fuente: CIS

Los resultados no difieren mucho con respecto a los anteriores. Castilla y León vuelve a cerrar la lista, con apenas tres de cada cien encuestados manifestando mayor afección a su propia comunidad que hacia el hecho de ser español. Mientras, en el polo opuesto de la clasificación, País Vasco vuelve a liderar la tabla de aquellos que se sienten más vascos que españoles, con un 45,8%. La diferencia con el segundo clasificado, nuevamente Cataluña, sigue siendo significativa; si bien se debe observar que, en el momento en el que se elimina el matiz excluyente, la diferencia entre ambos se vuelve proporcionalmente menor.

En otras palabras, de las dos comunidades que más manifiestan su conciencia regional se aprecia un sentimiento más excluyente entre los vascos que entre los catalanes. Navarra, seguramente por el antedicho influjo vasco, ocupa la tercera posición de exaltación de la conciencia regional según la tabla 11, seguida de Canarias, Galicia y Baleares, todos ellos con al menos un cuarto de su población reivindicando la conciencia regional por encima de la conciencia de ser españoles.

2.2.4.1.6. Conclusiones generales del Barómetro Autonómico I

A modo de resumen de los aspectos vistos y analizados a través de los datos del primer barómetro autonómico realizado por el CIS en 2005, se pueden extraer varias conclusiones fundamentales:

- País Vasco y Cataluña son las comunidades con más fuerte presencia de conciencia regional expresada en el estudio 2.610. En el caso del País Vasco

se aprecia una presencia mayor de un regionalismo o nacionalismo excluyente que en el de Cataluña, donde las opciones de reivindicación del acervo propio suelen adoptar modalidades más moderadas y menos excluyentes con la pertenencia al Estado español.

- Navarra, tal vez por influjo del nacionalismo vasco, Baleares (quizá también por influencia de la conciencia regional catalana, además de la propia conciencia balear), Galicia y Canarias ocupan el segundo escalafón de comunidades con mayor reivindicación de lo propio.
- Casos como los de Extremadura o Andalucía revelan un fuerte arraigo de la conciencia regionalista entendida dentro del marco autonómico imperante y sin que ello suponga una merma de la sensación de pertenencia al conjunto de España.
- Los casos de Madrid y Castilla y León destacan por su fuerte filiación al Estado español y una escasa reivindicación de la conciencia regional. En el primer caso, puede deberse a la condición de capital administrativa del Estado lo que subsume la conciencia regional bajo el paraguas de la nación española; mientras que en el segundo puede deberse a un proceso similar acontecido hace siglos y a la ausencia de impulsores nacionalistas en épocas posteriores, en las que sí estuvieron presentes en otras regiones de la geografía española.

2.2.4.2. Barómetro Autonómico II

Entre enero y marzo de 2010 el CIS llevó a cabo el Barómetro autonómico II (estudio 2.829) sobre una muestra de 10.409 personas de 700 municipios y 52 provincias a las que se entrevistó entre el 23 de enero y el 2 de marzo de 2010 de manera personal en sus domicilios. En Castilla y León se realizaron un total de 583 entrevistas de las 584 del diseño inicial con un error muestral de 4,1.

Para este estudio se realizó también un muestreo polietápico, estratificado por conglomerados²⁴⁸, con selección de las unidades primarias de muestreo (municipios) y de las unidades secundarias (secciones) de forma aleatoria proporcional, y de las unidades últimas (individuos) por rutas aleatorias y cuotas de sexo y edad. Para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas), y $P=Q$, el error real es de $\pm 0,98\%$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple.

Se repiten algunas de las preguntas realizadas en 2005 y que resultaban de gran interés para el presente estudio de la identidad regional, y además se incorporan algunas cuestiones nuevas, como se podrá ver en los siguientes subepígrafes, que ayudan a dar una radiografía más exhaustiva si cabe de las distintas sensibilidades regionales en las autonomías españolas. A continuación, tal y como se hizo con el Barómetro Autonómico I, se listan los datos muestrales y de ponderación empleados por el CIS para el Barómetro Autonómico II.

²⁴⁸ Los estratos se han formado por el cruce de las 17 comunidades autónomas con el tamaño de hábitat, dividido en 7 categorías: menor o igual a 2.000 habitantes; de 2.001 a 10.000; de 10.001 a 50.000; de 50.001 a 100.000; de 100.001 a 400.000; de 400.001 a 1.000.000, y más de 1.000.000 de habitantes.

	Muestra diseñada	Muestra realizada	Error muestral	(%) Ponderación
Andalucía	954	952	3,2	1,887
Aragón	494	494	4,5	0,618
Asturias (Principado de)	480	479	4,6	0,540
Baleares (Islas)	474	467	4,6	0,515
Canarias	543	541	4,3	0,857
Cantabria	442	442	4,8	0,305
Castilla-La Mancha	540	534	4,3	0,851
Castilla y León	584	583	4,1	1,027
Cataluña	912	903	3,3	1,839
Comunidad Valenciana	749	748	3,7	1,513
Extremadura	476	476	4,6	0,515
Galicia	602	601	4,1	1,089
Madrid (Comunidad de)	836	808	3,5	1,749
Murcia (Región de)	495	494	4,5	0,626
Navarra (Comunidad Foral de)	443	424	4,9	0,330
País Vasco	554	553	4,3	0,904
Rioja (La)	422	410	4,9	0,176
Ceuta	250	250	6,3	0,064
Melilla	250	250	6,3	0,058
TOTAL	10.547	10.476	0,9	

2.2.4.2.1. Grado de autonomía

La pregunta número 13 del Barómetro autonómico II del CIS introduce una cuestión novedosa con respecto a la edición de 2005, al interrogar expresamente a los ciudadanos de las distintas regiones por el grado de autonomía que consideraban deseable para su comunidad. En la tabla 12 se pueden observar las respuestas en porcentaje, ordenadas de manera descendente adoptando como criterio la respuesta “mayor autonomía”.

	Mayor	Menor	Igual	N.S.	N.C.
Cataluña	54,9	13,4	27,8	3,2	0,7
País Vasco	52,1	5,4	34,7	6,5	1,3
Melilla	50,8	10	29,2	6	4
Aragón	47,4	13	28,9	6,1	4,7
Ceuta	46,4	10,4	40,8	2	0,4
Baleares (Islas)	43,5	17,6	32,5	5,1	1,3
Extremadura	41,8	12	34	10,9	1,3
Canarias	37,5	15,5	41,2	5,5	0,2
Navarra (Comunidad Foral de)	34,4	6,6	54	4,7	0,2
Andalucía	28	10,6	48,1	12,9	0,3
Castilla-La Mancha	27,7	16,5	43,8	11	0,9
Galicia	26,5	11,5	53,1	8,7	0,3
Comunidad Valenciana	23,9	23,4	42,6	9,6	0,4
Castilla y León	23,5	20,1	40,5	14,2	1,7
Cantabria	21,3	17	48,9	12,9	
Rioja (La)	20,7	12,2	54,9	11,7	0,5
Asturias (Principado de)	19	28	41,5	11,5	
Murcia (Región de)	17,2	15	48,6	19,2	
Madrid (Comunidad de)	11,5	28,2	47,4	9,9	3
MEDIA NACIONAL	31,6	16,5	41,6	9,3	1

Tabla 12. Grado de autonomía deseable (por comunidades). Fuente: CIS.

De nuevo Cataluña y País Vasco vuelven a encabezar la clasificación de una pregunta que interpela directamente a la conciencia identitaria de los entrevistados: más de la mitad de vascos y catalanes manifestaron en 2010, el mismo año para el que se realizó el presente estudio de campo de la presencia de

las distintas regiones españolas en la prensa nacional, que deseaban más autonomía. Esto no tiene por qué implicar un deseo de ruptura para con el Estado español, pero sin duda alguna manifiesta una marcada sensibilidad regional por parte de los ciudadanos de estas dos comunidades. El deseo de una mayor autonomía multiplica por cuatro al número de habitantes catalanes que optarían por un menor grado de autogestión. En el caso del País Vasco, hay casi diez vascos que desean más autonomía por cada uno que pide menos.

Llama poderosamente la atención, no obstante, que para esta pregunta no exista, como sucedía en numerosas preguntas del Barómetro Autonómico I, una brecha significativa entre País Vasco y Cataluña con el resto de comunidades (ver anexo mapas, p. 14). De hecho, Aragón, Baleares y Extremadura se sitúan en la franja del 40-50% de habitantes que desean mayor autonomía (las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla también se encuentran dentro de esta franja), y en todos estos casos son más los ciudadanos que demandan más autonomía que los que preferirían mantener el statu quo actual. También resulta especialmente llamativo, por lo sintomático de la tendencia hacia la que parece dirigirse el Estado de las Autonomías, el hecho de que no hay ninguna comunidad donde el porcentaje de habitantes que piden menos autonomía supere al del tanto por ciento de ciudadanos que demandan un mayor grado de autogestión.

De nuevo, y siguiendo la tendencia observada –en lo que a conciencia regional se refiere– en las preguntas del Barómetro Autonómico I, es Madrid quien se sitúa a la cola de las demandas autonomistas, con solo un 11,5% de ciudadanos que piden un mayor grado de autonomía (casi cinco veces menos que

Cataluña o País Vasco) frente al 28,2% (el porcentaje más alto de su categoría) que demanda un recorte de las competencias autonómicas para su Comunidad. Por su parte, Castilla y León se sitúa en sexta posición por la cola en el porcentaje de ciudadanos que piden un mayor grado de autonomía, lo cual no es óbice para que sea un significativo 23,5% de los castellanoleoneses los que se adscriban a una demanda que suscribe mucho de lo ya debatido en el epígrafe histórico de esta tesis relativo a la fórmula del “café para todos”.

En general, en Castilla y León predominan los que prefieren mantener el statu quo competencial (cuatro de cada diez), si bien no se debe obviar el hecho de que dos de cada diez castellanoleoneses abogan por un recorte de competencias, lo que situaría a la región en el cuarto puesto nacional de las comunidades con más alto porcentaje de ciudadanos que solicitan un menor grado de autonomía para sus comunidades, sólo por detrás de Madrid, Asturias y Comunidad Valenciana.

2.2.4.2.2. ¿Qué significa España para los españoles?

La pregunta “¿Qué significa España para Usted?” ya aparecía en el Barómetro autonómico I, si bien en el realizado en 2010 desciende hasta la pregunta número 20. En la tabla 13 se puede observar el conjunto de datos para esta pregunta. Al igual que hiciéramos con el Barómetro autonómico I, simplificando las coordenadas se podría elaborar una nueva tabla con los tres primeros ítems agregados y refundidos en uno sólo, “Respuestas que no resaltan la conciencia

regional”; y los dos últimos renombrados como “conciencia regional moderada” y “conciencia regional exacerbada” (ver tabla 14).

	Mi país	Una nación de la que me siento miembro	El Estado del que soy ciudadano/a	Un Estado formado por varias nacionalidades y regiones	Un Estado ajeno, del que mi país no forma parte	Ninguna de las anteriores	N.S.	N.C.
Andalucía	78,3	10	7,1	3	0,4	0,5	0,6	0
Aragón	57,5	18	18	4	0	0,6	0,8	1
Asturias (Principado de)	66	19,4	9,8	3,1	0,2	0,6	0,6	0,2
Baleares (Islas)	50,1	13,7	24,8	8,6	1,7	0,4	0,4	0,2
Canarias	62,8	10,9	19,4	3,1	1,7	1,3	0,4	0,4
Cantabria	58,4	18,1	19	2,9		0,9	0,2	0,5
Castilla-La Mancha	74	9,7	11	3,7	0,2	0,6	0,6	0,2
Castilla y León	67,8	14,2	13,7	3,1	0,2	0,7	0,2	0,2
Cataluña	34,7	13,8	18,8	21,8	7,9	1,7	0,7	0,7
Comunidad Valenciana	65,5	13,1	14,8	4,5	0,7	1,3	0	0
Extremadura	73,7	14,5	9,7	1,9	0	0	0,2	0
Galicia	63,4	15,3	13,3	7,8	0,2	0	0	0
Madrid (Comunidad de)	63,7	15,1	15	4,1	0	0,5	0,7	0,9
Murcia (Región de)	71,1	17,2	9,1	2,4	0	0	0	0,2
Navarra (Comunidad Foral de)	34,9	9,4	23,1	24,8	5,2	0,9	0,9	0,7
País Vasco	21	5,8	15,2	42,7	11,6	1,1	2,2	0,5
Rioja (La)	65,6	14,4	12,7	5,6	0,5	0,7	0,5	0
Ceuta	60,4	17,6	18,4	3,6	0		0	0
Melilla	54	20	14	4,4	0	1,6	0	6
MEDIA NACIONAL	59,9	13,1	14,1	9	2,2	0,8	0,5	0,4

Tabla 13. ¿Qué significa España para Usted? Fuente: CIS.

	Respuestas que no resaltan la conciencia regional	Conciencia regional moderada	Conciencia regional exacerbada
Extremadura	97,9	1,9	0
Murcia (Región de)	97,4	2,4	0
Ceuta	96,4	3,6	0
Castilla y León	95,7	3,1	0,2
Cantabria	95,5	2,9	0
Andalucía	95,4	3	0,4
Asturias (Principado de)	95,2	3,1	0,2
Castilla-La Mancha	94,7	3,7	0,2
Madrid (Comunidad de)	93,8	4,1	0
Aragón	93,5	4	0
Comunidad Valenciana	93,4	4,5	0,7
Canarias	93,1	3,1	1,7
Rioja (La)	92,7	5,6	0,5
Galicia	92	7,8	0,2
Baleares (Islas)	88,6	8,6	1,7
Melilla	88	4,4	0
Navarra (Comunidad Foral de)	67,4	24,8	5,2
Cataluña	67,3	21,8	7,9
País Vasco	42	42,7	11,6
MEDIA NACIONAL	87,1	9	2,2

Tabla 14. ¿Qué significa España para Usted? (simplificada). Fuente: CIS.

Así las cosas, en 2010 sigue habiendo una amplia mayoría de Comunidades en las que no se resalta la conciencia regional a través de esta pregunta (ver anexo mapas, p. 16): 13 de ellas alcanzan porcentajes superiores al 90% de respuestas que no resaltan la conciencia regional y 15 más del 85%.

De nuevo, sólo Cataluña, País Vasco y Navarra se salen de esta tónica general de manera descollante. Los porcentajes de conciencia regional moderada se disparan a los dobles dígitos en los tres casos (ver anexo mapas, p. 17), con en torno a un veinte por ciento para Navarra y Cataluña, y más del doble, un 42%, en el caso del País Vasco. La comunidad autónoma vasca es también la primera en porcentaje de respuestas que indican una conciencia regional exacerbada (la única de las diecisiete de la geografía española en dobles dígitos también en este apartado), con un 11,6%, más del doble de Navarra y sustancialmente por encima del 7,9% de Cataluña (ver anexo mapas, p. 18). Ninguno de los otros porcentajes de respuestas regionalistas exacerbadas supera el 2% en las otras comunidades.

2.2.4.2.3. El orgullo de ser español

La pregunta 21 del estudio 2.829, repite la ya formulada en 2005 en la posición 17: ¿Hasta qué punto diría Ud. que se siente orgulloso de ser español? Como se puede ver en la tabla 15, también repiten las cuatro opciones de respuesta múltiple: muy orgulloso, bastante orgulloso, poco orgulloso y nada orgulloso.

Tal y como manifestamos en el estudio de 2005, a través de las respuestas a tal pregunta no se podría afirmar tajantemente la ausencia de una conciencia regional por el mero hecho de que los ciudadanos de una comunidad se sientan

orgullosos de ser españoles; pero sí se puede intuir la existencia de una sensibilidad regional más desarrollada en aquellos sitios donde el sentimiento de orgullo español escasea.

	Muy orgulloso/a	Bastante orgulloso/a	Poco orgulloso/a	Nada orgulloso/a	N.S.	N.C.
Andalucía	62,2	33,1	2,9	0,8	0,8	0,1
Aragón	52,8	38,7	5,3	1	0,2	2
Asturias (Principado de)	61,6	31,1	3,8	0,6	2,7	0,2
Baleares (Islas)	48,8	37	8,4	4,5	0,6	0,6
Canarias	49,9	35,9	10,4	3	0,6	0,4
Cantabria	64	30,1	2,5	1,4	1,4	0,7
Castilla-La Mancha	68,4	26	2,6	1,1	1,5	0,4
Castilla y León	55,9	38,4	3,8	1,2	0,7	
Cataluña	32,9	32,8	18,1	11,3	2,8	2,2
Comunidad Valenciana	58	32,4	6,6	2,1	0,7	0,3
Extremadura	66,2	30	2,7	0,2	0,6	0,2
Galicia	36,6	56,2	5	0,7	0,7	0,8
Madrid (Comunidad de)	48,8	35,1	8,8	3	1,7	2,6
Murcia (Región de)	75,7	23,1	1	0	0	0,2
Navarra (Comunidad Foral de)	27,1	40,6	14,9	11,1	4,5	1,9
País Vasco	10,5	37,3	20,6	19,7	7,8	4,2
Rioja (La)	42,4	49,3	4,9	1,2	1,7	0,5
Ceuta	68,4	26	2,8	0,4	0	2,4
Melilla	67,2	24,8	2,8	0,8	0	4,4
MEDIA NACIONAL	49,8	35	8,2	4,2	1,6	1,2

Tabla 15. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español? Fuente: CIS.

En aras de simplificar las respuestas de la tabla 15, y al igual que se hiciera con el estudio 2.610, hemos propuesto una segunda tabla en la que las respuestas se reducen a dos grandes categorías: aquellas que demuestran bastante o mucho orgullo de ser español y las que manifiestan escaso o nulo orgullo (ver tabla 16).

	Poco o nada orgulloso	Muy orgulloso o bastante orgulloso
País Vasco	40,3	47,8
Cataluña	29,4	65,7
Navarra (Comunidad Foral de)	26	67,7
Canarias	13,4	85,8
Baleares (Islas)	12,9	85,8
Madrid (Comunidad de)	11,8	83,9
Comunidad Valenciana	8,7	90,4
Aragón	6,3	91,5
Rioja (La)	6,1	91,7
Galicia	5,7	92,8
Castilla y León	5	94,3
Asturias (Principado de)	4,4	92,7
Cantabria	3,9	94,1
Andalucía	3,7	95,3
Castilla-La Mancha	3,7	94,4
Melilla	3,6	92
Ceuta	3,2	94,4
Extremadura	2,9	96,2
Murcia (Región de)	1	98,8
MEDIA NACIONAL	12,4	84,8

Tabla 16. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español? (simplificada). Fuente: CIS

Con este modelo simplificado, vemos nuevamente que País Vasco, Cataluña y Navarra encabezan la lista de las comunidades con más marcada conciencia regional, expresada como decíamos anteriormente en este caso por la vía inversa: la desafección hacia lo español (ver anexo mapas, p. 20). El caso vasco es el más significativo, por cuanto es el único en el que realmente la opción “poco o nada orgulloso” está cerca de igualar la de “muy o bastante orgulloso” en cuanto a porcentajes (apenas un 7% de diferencia), fiel reflejo de la bipolaridad en estas cuestiones de la sociedad vasca.

Cataluña y Navarra presentan porcentajes de desafección hacia el hecho de ser español que se mueven en la horquilla del 25-30%, significativos aún en relación con el resto de comunidades, a las que cuanto menos, duplican. Castilla y León ocupa la undécima posición de la lista con un 5% de personas que se sienten poco o nada orgullosas de ser españoles, si bien es cierto que las distancias entre comunidades que tienen porcentajes similares son tan pequeñas que las posiciones no pueden ser consideradas como significativas; no al menos tanto como la abrumadora mayoría (más de un 90% para once comunidades) de personas que manifiestan sentirse orgullosas de ser españolas (ver anexo mapas, p. 19).

2.2.4.2.4. El orgullo regional

También se repite, en este caso en la pregunta número 22, la cuestión sobre el orgullo regional que ya habíamos visto en el estudio 2.610. Las opciones, nuevamente, vuelven a ser las mismas, como se puede observar en la tabla 17.

	Muy orgulloso/a	Bastante orgulloso/a	Poco orgulloso/a	Nada orgulloso/a	N.S.	N.C.
Andalucía	69	25,2	2,1	0,7	1,8	1,2
Aragón	55,5	31,6	6,3	1,4	0,4	4,9
Asturias (Principado de)	68,7	23,8	1,7	1,3	3,5	1
Baleares (Islas)	62,1	25,7	5,1	2,1	2,1	2,8
Canarias	79,9	15,9	2,2	0,6	0,7	0,7
Cantabria	65,6	25,6	2	3,2	1,8	1,8
Castilla-La Mancha	59,9	23,6	4,7	2,2	5,8	3,7
Castilla y León	42,2	37,6	12,2	4,1	2,2	1,7
Cataluña	50,5	32,2	9	3,8	2,2	2,3
Comunidad Valenciana	50	30,9	8,2	6,4	2,5	2
Extremadura	73,1	19,1	3,4	0,8	2,5	1,1
Galicia	52,9	43,8	1,5	0,7	0,5	0,7
Madrid (Comunidad de)	34,4	26,6	10,1	5,7	8	15,1
Murcia (Región de)	61,1	28,3	5,9	2	1,4	1,2
Navarra (Comunidad Foral de)	42,9	40,6	5,4	3,3	5,4	2,4
País Vasco	34	49	6,5	3,1	4,5	2,9
Rioja (La)	45,1	44,4	3,4	1,7	2,9	2,4
Ceuta	65,2	22,8	3,2	0,8	0	8
Melilla	61,2	20,8	4,4	2	0	11,6
MEDIA NACIONAL	53,9	30,1	6,2	3,1	3,1	3,7

Tabla 17. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad autónoma? Fuente: CIS

En aras de conseguir unos resultados más clarificadores para los objetivos de la presente investigación, hemos vuelto a elaborar una segunda tabla en la que

se refunden las categorías para dejarlas en sólo dos: muy orgulloso o bastante orgulloso de ser de su comunidad autónoma y poco o nada orgulloso de ser de su comunidad autónoma.

	Muy o bastante orgulloso	Poco o nada orgulloso
Galicia	96,7	2,2
Canarias	95,8	2,8
Andalucía	94,2	2,8
Asturias (Principado de)	92,5	3
Extremadura	92,2	4,2
Cantabria	91,2	5,2
Rioja (La)	89,5	5,1
Murcia (Región de)	89,4	7,9
Ceuta	88	4
Baleares (Islas)	87,8	7,2
Aragón	87,1	7,7
Castilla-La Mancha	83,5	6,9
Navarra (Comunidad Foral de)	83,5	8,7
País Vasco	83	9,6
Cataluña	82,7	12,8
Melilla	82	6,4
Comunidad Valenciana	80,9	14,6
Castilla y León	79,8	16,3
Madrid (Comunidad de)	61	15,8

Tabla 18. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad autónoma? (simplificada). Fuente: CIS

Tal y como se puede observar en la tabla 18, ordenada en este caso de manera descendente siguiendo como criterio guía la categoría “muy orgulloso o bastante orgulloso”, Galicia encabeza la lista de orgullo regional con un 96,7%,

seguida de Canarias, Andalucía, Asturias, Extremadura y Cantabria, todas ellas por encima del 90% (ver anexo mapas, p. 21).

Llama la atención también que Cataluña y País Vasco ocupan posiciones bastante más retrasadas en esta clasificación, si bien puede deberse al fenómeno de polarización de la opinión pública que ya comentamos para el estudio 2.610: en el caso vasco algunos aquellos que no son nacionalistas pueden reaccionar con una respuesta “defensiva” (entendiendo que las opciones muy o bastante orgulloso pueden interpretarse como nacionalistas), y en el caso catalán puede suceder algo similar. La influencia de la inmigración interna (procedente de otras comunidades) también puede dejarse notar en estos resultados.

Pero también son especialmente reseñables las dos últimas posiciones de esta tabla, ocupadas respectivamente por Madrid y Castilla y León. El influjo capitalino puede ser el motivo de esta desafección regional (aunque es cierto que Madrid tampoco era de las comunidades que más orgullo español mostraba), si bien el efecto de la inmigración puede hacerse notar en el hecho de que Madrid haya un tercio menos de ciudadanos orgullosos de pertenecer a su comunidad que en muchas autonomías (ver anexo mapas, p. 22).

El caso castellanoleonés también es significativo, porque se encuentra sustancialmente alejado de los sentimientos de orgullo regional expresado por otras comunidades como las mencionadas anteriormente (Galicia, Canarias, Andalucía...). Las razones históricas que ya debatimos en el apartado de Historia y Política pueden explicar este lapso interautonómico, si bien tampoco hay que olvidar que las respuestas de orgullo regional representan un porcentaje superior

a las tres cuartas partes de los encuestados. Comparativamente, menos que en otras comunidades; pero significativo aún.

2.2.4.2.5. Las relaciones con el Gobierno central

El estudio 2.829 incluye nuevas preguntas sobre las relaciones de las autonomías con el gobierno central que aportan interesantes matices para el estudio de la conciencia regional. La pregunta 26, por ejemplo, contiene el siguiente enunciado: Pensando en las relaciones actuales entre el Gobierno Central y (Gobierno autonómico), ¿cómo cree Ud. que son: de colaboración, de subordinación de la Administración autonómica a la central o de enfrentamiento? Las opciones que se sugieren son “De colaboración”, “De subordinación” y “De enfrentamiento” (ver tabla 19).

De las respuestas propuestas por el Centro de Investigaciones Sociológicas, las dos últimas parecen invitar al encuestado a pronunciarse con un mayor grado de conciencia regional, por cuanto implícitamente parecen manifestar un deseo de mayor autogobierno o libertad de la comunidad autónoma en cuestión para regir sus propios designios sin verse supervisada por un ente supra-autonómico. Por ello, en la tabla 20 hemos renombrado la primera categoría bajo el adjetivo de “Cordiales” y refundido las dos últimas bajo el epígrafe “Problemáticas”. Los resultados muestran un predominio de las relaciones problemáticas entre el Gobierno Central y las autonomías: la media de relaciones problemáticas asciende al 59%, frente a un 27,4% que las calificaría de cordiales según esta clasificación.

	De colaboración	De subordinación	De enfrentamiento	N.S.	N.C.
Andalucía	43,2	27,7	10,7	18	0,4
Aragón	27,9	47	7,9	15	2,2
Asturias (Principado de)	48	39,7	5,2	6,9	0,2
Baleares (Islas)	39,4	36,4	15,4	8,4	0,4
Canarias	37	28,1	21,6	12,6	0,7
Cantabria	50,5	24,7	7,9	16,5	0,5
Castilla-La Mancha	48,9	20,4	13,5	16,9	0,4
Castilla y León	17,5	20,4	39,3	22,3	0,5
Cataluña	26,5	26,2	39,4	7,1	0,8
Comunidad Valenciana	11,1	6,3	73,4	8,8	0,4
Extremadura	48,1	19,1	10,3	22,1	0,4
Galicia	23,5	13,3	48,3	15	0
Madrid (Comunidad de)	5,9	2,8	82,4	6,9	1,9
Murcia (Región de)	5,3	6,3	71,1	17,4	0
Navarra (Comunidad Foral de)	53,3	18,4	12,7	15,3	0,2
País Vasco	34,9	26,6	19,2	18,6	0,7
Rioja (La)	18,8	19,8	50	11,2	0,2
Ceuta	57,2	20,8	16	5,6	0,4
Melilla	18	10	56,8	12,8	2,4
MEDIA NACIONAL	27,4	20,1	38,9	12,9	0,7

Tabla 19. ¿Cómo calificaría las relaciones entre el Gobierno central y el Gobierno de su Comunidad? Fuente: CIS

	Problemáticas	Cordiales
Madrid (Comunidad de)	85,2	5,9
Comunidad Valenciana	79,7	11,1
Murcia (Región de)	77,4	5,3
Rioja (La)	69,8	18,8
Melilla	66,8	18
Cataluña	65,6	26,5
Galicia	61,6	23,5
Castilla y León	59,7	17,5
Aragón	54,9	27,9
Baleares (Islas)	51,8	39,4
Canarias	49,7	37
País Vasco	45,8	34,9
Asturias (Principado de)	44,9	48
Andalucía	38,4	43,2
Ceuta	36,8	57,2
Castilla-La Mancha	33,9	48,9
Cantabria	32,6	50,5
Navarra (Comunidad Foral de)	31,1	53,3
Extremadura	29,4	48,1
MEDIA NACIONAL	59	27,4

Tabla 20. ¿Cómo calificaría las relaciones entre el Gobierno central y el Gobierno de su Comunidad? (simplificada). Fuente: CIS.

Esta segunda lista está sorprendentemente encabezada por la Comunidad madrileña, donde sólo el 5% de habitantes considera que la relación con el Gobierno Central es de colaboración, frente a un 85% que, de un modo u otro, la entiende como problemática; quizá por la diferencia de signo político entre el gobierno del país y de la Comunidad Autónoma. Pero más reseñable aún es,

como decíamos, que en once comunidades sean más los ciudadanos que entienden las relaciones con el gobierno central como problemáticas que los que las consideran cordiales (ver anexo mapas, p. 23).

Castilla y León ocupa la séptima posición en la lista de comunidades que consideran problemática su relación con el Estado, lo cual redundará en que, si bien como habíamos visto antes no es ésta la autonomía con mayor sentimiento identitario, sí existe una sensación de que la autonomía se siente desasistida por el Gobierno central (ya sea por subordinación de las necesidades de una al otro o por enfrentamiento entre ambos), y es una sensación bastante generalizada. Sin embargo, también existe un deseo bastante generalizado en prácticamente todas las autonomías de que las relaciones entre el Gobierno central y los gobiernos autonómicos se aproximen a la senda del pactismo en lugar de la vía del enfrentamiento o la subordinación.

Así se desprende de los resultados de la pregunta 44 del Barómetro Autonómico II, que reza: A la hora de debatir una norma o medida puede haber distintos puntos de vista entre el (Gobierno autonómico) y el Gobierno central. Cuando esto sucede, ¿cuál cree Ud. que debe ser la actitud del (Gobierno autonómico)? Tres son las opciones que se ofrecían al entrevistado: “Enfrentarse al Gobierno Central y defender su punto de vista”, “Negociar entre ambas partes hasta llegar a un acuerdo” y “Aceptar los criterios del Gobierno Central” .

Los resultados a la citada pregunta se pueden examinar en la tabla 21, ordenada de forma descendente en función de la primera respuesta de las tres

citadas anteriormente, por considerarse que era la que más resaltaba la conciencia regional.

	Enfrentarse al Gobierno Central y defender su punto de vista	Negociar entre ambas partes hasta llegar a un acuerdo	Aceptar los criterios del Gobierno Central	N.S.	N.C.
Murcia (Región de)	31,6	60,9	4	3,2	0,2
País Vasco	22,1	66,9	4,7	6	0,4
Cataluña	21,8	72,4	4	1,2	0,6
Aragón	19,2	70	3,8	5,3	1,6
Melilla	18,8	66	8,4	3,2	3,6
Ceuta	18	79,6	2,4	0	0
Navarra (Comunidad Foral de)	16,3	71	6,6	5,9	0,2
Extremadura	16,2	67,4	5	10,5	0,8
Asturias (Principado de)	15,4	67,8	10,2	5,8	0,6
Castilla-La Mancha	15,4	69,3	6,9	8,1	0,4
Canarias	13,9	78,6	4,3	2,8	0,6
Castilla y León	13,6	75,8	2,7	7,4	0,5
Rioja (La)	12,9	75,9	9,3	2	0
Comunidad Valenciana	11,6	76,2	8,3	3,9	0
Cantabria	11,3	77,4	3,8	6,8	0,7
Andalucía	10,8	71,3	5,3	11,1	1,5
Baleares (Islas)	9,4	87,4	1,5	1,7	0
Madrid (Comunidad de)	8,4	69,9	13,4	6,2	2,1
Galicia	7,3	76,2	7,5	7,3	1,7
MEDIA NACIONAL	14,3	72,4	6,5	5,9	0,9

Tabla 21. A la hora de debatir una norma o medida puede haber distintos puntos de vista entre el (Gobierno autonómico) y el Gobierno central. Cuando esto sucede, ¿cuál cree Ud. qué debe ser la actitud del (Gobierno autonómico)? Fuente: CIS

En este sentido, encabezan la tabla de comunidades con mayores porcentajes favorables al enfrentamiento Murcia, Cataluña y País Vasco, con porcentajes entre el 20% y el 30% de los encuestados (ver anexo mapas, p. 24). El resto de comunidades cuentan con un porcentaje favorable al enfrentamiento que se mueve entre un 10% y un 20% (Castilla y León tiene un 13,6%), guarismos todos ellos que quedan eclipsados por la amplia mayoría (72,4% de la media nacional) que abogan por el pactismo.

La opción centralista absoluta, representada por la opción “Aceptar los criterios del Gobierno central” apenas alcanza un 5% en la media nacional y sólo roza el 10% en comunidades como Asturias, La Rioja y Comunidad Valenciana (Madrid es la líder en esta categoría con un 13,4%, muy inferior así y todo al 69,9% que aboga por el pactismo).

2.2.4.2.6. Sentimiento español Vs sentimiento regional

El estudio 2.829 también incluye la pregunta “¿Con qué frase se identifica Ud. más?” referida a las diferentes opciones que ponen en comparación el sentimiento identitario hacia la comunidad autónoma y hacia el Estado español. La tabla 22 ofrece los resultados generales a esta pregunta, mientras que en la tabla 23 se muestran sólo las respuestas excluyentes (“me siento solamente español” y “me siento únicamente de mi comunidad”) para ver de manera más clara los porcentajes de sentimiento regional y sentimiento español en las distintas comunidades autónomas.

	Me siento únicamente español	Me siento más español que de la Comunidad Autónoma	Me siento tan español como de la Comunidad Autónoma	Me siento más de la Comunidad Autónoma que español	Me siento únicamente de la Comunidad Autónoma	N. S.	N. C.
Andalucía	51	7,1	68,9	16,1	1,1	0,4	1,3
Aragón	5,7	10,9	67,6	9,5	0,8	0,2	5,3
Asturias (Principado de)	5,6	16,3	60,8	13,6	0,6	1,3	1,9
Baleares (Islas)	9	7,5	56,3	21	4,5	0,2	1,5
Canarias	3	2,4	47,9	37,9	7,6	0,2	1,1
Cantabria	8,1	8,6	68,6	10,6	0,2	2,3	1,6
Castilla-La Mancha	18	9,4	66,7	2,1	0,2	2,2	1,5
Castilla y León	17,8	21,4	53,5	3,4	0,5	1	2,2
Cataluña	8,2	9	41,3	25,6	13,6	0,8	1,6
Comunidad Valenciana	16,4	15	56,1	9	1,5	0,9	1,1
Extremadura	4,4	6,7	74,4	12,4	0,2	1,1	0,8
Galicia	3,2	3,3	68,7	22,1	2	0,2	0,5
Madrid (Comunidad de)	28,1	10,8	38,4	2,2	0,7	3,5	16,3
Murcia (Región de)	4,9	9,9	79,1	4,3	0	0,4	1,4
Navarra (Comunidad Foral de)	2,4	5,9	38,9	30,7	10,4	0,2	11,6
País Vasco	4,3	6,3	36,3	24,1	23,7	2,4	2,9
Rioja (La)	6,1	9,8	70,2	7,3	1,2	2,4	2,9
Ceuta	8,8	14,8	64,8	8,8	0,4	0	2,4
Melilla	10	9,6	65,6	3,2	4,8	0	6,8
MEDIA NACIONAL	11,1	9,7	55	14,8	4,6	1,2	3,7

Tabla 22. ¿Con qué frase se identifica más? Fuente: CIS

En los primeros puestos de la lista de aquellos que se consideran únicamente españoles destaca por encima de todas las comunidades Andalucía, con más de la mitad de los encuestados (51%) optando por tal respuesta. Madrid,

las dos Castillas y Valencia la siguen en la lista con porcentajes, respectivamente, del 28,1%, 18%, 17,8% y 16,4% (ver anexo mapas, p. 25).

	Me siento únicamente español		Me siento únicamente de la Comunidad Autónoma
Andalucía	51	País Vasco	23,7
Madrid (Comunidad de)	28,1	Cataluña	13,6
Castilla-La Mancha	18	Navarra (Comunidad Foral de)	10,4
Castilla y León	17,8	Canarias	7,6
Comunidad Valenciana	16,4	Melilla	4,8
Melilla	10	Baleares (Islas)	4,5
Baleares (Islas)	9	Galicia	2
Ceuta	8,8	Comunidad Valenciana	1,5
Cataluña	8,2	Rioja (La)	1,2
Cantabria	8,1	Andalucía	1,1
Rioja (La)	6,1	Aragón	0,8
Aragón	5,7	Madrid (Comunidad de)	0,7
Asturias (Principado de)	5,6	Asturias (Principado de)	0,6
Murcia (Región de)	4,9	Castilla y León	0,5
Extremadura	4,4	Ceuta	0,4
País Vasco	4,3	Cantabria	0,2
Galicia	3,2	Castilla-La Mancha	0,2
Canarias	3	Extremadura	0,2
Navarra (Comunidad Foral de)	2,4	Murcia (Región de)	0
MEDIA NACIONAL	11,1	MEDIA NACIONAL	4,6

Tabla 23. ¿Con qué frase se identifica más? Opciones extremas listadas en orden descendente. Fuente: CIS

	Personas que se sienten principal o únicamente de la comunidad autónoma
País Vasco	47,8
Canarias	45,5
Navarra (Comunidad Foral de)	41,1
Cataluña	39,2
Baleares (Islas)	25,5
Galicia	24,1
Andalucía	17,2
Asturias (Principado de)	14,2
Extremadura	12,6
Cantabria	10,8
Comunidad Valenciana	10,5
Aragón	10,3
Ceuta	9,2
Rioja (La)	8,5
Melilla	8
Murcia (Región de)	4,3
Castilla y León	3,9
Madrid (Comunidad de)	2,9
Castilla-La Mancha	2,3
MEDIA NACIONAL	19,4

Tabla 24. ¿Con qué frase se identifica más? Opciones que priorizan el sentimiento regional. Fuente: CIS

Los tres primeros casos explicarían esta exaltación del sentimiento español por encima del sentimiento regional por ser o haber sido el corazón de España como estado, mientras que en el caso de Valencia quizá entren factores como la

oposición al nacionalismo catalán. El resto de comunidades se mueven en porcentajes inferiores al 10%, con algunos casos tan llamativos como el exiguo 2,4% de navarros que optan por la respuesta de sentirse únicamente españoles.

Por el extremo opuesto, País Vasco, Cataluña y Navarra vuelven a liderar la lista en porcentaje de ciudadanos que reivindican exclusivamente su condición regional (ver anexo mapas, p. 26). En el caso del País Vasco, la proporción se sitúa en un relevante 27%, esto es, uno de cada cuatro ciudadanos de esta comunidad autónoma se sienten exclusivamente vascos. En Cataluña el porcentaje de ciudadanos que sólo reivindican su condición autonómica se rebaja hasta menos de la mitad, un 13,6%, mientras que en Navarra apenas supera el 10%. El resto de comunidades se encuentran por debajo de esa frontera; de hecho en ocho de ellas el porcentaje no alcanza el 1%, lo que hace que se pueda considerar a esta opción como marginal. Castilla y León se encuentra enmarcada en este último grupo, con tan solo un 0,5% de ciudadanos que se sienten única y exclusivamente castellanoleoneses.

Por último, resulta interesante, dentro del análisis de la presente pregunta, hacer un estudio agregado de las respuestas que priorizan el sentimiento regional por encima del sentimiento de pertenencia a España. Tal y como se vio en el análisis del Barómetro Autonómico I, esta opción se corresponde con las dos últimas respuestas posibles que se proporcionaban: “Me siento más de la Comunidad que español” y “Me siento únicamente de la Comunidad”. Como se puede observar en la tabla 26, País Vasco, Canarias, Navarra y Cataluña lideran la clasificación de respuestas que priorizan el sentimiento regional por encima de

cualquier otra opción (ver anexo mapas, p. 27). En el caso de País Vasco y Canarias, el agregado de las dos opciones que exaltan el sentimiento identitario regional roza el 50% (47,8% en el caso de la autonomía vasca, 45,5% en el caso canario), mientras que en Navarra y Cataluña esta opción recoge en torno a un 40% de simpatizantes. El porcentaje sigue siendo significativo en comunidades como Baleares y Galicia, con aproximadamente uno de cada cuatro encuestados respondiendo en este sentido, o Andalucía, Asturias, Extremadura, Cantabria, Comunidad Valenciana y Aragón, cuyos porcentajes superan el 10%.

Como era de esperar, a la luz de los datos ya vistos en la tabla 23, la clasificación de la tabla 24 la cierran las comunidades de Murcia, Castilla y León, Madrid y Castilla-La Mancha. Ninguna de ellas alcanza el 5% en el agregado de respuestas que priorizan el sentimiento regional.

2.2.4.2.7. El impacto del nacionalismo

Por último, en lo que a este Barómetro autonómico II se refiere, cabe destacar la pregunta número 51, sobre la orientación política de los encuestados, por cuanto una de las opciones de respuesta es, precisamente, el nacionalismo. Obviamente no se puede identificar los porcentajes de simpatía por el nacionalismo con el total del sentimiento identitario regional, pero sí resulta sin duda sintomático de una mayor o menor exaltación de tal sentimiento en las distintas comunidades.

	Nacionalista	Nacionalista (2ª opción)
País Vasco	26,4	3,3
Cataluña	11,1	4,4
Navarra (Comunidad Foral de)	5,7	2,8
Baleares (Islas)	4,7	3
Canarias	4,4	1,8
Galicia	4,3	2,8
Ceuta	3,2	5,6
Melilla	2,4	2
Comunidad Valenciana	2	0,8
Castilla y León	1,5	2,7
Aragón	1,2	0,2
Castilla-La Mancha	1,1	0,7
Extremadura	1,1	0,8
Rioja (La)	0,7	0
Asturias (Principado de)	0,6	0,4
Madrid (Comunidad de)	0,6	0,1
Cantabria	0,5	0,5
Andalucía	0,4	0,2
Murcia (Región de)	0,2	0,2
MEDIA NACIONAL	4,3	1,6

Tabla 25. Ciudadanos que eligen el nacionalismo como primera y segunda opción política. Fuente: CIS

La tabla 25 recopila no solo a aquellos que escogen el nacionalismo como primera opción política, sino también a aquellos que, aun habiendo escogido otra como primera opción, apuestan por el nacionalismo como segunda alternativa política. El País Vasco es la comunidad autónoma en la que el nacionalismo

congrega más simpatizantes como opción política, con un porcentaje (26,4%, 29,7% si se incluyen aquellos que eligen al nacionalismo como segunda opción) que casi triplica al de su inmediata perseguidora, Cataluña (11,1% y 4,4%). En el resto de comunidades, la opción nacionalista no llega al 10% en ningún caso, ni siquiera en Navarra, donde la influencia del nacionalismo vasco cosecha un agregado de 8,5% encuestados que optan por el nacionalismo como primera o segunda opción política (ver anexo mapas, p. 28).

Del resto de comunidades destaca Canarias y Galicia por ser las únicas, aparte de las ya mencionadas, cuyo porcentaje de nacionalistas supera el 5%. En Castilla y León, pese a ser, como en la mayoría de las autonomías españolas, un porcentaje marginal, llama la atención que haya más ciudadanos que consideran el nacionalismo como primera o segunda opción (4,2%) que de ciudadanos que se sienten más castellanoleoneses que españoles (0,5%), lo cual puede deberse al mero desconocimiento de quienes contestan o al influjo de los nacionalistas leoneses.

2.2.4.2.8. Conclusiones generales del Barómetro Autonomico II

Algunas de las conclusiones principales que se pueden extraer del estudio del Barómetro Autonomico II son las siguientes:

- Cataluña y País Vasco siguen siendo, al igual que en 2005, las comunidades que manifiestan de manera más sistemática y consistente una identidad regional a través de las respuestas a las distintas preguntas que interpelan a este sentimiento identitario. En el caso vasco, esta identidad deriva con

más facilidad hacia la ruptura y en el caso catalán se aprecia una mayor tendencia pactista. Es, en todo caso, solo en estas dos comunidades donde se encuentra un arraigo significativo de la opción nacionalista dentro de las distintas filiaciones políticas.

- El influjo vasco determina también un sentimiento identitario más desarrollado en la comunidad foral de Navarra que, a veces, también se traduce en una tendencia de confrontación hacia el Estado español.
- El sentimiento de orgullo regional está especialmente desarrollado en comunidades como Galicia, Canarias, Andalucía, Asturias, Baleares, Extremadura y Cantabria. En muchos de estos casos el sentimiento identitario se traduce en demandas de mayor autonomía para su región.
- En comunidades como Madrid, Castilla-La Mancha y Castilla y León el sentimiento regional aparece diluido casi por completo bajo el sentimiento español. En el primero de los casos esto puede deberse a la condición de capital administrativa del Estado español de Madrid; mientras que las raíces históricas que, como se verá más adelante, hicieron que el sentimiento de ser español y de pertenecer a la región se solaparan, parecen ser la explicación principal de la no exaltación del sentimiento regional en el caso de las dos Castillas.

2.2.4.3. Comparación y evolución entre los barómetros autonómicos

A la luz de los resultados de los dos barómetros se decidió hacer una comparación para estudiar si, en el curso de la última década, se había producido algún cambio significativo con respecto a las distintas identidades autonómicas

en general, y a la castellanoleonesa en particular, en lo que atañe a esta investigación. Así, se pusieron en relación algunas de las preguntas analizadas en los epígrafes anteriores, que se repetían en el estudio 2.610 y en el 2.829.

2.2.4.3.1. ¿Qué significa España para los españoles?

La tabla 26 recopila los resultados completos para la pregunta “¿Qué significa España para Ud.?”, formulada en 16ª posición en el Barómetro autonómico I y en 20ª en el Barómetro autonómico 2. Especialmente interesante a la hora de elaborar conclusiones resulta la puesta en relación también de las tablas simplificadas que se elaboraron en el presente análisis de los barómetros autonómicos para los estudios 2.610 y 2.829 respectivamente. Los resultados se pueden examinar en la tabla 27, ordenados de modo descendente siguiendo como criterio guía las respuestas que no resaltan la conciencia regional.

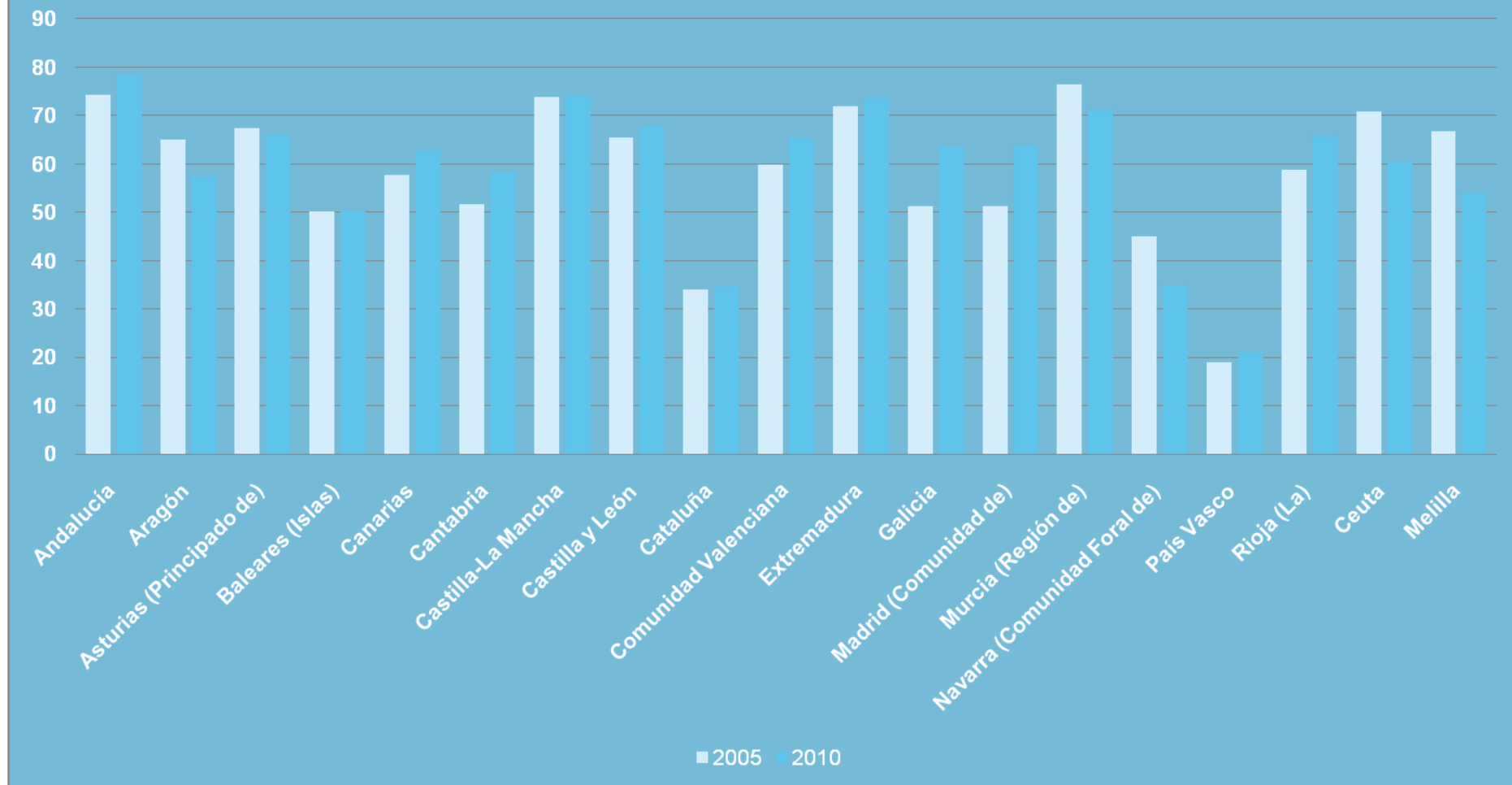
Como se puede comprobar, en 2010 apenas existen cambios significativos que desvíen de las conclusiones extraídas para 2005: la gran mayoría de comunidades siguen presentando en torno a un 90% de respuestas que no resaltan especialmente la conciencia regional, excepción hecha de País Vasco, Navarra y Cataluña. De ellas, sólo la última presenta un cambio significativo: un 10% aproximadamente de las posturas moderadas de 2005 se reparten entre la subida de casi un 4% de las respuestas que no resaltan conciencia regional alguna y el casi 3% más de personas que cambian a posiciones regionalistas más extremas.

Comunidad Autónoma	% Año	Mi país	Una nación de la que me siento miembro	El Estado del que soy ciudadano	Un Estado formado por varias nacionalidades y regiones	Un Estado ajeno, del que mi país no forma parte	Ninguna de las anteriores	N.S.	N.C.
Andalucía	%2005	74.3	12.1	9.3	2.3	0	0	1.5	0.4
	% 2010	78.3	10.0	7.1	3.0	0.4	0.5	0.6	0
Aragón	%2005	65.0	17.2	11.6	5.0	0	0	0.6	0.6
	% 2010	57.5	18.0	18.0	4.0	0	0.6	0.8	1.0
Asturias (Principado de)	%2005	67.4	12.6	13.8	5.7	0.4	0	0.2	0
	% 2010	66.0	19.4	9.8	3.1	0.2	0.6	0.6	0.2
Balears (Islas)	%2005	50.2	13.6	22.8	10.3	0.7	0	0.2	2.2
	% 2010	50.1	13.7	24.8	8.6	1.7	0.4	0.4	0.2
Canarias	%2005	57.7	11.5	21.5	7.1	1.2	0	0.6	0.4
	% 2010	62.8	10.9	19.4	3.1	1.7	1.3	0.4	0.4
Cantabria	%2005	51.6	16.5	24.5	5.7	0	0	1.6	.
	% 2010	58.4	18.1	19.0	2.9	0	0.9	0.2	0.5
Castilla-La Mancha	%2005	73.9	12.1	10.2	3.2	0	0	0	0.6
	% 2010	74.0	9.7	11.0	3.7	0.2	0.6	0.6	0.2
Castilla y León	%2005	65.5	17.9	12.5	3.3	0	0	0.8	0
	% 2010	67.8	14.2	13.7	3.1	0.2	0.7	0.2	0.2
Cataluña	%2005	34.1	11.2	18.3	30.5	5.3	0	0.4	0.1
	% 2010	34.7	13.8	18.8	21.8	7.9	1.7	0.7	0.7
Comunidad Valenciana	%2005	59.8	18.9	13.8	7.1	0.3	0	0	0.1
	% 2010	65.5	13.1	14.8	4.5	0.7	1.3	0	0
Extremadura	%2005	71.8	18.1	6.4	3.7	0	0	0	0
	% 2010	73.7	14.5	9.7	1.9	0	0	0.2	0

Galicia	%2005	51.2	17.8	15.3	14.4	0.7	0	0.3	0.3
	% 2010	63.4	15.3	13.3	7.8	0.2	0	0	0
Madrid (Comunidad de)	%2005	51.2	17.1	20.5	9.3	0	0	0.1	1.8
	% 2010	63.7	15.1	15.0	4.1	0	0.5	0.7	0.9
Murcia (Región de)	%2005	76.5	10.8	8.6	3.3	0	0	0.4	0.4
	% 2010	71.1	17.2	9.1	2.4	0	0	.	0.2
Navarra (Comunidad Foral de)	%2005	45.0	5.8	16.3	21.2	6.1		5.1	0.5
	% 2010	34.9	9.4	23.1	24.8	5.2	0.9	0.9	0.7
País Vasco	%2005	18.9	5.2	17.0	35.1	13.0	0	5.9	4.9
	% 2010	21.0	5.8	15.2	42.7	11.6	1.1	2.2	0.5
Rioja (La)	%2005	58.7	17.8	17.6	4.8	0	0	1.0	0.2
	% 2010	65.6	14.4	12.7	5.6	0.5	0.7	0.5	0
Ceuta	%2005	70.8	20.0	7.6	1.6	0	0	0	0
	% 2010	60.4	17.6	18.4	3.6	0	0	0	0
Melilla	%2005	66.8	20.3	11.8	0.5	0	0	0	0.5
	% 2010	54.0	20.0	14.0	4.4	0	1.6	0	6.0

Tabla 26. Comparativa Barómetros Autonómicos I y II a la pregunta: ¿Qué significa España para Ud.? Fuente: CIS

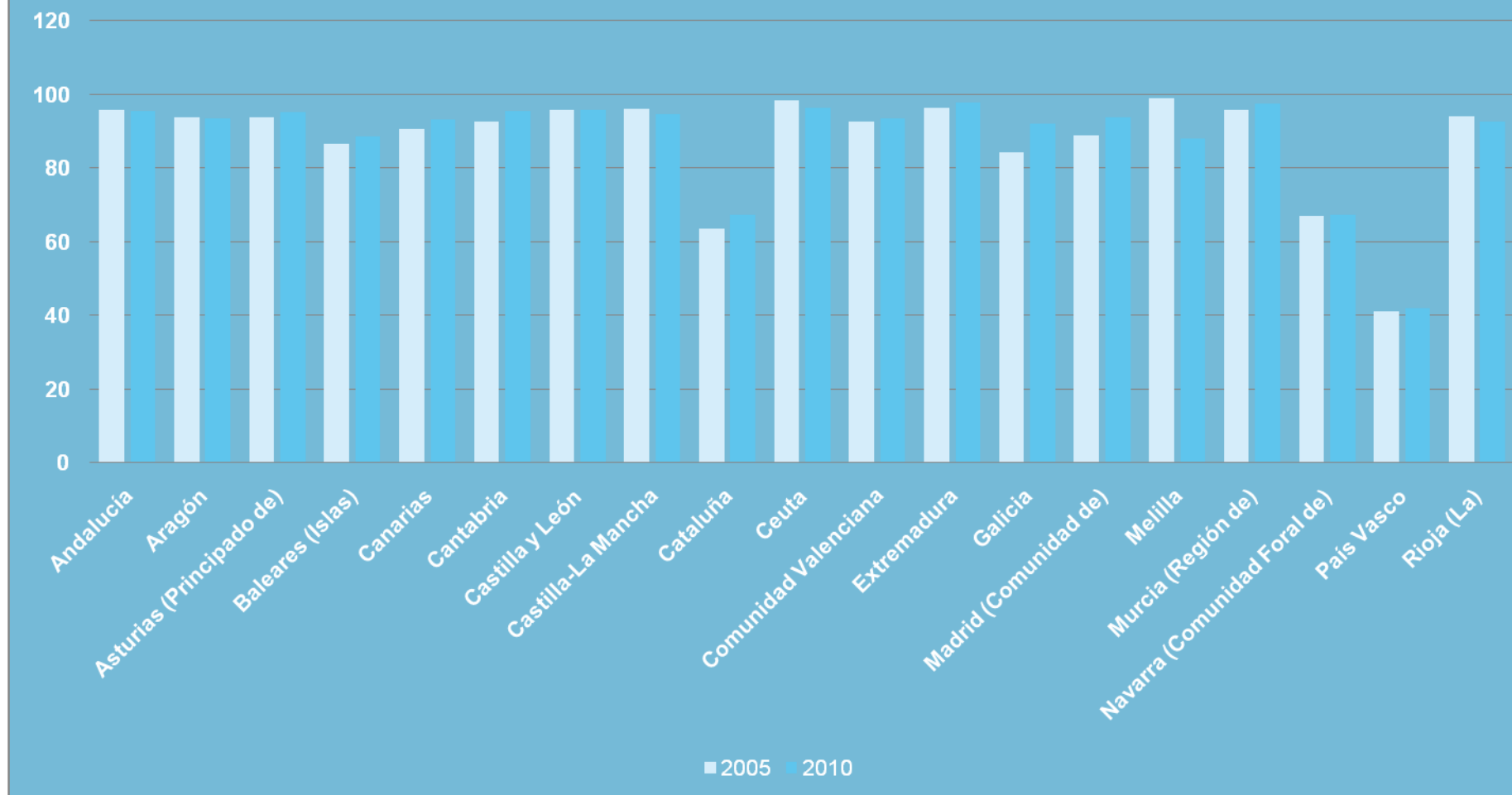
Ciudadanos que consideran a España su país



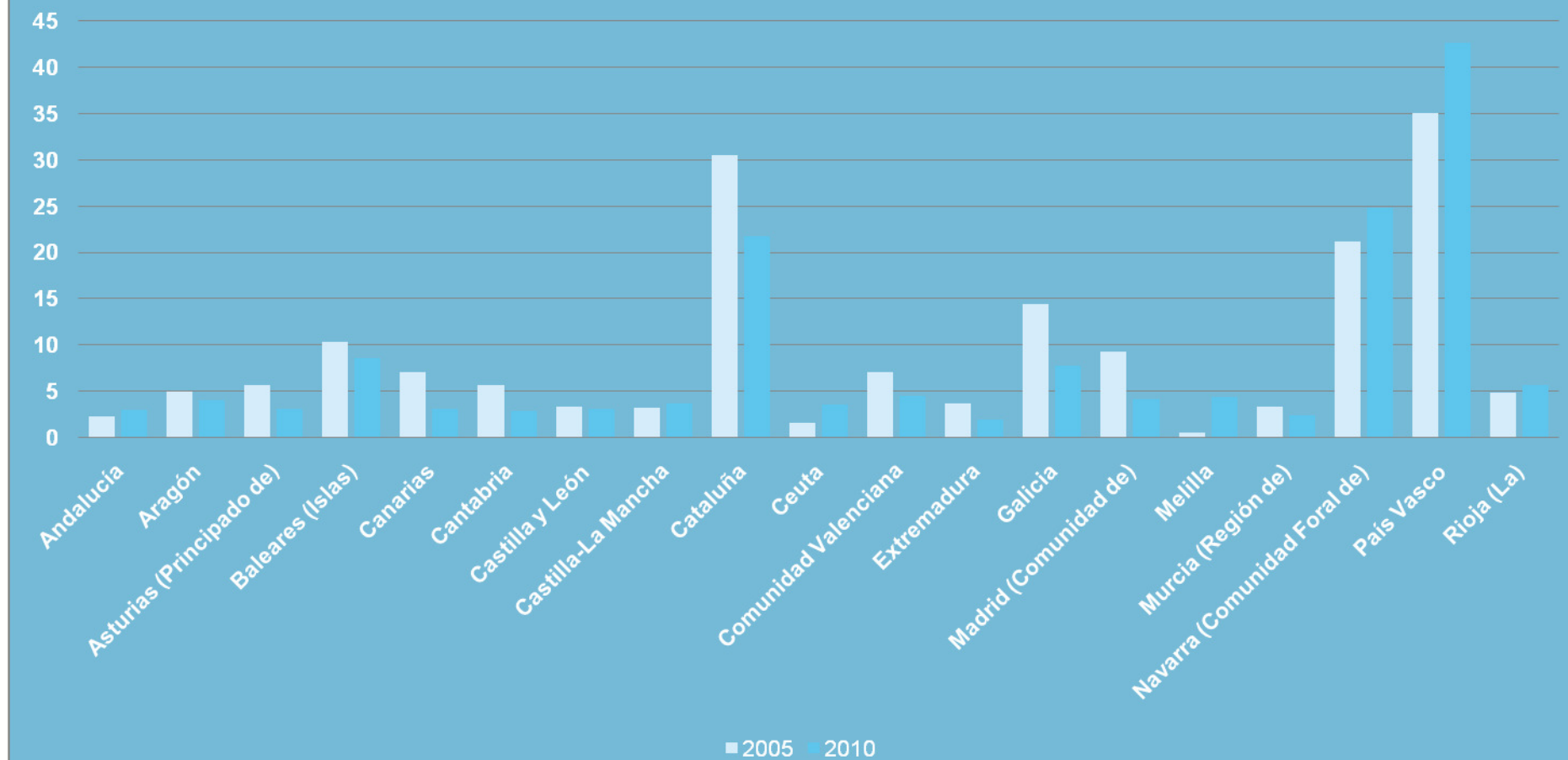
2010	Respuestas que no resaltan la conciencia regional	Conciencia regional moderada	Conciencia regional exacerbada	2005	Respuestas que no resaltan la conciencia regional	Conciencia regional moderada	Conciencia regional exacerbada
Extremadura	97,9	1,9	0	Melilla	98,9	0,5	0
Murcia (Región de)	97,4	2,4	0	Ceuta	98,4	1,6	0
Ceuta	96,4	3,6	0	Extremadura	96,3	3,7	0
Castilla y León	95,7	3,1	0,2	Castilla-La Mancha	96,2	3,2	0
Cantabria	95,5	2,9	0	Castilla y León	95,9	3,3	0
Andalucía	95,4	3	0,4	Murcia (Región de)	95,9	3,3	0
Asturias (Principado de)	95,2	3,1	0,2	Andalucía	95,7	2,3	0
Castilla-La Mancha	94,7	3,7	0,2	Rioja (La)	94,1	4,8	0
Madrid (Comunidad de)	93,8	4,1	0	Aragón	93,8	5,0	0
Aragón	93,5	4	0	Asturias (Principado de)	93,8	5,7	0,4
Comunidad Valenciana	93,4	4,5	0,7	Cantabria	92,6	5,7	.
Canarias	93,1	3,1	1,7	Comunidad Valenciana	92,5	7,1	0,3
Rioja (La)	92,7	5,6	0,5	Canarias	90,7	7,1	1,2
Galicia	92	7,8	0,2	Madrid (Comunidad de)	88,8	9,3	0
Baleares (Islas)	88,6	8,6	1,7	Baleares (Islas)	86,6	10,3	0,7
Melilla	88	4,4	0	Galicia	84,3	14,4	0,7
Navarra (Comunidad Foral de)	67,4	24,8	5,2	Navarra (Comunidad Foral de)	67,1	21,2	6,1
Cataluña	67,3	21,8	7,9	Cataluña	63,6	30,5	5,3
País Vasco	42	42,7	11,6	País Vasco	41,1	35,1	13,0

Tabla 27. Barómetros Autonómicos I y II. Comparativa simplificada: ¿Qué significa España para Ud.? Fuente: CIS

Respuestas que no resaltan la conciencia regional



Respuestas que indican una conciencia regional moderada



En Madrid también se aprecia un giro de en torno a un 5% desde posiciones regionalistas moderadas hacia el grueso de respuestas que no destacan la identidad regional en esta pregunta. Algo similar ocurre en Melilla, que experimenta un incremento del 10% en el número de entrevistados que optan por respuestas que no resaltan la conciencia regional.

El caso de Castilla y León es paradigmático de la mayoría del resto de comunidades, pues apenas experimenta un descenso de dos décimas tanto en las posturas regionalistas moderadas como en las posturas que no hacen alarde de regionalismo alguno. A cambio, las posturas regionalistas radicales experimentan un incremento igualmente de dos décimas, si bien siguen situándose en un 0,2% que, a todas luces, resulta escasamente significativo.

2.2.4.3.2. El orgullo de ser español

La tabla 28 refleja la comparación 2005-2010 con los resultados agregados de las respuestas “Poco o nada orgulloso” y “Muy orgulloso o bastante orgulloso” a la pregunta “¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español?”. No se aprecian grandes movimientos respecto al ítem “orgullo de ser español” durante estos cinco años de lapso entre los dos barómetros autonómicos; de hecho la media nacional apenas varía un par de décimas. Del mismo modo, no hay grandes movimientos en la lista, que en 2010 sigue estando encabezada por País Vasco, Cataluña y Navarra en el listado de comunidades con mayor índice de desafección hacia el hecho de ser español.

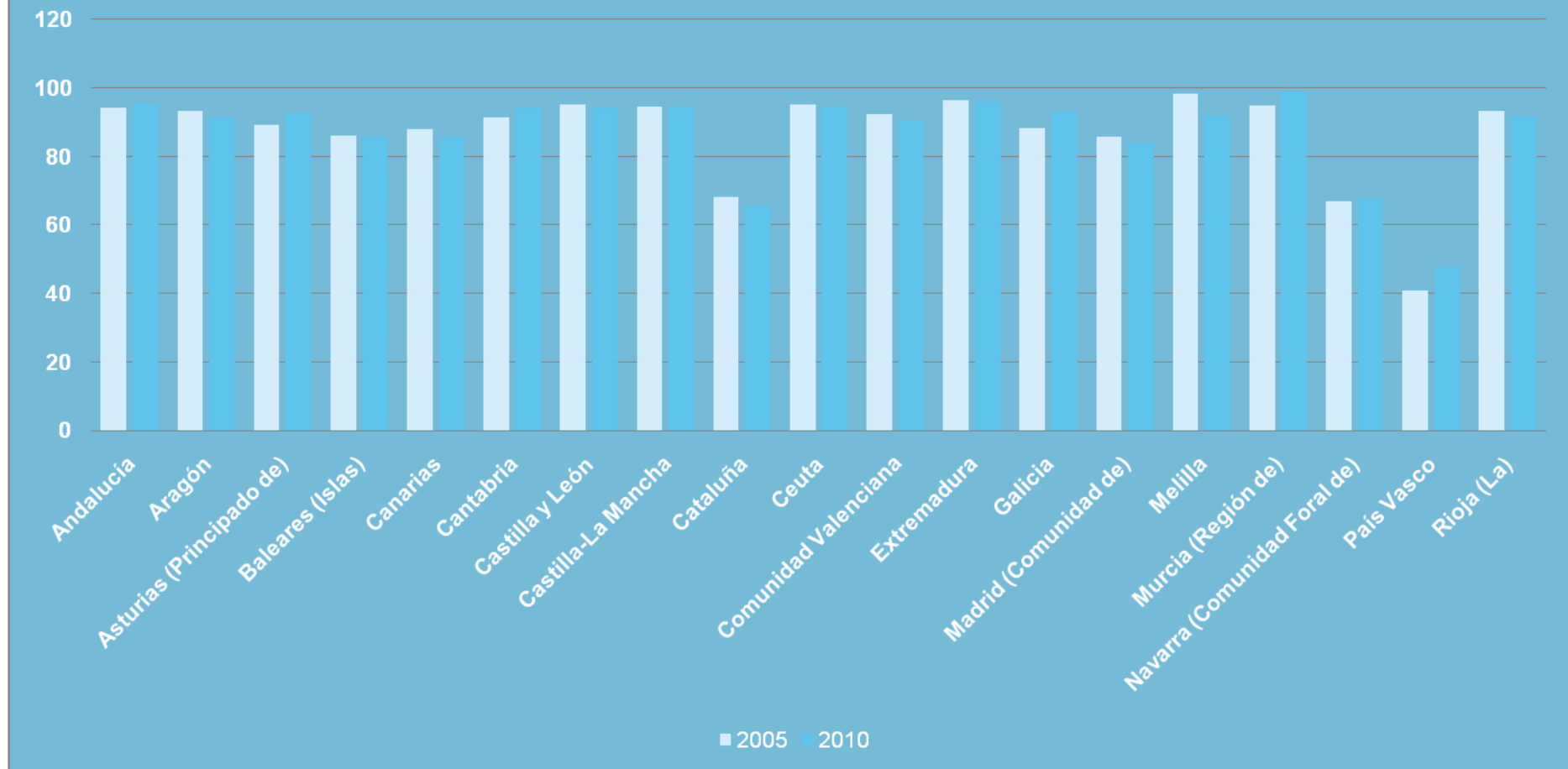
Estas tres comunidades son, en realidad, las únicas que presentan unos guarismos significativos para este indicador, ya que el resto de comunidades apenas alcanzan el 15% de personas que sienten poco o nada de orgullo por el hecho de ser español. Es llamativo, no obstante, que en el caso vasco el cambio de gobierno autonómico (por primera vez no nacionalista) parece haber elevado los índices de orgullo español. Pese a lo significativo que sigue siendo el 40,3% de vascos que se manifiestan poco o nada orgullosos por ser españoles, no deja de ser casi un 4% menos que cinco años antes. Del mismo modo, la cifra de vascos que sí se sienten bastante o muy orgullosos de ser españoles se dispara un 7%, lo cual introduce una diferencia significativa: si en 2005 eran más los vascos que se sentían poco o nada orgullosos de ser españoles que los que se sentían muy o bastante orgullosos de serlo, en 2010 sucede lo contrario: los vascos que se sienten orgullosos de ser españoles son ya un 7,5% más que los que expresan cierta desafección hacia el mismo hecho.

La desafección hacia el hecho de ser español crece en niveles poco significativos (en torno al 2-4%) en comunidades como Navarra, Canarias, Madrid, o Comunidad Valenciana, si bien en todos esos casos (especialmente en los tres últimos) sigue habiendo una abrumadora mayoría de ciudadanos que se sienten orgullosos de ser españoles. Castilla y León sigue esta tendencia, con un ligero aumento (1%) del número de ciudadanos que se sienten poco o nada orgullosos de ser españoles, paralelo al exiguo descenso (0,7%) de la abrumadora mayoría de ciudadanos (94,3% en 2010) que se sienten orgullosos de ser españoles.

2010	Poco o nada orgulloso	Muy orgulloso o bastante orgulloso	2005	Poco o nada orgulloso	Muy orgulloso o bastante orgulloso
País Vasco	40,3	47,8	País Vasco	44,1	40,8
Cataluña	29,4	65,7	Cataluña	30,2	68
Navarra (Comunidad Foral de)	26	67,7	Navarra (Comunidad Foral de)	22,9	66,9
Canarias	13,4	85,8	Baleares (Islas)	11	86
Baleares (Islas)	12,9	85,8	Galicia	10,2	88,3
Madrid (Comunidad de)	11,8	83,9	Canarias	9,9	87,9
Comunidad Valenciana	8,7	90,4	Madrid (Comunidad de)	9,1	85,7
Aragón	6,3	91,5	Asturias (Principado de)	7,9	89,3
Rioja (La)	6,1	91,7	Cantabria	6,6	91,3
Galicia	5,7	92,8	Comunidad Valenciana	6,3	92,4
Castilla y León	5	94,3	Aragón	5	93,2
Asturias (Principado de)	4,4	92,7	Murcia (Región de)	4,9	94,7
Cantabria	3,9	94,1	Andalucía	4,6	94,2
Andalucía	3,7	95,3	Rioja (La)	4,5	93,4
Castilla-La Mancha	3,7	94,4	Ceuta	4,4	95,2
Melilla	3,6	92	Castilla y León	4,1	95
Ceuta	3,2	94,4	Castilla-La Mancha	3,8	94,6
Extremadura	2,9	96,2	Extremadura	3,1	96,5
Murcia (Región de)	1	98,8	Melilla	1,1	98,4

Tabla 28. Barómetros Autonómicos I y II Comparativa simplificada: ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español? Fuente: CIS

Muy o bastante orgullosos de ser españoles



2.2.4.3.3. El orgullo regional

La tabla 29 analiza comparativamente los agregados a las respuestas “Muy o bastante orgulloso” y “Poco o nada orgulloso” referidas a las preguntas 18 y 22, respectivamente de los barómetros autonómicos de 2005 y 2010: ¿Hasta qué punto diría Ud. que se siente orgulloso de ser de su Comunidad Autónoma? De los resultados se desprende, de nuevo, que para una amplia mayoría de ciudadanos el orgullo regional es indiscutible. Todas las comunidades, excepción hecha de Madrid, se suelen mover en porcentajes que superan el 80% de ciudadanos que exaltan el orgullo regional a través de una pregunta, ésta, que interpela directamente a tal sentimiento.

De hecho el caso de Madrid es quizá el más descollante por ser el único que no sólo se mueve en guarismos diferentes al del resto de comunidades, sino porque además es la que mayor retroceso ha experimentado en el orgullo regional en los últimos cinco años, casi un 7% (un porcentaje que no se traslada directamente al saco de los poco o nada orgullosos, sino que se reparte entre esta categoría y la de los que optan por no contestar a la cuestión). Hay varios factores que pueden influir en la naturaleza de esta respuesta, significativamente dispar con respecto al resto de comunidades: por un lado la influencia de la inmigración en la población autonómica madrileña, por otro un cierto hartazgo hacia el autonomismo, que podría derivar en una respuesta “defensiva” (si no quiero que las otras comunidades se centren excesivamente en su orgullo regional, yo soy el primero que tengo que dar ejemplo no resaltando el mío), y por último la ya mencionada condición capitalina de Madrid con respecto a España, que podría

hacer que la identidad regional se viera solapada en numerosas ocasiones con la estatal.

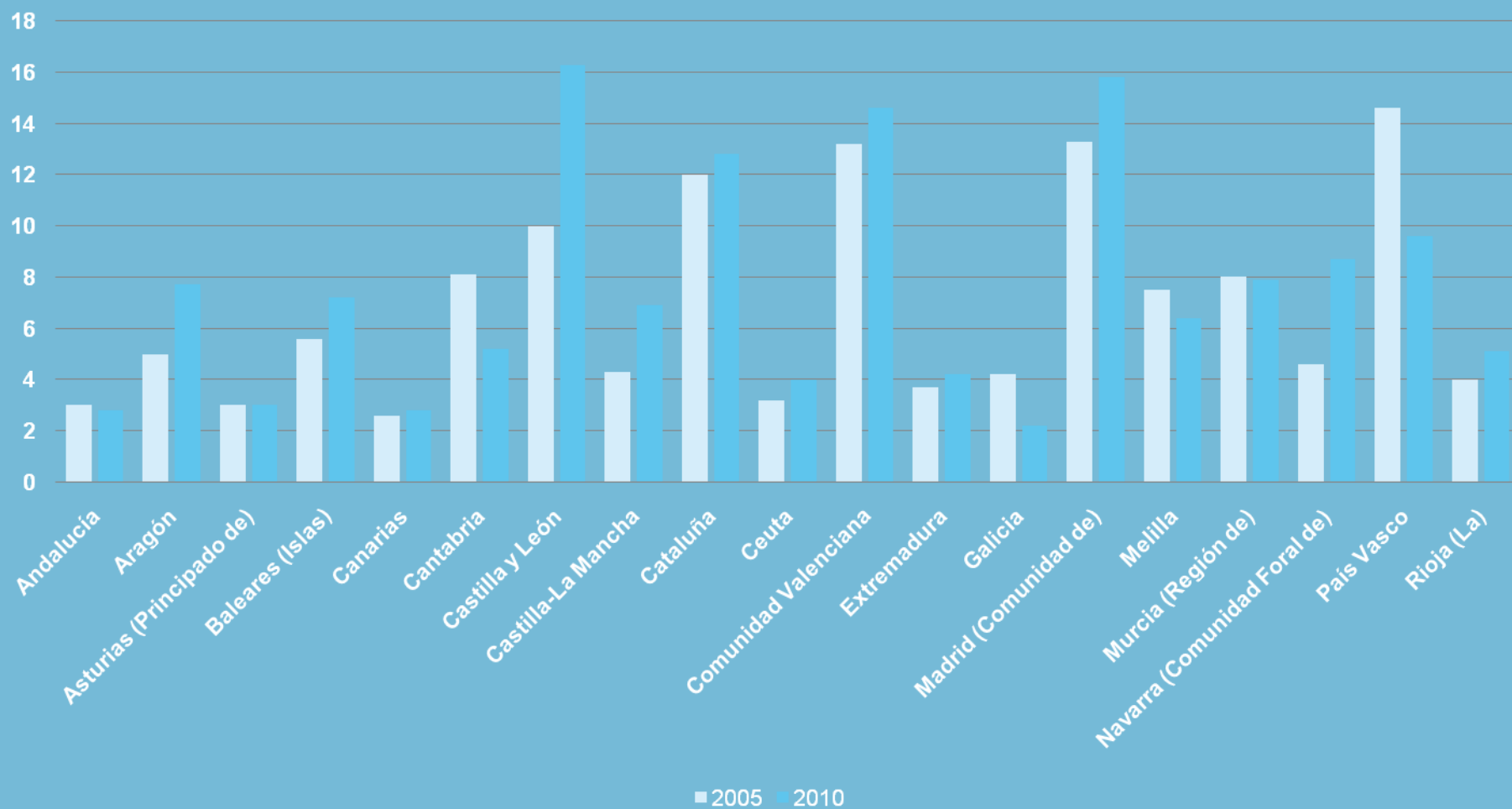
En términos similares a la última razón expuesta se podrían explicar los casos de Castilla-La Mancha y Castilla y León, si bien aquí puede ser un cúmulo de razones históricas (que se glosaron en el capítulo 2.1. dedicado a la Historia) y sociodemográficas las que favorecen una cierta dilución del orgullo regional. Sin olvidar que, en ambos casos, los porcentajes de ciudadanos muy o bastante orgullosos de pertenecer a su región es abrumadoramente dominante, no se puede obviar tampoco el descenso de en torno a un 5% (un 4,2 en Castilla-La Mancha y un 5,5% en el caso de Castilla y León) en el número de ciudadanos regionales orgullosos de serlo.

También llama la atención, por cuanto son las tres comunidades que sistemáticamente han presidido los índices de exaltación de la identidad regional hasta aquí, que Cataluña, Navarra y País Vasco no se encuentren a la cabeza de la clasificación de la tabla 29. Los motivos, como ya se sugirió también anteriormente, pueden estar relacionados, por un lado (en el caso de Cataluña y País Vasco, sobre todo), con el influjo de la población inmigrante procedente de otras comunidades; pero también con una cierta polarización de la opinión pública regional que podría conducir a que, aquellos que se sienten molestos con el carácter absorbente y expansionista del nacionalismo, opten por no resaltar su propio orgullo regional por temor a ser incluidos dentro de la misma categoría que les oprime.

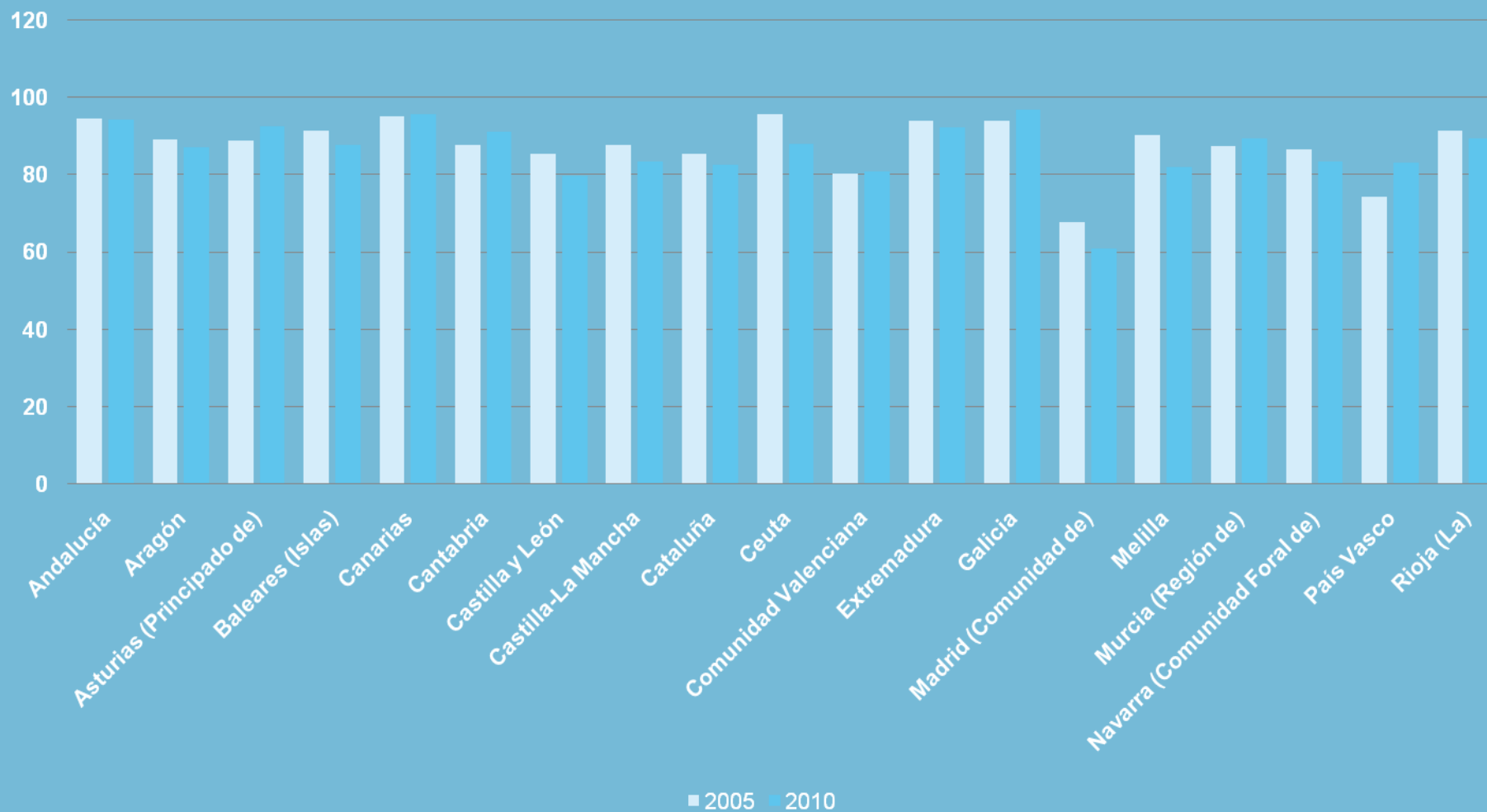
2010	Muy o bastante orgulloso	Poco o nada orgulloso	2005	Muy o bastante orgulloso	Poco o nada orgulloso
Galicia	96,7	2,2	Ceuta	95,6	3,2
Canarias	95,8	2,8	Canarias	95,1	2,6
Andalucía	94,2	2,8	Andalucía	94,5	3
Asturias (Principado de)	92,5	3	Extremadura	93,9	3,7
Extremadura	92,2	4,2	Galicia	93,9	4,2
Cantabria	91,2	5,2	Baleares (Islas)	91,5	5,6
Rioja (La)	89,5	5,1	Rioja (La)	91,5	4
Murcia (Región de)	89,4	7,9	Melilla	90,4	7,5
Ceuta	88	4	Aragón	89	5
Baleares (Islas)	87,8	7,2	Asturias (Principado de)	88,9	3
Aragón	87,1	7,7	Castilla-La Mancha	87,7	4,3
Castilla-La Mancha	83,5	6,9	Cantabria	87,6	8,1
Navarra (Comunidad Foral de)	83,5	8,7	Murcia (Región de)	87,3	8
País Vasco	83	9,6	Navarra (Comunidad Foral de)	86,7	4,6
Cataluña	82,7	12,8	Cataluña	85,4	12
Melilla	82	6,4	Castilla y León	85,3	10
Comunidad Valenciana	80,9	14,6	Comunidad Valenciana	80,4	13,2
Castilla y León	79,8	16,3	País Vasco	74,2	14,6
Madrid (Comunidad de)	61	15,8	Madrid (Comunidad de)	67,6	13,3
MEDIA NACIONAL	84	9,3	MEDIA NACIONAL	85,3	8,4

Tabla 29. Barómetros Autonómicos I y II. Comparativa simplificada: ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad? Fuente: CIS

Poco o nada orgullosos de ser de su Comunidad Autónoma



Muy o bastante orgullosos de ser de su Comunidad Autónoma



Esta tendencia ha llevado a que, en los últimos cinco años, el número de ciudadanos orgullosos de pertenecer a su comunidad autónoma haya descendido en porcentajes próximos al 3% en Cataluña y Navarra. Sin embargo, en el País Vasco se aprecia una subida de casi el 9% en este mismo registro, lo cual puede estar relacionado con la normalización política de la autonomía experimentada a raíz del primer triunfo efectivo de una formación no nacionalista en las Elecciones Autonómicas de 2009. Por la parte superior de la tabla se observan subidas en el índice de orgullo regional como las de Asturias, (3,6%), Cantabria (3,6%), Galicia (2,8%) o Murcia (2,1%), si bien lo realmente destacable, como se indicaba anteriormente, es que todas ellas se mueven en porcentajes de orgullo regional cercanos o superiores al 90%.

2.2.4.3.4. El peso de los líderes regionales

A título indicativo, resultan parcialmente reveladoras las respuestas a la pregunta 38 del Barómetro autonómico II (formulada en 35ª posición en el barómetro anterior), que indagaba sobre el conocimiento de los ciudadanos de cada región sobre el presidente de su autonomía. En la tabla 30 se pueden comprobar los porcentajes de acierto (el lapso en la suma de porcentajes de aciertos y errores ha de ser completado con aquellas personas que o bien manifiestan no saber o prefieren no contestar).

Dentro de la tónica generalizada de acierto masivo en casi todas las comunidades, destacan los casos de Castilla y León y Andalucía. El primero, por ser la comunidad con promedio de errores en la respuesta más alto entre 2005 y

2010, si bien en el lapso de cinco años el índice de respuestas acertadas sube desde el 56,7% hasta el 66%. Sin embargo, que en 2010 sólo dos de cada tres castellanoleoneses sepan el nombre del presidente de su autonomía (que no ha cambiado desde 2003) sigue dejando a la región castellanoleonesa muy lejos de los guarismos de comunidades como País Vasco, Navarra o Cantabria (comunidades todas ellas, por cierto, dirigidas por gobiernos regionalistas). Significativo también es el caso de la Comunidad Autónoma de Madrid, cuyas respuestas acertadas suben un 15% de 2005 a 2010.

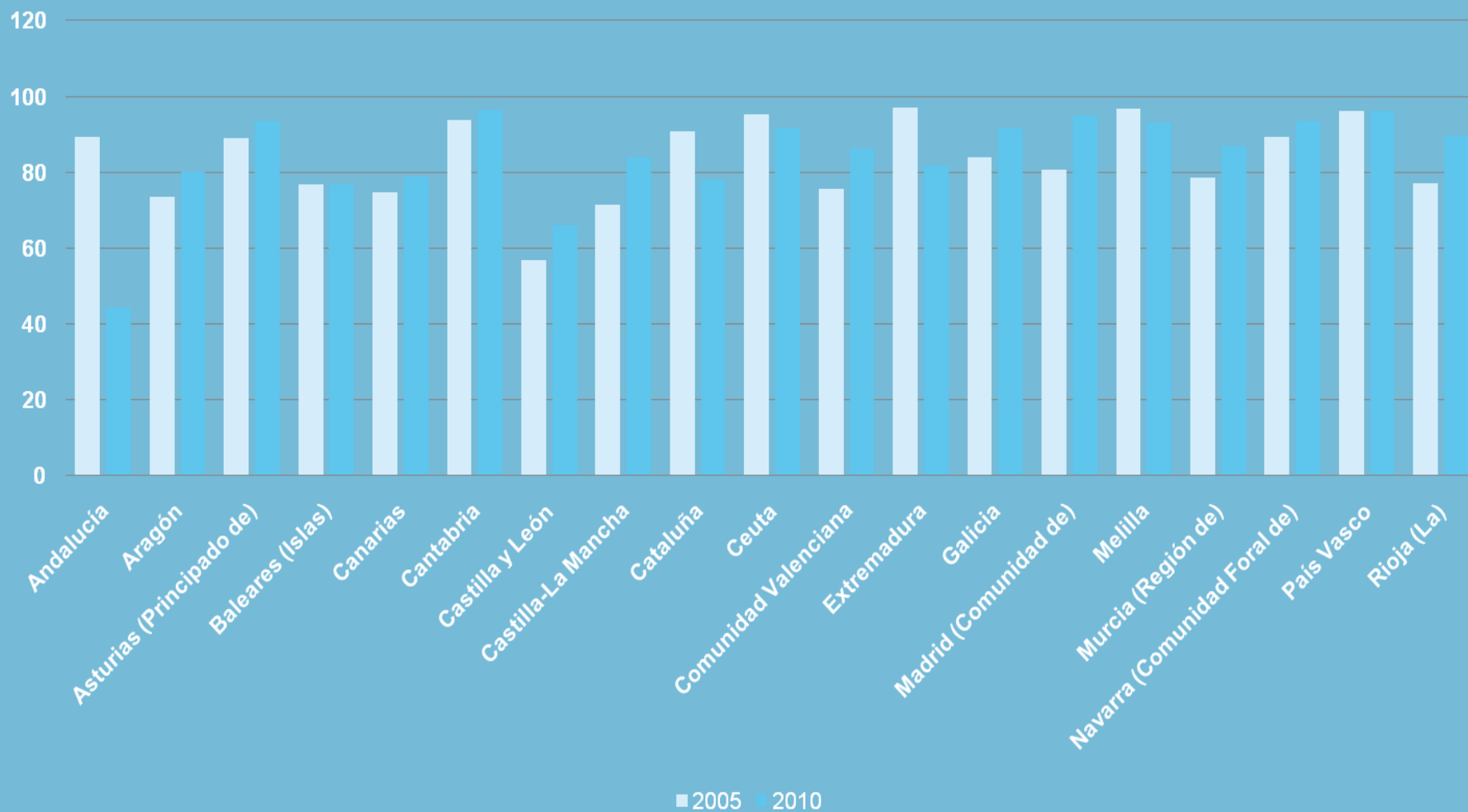
En el polo opuesto se encuentra, como adelantábamos antes, Andalucía, que ve reducidas las respuestas acertadas a la mitad, del casi 90% de 2005 hasta apenas un 45% en 2010. La explicación más inmediata para un fenómeno tan notable ha de encontrarse, seguramente, en el relevo de Manuel Chaves por José Antonio Griñán, a consecuencia del nombramiento del primero como Vicepresidente del Gobierno español. Menos espectacular, pero igualmente significativo es el descenso de casi un 20% en Extremadura (producto sin duda de la retirada de Juan Carlos Rodríguez Ibarra en 2007) y de cerca de un 12% en Cataluña (indicativo de la mayor popularidad de Pasqual Maragall, presidente hasta 2006, que de José Montilla, líder regional entre 2006 y 2010).

Por último, al igual que sucedía en Castilla y León, la consolidación de algunos políticos como líderes regionales también repercute positivamente en un mayor reconocimiento de su figura por parte de los ciudadanos: tal es el caso de Cantabria (Miguel Ángel Revilla); Castilla-La Mancha (José María Barreda) y la Comunidad Valenciana (Francisco Camps).

2010	Acierta	No acierta	2005	Acierta	No acierta
Cantabria	96,6	1,6	Extremadura	97,1	1,4
País Vasco	96,2	2,5	Melilla	96,8	1,6
Madrid (Comunidad de)	95	3,5	País Vasco	96,2	2,6
Navarra (Comunidad Foral de)	93,6	0,9	Ceuta	95,2	2,4
Asturias (Principado de)	93,5	3,3	Cantabria	93,8	4,6
Melilla	93,2	2,4	Cataluña	90,9	2,9
Galicia	91,7	3,3	Navarra (Comunidad Foral de)	89,3	1,9
Ceuta	91,6	1,6	Andalucía	89,2	6
Rioja (La)	89,5	6,1	Asturias (Principado de)	88,9	3,8
Murcia (Región de)	86,8	3,6	Galicia	83,8	11,1
Comunidad Valenciana	86,2	6,6	Madrid (Comunidad de)	80,8	8,8
Castilla-La Mancha	83,9	5,1	Murcia (Región de)	78,7	9
Extremadura	81,9	10,1	Rioja (La)	77	19,2
Aragón	80,2	15,4	Baleares (Islas)	76,8	8
Canarias	78,9	12,9	Comunidad Valenciana	75,7	13,3
Cataluña	77,9	6,3	Canarias	74,7	15,6
Baleares (Islas)	76,7	15,2	Aragón	73,4	14,2
Castilla y León	66	16,8	Castilla-La Mancha	71,3	15,1
Andalucía	44,2	27,5	Castilla y León	56,7	16,6
MEDIA NACIONAL	78	10,3	MEDIA NACIONAL	82,8	8,4

Tabla 30. Barómetros Autonómicos I y II Comparativa: ¿Podría decirme quién ocupa la presidencia del (Gobierno Autonómico)? Fuente: CIS

Ciudadanos que aciertan el nombre del presidente de su Comunidad



2.2.4.3.5. Sentimiento español frente a sentimiento regional

Una de las preguntas cruciales para nuestro estudio, repetidas en los barómetros autonómicos de 2005 y 2010 es la que ponía en relación el sentimiento español y el sentimiento regional a través de la cuestión: ¿Con cuál de las siguientes frases se identifica Usted en mayor medida? Las respuestas posibles eran “Me siento únicamente español”, “Me siento más español que de la Comunidad autónoma”, “Me siento tan español como de la Comunidad autónoma”, “Me siento más de la Comunidad autónoma que español” y “Me siento únicamente de la Comunidad autónoma”. En el análisis pormenorizado de cada uno de los dos barómetros elaboramos varias tablas de contingencia, una de las cuales se centraba en seleccionar aquellas respuestas que hacían preponderar el sentimiento regional por encima del sentimiento de pertenencia al Estado español.

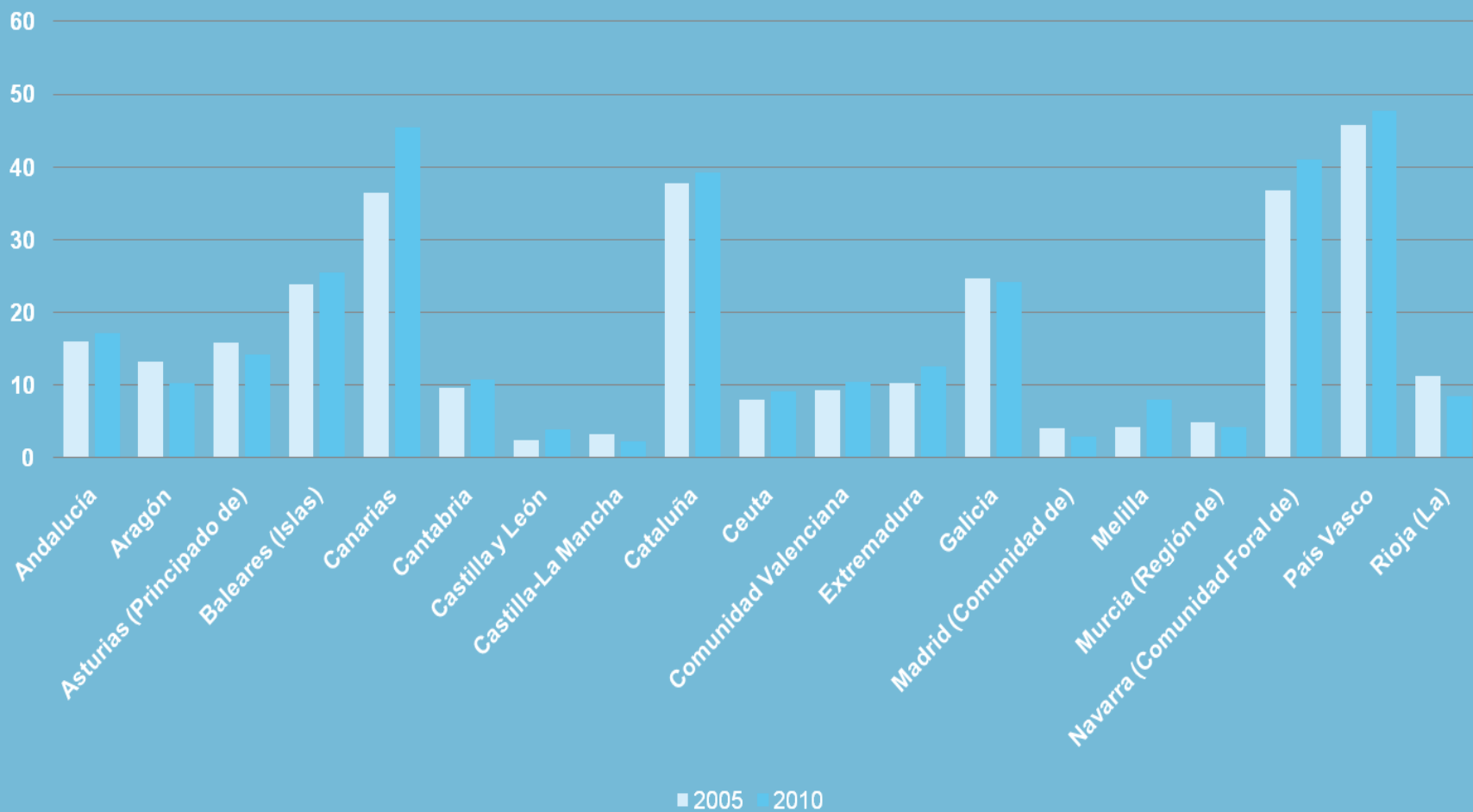
Por ello se realizó un agregado de las dos últimas respuestas, “Me siento más de la Comunidad autónoma que español” y “Me siento únicamente de la Comunidad autónoma”, cuya comparación entre los dos barómetros se puede observar en la tabla 31. Como elementos más significativos de esta comparación se pueden extraer, en primer lugar, la presencia de un nutrido grupo de comunidades con porcentajes relevantes (entre el 25% y el 50%) que anteponen el sentimiento regional al sentimiento de pertenencia a España. De estas seis (País Vasco, Cataluña, Canarias, Navarra, Baleares y Galicia) solo la comunidad gallega experimenta un leve retroceso en la exaltación regional por oposición al sentimiento español, y es de escasas décimas. Todos los demás asientan la

presencia de un bloque significativo de ciudadanos que sitúan a su región por encima de su país.

2010	Personas que se sienten principal o únicamente de la comunidad autónoma	2005	Personas que se sienten principal o únicamente de la comunidad autónoma
País Vasco	47,8	País Vasco	45,8
Canarias	45,5	Cataluña	37,7
Navarra (Comunidad Foral de)	41,1	Navarra (Comunidad Foral de)	36,8
Cataluña	39,2	Canarias	36,5
Baleares (Islas)	25,5	Galicia	24,7
Galicia	24,1	Baleares (Islas)	23,8
Andalucía	17,2	Andalucía	16
Asturias (Principado de)	14,2	Asturias (Principado de)	15,8
Extremadura	12,6	Aragón	13,2
Cantabria	10,8	Rioja (La)	11,2
Comunidad Valenciana	10,5	Extremadura	10,3
Aragón	10,3	Cantabria	9,6
Ceuta	9,2	Comunidad Valenciana	9,3
Rioja (La)	8,5	Ceuta	8
Melilla	8	Murcia (Región de)	4,9
Murcia (Región de)	4,3	Melilla	4,2
Castilla y León	3,9	Madrid (Comunidad de)	4
Madrid (Comunidad de)	2,9	Castilla-La Mancha	3,3
Castilla-La Mancha	2,3	Castilla y León	2,5
MEDIA NACIONAL	19,4	MEDIA NACIONAL	18,5

Tabla 31. Barómetros Autonómicos I y II. Comparativa simplificada: Personas que se sienten principal o únicamente de la comunidad autónoma. Fuente: CIS

Ciudadanos que se sienten principal o únicamente de su Comunidad Autónoma



Tales avances son tibios en el caso de País Vasco (donde casi la mitad de ciudadanos se sienten más vascos que españoles o únicamente vascos), Cataluña y Baleares, con incrementos en torno al 2%; y más sustanciales en Navarra (que pasa del 36,8% al 41%) y, sobre todo, en Canarias (que pasa del 36,5% al 45,5% en 2010, unos niveles semejantes a los del País Vasco). El caso de los archipiélagos es significativo, por cuanto la lejanía con respecto a la península puede estar favoreciendo una sensación de aislamiento que produce, como efecto rebote, una exaltación de la identidad regional.

Por la parte baja, las comunidades que se reparten las tres últimas posiciones en 2005 y 2010 son las mismas: Madrid, Castilla-La Mancha y Castilla y León. Ninguna de ellas supera el 5% de ciudadanos que se sienten única o principalmente de la comunidad en ninguno de los dos barómetros autonómicos, lo cual es un claro indicativo del escaso afecto regionalista, al menos cuando éste entra en colisión con el sentimiento español, por parte de los habitantes de estas tres comunidades. Las posibles razones ya fueron glosadas en el capítulo dedicado al análisis histórico de esta tesis.

2.2.4.3.6. Conclusiones

La comparación de los dos barómetros autonómicos nos permite elaborar una lista definitiva de conclusiones al respecto del asunto de la identidad regional:

- País Vasco, Cataluña y Navarra son las tres comunidades que tienen sistemáticamente más presencia en los puestos altos de las respuestas que

indican una conciencia regional moderada o exacerbada. Son estas tres mismas comunidades también las que presentan un índice más bajo de respuestas que resaltan el orgullo de ser español. En el caso vasco, no obstante, la entrada de un gobierno no nacionalista invirtió en cierto modo las tornas entre los dos grandes bloques de una sociedad políticamente polarizada: los que se sienten poco o nada orgullosos de ser españoles son ya menos que los que se sienten muy o bastante orgullosos de serlo²⁴⁹.

- El orgullo regional, cuando no entra en colisión con el orgullo español, cosecha grandes cotas de popularidad entre la mayoría de comunidades españolas, con índices próximos al 90%. La normalización política en el País Vasco ha hecho que también suban los índices de orgullo regional (presumiblemente porque aquellos no nacionalistas temerosos de que su respuesta se pudiera interpretar como separatista empiezan a no verlo así). Madrid es la única comunidad que presenta índices de orgullo regional significativamente bajos en comparación con las otras comunidades, posiblemente como consecuencia de la doble condición de capital autonómica y estatal de la ciudad de Madrid. Sin llegar a los extremos de Madrid (con un orgullo regional en torno al 60%), Castilla y León y Castilla-La Mancha presentan unas cotas de orgullo regional (cuando no

²⁴⁹ Esto estaría en consonancia con el análisis realizado por **Martínez Herrera** en 2002, en el que observaba cierto “revivir de la identidad española entre catalanes y vascos desde mediados de los 80”, que podría explicarse por “una cierta resistencia a las políticas lingüísticas y educativas, o por el aburrimiento que despertaban las políticas simbólicas, como sugería **Breuilly**” (**Martínez Herrera**, 2002:443).

se pone en comparación con el español) discretas en comparación con el resto de comunidades.

- Cuando se pide a los ciudadanos españoles que pongan en una balanza el sentimiento identitario regional con el sentimiento de españolía, País Vasco, Cataluña y Navarra son las comunidades que más regularmente tienden a priorizar el sentimiento regional. En los últimos cinco años se observa también una evolución hacia estos parámetros de los archipiélagos españoles, en especial el canario, que ha alcanzado en 2010 cotas de exaltación del regionalismo similares a las del País Vasco (entorno a un 50%). Castilla-La Mancha, Castilla y León y Madrid vuelven a ser las comunidades que menos orgullo regional exhiben cuando éste se pone en comparación con el sentimiento de pertenencia al Estado español.
- La presencia de líderes regionales fuertes favorece la identificación de sus ciudadanos con ellos. No parece casualidad que los ciudadanos de cuatro de las cinco comunidades que más fácilmente recuerdan a sus líderes en 2010 pertenezcan a autonomías presididas por partidos regionalistas. Del mismo modo, la desaparición de figuras impulsoras del regionalismo en determinadas autonomías (como el caso de Ibarra en Extremadura) parece redundar en una reducción de los lazos afectivos de los ciudadanos hacia su líder, palpables en estos casos en el incremento de los índices de desconocimiento del nombre de sus líderes.

2.2.5. Castilla y León en los medios. Una revisión bibliográfica

Después de un repaso bibliográfico por las publicaciones más relevantes sobre la dialéctica entre medios de comunicación y conformación de la imagen regional en Castilla y León se puede llegar a una doble conclusión. Por un lado, que los estudios al respecto no se caracterizan precisamente por su profusión. Además, aquellos que han reunido el valor suficiente para adentrarse en este páramo investigador han preferido centrarse, por lo general, en la imagen que de Castilla y León se da de puertas para adentro y en cómo esto afecta a la configuración de la conciencia regional.

Casi ninguno de los cientos de documentos consultados en las bibliotecas de Castilla y León, en la Biblioteca Nacional y en la University Library de Cambridge, además de los recursos disponibles vía electrónica a través de herramientas como Google Books y Amazon Books, se centra en el estudio de la imagen que de Castilla y León se da fuera de la comunidad. Un elemento, como se comentaba anteriormente, que resulta fundamental para entender el grado de adhesión de los castellanoleoneses a la conciencia regional y que, sin embargo, no cuenta apenas con estudios sólidos en el ámbito académico, factor que resalta aún más la pertinencia de la presente investigación.

Para encontrar el único caso de estudio más o menos sistemático de la presencia de Castilla y León en el imaginario colectivo nacional deberíamos ampliar el espectro de investigación hasta la ficción fílmica como soporte de comunicación de masas. En ese ámbito disponemos del único intento investigador por determinar cómo se nos ve desde fuera de nuestra Comunidad y

ese no es otro que el estudio realizado por **González García** sobre la presencia y (más importante) representación de nuestra región en el cine patrio. Su análisis, centrado fundamentalmente en localizaciones y descripciones argumentales, llega, no obstante, a la interesante conclusión de que, “si como entidad geográfica Castilla y León no ha existido prácticamente en el cine hasta fechas muy recientes, como entidad histórica no ha corrido una suerte muy distinta. Por lo general, su Historia parece haberse quedado fijada en los siglos XIV, XV y XVI, con escasas incursiones en la Alta Edad Media, ninguna en la Antigüedad y muy pocas en el final de la Edad Moderna” (1998:13). Todo ello hace que, excepción hecha de autores nacidos en la región, como **Basilio Martín Patino** (y su loa a Salamanca en “Octavia”, por ejemplo) o **Chema de la Peña** (y su documental “De Salamanca a ninguna parte”), “las referencias a la región han servido para poner en la picota precisamente los tópicos que el propio cine ha difundido y reforzado (...) Castilla y León continúa apareciendo como el ámbito de lo atrasado, cuando no de lo retrógrado, de lo desconectado del resto del mundo y, en el mejor de los casos, de una inocencia que raya en la ignorancia” (**González García**, 1998:13).

Todas estas interpretaciones de **González García** demuestran una sorprendente vigencia si hacemos caso del análisis que de la situación en Castilla y León en general, y de Salamanca en particular, hacen **Alonso Torrens** y **Portilla Serrano** (2006:16) al recordar la insistencia de la prensa provincial y nacional entre 2004 y 2005 en incidir sobre una serie de temas recurrentes que, por lo general, no dejan excesivamente bien a Castilla y León; a saber: Castilla y León pierde población (4 personas al día entre 1991 y 2004), Castilla y León envejece, Castilla y León pierde juventud que emigra, Castilla y León recibe poca

inmigración, lo que, en casos como Salamanca, significa que la región “no es atractiva ni para los inmigrantes que vienen huyendo de la pobreza y marginalidad de sus respectivos lugares de origen”. En la misma línea, **Ramírez Estévez** (2005:241) señala a la despoblación como una de las razones de este panorama desolador, ya que “un medio social que se retrae no es el mejor caldo de cultivo para retener a los jóvenes que puedan aún quedar”.

Otras investigaciones interesantes, si bien no tan directamente relacionadas con el objeto de estudio del presente trabajo, son por ejemplo el análisis de la profesión periodística en Castilla y León realizado por **Tamarit** (2006). En este caso, la atención se centra en los periodistas regionales los protagonistas y sus rutinas de trabajo, por lo que no se alude a la creación de una conciencia regional dentro de la comunidad ni a la imagen que proyecta Castilla y León hacia el exterior. Sin embargo, resulta interesante comprobar cómo la propia **Tamarit** (2006:13-14) critica la escasa o nula investigación sobre “el sistema de medios de comunicación de masas y su evolución” en Castilla y León, al tiempo que recalca que “los medios de comunicación que existen en la región tienen un carácter puramente provincial; es decir, aunque hay grupos empresariales de comunicación que operan en el conjunto de Castilla y León, sus contenidos informativos generalmente son de ámbito local.”

Al igual que ocurre con el libro de **Tamarit**, en 2006 **Almuiña et al.** realizaron un exhaustivo análisis de la profesión periodística en Castilla y León. Sin embargo, y al igual que ocurre con la obra de **Tamarit**, no se incide en cómo la labor periodística puede contribuir a la creación de una conciencia o identidad

regional. Evidentemente tampoco se hace mención a la imagen que de Castilla y León se proyecta/tienen en el exterior a través de la prensa o los medios nacionales. Otras investigaciones, como las de **Díaz González** (2003:585-92), se centraron más en el análisis de los factores económicos que rodean a los grupos mediáticos castellanoleoneses.

Remontándonos a algunos años más atrás, también resulta de cierto interés el estudio que **Díez Nicolás**²⁵⁰ realizó sobre los medios de comunicación en la región durante los años 80. Entre sus conclusiones, se justifica el hecho de que el periódico más leído de la comunidad sea uno no regional como El País por la proximidad geográfica de Madrid y la debilidad de las empresas periodísticas regionales, además de por la dispersión geográfica de la población regional y el escaso índice de lectura, un factor que como vimos antes también se mencionaba en el informe del Consejo Económico y Social.

2.2.6. Otros estudios sobre Castilla León, medios e identidad regional

La dialéctica entre Castilla y León y medios de comunicación, y a su vez de estos últimos con la conformación y el fortalecimiento de una conciencia regional sí ha sido objeto de análisis para otros estudiosos en sus proyectos o tesinas de fin de carrera. Estos trabajos, aun siendo menores en cuanto a su repercusión y a los medios con los que contaron sus investigadores a la hora de ejecutarlos, no dejan

²⁵⁰ Citado en **Almuiña Fernández, C.** (1986) "Enseñanza, cultura y medios de comunicación social". En **J. Valdeón** (1986). *Tiempo de reto y esperanza (siglo XX). Historia de Castilla y León*, Valladolid, Ámbito, pp. 168-9.

de arrojar datos interesantes sobre la interacción de los tres elementos que copan el presente encabezado.

Ortigosa Alonso (1994:69) señala en su tesina sobre la Prensa de Castilla y León en el siglo XX, al hilo de la identidad regional castellanoleonesa, que “para un buen porcentaje de castellanoleoneses la autonomía es más un producto de lo legislado a nivel nacional que un sentimiento enraizado”. La autora considera que el hecho de que el proceso de construcción de la identidad regional durante la Transición se centrara en las élites dirigentes y dejara de lado a la sociedad civil “hizo que la implantación de la autonomía se viera como un acto alejado del pueblo. Precisamente ese carácter elitista del proceso convirtió a la prensa y a los Ateneos, fundamentalmente, en influyentes tribunas desde donde se debatían y perfilaban los ingredientes constitutivos de la personalidad regional” (**Ortigosa Alonso**, 1994:74).

La cuestión de la identidad regional también aparece tratada en el proyecto de fin de carrera de **Ortega Gonzalo**, para quien el sentimiento de enraizamiento con la comunidad de Castilla y León por parte de sus habitantes no es un tema cuyas bases estén demasiado claras, pues “cada individuo tiene su propia idea de si existe una conciencia regional en la Comunidad, no existe consenso ni entre intelectuales, estudiosos de la cuestión, profesionales, personalidades relevantes, ni mucho menos entre la gente de la calle²⁵¹ de la región ni del país en general”.

²⁵¹ La presente tesis doctoral ha recogido ya las reflexiones de representantes de todos estos grupos que menciona **Ortega Gonzalo**. En el presente marco teórico se ha mencionado, por ejemplo, a intelectuales y estudiosos de la Historia española o castellana como **Julio Valdeón**, **Enrique Berzal de la Rosa**, **Américo Castro**, **Juan Linz**, **Stephen Haliczer**, **Modesto Lafuente**, **José Antonio Maravall**, **Ramón**

Sus conclusiones sobre el panorama mediático castellanoleonés no solo resultan de interés sino también de gran actualidad: “Sin que exista un perceptible y generalizado espíritu autonómico en una población apática²⁵² y desubicada respecto a este sentimiento de “ser comunidad”, los medios de comunicación por lo general, y es el caso de la prensa que es el objeto de este estudio, se hallan sumidos en un fuerte provincialismo²⁵³ sin pretensiones de traspasar sus límites geográficos y encajados en una estructura más bien tradicional” (Ortega Gonzalo, 1996:232). Con todo, la autora también sugiere que la existencia de unos medios de comunicación “más eficaces” podría promover “el surgimiento de un espíritu autonómico en la región, además de potenciarlo y canalizarlo para su desarrollo”²⁵⁴, si bien se refiere a la prensa regional y no contempla la posibilidad de que ese esfuerzo por cambiar la manera en la que se ve Castilla y León se dirija a instancias y/o ámbitos nacionales o interautonómicos.

Ortega Gonzalo (1996:11) señala como problema también de la definición de la cuestión de la identidad “La falta de estudios sociológicos y cuestionarios concretos”; si bien, en el momento en el que la autora realiza su investigación, ya existían dos estudios relevantes al respecto,”una publicación de 1977 del Centro de Investigaciones Sociológicas²⁵⁵. En ella se mostraba cómo ésta era escasa, los

Menéndez Pidal, José Ortega y Gasset, Joseph Pérez, José Julio Aróstegui, Agustín García Simón, Julio Mangas, Jean Gautier Dalché e investigadores de la profesión periodística como **Celso Almuiña, María Teresa Ortigosa Alonso, J. Díez Nicolás**. Asimismo, para el estudio de la cuestión “en la calle” se han recogido también los datos de los Barómetros Autonómicos del CIS, que también se analizan en el presente marco teórico.

²⁵² Cf. también **Rodríguez** (2007:110)

²⁵³ Cf. también **Losa Ranz** (1996:57-8)

²⁵⁴ Cf. también **Carrasco Pozo** (1998:22)

²⁵⁵ Se refiere al estudio *La conciencia regional en España*, publicado por **José Jiménez Blanco** para el Centro de Investigaciones Sociológicas.

índices de conciencia regional estaban muy por debajo de la media nacional (...) así lo aseveraría de nuevo el CIS en 1984²⁵⁶”.

Es más, tal y como acabamos de ver anteriormente, el interés del CIS por los sentimientos regionalistas en el seno del Estado español ha ido in crescendo en los últimos años, hasta el punto de que entre 2005 y 2010 se han dedicado dos estudios monográficos a la cuestión autonómica, con especial hincapié en elementos como la identidad regional, el nacionalismo o el sentimiento de pertenencia España. Para algunos autores, el mero hecho de que exista este debate sobre identidades regionales es, dentro de las potencias históricas de la Vieja Europa, algo esencialmente diferencial del Estado español.

A continuación nos centraremos en el estudio de caso realizado para la presente tesis doctoral, en el que se dirimirá la cobertura mediática de las comunidades autónomas españolas en general, con especial atención al caso castellanoleonés.

²⁵⁶ Cf. **Hernández Sánchez, Alfredo** (1995), *Estructura social de Castilla y León*, Valladolid: Ámbito.

3. Estudio de caso

La presente investigación partía de dos premisas iniciales. Por un lado, que Castilla y León no ocupaba el papel preponderante que, a juzgar por las raíces históricas, habría de corresponderle dentro del panorama nacional español. El repaso bibliográfico sobre cuestiones de Historia, identidad y representaciones mediáticas con el que abrimos este estudio repite una serie de conclusiones coincidentes: el papel decisivo de Castilla y León en la configuración de la nación española no solo no concuerda con el peso específico de la comunidad castellanoleonesa en el concierto autonómico actual, sino que además son bastantes los especialistas que señalan una asociación peyorativa de Castilla y León a una idea de centralismo y obsolescencia por buena parte del resto de los españoles en la actualidad. Por otro lado, partimos para esta investigación de una segunda premisa, si se quiere, adyacente a la anterior: que a mayor conciencia regional, mayor repercusión mediática recibe una comunidad autónoma. De ahí el estudio evolucionó de manera natural hacia un ámbito más amplio, ya que tanto la experiencia profesional (propia y, en parte, ajena) como buena parte de las lecturas consultadas en el capítulo del marco teórico empujaban a plantearse qué criterios determinaban la mayor o menor cobertura a unas y otras regiones en la prensa nacional.

Las dos premisas iniciales nos llevaron indefectiblemente a volver la vista hacia los medios de comunicación como eje fundamental a la hora de aportar información decisiva en la configuración de retratos del imaginario colectivo. La cuestión, en el primer caso, no es sólo qué imagen quiere proyectar Castilla y

León de sí misma, principalmente a través de las instituciones oficiales. No es ni siquiera la imagen que de sí mismos tienen los propios castellanoleoneses ni su sentimiento de pertenencia o adhesión a su comunidad. La cuestión verdaderamente fundamental es describir cómo se retrata a Castilla y León en los medios de ámbito nacional: por un lado, porque es allí donde el influjo de las campañas de las instituciones regionales no alcanza y, por el otro, porque es muy probable que la imagen que tienen los españoles no castellanoleoneses de la región la obtengan a partir de lo que se publica en estos medios²⁵⁷.

Esta lógica de la que partió el estudio seguía estando vigente cuando se decidió ampliar su perspectiva a un ámbito nacional que explorase no sólo de una manera detallada la representación de Castilla y León en la prensa nacional, sino también la cobertura que se le concedía a las otras comunidades del país.

El consumo de medios en Internet

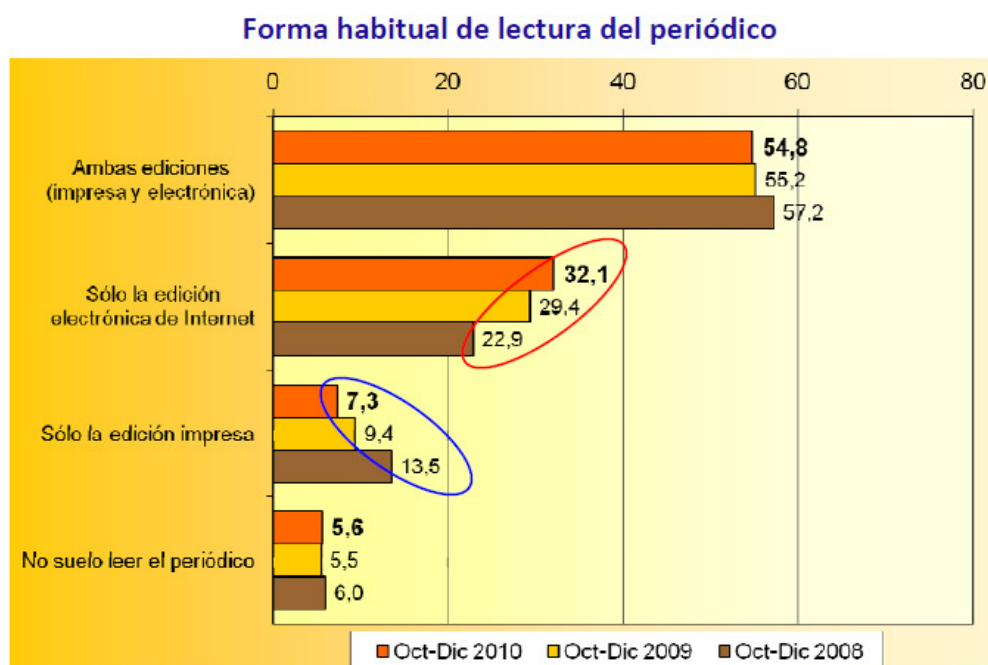


Gráfico 5. El consumo de medios en Internet. Fuente: AIMC

²⁵⁷ Aquí se podría recuperar el concepto de “experiencia mediada” del profesor **John B. Thompson** (1998:269-301) que comentábamos antes.

Se decidió centrar el estudio en la prensa, tanto impresa como digital. Por un lado, la presencia de la prensa impresa se justificaba por la percepción que de ésta se tiene como soporte de referencia, cuya periodicidad permite escapar de la instantaneidad y ofrecer a sus lectores un emplazamiento más propenso a la reflexión. Por otro lado, y amparándose en la eclosión de los medios digitales, un fenómeno que ha adquirido dimensiones imparables en los últimos cinco años²⁵⁸, la presente investigación volvió la vista también hacia la prensa digital para definir los parámetros de cómo se estaba retratando a Castilla y León más allá de sus fronteras regionales.

El por qué de la elección de la prensa digital frente a otros medios de comunicación arraigados previamente a otros soportes como la televisión tiene su justificación también en el tipo de consumidor de cibermedios, cuya absorción de medios tradicionales difiere sensiblemente al observado en el conjunto de la población. “Leen más diarios, suplementos, dominicales y revistas”, explican **Sádaba y Portilla**, (2005:117), “pero ven menos televisión, lo que se justifica por su elevado nivel educativo y su edad”. Esta tendencia, que establece una proporción directa entre el menor consumo de televisión para quienes consumen más Internet, también ha sido confirmada en Estados Unidos a través de los estudios realizados por **Nie** (2004:12-13).

²⁵⁸ Según un estudio reciente realizado por la consultora **Pricewaterhouse Coopers**, el consumo de Internet en Estados Unidos supera ya al de televisión y medios impresos (<http://www.panoramaaudiovisual.com/2011/03/10/el-consumo-de-internet-en-ee-uu-ya-supera-al-de-television-y-medios-impresos/>, última consulta: enero 2012). El informe de Telefónica “La Sociedad de la Información en España 2009” ejemplifica este mismo fenómeno destacando que “en 10 años se ha multiplicado casi por 7 el número de usuarios de Internet, pasándose de 250 millones de internautas en 2000 a más de 1670 millones en junio de 2009”. No sólo eso, sino que Internet se ha convertido “en una parte fundamental de sus vidas (de los usuarios). Además es el único medio cuyo tiempo de consumo aumenta en los últimos años con un incremento del 40% en el número de horas consumidas”.

Es interesante, además, observar la progresión que está experimentando la prensa digital en los últimos años con respecto a su homóloga en papel. La encuesta AIMC a usuarios de Internet 2010 arroja datos de interés en este sentido:

- a) Internet es la fuente principal de información de actualidad para dos tercios de los encuestados (AIMC, 2011:32).
- b) La lectura de los diarios electrónicos se convierte en una práctica cada vez más cotidiana: un 78% de los encuestados por la AIMC (2011:33) manifestó haber leído algún periódico digital en el día anterior, lo que significa un incremento porcentual de 5 puntos con respecto a la última oleada. Los datos contrastan con el descenso de un 5% de los encuestados que manifestaron haber leído diarios en papel el día anterior (un 46%).
- c) Aunque siguen predominando los lectores simultáneos de ambos formatos (un 55%), lo cierto es que, de entre los que se decantan sólo por una de las dos versiones prevalecen claramente los que se informan únicamente a través de la prensa digital (32%) frente a los que siguen prefiriendo el formato tradicional impreso (7%) (AIMC, 2011:33).

Datos recientes del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) para Eurostat inciden también en la imparable emergencia de lo digital en los últimos meses. Según estos datos, el 40% de los españoles emplea la Red para leer periódicos o revistas digitales, lo cual sitúa a España ligeramente por debajo de Reino Unido (43%) y Alemania (42%), pero muy por encima de la media europea (34%) y de países como de Francia (21%), Italia (24%), Portugal (29%) o Grecia (25%).

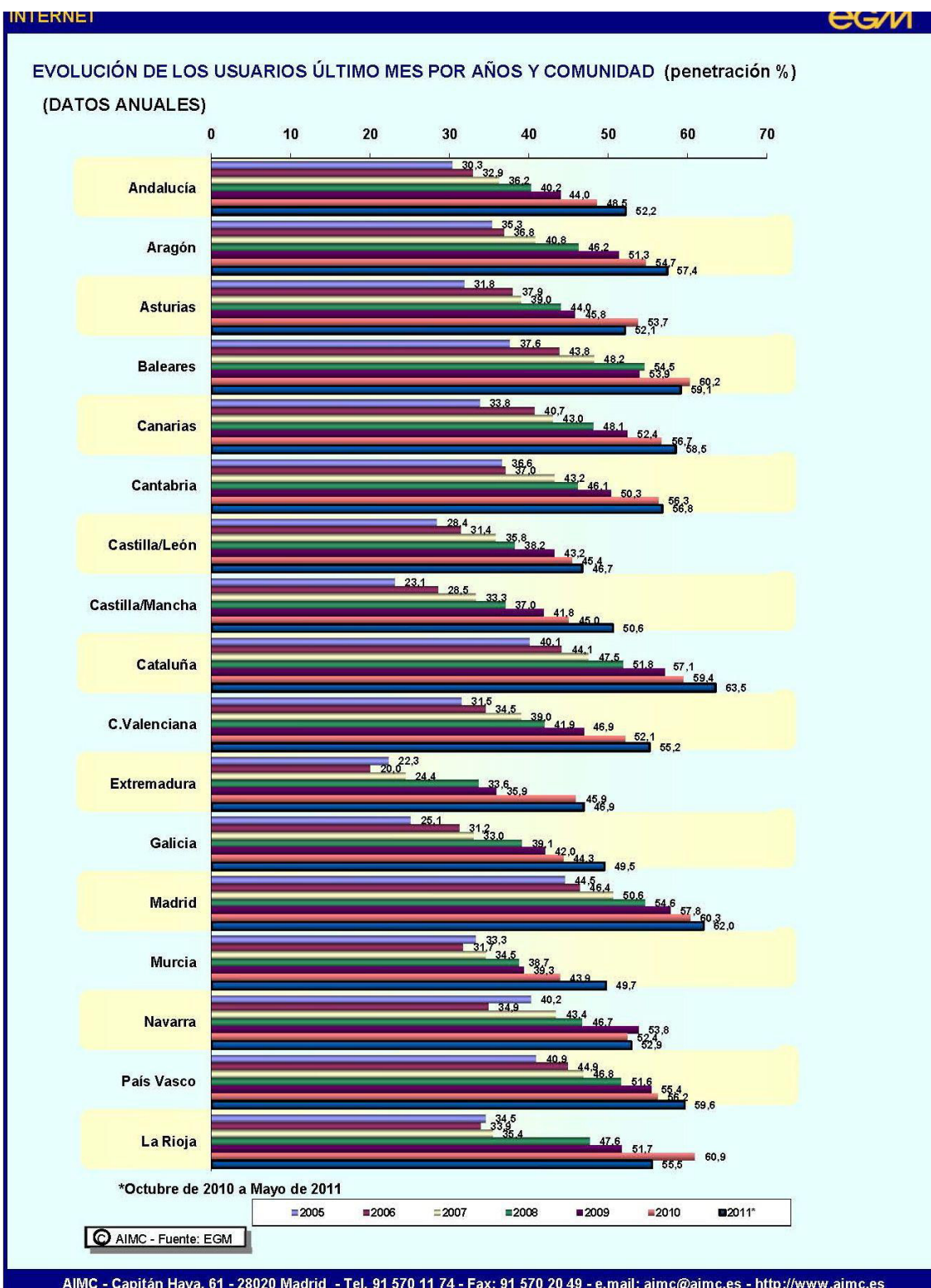


Gráfico 6. Evolución del número de usuarios de Internet por comunidades. Datos comparativos 2005-2011. Fuente: AIMC.

En lo que a Castilla y León se refiere, los datos más fiables corresponden al informe “La Sociedad de la Información en España 2009”, de la Fundación

Telefónica. Su apartado III: Sociedad de la Información en las Comunidades Autónomas: evolución, presente y perspectivas” recoge, en el punto 14, un estudio del impacto de Internet y otras Tecnologías de la Información y la Comunicación en la comunidad autónoma de Castilla y León. Entre los datos más interesantes del citado estudio, cabe destacar que el 97,3% de los jóvenes de la comunidad castellanoleonesa utilizan Internet (porcentaje sensiblemente superior al 94,1% de la media nacional), un dato más que redonda en la pujanza de este soporte²⁵⁹. Los datos del EGM en Internet también reafirman esta pujanza de lo cibernético en la comunidad castellanoleonesa, como se puede observar en el gráfico 4.

Todas estas tendencias no hacen sino reafirmar la apuesta inicial por la prensa digital en el presente estudio. Por un lado vemos que el perfil de los consumidores de cibermedios se asemeja bastante al de ciertas elites, si no de poder, sí de intelectuales que pueden convertirse fácilmente en líderes de opinión. Si a ello le sumamos la preponderancia actual de la prensa digital en España frente a otros soportes como los canales de televisión por Internet, obtendremos como resultado de la ecuación que el análisis del retrato de Castilla y León en la prensa digital puede arrojar datos interesantes acerca del posicionamiento mediático de la región de cara al imaginario colectivo nacional.

Frente a todo esto, **López et al.** (2005:63) añaden, además, una característica diferencial de lo cibernético frente a lo impreso: la distinción entre cibermedios nacionales, provinciales, regionales o locales se difumina por el carácter deslocalizado y la “ruptura de las barreras geográficas” que posibilita el

²⁵⁹ <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/12/13/castillayleon/1292241694.html> (última consulta: febrero de 2012).

medio electrónico. En otras palabras, afirman **López et al.**, mientras que un medio local sólo distribuirá los ejemplares de su publicación en el ámbito geográfico a cuya influencia aspira (su localidad), un cibermedio local tratará de conquistar ese público a través de los contenidos; pero, aunque no sea pretendidamente, también podrá recibir visitas de usuarios que no pertenecen a este reducto geográfico. Todo esto les lleva a concluir que “el universalismo inherente a los nuevos medios invalida la pertinencia de la clasificación por criterio geográfico al tiempo que el nivel de dinamismo de los cibermedios se consolida como principal referente de tipologización de los medios generalistas en línea” (**López et al.**, 2005:64).

Sin desdecir enteramente todos estos apuntes, parece que la negación del criterio geográfico para el diseño muestral de investigaciones en cibermedios resulta excesiva. Como bien apuntaban en un principio estos mismos autores, existe una intencionalidad por parte del propio medio de aspirar a un público o a otro. Que Internet les permita la posibilidad de llegar hipotéticamente a miles de millones de personas es algo que se debe tener en cuenta como circunstancia importantísima que rodea la producción, sí, pero no parece cabal eliminar de un plumazo la importancia de la adscripción geográfica de un cibermedio. Es más, si seguimos leyendo el relato de estos autores veremos que su primera clasificación de medios de información generalista en Internet es, precisamente, un “mapa estatal de cibermedios de información general” (**López et al.**, 2005: 64).

De este mapa también resulta interesante, por lo que de significativo tienen estos datos (aunque hayan de ser tomados con la perspectiva del tiempo)

en el refrendo de ciertas hipótesis barajadas en el presente trabajo de investigación. Según las investigaciones de **López et al.**, en España había 1.274 cibermedios hacia la mitad de la década pasada. De ellos, 761 (el 59,73%) eran cibermedios de información generalista. Pues bien, 143 (casi uno de cada cinco) eran catalanes, frente a 96 madrileños, 71 vascos y 69 andaluces. Castilla y León contaba, por aquel entonces, con 18 cibermedios de información generalista, sólo por encima de Cantabria, Navarra, La Rioja, Melilla y Ceuta (en términos absolutos). Todo ello empuja a estos autores a calificar el decimocuarto lugar de la región castellanoleonesa como “paupérrimo” (**López et al.**, 2005:69).

Una vez planteado el problema de investigación y justificado su estudio en medios digitales nacionales, se acordó también ampliar la investigación a la prensa impresa. Esta decisión, que exigía un mayor esfuerzo investigador, ya que cada soporte requería una metodología individualizada, se acabó adoptando en busca de un enriquecimiento de los resultados. Se consideró, en otras palabras, que el análisis de la representación de Castilla y León en los medios nacionales y de la relación entre el apego regionalista y la repercusión mediática tendría más empaque si estudiaba más de un soporte, lo cual redundaría sin duda en una mayor solidez de las conclusiones finales extraídas.

3.1. Planteamiento de objetivos

Los objetivos principales de la presente investigación se centraban en dos ámbitos principales: un primero referido exclusivamente a Castilla y León y otro que analizase diversas cuestiones que afectaban a todas las autonomías. En lo concerniente al primer apartado, el objetivo de investigación se centraba en

determinar la caracterización cuantitativa y cualitativa de Castilla y León en la prensa nacional. El objetivo principal era investigar si la Comunidad Autónoma de Castilla y León se encontraba infrarrepresentada cuantitativamente en los medios de comunicación escrita de ámbito nacional. Secundariamente dentro de este mismo ámbito, el estudio tenía como objetivo explorar también si la infrarrepresentación se limitaba al ámbito cuantitativo o también afectaba a la caracterización de la comunidad, analizada a través de la predominancia positiva o negativa de las temáticas a las que se asociaba la región en la prensa nacional.

El segundo ámbito de investigación tenía como objetivo principal determinar si existía una correlación significativa entre la repercusión mediática y el sentimiento identitario de las distintas comunidades autónomas. Secundariamente, se pretendía determinar también en qué medida el flujo cuantitativo de noticias publicadas sobre las diferentes comunidades autónomas estaba relacionado con su peso demográfico, su nivel de renta y otros datos estadísticos de interés.

Así pues, se plantearon distintos objetivos de investigación en torno a estos dos ámbitos principales mencionados anteriormente:

1.Regional (Castilla y León).

- a. Determinar cuantitativamente la repercusión mediática de Castilla y León en la prensa nacional.
- b. Determinar si la caracterización a través de las temáticas asociadas a Castilla y León en la prensa nacional es predominantemente negativa.

2. Nacional (escala interautonómica).
 - a. Determinar si hay relación entre la repercusión mediática de las comunidades autónomas y su grado de exaltación de la conciencia regional.
 - b. Determinar si hay relación entre la repercusión mediática de las comunidades autónomas y sus índices demográficos.
 - c. Determinar si hay relación entre la repercusión mediática de las comunidades autónomas y su superficie.
 - d. Determinar si hay relación entre la repercusión mediática de las comunidades autónomas y su nivel de renta.
 - e. Determinar si hay relación entre la repercusión mediática de las comunidades autónomas y su capacidad productiva.
 - f. Determinar si hay relación entre la repercusión mediática de las comunidades autónomas y su nivel de publicaciones editoriales.

3.2. Hipótesis de investigación

A raíz de los objetivos planteados, se formularon dos hipótesis generales. Cada una de ellas epitomiza, respectivamente, el ámbito regional y nacional que se marcaban anteriormente y ponen de relieve una serie de percepciones extraídas desde la experiencia profesional tanto por el propio investigador como por otros profesionales:

Hipótesis general 1:

La repercusión de Castilla y León en la prensa española es significativamente inferior a la de las comunidades autónomas con mayor repercusión mediática.

Hipótesis general 2:

Las comunidades con mayor conciencia regional tienen más repercusión mediática en la prensa nacional.

Del mismo modo, se elaboraron una serie de subhipótesis de trabajo que trataban de buscar respuesta para los otros objetivos de investigación planteados:

Subhipótesis de trabajo 1:

La caracterización de Castilla y León en la prensa española aparece asociada de manera predominante a temáticas de connotación negativa.

Subhipótesis de trabajo 2:

El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su número de habitantes.

Subhipótesis de trabajo 3:

El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma no está correlacionado con su superficie.

Subhipótesis de trabajo 4:

El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su densidad de población.

Subhipótesis de trabajo 5:

El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su cifra de ingresos por habitante.

Subhipótesis de trabajo 6:

El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su índice de producción.

Subhipótesis de trabajo 7:

El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su índice de actividad editorial.

Cuadro 3. Subhipótesis de trabajo. Fuente: Elaboración propia.

Tanto las dos hipótesis principales como las seis últimas subhipótesis formuladas necesitan definir una variable, la repercusión mediática, para poder ser afirmadas o refutadas. Pues bien, se entiende como repercusión mediática el volumen de noticias publicadas sobre una comunidad autónoma. Para medir la repercusión mediática se emplearon tres baremos principales (noticias, módulos y módulos ponderados), que descansan sobre los principios del análisis de contenido cuantitativo y los fundamentos del diseño periodístico mencionados anteriormente, y que se explicarán con detalle más adelante.

Para la primera hipótesis principal había que definir de antemano, además, qué se consideraba “significativamente inferior” y cuáles se considerarían las “comunidades con mayor repercusión mediática”. Para determinar lo segundo se tomó como referente el baremo de medición “número de noticias” y se estableció

que, dado que el número total de noticias seleccionadas para la muestra estaba cerca de las 10.000 piezas, las “comunidades con mayor repercusión mediática” serían aquellas que representaran al menos un 10% del total de piezas estudiado, esto es, que superaran el umbral de las 1.000 noticias. En el caso de que Castilla y León superase este umbral, la hipótesis quedaría rechazada, ya que ella misma formaría parte del grupo de comunidades con mayor repercusión mediática. En caso de que no formase parte de este grupo, se entendería que su repercusión es “significativamente inferior” si, al menos con uno de los baremos de medida (noticias, módulos y módulos ponderados), todas las comunidades que cumplen el requisito para ser consideradas “de mayor repercusión mediática” cuanto menos duplican el volumen mediático dedicado a Castilla y León.

La hipótesis general número 2 ponía en relación la variable anteriormente mencionada de “repercusión mediática” con la de “conciencia regional”, que podría definirse como el grado de apego a la región por exaltación de la identidad propia o por oposición a la identidad española. Para su medición, se decidió tomar los datos de la pregunta número 20 del Barómetro Autonómico II de 2010 realizado por el INE, en la que se les preguntaba a los encuestados qué significaba España para ellos, ya que es la única de las estudiadas que combina tanto el elemento de orgullo regional como la posibilidad de rechazo a una entidad española por encima de su región. Como vimos, las respuestas se podían simplificar en tres grandes apartados, “Conciencia regional exacerbada”, “Conciencia regional moderada” y “Sin conciencia regional”, lo cual nos proporcionaba los datos necesarios para medir esta variable.

A modo de refuerzo, aunque siempre tomando como referencia las respuestas a esta pregunta número 20 del Barómetro Autonómico II, también se consideraron como elementos de medición de la variable “Conciencia regional” los datos correspondientes a las respuestas a las preguntas 21 (sobre el orgullo de ser español) y 22 (sobre el orgullo regional), así como la encuesta, también del Barómetro Autonómico, sobre la popularidad de las opciones políticas nacionalistas en las distintas comunidades.

Por otra parte, cabe reseñar que la variable “temáticas de connotación negativa” empleada en la primera subhipótesis hace referencia a aquellas cuya asociación con la región castellanoleonesa no contribuyen a mejorar la imagen de la comunidad. Para su medición se elaboró un modelo de análisis de contenido temático cuyo desarrollo se podrá ver también más adelante. A las diferentes categorías establecidas se les aplicó un análisis interpretativo previo para determinar a qué temáticas se les asociaban valores positivos, negativos o neutros, de tal manera que, a la hora de evaluar posteriormente los resultados, sólo hubiera que sumar las que pertenecían a cada uno de los diferentes grupos para saber cuál predominaba y dar respuesta a la subhipótesis número 1.

El resto de variables que entran en relación con la de “repercusión mediática” en las subhipótesis 2, 3, 4, 5, 6 y 7 quedan definidas de la siguiente manera (se acompañan del elemento empleado para su medición).

Subhipótesis	Variable	Elemento de medición
2	Número de habitantes	Datos de población (Padrón INE enero 2010)
3	Superficie	Datos de superficie (INE)
4	Densidad de población	Datos de densidad (Padrón INE enero 2010)
5	Ingresos por habitante	Datos de renta anual media por persona (INE 2009)
6	Índice de producción	Datos de PIB a precios de mercado (INE 2010)
7	Índice de actividad editorial	Datos de libros publicados (por miles de ejemplares, INE 2010)

Cuadro 4. Subhipótesis, variables y elementos de medición. Fuente: Elaboración propia.

Para establecer correlaciones se utilizó de manera predominante el coeficiente de correlación de Pearson y, de forma secundaria, el coeficiente Rho de Spearman. El coeficiente de Pearson puede emplearse para medir el grado de relación de dos variables si ambas utilizan una escala de medida de intervalo/razón (variables cuantitativas), como es el caso para la variable “nivel de repercusión mediática” y cualquiera de las otras seis expresadas en las subhipótesis 2-7. El resultado de las correlaciones según este tipo estadístico fluctúa entre dos valores numéricos, +1 y -1; de modo que, cuanto más se acerque el resultado a cualquiera de los extremos, mayor será la correlación (directa o inversa, respectivamente).

Después de consultar a varios expertos en estadística y diversas fuentes bibliográficas de referencia en la materia, se certificó que el primer umbral de significatividad en las correlaciones se establecía en $\pm 0,3^{260}$.

²⁶⁰ Para averiguar el número relativo de casos en el que existe correlación a través del coeficiente de Pearson se debe elevar al cuadrado el resultado y posteriormente multiplicarlo por 100. El número

El experto en análisis estadístico **Bruce Ratner**²⁶¹, por ejemplo, propone las siguientes directrices:

- 0 indica que no existe correlación lineal.
- +1 denota una correlación lineal directa perfecta.
- -1 denota una correlación lineal inversa perfecta.
- Valores entre 0 y 0,3 denotan una correlación levemente significativa (directa entre 0 y 0,3, inversa entre 0 y -0,3).
- Valores entre 0,3 y 0,7 denotan una correlación moderadamente significativa (directa entre 0,3 y 0,7, inversa entre -0,3 y -0,7).
- Valores entre 0,7 y 1 denotan una correlación fuertemente significativa (directa entre 0,7 y 1, inversa entre -0,7 y -1).

Darlene Russ-Eft (2009:384) constata estos mismos umbrales, al igual que **Da Costa Lewis** (2004:122), quien comparte con **Ratner** la regla práctica de que por debajo de 0,3 apenas hay correlación y por encima de 0,7 la correlación es potente; si bien según este último autor aquellas variables cuya relación se sitúa entre 0,3 y 0,7 están “débilmente correlacionadas”. **Bryman y Cramer** (2003:280), por su parte, coinciden en señalar también que cualquier correlación que se sitúe por debajo del umbral de 0,3 es escasamente significativa²⁶². Existen también autores que, si bien corroboran el umbral mínimo de 0,3 para empezar a

obtenido es el porcentaje de casos en los que existe una correlación (directa o inversa en función del signo). En el caso de 0,3, por ejemplo, la correlación se daría en el 9% de los casos.

²⁶¹ <http://www.dmstat1.com/res/TheCorrelationCoefficientDefined.html>. Para una biografía detallada del profesor Ratner, <http://www.dmstat1.com/res/BRbio.html>.

²⁶² Estos autores apuntan también que este umbral de 0,3 ha sido reconocido tradicionalmente en estadística como punto a partir del cual se consideran significativas las correlaciones.

considerar significativas las correlaciones, establecen otro en 0,5²⁶³ para consolidar la fortaleza de la correlación. Por ejemplo, **Jacob Cohen** (1998), uno de los autores que más pronto disertó sobre estos umbrales, sugería que una correlación habría de considerarse como importante si era superior a 0,5, moderada si subía de 0,3 y pequeña si era superior a 0,1²⁶⁴.

De todos los expertos consultados se observa, a modo de resumen, que el primer valor en el que suele haber un consenso a la hora de establecer un primer umbral de significatividad es +/-0,3. Por ello se determinó que las subhipótesis de la presente investigación quedarán afirmadas cuando la correlación fuera igual o mayor a 0,3 y refutadas cuando queden por debajo de ese umbral.

3.3. Diseño metodológico y análisis propiamente dicho

El estudio de caso se sustenta en las técnicas del análisis de contenido y del análisis interpretativo para dar respuesta a los objetivos e hipótesis planteados anteriormente. El análisis de contenido empleado en este estudio planea sobre una doble vertiente: cuantitativa, con el fin de determinar el volumen periodístico dedicado a las diferentes comunidades autónomas en la prensa nacional; y cualitativa, fundamentada en el desarrollo de modelos propios de ponderación de las informaciones publicadas en función de su disposición en la página y/o la pantalla (y fundamentado, a su vez, en la bibliografía consultada al

²⁶³ Los umbrales en 0,3, 0,5 y 0,7 representarían, respectivamente, unos grados de correlación válidos para el 9%, 25% y 49% de los casos; por lo que se entiende que al estar cerca de valores redondos (10%, 25% y 50%) hayan sido asumidos estadísticamente como puntos de referencia a la hora de considerar los diferentes grados de significatividad.

²⁶⁴ Citado en <http://sportsci.org/resource/stats/effectmag.html> (última consulta: marzo 2012).

respecto). Del mismo modo, se empleó el análisis de contenido cualitativo categorial para profundizar en el examen del retrato mediático realizado a Castilla y León en función de una serie de temáticas recurrentes previamente establecidas, así como de unas caracterizaciones básicas asentadas tanto en el tipo de temáticas empleadas como en el lenguaje utilizado. Por último, se empleó la técnica del análisis interpretativo para asignar valores a las temáticas analizadas.

3.3.1. Análisis de la prensa impresa. Definición del universo de análisis

El análisis de la prensa escrita en versión impresa se centró en los periódicos de ámbito nacional. El motivo, por un lado, es que esa esfera parece la más adecuada para estudiar el retrato de Castilla y León, ya que son las publicaciones nacionales las que más visos tienen de llegar a un mayor número de ciudadanos no castellanoleoneses. El análisis se centrará, igualmente, no sólo en los medios de comunicación de difusión nacional, sino en aquellos esencialmente generalistas, es decir, aquellos cuya sede se encuentra en la capital del país, por cuanto son esos los que tienen una intencionalidad y un contenido de ámbito estatal y, por ende, así son percibidos por la audiencia lectora (**Maciá Mercadé**, 1993:47)²⁶⁵.

²⁶⁵ Para una definición más extensiva de la prensa generalista, cf. también **Coca y Peñalva** (1998:65).

3.3.1.1. Selección, partiendo de esa población, de una muestra adecuada

a) Primera etapa: selección de títulos y justificación

Se analizaron los dos periódicos de información generalista de pago más leídos en España en el periodo sometido a estudio: El País y El Mundo. La razón para justificar esta selección es que se entiende que, tanto por su tirada como por su carácter de pago, son los medios impresos que más atención concitan no sólo entre las esferas políticas y económicas, sino también en la opinión pública (cf. **Welch et al.**, 2000:247, y **López García**, 2001:320). Autores como **Clark e Illman** (2003:24) destacan, además, que los periódicos de mayor tirada suelen tener una reconocida capacidad de influencia a la hora de determinar la agenda de cabeceras más pequeñas (regionales y locales, principalmente) (cf. también **López**, 1995:23), lo cual reafirma la pertinencia de la selección realizada.

b) Segunda etapa. Selección del contenido.

Dadas las características de la investigación, se optó por centrar el objeto de estudio en las secciones de continuidad de los periódicos sometidos a análisis, esto es, aquellas que tienen una periodicidad diaria. Esto dejó fuera, por ejemplo, a los suplementos. También quedaron descartados los suplementos regionales ya que, aunque sí cuentan con una periodicidad diaria, no cumplen la aspiración generalista que habíamos señalado al principio. Se descartó también la sección de Internacional por entender que,

siendo el ámbito del objeto de estudio las comunidades autónomas, serían escasas las veces en las que se hablara de ellas en estas páginas. Siguiendo esta misma lógica, se pretendía, además, centrar la investigación en aquellas secciones que, a priori, iban a copar la mayoría de las noticias relativas a las comunidades autónomas en las cabeceras seleccionadas. Con todas estas premisas, se optó por someter a análisis las siguientes secciones de los periódicos seleccionados: Portada, Opinión, Nacional, Economía, Cultura y Sociedad.

A la hora de determinar qué se entendería por noticias relativas a una comunidad autónoma, por ejemplo Castilla y León, después de revisar los estudios sobre hábitos de lectura y los elementos de la noticia con más impacto visual, se llegó a la conclusión de que se entenderían como noticias referidas a Castilla y León aquellas que incluyesen su nombre o el de alguna de sus provincias en alguna de las cajas principales de la noticia: titular, antetítulo, subtítulo y/o entradilla. Por último, en los casos en los que aparecieran noticias de conjunto de diferentes regiones o provincias de España, solo se consideraron a efectos de esta investigación aquellas que introducían valoraciones (ya fueran positivas o negativas) específicas de la comunidad en cuestión (en el ejemplo planteado, Castilla y León) o sus provincias con respecto al resto de comunidades o provincias valoradas en la pieza periodística.

c) Tercera etapa. Selección de fechas.

Se optó por analizar los ejemplares de El Mundo y El País publicados a lo largo de todo el año 2010, con vistas no sólo a conseguir una muestra cercana a la actualidad, sino también lo suficientemente extensa. 2010 ofrecía, además, la ventaja de ser el año en el que el CIS realizó el Barómetro Autonómico II, con el que se pretendían correlacionar los datos de publicación para afirmar o rechazar la segunda hipótesis general de la tesis.

Llegados a este punto, la dificultad consistía en determinar las dimensiones del universo que se debía estudiar, ya que había que realizar una selección previa para determinar qué noticias podían ser asignadas a una o varias comunidades. Por ello, se realizó de manera exploratoria un primer muestreo aleatorio no por unidades de análisis, sino por fechas, seleccionando 8 de las 52 semanas del año 2010. De esas 8 semanas se recolectaron 9.286²⁶⁶ noticias en total entre prensa digital y prensa

²⁶⁶ El desglose de la cifra por comunidades autónomas puede resultar interesante para saber hasta qué punto se pueden realizar inferencias sobre cada una de ellas y se puede consultar en las tablas 32, 33 y 34 (páginas 382, 385 y 387 respectivamente) de la presente tesis. En ellas aparece el tamaño muestral correspondiente a cada una de las comunidades autónomas. Por ejemplo, la muestra n de piezas totales impresas y digitales correspondientes a la Comunidad de Madrid es igual a 2168 unidades, frente a las 2127 de Cataluña o las 299 de Castilla y León.

Para el desglose completo por número de unidades sometidas a estudio (totales y no repetidas), por soporte (impreso y digital) o por elemento de medición de la repercusión mediática (noticias, módulos y módulos ponderados) y a fin de no alargar excesivamente el presente apartado metodológico, nos remitimos a los datos de las tablas antedichas y las comprendidas entre la 35 y la 43 (páginas 389-404). Todas ellas contienen los datos del tamaño de la muestra para el conjunto de España y para los casos concretos de cada comunidad autónoma. Dado que, como se explica más adelante, esta muestra representa una proporción de algo más del 15% del universo total de textos periodísticos (de las publicaciones analizadas) calculados para 2010, el cálculo del universo correspondiente a cada comunidad en un caso concreto se obtendría de multiplicar su muestra correspondiente por 6,5. Así, por ejemplo, en los casos que se ponían como ejemplo anteriormente, la Comunidad de Madrid tendría un universo total calculado de 14.092 (2.168x6,5) noticias, frente a las 1.944 (299x6,5) de Castilla y León. Cuando hablamos de posibles problemas de representatividad a la hora de hacer extrapolaciones nos referimos, por ejemplo, al caso de La Rioja, de la que se extrajeron un total de sólo 38 noticias en las 8 semanas estudiadas (muestra de 38, universo estimado: 247), de las cuales 33 procedían de una misma publicación (elpais.com) y 26 eran repetidas. Sin embargo, como se puede comprobar a través de los datos muestrales de las tablas anteriormente referidas, tanto en los datos del total del territorio español

impresa²⁶⁷; con lo cual, dado que la muestra 8 semanas supone una proporción de 1/6,5 sobre el universo de 52 semanas, permite calcular un universo total de 60.359 noticias.

Por si la extrapolación no era del todo exacta, consideramos que el universo de noticias que se podían asignar a, al menos, una comunidad era de 70.000. Con un universo de 70.000 noticias y una muestra de 9.286, considerando p y q para el peor de los casos posibles ($p=0,5$ y $q=0,5$), con un nivel de confianza del 99%, se calculó que el error muestral general que depararía la muestra conjunta de prensa digital e impresa con respecto a un universo total aproximado de 70.000 noticias era de $\pm 0,012$ ²⁶⁸.

En el caso concreto de la prensa impresa, el número total de noticias recolectadas fue de 2.811, con lo cual haciendo un cálculo similar al alza tendríamos un universo aproximado de 20.000 noticias. Con un universo de 20.000 noticias y una muestra de 2.811, considerando p y q para el peor de los casos posibles ($p=0,5$ y $q=0,5$), con un nivel de confianza del 99%, se calculó que el error muestral general que depararía la muestra de prensa impresa con respecto a un universo total era de $\pm 0,023$.

como en la mayoría de las autonomías tanto las muestras como los universos tienen un volumen lo suficientemente grande como para sustentar las inferencias realizadas posteriormente a partir de ellas para testar las hipótesis planteadas.

²⁶⁷ La cifra triplica sobradamente, por ejemplo, a las muestras empleadas por el CIS en sus Barómetros mensuales. En estos estudios, a título ilustrativo, para un universo en el que son elegibles todos los españoles mayores de 18 años se trabaja con una muestra de en torno a 2500 personas.

²⁶⁸ Por seguir con la comparación, los Barómetros del CIS consideran aceptable un nivel de confianza del 95,5% y un error muestral de $\pm 2,0\%$.

3.3.1.2. Elección y definición de las unidades de análisis

“La unidad de análisis es cada uno de los elementos que, de hecho, se cuantifican” (Wimmer y Dominick 1996:178). Esta etapa coincide también con la “fase de codificación” de Bardin (2007:135), enmarcada dentro de la etapa de “explotación del material”. Bardin habla de “unidades de registro” y explica que éstas pueden ser de “naturaleza y tamaño variables”, lo cual ha justificado históricamente, en su opinión, una buena parte de las críticas contra el carácter científico del análisis de contenido. Así, las “unidades de registro”²⁶⁹ pueden referirse a un nivel más semántico como la “temática”²⁷⁰ o bien descender hasta el plano lingüístico de las “palabras” (cf. también Beardsworth 1980: 375), si bien, según Bardin, en el fondo todas las acotaciones de unidades de análisis acaban inscribiéndose en el campo de la semántica.

A partir de estos planteamientos, Cea D’Ancona (1996:357-8) divide las unidades de codificación más frecuentes en seis categorías: la palabra, la frase, el tema, el párrafo, el texto entero y el personaje. La autora recomienda que el investigador utilice una o varias de esas unidades de codificación en función de “tres aspectos básicos: los objetivos de la investigación, las características del documento y los medios disponibles para la realización del análisis de contenido”. Siendo así, resultan significativas algunas recomendaciones de la

²⁶⁹ Cea D’Ancona (1999) traduce este término de Bardin (2007) como “unidades de codificación” y lo emplea indistintamente para hablar de sus propias opiniones como de las del autor francés. Sin embargo, teniendo en cuenta que Bardin (2007: 135) habla de “*unités d’enregistrement*” he considerado más fiel a ambos autores mantener la diferencia entre lo que Bardin denomina literalmente “unidades de registro” y lo que Cea D’Ancona llama “unidades de codificación”.

²⁷⁰ Parafraseando a Berelson, Bardin (2007: 136) define la temática como “una afirmación sobre una materia”. De hecho, continúa razonando posteriormente, “la unidad de significación que se desprende de forma natural de un texto analizado según ciertos criterios relativos a la teoría que guía la lectura”. Según Cea D’Ancona (1999: 357), las palabras de Bardin hacen que la temática represente “una unidad de codificación habitual en estudios de motivaciones, opiniones, actitudes, valores o creencias”.

autora, como la de emplear la frase “cuando se está interesado en la cuantificación de frases que contienen un mismo significado (por ejemplo, “a favor” o “en contra” de un determinado tema)”, o incluso el texto entero siempre y cuando pueda “codificarse en su globalidad”. En este sentido, **Cea D’Ancona** (1996:357) advierte que una codificación de texto entero exige que el texto en sí sea “breve (titulares de periódicos, editoriales, o las respuestas a una pregunta abierta, por ejemplo)”. De no ser así, resultaría “difícil alcanzar una elevada fiabilidad” (**Weber** 1994:265)

Con todo esto, volviendo al estudio que ocupa a esta investigación, las dos unidades de análisis principales que se aplicaron al estudio de prensa impresa fueron presencia, presencia matizada y caracterización, por cuanto a través de esta triple perspectiva (cuantitativa-presencia, semicualitativa-presencia matizada y cualitativa-caracterización) entenderemos mejor la naturaleza del retrato periodístico de un fenómeno mediático (cf. **Jasperson et al.** [1998:210] y **Ghanem y Evatt** [1995]):

a) **Presencia:** Cantidad de informaciones publicadas sobre las distintas comunidades autónomas españolas. La evaluación de la presencia es, en sí misma, una forma de evaluar la relevancia que el medio concede al tema referido (**McCombs y Estrada**, (1994).

b) **Presencia matizada:** En un fenómeno tan complejo e interdisciplinar como el de la comunicación, la cantidad es un criterio demasiado reduccionista como para captar ciertas sutilezas. Por ello se definirá la presencia matizada recogiendo los datos de la presencia y añadiéndole una

serie de matices cualitativos que ponderarán aspectos relativos al diseño periodístico que definen también la preponderancia de las piezas analizadas. La valoración conjunta de la presencia y la presencia matizada constituirán la guía para medir la variable “repercusión mediática” formulada en las hipótesis y subhipótesis del capítulo dedicado a la Metodología.

c) Caracterización: Como se explicó anteriormente, uno de los objetivos complementarios de esta investigación va más allá de determinar la hipotética infrarrepresentación de la Comunidad Autónoma de Castilla y León en la prensa nacional: pretende demostrar que con frecuencia los temas a los que aparece asociada esta región en los espacios estudiados tienen una connotación negativa. No en vano, autores como **Whorf** han destacado la crucial dialéctica entre las fórmulas lingüísticas empleadas y el comportamiento de los receptores. “Lo que nos impulsa a seguir una cierta línea de comportamiento”, escribe **Whorf** (1971:158), “viene determinado a menudo por las analogías de las fórmulas lingüísticas con las que expresamos una situación dada. Estas fórmulas lingüísticas son también las que, hasta cierto punto, analizan, clasifican y colocan la situación en ese mundo “amplia e inconscientemente conformado según los hábitos lingüísticos de un grupo determinado. Y, además, siempre suponemos que el análisis lingüístico realizado por el grupo al que pertenecemos refleja la realidad mejor de lo que en “realidad” lo hace”. Por todo ello, no sólo resultaría interesante demostrar que a Castilla y León se

la representa menos, sino también que se la asocia normalmente a temáticas que contribuyen a robustecer una imagen negativa de la región.

3.3.1.3. Medición de la presencia

A la luz de los estudios de ponderación de elementos publicados en la página de periódico revisados, se optó por emplear el Método de Análisis Proporcional Aproximativo (MAPA) sugerido por **Tena** (1997) e inspirado a su vez en **Rodríguez Bravo** (1995). El Método de Análisis Proporcional Aproximativo (MAPA) sobre el que **Tena** (1997) basó la investigación de su tesis doctoral proporcionaba una herramienta de gran precisión para la medición de elementos dentro de la página de periódico. El MAPA propugnaba una división modular de la página de periódico en diez líneas horizontales y diez líneas verticales, lo que daba lugar a cien cuadros formato. Cada cuadro formato se dividía, a su vez, en una nueva rejilla de 10x10 que permitía ponderar aquellos cuadros formato que el elemento medido no ocupaba totalmente.

Así pues, para dar respuesta a la hipótesis sobre la presunta infrarrepresentación de Castilla y León en la prensa impresa, se acordó, por un lado, cuantificar el número de piezas periodísticas publicadas sobre Castilla y León y sobre otras comunidades en las secciones anteriormente citadas y, por el otro, ofrecer datos, también cuantitativos, más pormenorizados sobre el número de módulos dedicados a unas y otras regiones.

3.3.1.4. Medición de la presencia matizada

Si bien para la medida de la cantidad de noticias publicadas sobre Castilla y León se determinó una metodología, la explicada anteriormente, manifiestamente cuantitativa, las características de la segunda unidad de análisis, la presencia matizada, requerían de un enfoque investigador más cualitativo. Como ya se dijo antes, ha de advertirse que la presencia o ausencia de un tema en las páginas de un periódico (en este caso, en sus portadas y editoriales, como piezas elegidas) es ya una muestra en sí de la voluntad del editor de dar importancia al citado tema. Indudablemente, eso es en sí mismo una caracterización. Por tanto, los datos extraídos en el recuento de piezas periodísticas y mediante la aplicación del MAPA para determinar la presencia de Castilla y León en la prensa nacional servirían en sí mismos de punto de partida para empezar a interpretar la caracterización de la región en las secciones estudiadas.

Sin embargo, si bien es verdad que esta aproximación da una idea bastante fidedigna de la presencia de un tema en las páginas de un periódico, no es menos cierto que la repercusión no puede medirse enteramente por una vía cuantitativa (módulos o centímetros cuadrados dedicados dentro de la página de periódico), ya que así no se reflejará completamente la voluntad del editor quien, además de otorgarle un espacio a la pieza, le concede una posición concreta dentro de la página, además de una serie de atributos que contribuyen a captar o a alejar la atención del lector.

Por esta razón, para investigar esta unidad de análisis se apostó por combinar lo cuantitativo con técnicas más cualitativas. Así, se formuló un modelo

de ponderación destinado a matizar los datos obtenidos en la fase de recapitulación cuantitativa de la unidad de análisis “presencia”. Este modelo, inspirado en los principios teóricos y en las investigaciones previas de los expertos en diseño periodístico mencionados en la introducción, buscaba, en definitiva, contextualizar adecuadamente el tipo de informaciones publicadas incluyendo aspectos (cuya importancia tanto en el deseo del productor de contenido como en el efecto producido en el receptor del mismo es indiscutible) que se soslayaban en la investigación cuantitativa como la posición en página, la presencia o no de elementos gráficos, etc.

3.3.1.5. Medición de la caracterización

En último término, se ideó un modelo de análisis de contenido cualitativo para el estudio de la caracterización de Castilla y León sustentado en una categorización de temáticas recurrentes aplicables a los textos estudiados a la que, a su vez, se le realizó un análisis interpretativo para definir previamente qué temáticas se consideraría que alimentaban un retrato negativo, cuáles positivo, y cuáles neutro de Castilla y León.

El análisis de contenido categorial de las temáticas presentaba una primera aproximación, al estudio del “qué se dice”. ¿Por qué categorial? Porque esa era precisamente la fortaleza que podía aportar el análisis de contenido al estudio de las piezas periodísticas. Si bien no se puede hablar estrictamente de una técnica cuantitativa, por cuanto la elección de las categorías tiene una parte de interpretación por parte del investigador, sí que es cierto que aporta un carácter

sistemático y replicable muy enriquecedor para la solidez del estudio. Por otra parte, el análisis interpretativo de las temáticas aportaba una posterior ponderación y matización de los resultados cuantitativos a través del análisis temático.

En los anexos correspondientes al presente capítulo metodológico se pueden encontrar los modelos utilizados tanto para el análisis de categorías recurrentes como para la ponderación del flujo de noticias encontradas. En esos mismos anexos se especifica la definición de cada una de las categorías, por un lado, y la justificación de las decisiones tomadas para la elaboración del modelo de ponderación de noticias dentro de la página de periódico.

3.3.2. Análisis de cibermedios. Definición de la población de análisis

El análisis de la prensa digital se centró también en los medios escritos de ámbito nacional. Al igual que ocurría con la prensa impresa, esto implica no sólo medios de comunicación de difusión nacional, sino esencialmente generalistas, por las razones expuestas en el punto anterior. A todos estos motivos, sustentados en las ya citadas palabras de **Maciá Mercadé** (1993:47) se le sumaba la definición que **López et al.** (2005:62) daban de cibermedio de información generalista: “aquel emisor de contenidos referentes a las diversas áreas del saber humano que tiene voluntad de mediación entre hechos y público, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual, se actualiza y se publica en la red Internet.” Algunas de esas

nociones, en especial la multimedialidad y la hipertextualidad, las recogeremos en la elaboración de nuestro modelo de análisis.

3.3.2.1. Selección, partiendo de esa población, de una muestra adecuada

a) Primera etapa: selección de títulos y justificación.

En su análisis comparativo de cibermedios, **López et al.** (2005b) eligieron tres medios digitales: *lavanguardia.es*, *elmundo.es* y *elpais.com*. Para llegar a esta muestra se emplearon cuatro criterios: que fueran “diarios de calidad, líderes en el mercado de la información general y con un ámbito de difusión nacional”, además de contar “con una edición consolidada en Internet” (**López et al.**, 2005b:127-132).

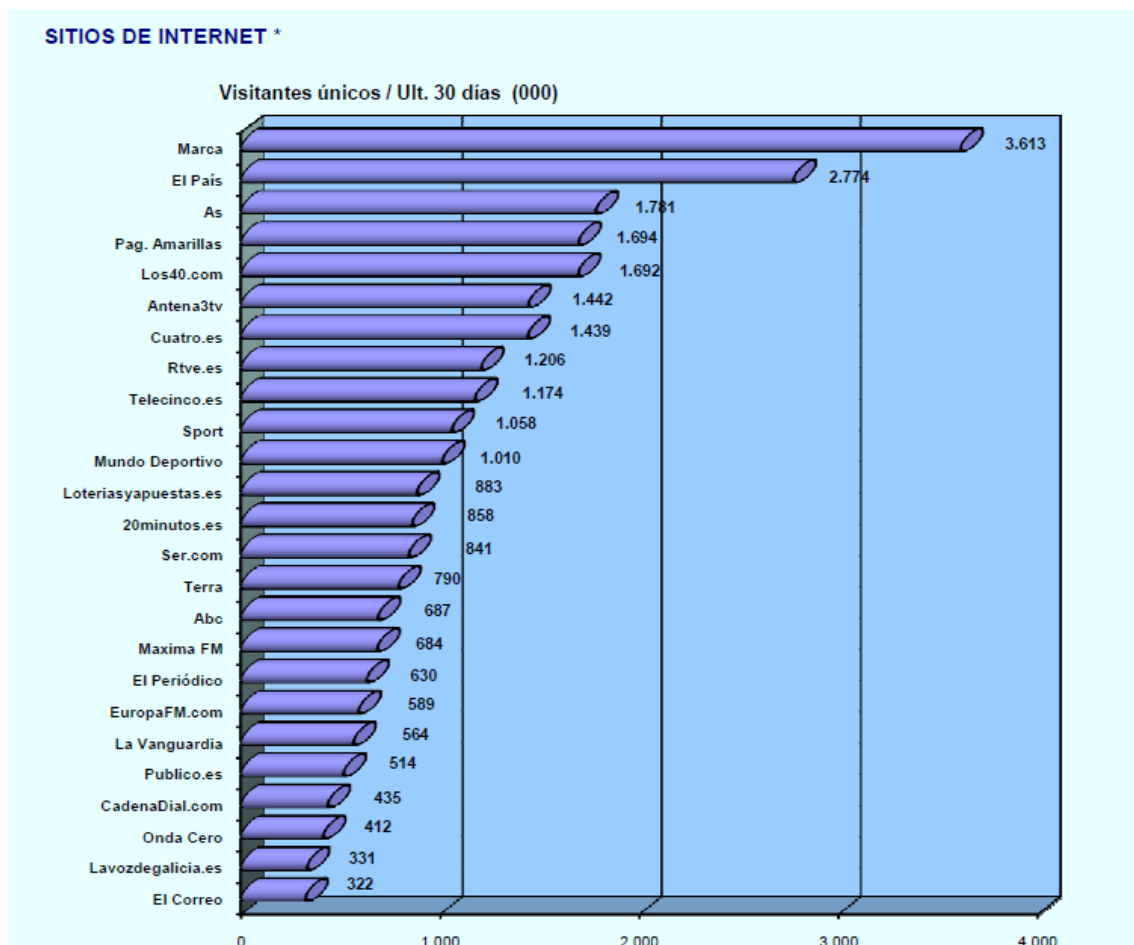


Gráfico 7. Clasificación de sitios de Internet en función del número de visitas. Fuente: AIMC (EGM) 2010

Es bastante probable que la elección muestral de **Lopez et al.** se inclinase por tal combinación de criterios (calidad, audiencia, difusión, arraigo en Internet) ante la imposibilidad de obtener datos de audiencia unificados en Internet. Como bien apunta **Díaz Noci** (2005:33), diarios digitales como *elpais.es* o *lavanguardia.es*, optaron en su momento por desligarse del control de visitas realizado por la OJD, según el cual *elmundo.es* ostenta el liderazgo de los cibermedios españoles en Internet.

En enero de 2011, la OJD colocaba a *elmundo.es* como el cibermedio español de noticias e información (subclasificación “Noticias globales y actualidad”) más visitado en Internet, con 72.557.015 visitas, sustancialmente por delante de sus inmediatos perseguidores, *2ominutos.es* (25.410.299 visitas) y *abc.es* (22.524.131). Según el último EGM de 2010, como se puede ver en la siguiente figura, los tres ciberdiarios de información generalista más visitados fueron *elpais.com* (2.774.000), *2ominutos.es* (858.000), *abc.es* (687.000) y *lavanguardia.es* (564.000). En este punto hay que recordar, como bien apuntan **Sádaba y Portilla** (2005:116), que todos los portales de Internet reseñados en OJD (usuarios únicos) y en EGM (audiencia), como el caso de ABC, por ejemplo, presentan cifras menores en el EGM que en la OJD. Hay varios motivos para explicar este fenómeno.

Para empezar, que los usuarios únicos (OJD) pueden proceder de población no controlada por el EGM (hogares institucionales, Ceuta y Melilla, visitas desde fuera de España). Asimismo, el EGM es un estudio que, además de incluir un margen de error estadístico, se basa en el recuerdo,

por lo que el encuestado puede no acordarse de todos los sitios que ha visitado. Por su parte, la OJD cuenta “pinchazos”, independientemente de quién los realice. Así pues, puede darse el caso de que una misma persona se conecte desde diversos ordenadores o borre las *cookies* y sus visitas no queden contabilizadas como una sola, sino como varias²⁷¹.

Por todo ello, ponderando los datos de audiencia, raigambre histórica del medio y proyección generalista, se optó por enfocar el estudio de la imagen de la prensa digital a dos cibermedios, *elmundo.es* y *elpais.com*. Su coincidencia con las versiones en papel igualmente sometidas a estudio en los parámetros indicados en puntos anteriores proporcionaba, además, unos paralelismos muy interesantes de cara al estudio comparativo de la imagen de Castilla y León en prensa impresa y digital.

²⁷¹ La selección de cibermedios de **López et al.** (2005b) se fundamentaba también, como vimos anteriormente, en el arraigo histórico de los cibermedios estudiados. El primer cibermedio en situarse en la Red, a través de Servicom y no en la World Wide Web, fue la revista semanal *El Temps* (**Salaverría**, 2005:25), en el año 1994. También en Servicom iniciaron su andadura, igualmente en 1994, *El Periódico de Catalunya* y *El Mundo*. Durante estos primeros meses se trataba de poco más que de versiones reducidas y de libre acceso de lo que el lector podría encontrar al día siguiente en la edición de papel. No es extraño, como señala **Díaz Noci** (2005:26), por otra parte, que fueran estos dos periódicos, publicaciones jóvenes (sobre todo *El Mundo*), con inquietudes y en busca de su sitio en el panorama mediático, quienes abrieran la veda de la comunicación generalista por Internet. Además, como bien apunta el propio **Díaz Noci**, mientras otros periódicos tuvieron que realizar más o menos rápidamente su transición hacia las redacciones informatizadas, en el caso de *El Periódico* y *El Mundo*, su tardío nacimiento hizo que desde sus más tempranos comienzos las redacciones estuvieran completamente adaptadas a las nuevas tecnologías del momento, lo cual iba absolutamente en consonancia con la apuesta por lo digital (*El Mundo* almacenó un archivo digital desde su nacimiento, a diferencia de los diarios decanos de la prensa española, que se encontraron ante la ingente labor de digitalizar periódicos que se remontaban hasta a más de un siglo atrás, como fue el caso de *ABC* o *La Vanguardia*) en general y de Internet en particular.

El primer caso de publicación electrónica que ofreció sus contenidos íntegros en formato de pago fue el del Boletín Oficial del Estado. Dada la naturaleza pública del BOE, la cuestión llegó al Parlamento azuzada también por la propia opinión pública, y finalmente los contenidos se abrieron de manera completa al gran público. Eso hace que, curiosamente, y como bien indica **Díaz Noci** (2005:28), el BOE se convirtiera en el primer ejemplo de publicación con contenidos completos en Internet, tanto en la modalidad de pago como de libre acceso (cf. también **López García et al.**, 2005:43). En la esfera privada, los diarios catalanes fueron pioneros en el asentamiento dentro de Internet. *Avui*, *El Periódico* y *La Vanguardia* ya contaban en 1995 con ediciones digitales propias, e incluso algunos se atrevían a colgar contenidos a los que sólo se podía acceder a través de la Web (**Salaverría**, 2006:29). En Madrid, después de *El Mundo*, le siguió la estela el *ABC*. En 1996 se produjo el salto de *El País*, que aprovechó su vigésimo aniversario (en mayo) para estrenar su edición digital.

b) Segunda etapa: selección de fechas.

Al igual que sucedía con la prensa escrita, y también en aras de facilitar el estudio comparativo de soportes, se decidió analizar *elmundo.es* y *elpais.com* durante el año 2010. En el caso concreto de la prensa digital, el número total de noticias recolectadas fue de 6.475, con lo cual haciendo una estimación similar al alza tendríamos un universo aproximado de 50.000 noticias. Con un universo de 50.000 noticias y una muestra de 6.475, considerando p y q para el peor de los casos posibles ($p=0,5$ y $q=0,5$), con un nivel de confianza del 99%, se calculó que el error muestral general que depararía la muestra de prensa impresa con respecto a un universo total era de $\pm 0,015$.

c) Tercera etapa. Selección del contenido.

Dadas las características de la prensa digital y los estudios de legibilidad empleados, así como las secciones compartidas por los distintos medios sometidos a estudio, se consideró que el análisis debía centrarse tanto en las portadas²⁷² como en las secciones de España, Economía, Tecnología, Cultura y Sociedad. La recopilación del material analizado contaba, además, con la peculiaridad de que, en el caso de *elpais.com*, el archivo digital no conservaba las características de la portada del día, sino que se disponían los titulares y pequeños *blurbs* con formato de flujo de texto (aglutinados en las diferentes secciones). Los textos referidos a Castilla y León fueron

²⁷² En el caso de *elpais.com*, el archivo reflejaba de una manera tremendamente asistemática las portadas de cada día, por lo que en ese caso en concreto se optó por obviar los resultados obtenidos en la portada, por considerarlos poco representativos.

analizados tanto por su presencia en la portada como por su noticia desarrollada (clicando en el enlace).

3.3.2.2. Elección y definición de las unidades de análisis

Al igual que se estableció en el apartado metodológico destinado a la prensa impresa, las dos unidades de análisis principales que se aplicaron al estudio de la prensa digital fueron presencia, repercusión mediática y caracterización.

a) Presencia: Cantidad de informaciones referidas a cada comunidad autónoma publicadas en las portadas de los cibermedios seleccionados (calculado en módulos y cantidad de noticias).

b) Presencia matizada: Análisis semicualitativo de la presencia mediática en los mismos términos comentados anteriormente para la prensa escrita.

c) Caracterización: Análisis de las temáticas vinculadas a Castilla y León a través de los medios digitales.

3.3.2.3. Medición de la presencia en la prensa digital

Para la medición de la unidad de análisis “presencia” en medios digitales se optó por adaptar el Método de Análisis Proporcional Aproximativo (MAPA) propuesto por **Tena** (1997) a la pantalla de ordenador. Si el MAPA propugnaba una división modular de la página de periódico en diez líneas horizontales y diez líneas verticales, lo que daba lugar a cien cuadros formato (divididos, a su vez, en una

nueva rejilla de 10x10), se empleó una plantilla similar para medir la presencia en las portadas del formato digital. Un segundo criterio cuantitativo empleado para la medición de la presencia se centró no tanto en la cantidad de espacio concedido a Castilla y León como en el número de noticias publicadas relativas a la comunidad castellanoleonesa.

3.3.2.4. Medición de la presencia matizada en la prensa digital

Al igual que ocurría con la prensa escrita, la medición de la unidad de análisis “presencia matizada”, requería de un enfoque investigador más cualitativo que el de la “presencia”. Gracias a su exhaustivo archivo, el caso de *elmundo.es* aportaba, como sucedía con las noticias publicadas en papel, un variado elenco de elementos que, sin entrar en el contenido textual de las noticias, debían ser analizados de manera sistemática para obtener datos precisos sobre la caracterización de la prensa castellanoleonesa. Dado que el archivo de *elmundo.es* conservaba tres versiones de la portada diaria del cibermedio, mañana, tarde y noche, se optó por elegir la segunda sobre la base de los datos expuestos en el gráfico 8, en el que se reflejan los hábitos de consumo de periódicos *online* según las diferentes franjas horarias²⁷³. Se tomó como referencia los datos de pinchazos por ordenador, ya que las versiones que se iban a analizar eran las diseñadas para este soporte.

Definido esto, se llegó a la conclusión de que, como ya se vio en la descripción de las características diferenciales de la producción en cibermedios,

²⁷³ Obtenido de <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703326204575616310040096840.html> (última consulta: agosto 2012).

los productos ideados para este soporte necesitaban un análisis que tuviera en cuenta la posición en la página, la multimedialidad o la hipertextualidad, por citar algunos. Por todo ello, se desarrolló un modelo, similar al ideado para el análisis de páginas de periódico, aplicable a la prensa digital.

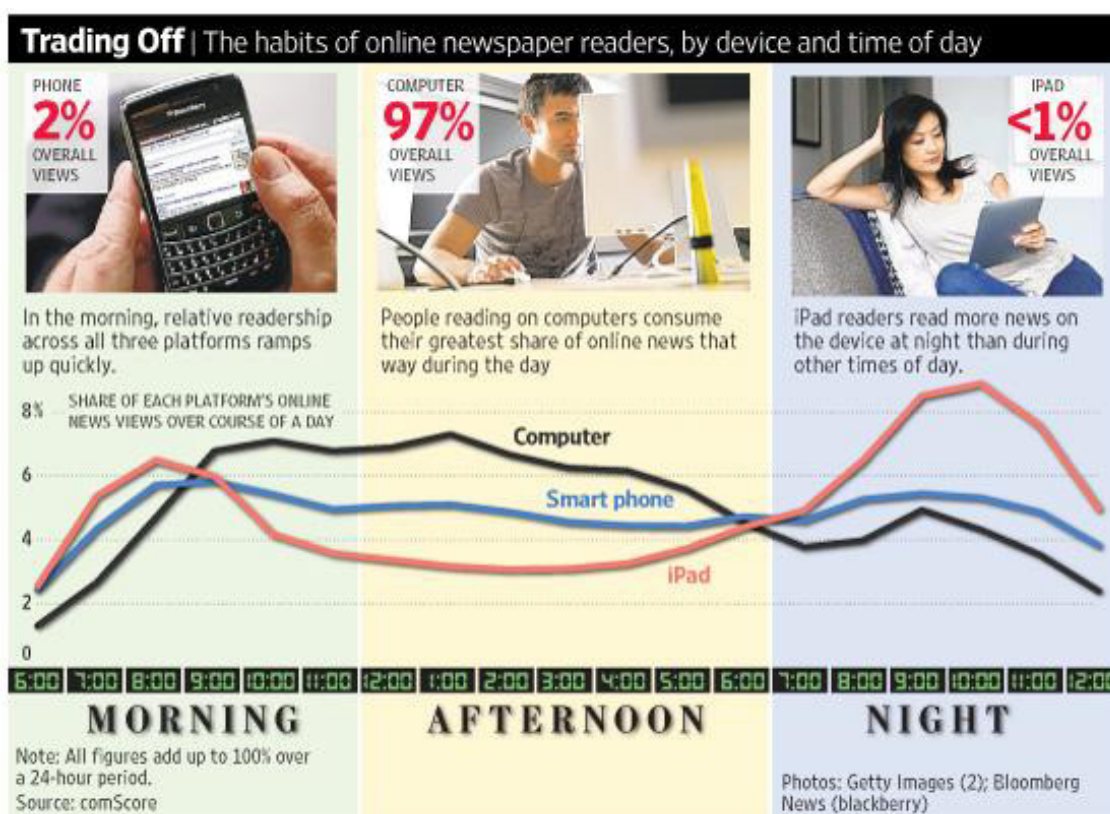


Gráfico 8. Hábitos de consumo de periódicos electrónicos. Fuente: Wall Street Journal²⁷⁴

3.3.2.5. Medición de la caracterización en la prensa digital

Por otra parte, el análisis de los textos sometidos a estudio se basó en el modelo de análisis de contenido categorial temático y en el análisis interpretativo previo

²⁷⁴ El título del cuadro podría resumirse en “Hábitos de los consumidores por dispositivo utilizado (ordenador, teléfono inteligente y iPad) y por franja horaria”. En la franja de la Mañana se destaca el fenómeno de inmediato ascenso de las consultas en todos los soportes. En la franja de Tarde se destaca el dominio de las consultas realizadas a través de ordenador. Por último, los lectores de iPad suelen utilizar este dispositivo con mayor frecuencia en la franja nocturna.

de esas temáticas. Dado que su explicación quedó justificada en el apartado dedicado a prensa impresa, no se redundará más en su utilidad.

3.3.3. Enunciado y justificación de categorías de temáticas recurrentes

Con el análisis temático de las informaciones publicadas tanto en prensa digital como en prensa impresa se pretendían extraer datos que permitieran dar respuesta a algunas de las preguntas de investigación planteadas, fundamentalmente aquellas relativas a la unidad de análisis “caracterización”. El modelo de análisis de contenido categorial planteado sobre estas líneas planteó un enfoque exhaustivo y excluyente de las distintas temáticas en las que podían quedar encuadradas las diferentes piezas periodísticas sometidas a estudio.

En otras palabras, el objetivo del modelo era que no hubiese ninguna pieza cuyas características impidiesen que se la clasificase en alguna de las temáticas propuestas. Al mismo tiempo, al ser las categorías excluyentes, se planteó el modelo de tal manera que una misma pieza no pudiera pertenecer a dos temáticas. Del mismo modo, es preciso señalar la razón de ser de las subtemáticas. Como se puede observar en el cuadro 5, hay algunas temáticas que, aparentemente, podrían incluir un número casi ilimitado de subtemáticas y, sin embargo, no tienen ninguna. El motivo es claro: el objetivo principal de las subtemáticas no era la exhaustividad sino la matización. No se debe perder de vista que nuestra meta investigadora en esta fase era clarificar la caracterización de Castilla y León en la prensa española.

Temáticas	Subtemáticas asociadas	
1. Ciencia y tecnología	1.1. Campañas de promoción	
	1.2 Indicadores positivos	
	1.3 Indicadores negativos	
	1.4. Otros	
2. Cultura	2.1. Música	2.1.1. Estrellas nacionales o internacionales
		2.1.2. Estrellas regionales
		2.1.3. Festivales en suelo regional
	2.2. Cine	2.2.1. Estrellas nacionales o internacionales
		2.2.2. Estrellas regionales
		2.2.3. Festivales en suelo regional
	2.3. Artes escénicas	2.3.1. Estrellas nacionales o internacionales
		2.3.2. Estrellas regionales
		2.3.3. Festivales en suelo regional
	2.4. Literatura	2.4.1. Estrellas nacionales o internacionales
		2.4.2. Estrellas regionales
		2.4.3. Festivales en suelo regional
	2.5. Ferias de arte	2.5.1. Inauguración
		2.5.2. Cancelación/ Suspensión
		2.5.3. Datos positivos
		2.5.4. Datos negativos
		2.5.5. Otros
	2.6. Museos	2.6.1. Apertura de nuevos museos.
		2.6.2. Inauguración o clausura de exposiciones
		2.6.3 Visita de personajes públicos.
		2.6.4. Cierre de museos.
2.7. Toros	2.7.1. Estrellas regionales	
	2.7.2. Festejos	
	2.7.3. Polémicas	

	2.8. <i>Lenguas</i>		2.8.1. <i>Manifestaciones</i>	
			2.8.2. <i>Estrategias políticas</i>	
	2.9. <i>Premios/Reconocimientos</i>		2.9.1. <i>A personalidades regionales</i>	
			2.9.2. <i>En suelo regional</i>	
		2.9.3. <i>A ciudades/regiones</i>		
2.10. <i>Otros eventos culturales</i>				
3. Comunicación	3.1. <i>Eventos relacionados con la comunicación o con comunicadores relevantes</i>			
	3.2. <i>Denuncias contra periodistas</i>			
	3.3. <i>Otros</i>			
4. Defensa y seguridad	4.1. <i>Heridos y fallecidos</i>			
	4.2. <i>Desplazados en misiones exteriores</i>			
	4.3. <i>Vejaciones</i>			
	4.4. <i>Otros</i>			
5. Deporte	5.1. <i>Acontecimientos deportivos</i>			
	5.2. <i>Equipos /deportistas</i>		5.2.1. <i>Victorias</i>	
			5.2.2. <i>No victorias</i>	
			5.2.3. <i>Dopaje</i>	
			5.2.4. <i>Otros</i>	
6. Economía	6.1. <i>Indicadores positivos</i>			
	6.2. <i>Indicadores negativos</i>			
	6.3. <i>Sectores económicos</i>	6.3.1. <i>Primario</i>	6.3.1.1. <i>Agricultura</i>	
			6.3.1.2. <i>Ganadería</i>	
			6.3.1.3. <i>Pesca</i>	
			6.3.1.4. <i>Minería</i>	
		6.3.2. <i>Secundario</i>	6.3.2.1. <i>Industria</i>	
6.3.2.2. <i>Energía</i>				
6.3.2.3. <i>Construcción</i>				

	6.3.3. Terciario	6.3.3.1. Transportes
		6.3.3.2. Comunicaciones
		6.3.3.3. Comercio
		6.3.3.4. Turismo
		6.3.3.5. Administración pública
	6.4. Entidades financieras	6.4.1. Fusiones
		6.4.2. Quiebras
		6.4.3. Pérdidas
		6.4.4 Beneficios
		6.4.5. Otros
	6.5. Fraudes	6.5.1. Financiero
6.5.2. Alimentario		
6.6. Otros		
7. Educación	7.1. Iniciativas regionales	
	7.2. Indicadores positivos	
	7.3. Indicadores negativos	
	7.4. Experiencias positivas	
	7.5. Experiencias negativas	
	7.6. Otros	
8. Empleo	8.1. Iniciativas regionales	
	8.2. Deficiencias del sistema regional	
	8.3. Indicadores positivos	
	8.4. Indicadores negativos	
	8.5. Experiencias personales positivas	
	8.6. Experiencias personales negativas	
	8.7. Otros	
9. Historia	9.1. Franquismo	9.1.1. Manifestaciones a favor

		9.1.2. Manifestaciones en contra
		9.1.3. Memoria histórica
		9.1.3.1. Reparación
		9.1.3.2. Fosas
	9.2. Festividades regionales	
	9.3. Otros	
10. Infraestructuras	10.1. Creación/ desarrollo de nuevas infraestructuras	10.1.1. Proyectos/ Candidaturas
		10.1.2. Concesiones/ Inauguraciones
	10.2. Desaparición/ empeoramiento de infraestructuras	
11. Inmigración	11.1. Aspectos positivos	
	11.2. Aspectos problemáticos	11.2.1. Conflictos
		11.2.2. Inmigración ilegal
	11.3. Otros	
12. Política	12.1. Políticos	
	12.2. Actos institucionales o de partido	
	12.3. Partidos regionales	
	12.4. Medidas legislativas	
	12.5. Elecciones	
	12.6. Corrupción	
	12.7. Espionaje	
	12.8. Polémicas	
	12.9. Desautorizaciones judiciales	
	12.10. Otros	
13. Religión	13.1. Iglesia católica	13.1.1. Manifestaciones de fe.
		13.1.2. Visitas de líderes religiosos a la región.
		13.1.3. Religiosos en la región.
		13.1.4. Misiones de religiosos regionales fuera de las fronteras nacionales.
		13.1.5. Sucesos delictivos vinculados a ministros de la

		<i>Iglesia</i>
	<i>13.2. Otras confesiones</i>	
	<i>13.3. Otros</i>	
14. Sanidad	<i>14.1. Ventajas/mejoras en las prestaciones sanitarias</i>	
	<i>14.2. Pérdida de prestaciones sanitarias</i>	
	<i>14.3. Errores médicos</i>	
	<i>14.4. Operaciones pioneras</i>	
	<i>14.5. Epidemias / Brotes de enfermedades</i>	
	<i>14.6. Indicadores positivos</i>	
	<i>14.7. Indicadores negativos</i>	
	<i>14.8. Otros</i>	
15. Sociedad	<i>15.1. Manifestaciones</i>	<i>15.1.1. Huelgas generales</i>
		<i>15.1.2. Huelgas/Manifestaciones de empleados de un sector económico/laboral</i>
		<i>15.1.4. Derechos de minorías</i>
		<i>15.1.5. Contra políticas específicas.</i>
		<i>15.1.6. Protesta por sucesos que ocurren en un país extranjero.</i>
		<i>15.1.7. Otras manifestaciones</i>
	<i>15.2. Eventos sociales en suelo regional</i>	
	<i>15.3. Tercera edad</i>	<i>15.3.1. Indicadores positivos referidos al envejecimiento.</i>
		<i>15.3.2. Indicadores negativos referidos al envejecimiento.</i>
	<i>15.4. Otros</i>	
16. Solidaridad	<i>16.1. Discapacidad</i>	
	<i>16.2. Cooperación</i>	
	<i>16.3. Actos benéficos</i>	
	<i>16.4. Otros</i>	
17. Sucesos	<i>17.1. Accidentes</i>	

	17.2. Fenómenos meteorológicos		
	17.3. Incendios		
	17.4. Narcotráfico		
	17.5. Malos tratos/ Vejaciones/ Abusos	17.5.1. Contra personas de la tercera edad.	
		17.5. 2. Contra niños/adolescentes	
		17.5. 3. Contra mujeres	
	17.6. Violencia contra las fuerzas de seguridad del Estado		
	17.7. Violencia verbal o física contra personalidades públicas		
17.8. Otros sucesos			
18. Terrorismo	18.1. ETA	18.1.1. Atentados o cualquier otra manifestación de violencia terrorista	
		18.1.2. Lucha antiterrorista	18.2.1. Operaciones legales
			18.2.2. Guerra sucia
	18.1.3. Víctimas de ETA	18.1.3.1 Historias personales	
		18.1.3.2. Expresiones de rechazo	
	18.2. 11-M	18.2.1. Víctimas	
		18.2.3. Esclarecimiento de los hechos	
19.3. Otros actos de terrorismo			

Cuadro 5. Modelo de análisis de contenido categorial. Fuente: Elaboración propia

Marcadas las temáticas, se observó que se daban casos en los que la caracterización podía interpretarse de manera unívoca y unánime en un sentido u otro (temáticas enteramente positivas, enteramente negativas, o enteramente neutras). Sin embargo, había otras que presentaban más dudas. Por ejemplo, si hablamos de carreteras, es distinto relacionar a Castilla y León con una noticia de un accidente muy grave a vincular su imagen con la de una iniciativa de seguridad vial. En ese caso, resultaba necesario introducir dos subtemáticas diferenciadas, ya que en el análisis de resultados, aun perteneciendo ambas a una misma rama temática, la interpretación del modo en el que caracterizaban a Castilla y León era diferente. Por ello, solo se han introducido subtemáticas en casos en los que, como el señalado anteriormente, se producía esta doble (o triple, etc.) posibilidad. A continuación, se detalla la definición de las diferentes temáticas y subtemáticas para justificar la inclusión de las diferentes piezas analizadas en una categoría u otra.

Temáticas y subtemáticas		Definición
1. Ciencia y tecnología		
1.1. Campañas de promoción		Piezas sobre campañas de promoción o implantación de nuevas tecnologías y/o el desarrollo científico en la región.
1.2 Indicadores positivos		Estadísticas o indicadores que resalten valores positivos de la investigación científica o la innovación tecnológica en la región, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
1.3 Indicadores negativos		Estadísticas o indicadores que resalten valores negativos de la investigación científica o la innovación tecnológica en la región, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
1.4. Otros		Otras piezas relacionadas con el área de ciencia y tecnología en la región
2. Cultura		
2.1. Música	2.1.1. Estrellas nacionales o internacionales	Conciertos de artistas relacionados con el mundo de la música en suelo regional, o entrevistas a dichos artistas con motivo a su visita a suelo regional,
	2.1.2. Estrellas regionales	Participación de artistas nacidos o criados en la región en eventos musicales. Entrevistas, reseñas o noticias de actualidad referidas a estos artistas.
	2.1.3. Festivales en suelo regional	Noticias, críticas, crónicas u otras piezas periodísticas relacionadas con la celebración de festivales musicales en suelo regional.
2.2. Cine	2.2.1. Estrellas nacionales o internacionales	Estrenos de películas en suelo regional, o entrevistas a los actores protagonistas con motivo de su visita a suelo regional
	2.2.2. Estrellas regionales	Participación de artistas nacidos o criados en la región en películas. Entrevistas, reseñas o noticias de actualidad referidas a estos artistas.
	2.2.3. Festivales en suelo regional	Noticias, críticas, crónicas u otras piezas periodísticas relacionadas con la celebración de festivales cinematográficos en suelo regional.
2.3. Artes escénicas	2.3.1. Estrellas nacionales o internacionales	Representaciones de artistas relacionados con el mundo de las artes escénicas en suelo regional, o entrevistas a dichos artistas con motivo a su visita a suelo regional
	2.3.2. Estrellas regionales	Participación de artistas nacidos o criados en la región en eventos de artes escénicas. Entrevistas, reseñas o noticias de actualidad referidas a estos artistas.

	<i>2.3.3. Festivales en suelo regional</i>	Noticias, críticas, crónicas u otras piezas periodísticas relacionadas con la celebración de festivales de artes escénicas en suelo regional.
<i>2.4. Literatura</i>	<i>2.4.1. Estrellas nacionales o internacionales</i>	Actos con escritores relacionados con el mundo de las artes escénicas en suelo regional, o entrevistas a dichos escritores con motivo a su visita a suelo regional
	<i>2.4.2. Estrellas regionales</i>	Participación de escritores nacidos o criados en la región en eventos relacionados con la literatura. Entrevistas, reseñas o noticias de actualidad referidas a estos escritores.
	<i>2.4.3. Festivales en suelo regional</i>	Noticias, críticas, crónicas u otras piezas periodísticas relacionadas con la celebración de festivales literarios en suelo regional.
<i>2.5. Ferias de arte</i>	<i>2.5.1. Inauguración</i>	Piezas periodísticas referidas a la inauguración de ferias de arte en suelo regional o a la participación de artistas regionales en ferias de arte que se inauguran en otros lugares.
	<i>2.5.2. Cancelación/ Suspensión</i>	Piezas periodísticas referidas a la cancelación definitiva de ferias de arte o a su suspensión puntual.
	<i>2.5.3. Datos positivos</i>	Indicadores positivos referidos a la asistencia u otros niveles de medición del compromiso (compra de obras de arte, ayudas por parte de las administraciones, etc.)
	<i>2.5.4. Datos negativos</i>	Indicadores negativos referidos a la asistencia u otros niveles de medición del compromiso (compra de obras de arte, denegación o retirada de ayudas por parte de las administraciones, etc.)
	<i>2.5.5. Otros</i>	Otros aspectos relacionados con ferias de arte o artistas vinculados a la región.
<i>2.6. Museos</i>	<i>2.6.1. Apertura de nuevos museos.</i>	Piezas referidas a la creación o apertura de nuevos museos y/o salas de exposiciones en suelo regional.
	<i>2.6.2. Inauguración o clausura de exposiciones</i>	Piezas referidas a la inauguración de nuevas exposiciones en museos preexistentes ubicados en suelo regional.
	<i>2.6.3 Visita de personajes públicos</i>	Visita de personalidades relevantes a los museos ubicados en la región.
	<i>2.6.4. Cierre de museos</i>	Cierre de museos ubicados en la región.
<i>2.7. Toros</i>	<i>2.7.1. Estrellas regionales</i>	Participación de profesionales de la lidia en festejos que se desarrollan fuera de suelo regional.
	<i>2.7.2. Festejos</i>	Festejos taurinos que se desarrollan en suelo regional.
	<i>2.7.3. Polémicas</i>	Polémicas en torno a festejos relacionados con el toro o referidas a su supresión.

2.8. <i>Lenguas</i>	2.8.1. <i>Manifestaciones</i>	Manifestaciones para reivindicar el uso de lenguas regionales.
	2.8.2. <i>Estrategias políticas</i>	Acciones/políticas para fomentar la prevalencia de las lenguas regionales.
2.9. <i>Premios</i>	2.9.1. <i>A personalidades regionales</i>	Reconocimientos a personalidades regionales por instituciones nacionales e internacionales.
	2.9.2. <i>En suelo regional</i>	Reconocimientos a personalidades nacionales e internacionales que se llevan a cabo en suelo regional.
	2.9.3. <i>A ciudades/regiones</i>	Piezas relativas a reconocimientos destinados a ciudades/regiones pertenecientes al ámbito de la comunidad (patrimonio de la humanidad, capitalidad de la cultura, etc.)
2.10. <i>Otros eventos culturales</i>		Otros eventos relacionados con la cultura que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.
3. Comunicación		
3.1. <i>Eventos relacionados con la comunicación o con comunicadores relevantes</i>		Piezas periodísticas que dan cobertura a eventos relativos a la comunicación o a la presencia de comunicadores relevantes con raigambre en la región o que se celebran en suelo regional.
3.2. <i>Denuncias contra periodistas</i>		Piezas periodísticas que dan cobertura a las acciones judiciales emprendidas contra periodistas de origen regional o contra medios ubicados en suelo regional.
3.3. <i>Otros</i>		Otros eventos relacionados con la comunicación que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.
4. Defensa y seguridad		
4.1. <i>Heridos y fallecidos</i>		Noticias sobre militares y miembros de cuerpos de seguridad regionales que resulten heridos o muertos en acciones militares o ataques terroristas dentro o fuera de nuestras fronteras.
4.2. <i>Desplazados en misiones exteriores</i>		Piezas periodísticas sobre contingentes compuestos total o parcialmente por regionales desplazados en misiones al exterior.
4.3. <i>Vejaciones</i>		Piezas sobre actos vejatorios o de malos tratos en el interior de cuarteles militares o instalaciones de seguridad situados en la región, o contra militares y/o miembros de fuerzas y cuerpos de seguridad nacidos en la región o adscritos a unidades radicadas en la región.
4.4. <i>Otros</i>		Otros eventos relacionados con la defensa y la seguridad que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.
5. Deporte		

<i>5.1. Acontecimientos deportivos</i>			Celebración de eventos deportivos en suelo regional.
<i>5.2. Equipos/deportistas</i>	<i>5.2.1. Victorias</i>		Victorias de equipos/deportistas de la región en competiciones nacionales y/o internacionales
	<i>5.2.2. No victorias</i>		Fracasos de equipos/deportistas de la región en competiciones nacionales y/o internacionales
	<i>5.2.3. Dopaje</i>		Involucración de deportistas o personas relacionadas con el mundo de deporte procedentes o arraigados en Castilla y León con casos de dopaje
	<i>5.2.4. Otros</i>		Participación de equipos/deportistas de la región en competiciones nacionales e internacionales que no se saldan de manera clara en términos de victorias o derrotas. Actos sociales en los que participan deportistas regionales / Entrevistas a deportistas regionales.
6. Economía			
<i>6.1. Indicadores positivos</i>			Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias positivas de la economía regional, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
<i>6.2. Indicadores negativos</i>			Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias negativas de la economía regional, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
<i>6.3. Sectores económicos</i>	<i>6.3.1. Primario</i>	<i>6.3.1.1. Agricultura</i>	Piezas relativas a la actividad agrícola en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.1.2. Ganadería</i>	Piezas relativas a la actividad ganadera en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.1.3. Pesca</i>	Piezas relativas a la actividad pesquera en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.1.4. Minería</i>	Piezas relativas a la actividad minera en la región o en empresas radicadas en la región.
	<i>6.3.2. Secundario</i>	<i>6.3.2.1. Industria</i>	Piezas relativas a la actividad industrial en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.2.2. Energía</i>	Piezas relativas a la actividad energética en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.2.3. Construcción</i>	Piezas relativas a la construcción en la región o en empresas radicadas en la región.
<i>6.3.3</i>	<i>6.3.3.1. Transportes</i>	Piezas relativas a los transportes en la región o en empresas radicadas en la región.	

	<i>Terciario</i>	<i>6.3.3.2. Comunicaciones</i>	Piezas relativas a las comunicaciones en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.3.3. Comercio</i>	Piezas relativas a la actividad comercial en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.3.4. Turismo</i>	Piezas relativas a la actividad turística en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.3.5. Administración pública</i>	Piezas relativas a la actividad en la administración pública en la región.
<i>6.4. Entidades financieras</i>	<i>6.4.1. Fusiones</i>		Piezas relativas a fusiones consumadas o a la posibilidad de fusión de entidades financieras (bancos, cajas de ahorro) con sede en las provincias de la región.
	<i>6.4.2. Quiebras</i>		Piezas relativas a quiebras o posibilidad de quiebra de entidades financieras (bancos, cajas de ahorro) con sede en las provincias de la región.
	<i>6.4.3. Pérdidas</i>		Piezas sobre cosechadas por parte de las entidades financieras regionales.
	<i>6.4.4 Beneficios</i>		Piezas sobre beneficios obtenidos por las entidades financieras regionales.
	<i>6.4..5. Otros</i>		Piezas relativas a la actividad de entidades financieras con sede regional que no encajan en las subtemáticas anteriores.
<i>6.5. Fraudes</i>	<i>6.5.1. Económicos</i>		Piezas periodísticas referidas a fraudes económicos sobre suelo regional o por actores económicos con relación con la comunidad.
	<i>6.5.2. Alimentarios</i>		Piezas periodísticas referidas a fraudes alimentarios sobre suelo regional o relacionados con empresas radicadas en la comunidad.
<i>6.6. Otros</i>			Otros eventos relacionados con la economía que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.
7. Educación			
<i>7.1. Iniciativas regionales</i>			Piezas en las que se anuncian o se explican iniciativas del gobierno regional para mejorar las condiciones de la educación en la región.
<i>7.2. Indicadores positivos</i>			Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias positivas de la educación en la comunidad, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
<i>7.3 Indicadores negativos</i>			Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias negativas de la educación en la comunidad, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
<i>7.4. Experiencias positivas</i>			Experiencias positivas de docentes en la región

7.5. <i>Experiencias negativas</i>		Experiencias negativas de docentes en la región	
7.6. <i>Otros</i>		Otros eventos relacionados con la educación que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.	
8. Empleo			
8.1. <i>Iniciativas regionales</i>		Piezas en las que se anuncian o se explican iniciativas del gobierno regional para mejorar las condiciones del empleo en la región.	
8.2. <i>Deficiencias del sistema regional</i>		Piezas en las que se denuncian o exponen deficiencias del sistema regional de empleo o de las condiciones laborales en la región (precariedad, irregularidades, etc.)	
8.3. <i>Indicadores positivos</i>		Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias positivas del empleo en la comunidad, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)	
8.4. <i>Indicadores negativos</i>		Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias negativas del empleo en la comunidad, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)	
8.5. <i>Experiencias personales positivas</i>		Experiencias de emprendedores/trabajadores de éxito en empresas nacionales o internacionales.	
8.6. <i>Experiencias personales negativas</i>		Experiencias de personas afectadas por fenómenos negativos relacionados con el empleo, como el paro, las condiciones abusivas de trabajo, etc.	
8.7. <i>Otros</i>		Otros eventos relacionados con el empleo que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.	
9. Historia			
9.1. <i>Franquismo</i>	9.1.1. <i>Manifestaciones a favor</i>		Manifestaciones a favor del franquismo en suelo regional.
	9.1.2. <i>Manifestaciones en contra</i>		Manifestaciones en contra del franquismo en suelo regional.
	9.1.3. <i>Memoria histórica</i>	9.1.3.1. <i>Reparación</i>	9.1.3.1. Leyes para la restauración de la memoria histórica
		9.1.3.2. <i>Fosas</i>	9.1.3.2. Exhumación de fosas / sepelios simbólicos a represaliados
9.2. <i>Festividades regionales</i>		Celebración de festividades regionales con arraigo histórico.	
9.3. <i>Otros</i>		Otros eventos relacionados con el empleo que no encajan claramente en ninguna de las	

		subtemáticas anteriores.
10. Infraestructuras		
10.1. Creación/Desarrollo de nuevas infraestructuras	10.1.1. Proyectos/ Candidaturas	Piezas sobre los proyectos o candidaturas (tanto presentación, como retirada, como cambio en el estado de la candidatura) de la región o alguna de sus provincias/localidades para acoger nuevas infraestructuras.
	10.1.2. Concesiones/ Inauguraciones	Piezas sobre los proyectos o candidaturas de la región o alguna de sus provincias/localidades para acoger nuevas infraestructuras.
10.2. Desaparición/ empeoramiento de infraestructuras		Piezas sobre la desaparición, mal estado, empeoramiento del estado o peligros asociados a este estado de las infraestructuras regionales.
10.3. Otros		Otras piezas relacionadas con infraestructuras que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.
11. Inmigración		
11.1. Aspectos positivos de la inmigración		Piezas que reflejan la integración de inmigrantes en núcleos sociales de la comunidad o que destacan otros aspectos positivos de este fenómeno, como la multiculturalidad, la erradicación del racismo, etc.
11.2. Aspectos problemáticos	11.2.1. Conflictos relacionados con la inmigración	Conflictos de índole social, política, de seguridad o de otras materias relacionadas con la presencia de inmigración en localidades o provincias de la comunidad.
	11.2.2. Inmigración ilegal	Piezas relacionadas con la presencia de inmigrantes ilegales en la comunidad o
11.3. Otros		Otras piezas relacionadas con la inmigración que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.
12. Política		
12.1. Políticos		Entrevistas u otras piezas periodísticas construidas en torno a declaraciones de políticos de la comunidad.
12.2. Actos institucionales o de partido		Piezas periodísticas que reflejan la celebración de actos institucionales u otros actos de relevancia política para la región.
12.3. Partidos regionales		Presencia de partidos regionales en debates/tomas de decisiones de ámbito nacional
12.4. Medidas legislativas		Medidas legislativas para combatir lacras sociales (violencia de género, abusos escolares, desempleo, etc.)

	<i>12.5. Elecciones</i>	Piezas centradas en elecciones a instituciones municipales o regionales en la comunidad.
	<i>12.6. Corrupción</i>	Casos de corrupción política en la comunidad.
	<i>12.7. Espionaje</i>	Casos de espionaje político en la comunidad
	<i>12.8. Polémicas</i>	Polémicas a raíz de las declaraciones de políticos o entre políticos por las declaraciones o los actos de alguno de ellos.
	<i>12.9. Desautorizaciones judiciales</i>	Decisiones judiciales que contradicen o desautorizan decisiones de políticos regionales (ordenación urbanística, medio ambiente, etc.)
	<i>12.10. Otros</i>	Otras piezas relacionadas con la política que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.
13. Religión		Piezas referidas a celebraciones y/o cultos religiosos, así como datos e indicadores relacionados con la religión en la comunidad.
<i>13.1. Iglesia católica</i>	<i>13.1.1. Manifestaciones de fe</i>	Celebración de jornadas de catecumenado, congregaciones de fieles, etc.
	<i>13.1.2. Visitas de líderes religiosos a la región</i>	Visita de líderes religiosos (Papa, obispos, cardenales) a la comunidad.
	<i>13.1.3. Religiosos en la región.</i>	Piezas periodísticas sobre la labor de religiosos pertenecientes a la Iglesia católica en la región.
	<i>13.1.4. Misiones de religiosos regionales fuera de las fronteras nacionales.</i>	Participación de religiosos oriundos o criados en la región en misiones religiosas dentro o fuera de nuestras fronteras.
	<i>13.1.5. Sucesos delictivos vinculados a la Iglesia</i>	Actos perseguibles por la ley cometidos por ministros de la Iglesia.
<i>13.2. Otras confesiones</i>		Piezas que versan sobre otras confesiones distintas a la católica en suelo regional.
<i>13.3. Otros</i>		Otras piezas relacionadas con la religión que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.
14. Sanidad		
<i>14.1. Ventajas/mejoras en las prestaciones sanitarias</i>		Piezas que destacan, bien comparativamente, bien en términos absolutos, las prestaciones sanitarias en la comunidad, ya sea por la cantidad de prestaciones, la calidad del servicio ofrecido, la capacidad de sus profesionales, etc.

14.2. <i>Pérdida de prestaciones sanitarias</i>		Piezas que destacan, bien comparativamente, bien en términos absolutos, la pérdida de prestaciones sanitarias en la comunidad, la escasa calidad del servicio, el desborde de los profesionales, las listas de espera, etc.
14.3. <i>Errores médicos</i>		Piezas periodísticas relativas a casos de errores médicos en la comunidad.
14.4. <i>Operaciones pioneras</i>		Piezas periodísticas sobre la planificación o consecución de operaciones pioneras o remarcables por alguna otra razón (complicación, etc.) realizadas por médicos regionales o en centros sanitarios ubicados en la región.
14.5. <i>Epidemias / Brotes de enfermedades</i>		
14.4. <i>Indicadores positivos</i>		Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias positivas de la sanidad en la comunidad, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
14.5. <i>Indicadores negativos</i>		Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias negativas de la sanidad en la comunidad, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
14.6. <i>Otros</i>		Otras piezas relacionadas con la sanidad que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.
15. Sociedad		
15.1. <i>Manifestaciones</i>	15.1.1. <i>Huelgas generales</i>	Piezas sobre la convocatoria o realización de huelgas generales.
	15.1.2. <i>Huelgas/Manifestaciones de empleados de un sector económico/laboral</i>	Piezas sobre la convocatoria o realización de huelgas por parte de un sector en concreto.
	15.1.4. <i>Derechos de minorías</i>	Manifestaciones por la reivindicación de los derechos de minorías raciales, étnicas, religiosas, de orientación sexual, etc.
	15.1.5. <i>Contra políticas específicas.</i>	Manifestaciones contra la puesta en marcha o la proposición de políticas específicas por parte de determinados colectivos que se podrían ver afectados por estas decisiones.
	15.1.6. <i>Protesta por sucesos que ocurren en un país extranjero.</i>	Protestas por actos en otros países (vulneración de derechos humanos, etc.)
	15.1.7. <i>Otras manifestaciones</i>	Manifestaciones por otras razones no especificadas en las subtemáticas anteriores.
	15.2. <i>Eventos sociales en suelo regional</i>	

15.3. Otros	Otras piezas de Sociedad que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.	
16. Solidaridad		
16.1. Discapacidad	<i>Piezas periodísticas centradas en asuntos relativos a la discapacidad que acontecen dentro de la región.</i>	
16.2. Cooperación	<i>Piezas periodísticas centradas en asuntos relativos a la cooperación con arraigo regional o a cooperantes oriundos de la región.</i>	
16.3. Actos benéficos	<i>Celebración de actos solidarios con fines benéficos en la región o promovidos por personalidades relevantes de la región.</i>	
16.4. Otros	Otras piezas relacionadas con actividades de solidaridad que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.	
17. Sucesos		
17.1. Accidentes	Piezas periodísticas sobre accidentes de todo tipo (tráfico, laborales, etc.) en los que no intervenga un factor intencional, sobre suelo regional o con protagonistas oriundos de la región.	
17.2. Fenómenos meteorológicos	Fenómenos meteorológicos que afecten a la región (inundaciones, sequías, lluvias torrenciales, olas de frío y de calor, etc.)	
17.3. Incendios	Incendios que asolen parte de la región.	
17.4. Narcotráfico	Piezas relacionadas con el narcotráfico (operaciones, redadas, etc.).	
17.5. Malos tratos/ Vejaciones/ Abusos	17.5.1. Contra personas de la tercera edad.	Actos violentos contra personas de la tercera edad (en la calle, en residencias, etc.).
	17.5.2. Contra niños/adolescentes	Actos violentos contra menores (en la calle, en institutos, en centros de ocio...)
	17.5.3. Contra mujeres	Violencia contra la mujer (con resultado o no de muerte)
17.6. Violencia contra las fuerzas de seguridad	Cargas contra las fuerzas de seguridad en suelo regional.	
17.7. Violencia verbal o física contra personalidades públicas	Violencia verbal o física contra personalidades públicas regionales o personalidades públicas que visitan suelo regional.	

17.8. Otros sucesos		Otros sucesos que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.	
18. Terrorismo			
18.1. ETA	18.1.1. Atentados	Atentados o cualquier otra manifestación de violencia terrorista (violencia callejera, extorsiones, amenazas, etc.).	
	18.1.2. Lucha antiterrorista	18.2.1. Guerra limpia	Acciones de los cuerpos y fuerzas de seguridad del estado contra la banda terrorista.
		18.2.2. Guerra sucia	Piezas relacionadas con la lucha ilegal contra el terrorismo (GAL, etc.)
	18.1.3. Víctimas de ETA	18.1.3.1 Historias personales	Piezas periodísticas centradas en las historias personales de las víctimas.
18.1.3.2. Expresiones de rechazo		Expresiones de rechazo a la violencia etarra por parte de políticos, colectivos de víctimas, etc.	
18.2. 11-M	18.2.1. Víctimas	Piezas periodísticas centradas en las historias personales de las víctimas.	
	18.2.3. Esclarecimiento de los hechos	Piezas periodísticas centradas en el esclarecimiento de los hechos sucedidos en el 11-M	
18.3. Otros		Otros actos relacionados con el terrorismo que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.	

Cuadro 6. Definición de las temáticas para el análisis de contenido categorial. Fuente: Elaboración propia

3.3.4. Modelo de ponderación de las noticias en la página de periódico y justificación

La justificación del modelo propuesto ha de realizarse a tres niveles: en primer lugar, se explicará por qué se decidió elaborar una primera división entre tamaño, posición, elementos de fragmentación, titular y fotografía y por qué se ponderó con el modelo 100-30-10-20-40/2 (ver cuadro 7); en segundo lugar, se relatará por qué se escogieron diferentes categorías visuales para cada elemento de la noticia y por qué se las ponderó como se las ponderó; y, por último, se explicará qué sentido tienen los distintos valores otorgados según lo que se ha denominado criterios de ponderación. Antes de nada ha de notarse que, pese a que se ha elegido el modelo de sumatorio de puntos, en realidad, al dividirse finalmente entre dos, cada noticia puede aspirar a un peso máximo de 100 puntos.

Una vez desentrañado el sistema de puntuación, es necesario justificar el reparto de pesos que se ha otorgado en el modelo propuesto. La mayoría de estos estudios y leyes revisados coinciden en los puntos fundamentales que nos concernían a la hora de ponderar visualmente los elementos de la noticia en la página de periódico, si bien es cierto que en ocasiones había ligeras diferencias o incluso vacíos. En este último caso, el criterio seguido fue obedecer lo expuesto por el autor que mejores datos haya aportado sobre el elemento específico que se pretendía ponderar.

Es cierto que, como se ha indicado en pasajes anteriores, todos los estudios mencionados sobre recorridos lectores, centros de impacto visual y elementos favorecedores y perjudiciales para la lectura de periódicos cuentan con una serie

de limitaciones que impiden llamar “científico” de modo estricto a todo lo que aquí se estipule. Sin embargo, como también se indicaba también anteriormente, más que un modelo irrefutable (¿qué ciencia aspira a ser totalmente irrefutable?), lo aquí sugerido trata de ser una propuesta lo más cabal y rigurosa posible realizada a partir de los (escasos) datos pertinentes con los que se cuenta hoy en día sobre itinerarios lectores.

Elemento	Variables de puntuación	
Tamaño (hasta 100 pts.)	Número de módulos según MAPA	
Posición (hasta 30 puntos)	Cuadrante 1: 30 pts.	Cuadrante 2: 20 pts.
	Cuadrante 3: 10 pts.	Cuadrante 4: 5 pts.
Elementos de fragmentación (hasta 10 puntos)	En el titular (hasta 6 pts.)	Antetítulo/Subtítulo/Entradilla (1 elemento): 6 pts.
		Antetítulo/Subtítulo/Entradilla (2 o más elementos): 2 pts.
	En el cuerpo de la noticia (hasta 4 pts.)	Ladillos (1 pts.)
		Despieces (1 pts.)
		Sumarios (1 pts.)
Otros elementos de fragmentación (1 pts.)		
Titular (hasta 20 puntos)	Titular predominante de la página (10 pts.)	
	Titular 5 cols. (10 pts.)	
	Titular 4 cols. (6 pts.)	
	Titular 3 cols. (4 pts.)	
	Titular 2 cols. (2 pts.)	
	Titular a 1 cols. (1 pt.)	
Fotografía (hasta 40 puntos)	Única foto en la página (40 puntos)	
	Foto predominante en una página con varias fotos (30 puntos)	
	Segunda foto de la página (10 puntos)	

Cuadro 7. Propuesta de ponderación de las noticias en la página de periódico. Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, se consideró el tamaño en sí como elemento ponderado sobre cien con el objetivo de poder obtener un dato cuantificable y repetible para aquellos lectores que no desearan aplicar el coeficiente corrector de la ponderación por elementos del diseño. Para aquellos que sí desearan tener en cuenta estos otros aspectos debatidos anteriormente en el presente capítulo metodológico, se tuvieron en cuenta diversos aspectos del diseño periodístico relacionados con los puntos de entrada en la página o la facilitación del proceso de lectura; a saber: titular, fotografía, posición y elementos de fragmentación.

Ya advirtió **Küpper**, en este sentido, por ejemplo, que la introducción del elemento fotográfico resultaba un factor decisivo poco comparable a otros elementos de la noticia y de la página. Las fotografías eran el centro de impacto visual dominante, con unas cotas de visibilidad (más de un 80%²⁷⁵, llegaba a decir el investigador alemán) muy superiores a las del resto de estímulos que el lector se podía encontrar en la página. Por ello se le concedió un peso fundamental²⁷⁶ a la imagen, ya que se entendía que una fotografía iba a atraer de manera muy especial la atención del lector sobre la noticia a la que acompañase.

Siguiendo con **Küpper**, el autor alemán indicaba que los experimentos demostraban cómo los titulares también tenían un gran poder de atracción sobre el ojo del lector. Esto no se producía, por ejemplo, al estudiar el impacto de los desarrollos de la noticia (en algunas páginas estudiadas, **Küpper** [1990:2] habla de porcentajes en torno al 13% de personas que se leían los artículos principales de la portada hasta el final). Por ello se ponderó, en un segundo escalón dentro

²⁷⁵ Cf. **Küpper** (1990:4).

²⁷⁶ 40 puntos como máximo, en función de si es la única imagen, o si es la principal entre varias, o si es una más entre muchas.

de los puntos de entrada en la página, a los titulares con 20 puntos. Hay que recordar aquí que, aunque fuera de manera intuitiva, ya en los 70 **Kayser** (1982) concedió una especial importancia a este elemento de la noticia en su modelo de ponderación. Muchas de las razones que él aportaba son válidas hoy aquí: a menudo los titulares sirven de escaparate para la interpretación del periódico con más frecuencia que los desarrollos de la noticia. Por no mencionar que los estudios sobre itinerarios lectores consultados (tanto el propio **Küpper** como **Suárez Carballo** y **Tena**) reconocen la alta atracción de los titulares, especialmente los de gran tamaño, lo cual no hace sino reafirmar las teorías de **Kayser** y la plasmación misma de estos principios en el modelo adelantado al principio de este subepígrafe.

En lo que respecta a los elementos de facilitación de la lectura, se tuvieron en cuenta dos: la posición en página y la fragmentación. La ponderación de la posición se hizo dividiendo la página en cuatro cuadrantes y asignando más puntos a los cuadrantes más leídos en función de lo estipulado por los autores estudiados²⁷⁷. El esquema resultante sería el que se puede ver en el cuadro 8.

Así las cosas, cada cuadrante quedó compuesto por cinco módulos de alto y cinco de ancho, hasta un total de 25 cuadros formato. En el caso de que la fotografía ocupase módulos parcialmente, se empleó la solución sugerida por **Tena** de dividir, a su vez, cada cuadro formato en una retícula de 10x10 que permitiese calcular las celdas ocupadas hasta el nivel de las centésimas.

²⁷⁷ Básicamente se han combinado los postulados de **Tena** (1997:245) sobre la prevalencia de la posición superior sobre la inferior con las teorías de **Arnold** y otros autores partidarios de los itinerarios fijos que defienden que la parte izquierda de la página tiene más peso que la de la derecha (en lo que a lectores occidentales se refiere).

Cuadrante 1 (30 puntos)	Cuadrante 2 (20 puntos)
Cuadrante 3 (10 puntos)	Cuadrante 4 (5 puntos)

Cuadro 8. Puntos en función de la posición. Fuente: Elaboración propia

La ponderación de los elementos de fragmentación se aplicaron tanto al titular como al cuerpo de la noticia, ya que eran los dos elementos en los que, tal y como se vio en los estudios de legibilidad, la fragmentación repercutía en una mayor posibilidad de que la noticia fuese leída. En los titulares nos encontramos con la posibilidad de que el elemento titular entendido en un sentido amplio presentase hasta tres variantes al titular desnudo: antetítulo, subtítulo y entradilla. Sin embargo, como se advertía anteriormente, los estudios realizados

por **Küpper** demuestran que un exceso de fragmentación en el aparato del titular dificulta la focalización y, por ende, reducen el impacto del estímulo visual que hemos denominado como titular. Según el experto alemán, los titulares perfectos debían contar con subtítulo o antetítulo, pero nunca los dos; razón por la cual se ha valorado como opción óptima la presencia de un elemento de acompañamiento del titular, y se ha “penalizado” a aquellos hiperfragmentados. En el caso del cuerpo de la noticia, al ser habitualmente una masa gris compuesta de más peso textual se ha ponderado la fragmentación de manera únicamente positiva: a más elementos de fragmentación, más valoración.

3.3.5. Propuesta y justificación de un modelo para el análisis ponderado de las noticias en cibermedios

En primer lugar, como ya se ha anticipado anteriormente en el presente apartado metodológico, debe quedar claro que la adaptación del modelo referido en el anexo anterior y aplicado a la prensa impresa sólo se pudo aplicar en toda su extensión a los textos estudiados en *elmundo.es*, por cuanto la versión archivada en la hemeroteca digital de *elpais.com* no respondía a la portada del día que se buscara, sino que era un simple flujo de noticias (clasificado, eso sí, en función de secciones y de prioridad dentro de las secciones) correspondientes al día en cuestión.

Por tanto, primero se explicará el modelo aplicado a las noticias estudiadas en *elmundo.es* ya que, como se indicará más adelante, la disposición de la hemeroteca de *elpais.com* no permitía realizar la ponderación en función de los

elementos del diseño. Hay que tener en cuenta que los elementos utilizados para ponderar la caracterización a través del tipo de noticias estudiadas en los cibermedios son distintos a los empleados para los textos de la página de periódico. La razón es sencilla y ya ha quedado suficientemente explicada a lo largo de este apartado metodológico: los elementos de que dispone el periodista a la hora de elaborar una pieza periodística en un cibermedio son distintos a los que se pueden emplear en la redacción de una pieza para prensa impresa. Del mismo modo, los itinerarios lectores y los pesos visuales se distribuyen de una manera diferente.

Dicho esto, para la ponderación del espacio concedido a las piezas periodísticas en la prensa digital se tuvieron en cuenta seis criterios: los titulares, la fotografía, la posición en página, la hipertextualidad, la multimedialidad y el *blurb*. Como, según los estudios reseñados anteriormente, se había concluido que los titulares tenían mucho mayor poder de atracción sobre el lector en los cibermedios que las fotografías, se le concedió a los titulares 30 puntos sobre los 100 posibles dentro del modelo de ponderación. Se entendió que el titular a cinco columnas de dos o más líneas era el que más podía llamar la atención del lector en primera instancia, así que por ello se le asignó la máxima puntuación posible. El resto de puntuaciones, como se puede ver en la tabla del modelo de análisis, va decreciendo en función del número de columnas y de líneas (ver cuadro 9).

Elemento (Peso asignado)	Variantes (Peso asignado)
Titulares (30 Puntos)	<ul style="list-style-type: none"> - Titular a cinco columnas. <ul style="list-style-type: none"> o Dos o más líneas (30 puntos) o Una línea (25 puntos) - Titular a cuatro columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (20 puntos) o Tres líneas (18 puntos) o Dos líneas (16 puntos) o Una línea (14 puntos) - Titular a tres columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (12 puntos) o Tres líneas (11 puntos) o Dos líneas (10 puntos) o Una línea (9 puntos) - Titular a 2,5 columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (8 puntos) o Tres líneas (7 puntos) o Dos líneas (6 puntos) o Una línea (5 puntos) - Titular a dos columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (4 puntos) o Tres líneas (3 puntos) o Dos líneas (2 puntos) o Una línea (1 punto)
Fotografía (25 puntos)	<ul style="list-style-type: none"> - Galería de imágenes (25 puntos) - Ilustrado con una imagen (20 puntos) - Sin fotografía (0 puntos)
Posición (15 puntos)	<ul style="list-style-type: none"> - Sin <i>scroll</i>: <ul style="list-style-type: none"> o Prioridad 1 (15 puntos) o Prioridad 2 (10 puntos) o Prioridad 3 (5 puntos) - Con <i>scroll</i>: <ul style="list-style-type: none"> o Izquierda (5 puntos) o Derecha (3 puntos)
Blurb (10 puntos)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Blurb</i> a cinco columnas. <ul style="list-style-type: none"> o Tres o más líneas (10 puntos) o Dos líneas o menos (8 puntos) - <i>Blurb</i> a cuatro columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (8 puntos) o Tres líneas (7,5 puntos) o Dos líneas (7 puntos) o Una línea (6,5 puntos) - <i>Blurb</i> a tres columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (6 puntos) o Tres líneas (5,5 puntos) o Dos líneas (5 puntos) o Una línea (4,5 puntos) - <i>Blurb</i> a 2,5 columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (4 puntos) o Tres líneas (3,5 puntos) o Dos líneas (3 puntos) o Una línea (2,5 puntos) - <i>Blurb</i> a dos columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (2 puntos) o Tres líneas (1,5 puntos) o Dos líneas (1 punto) o Una línea (0,5 puntos)
Hipertextualidad (10 puntos)	<ul style="list-style-type: none"> - Un enlace (3 puntos) - Dos enlaces (5 puntos) - Tres enlaces (7 puntos) - Cuatro enlaces (10 puntos) - De cuatro a seis enlaces (5 puntos) - Más de seis enlaces (3 puntos)
Multimedialidad (10 puntos)	<ul style="list-style-type: none"> - Acompañamiento en soporte vídeo (4 puntos) - Acompañamiento en soporte infográfico (4 puntos) - Acompañamiento en soporte audio (2 puntos)

Cuadro 9. Propuesta de análisis ponderado de noticias en cibermedios. Fuente: Elaboración propia

En la escala de ponderación se situó, en segundo lugar, la fotografía. Aunque los estudios de itinerarios visuales desvelaban que las fotografías no eran, como sí sucedía habitualmente en la prensa impresa, el punto de entrada en la página, es innegable que los textos con fotografía siguen teniendo más atractivo visual que aquellos que no van acompañados de una foto. Por ello, se le concedieron 25 puntos sobre 100. El caso de la posición entrañó más dificultades a la hora de la ponderación.

Por un lado, según el Poynter Institute, su relevancia era evidente. Sin embargo, una gran mayoría de autores citados también en el epígrafe sobre las circunstancias de la producción en cibermedios recordaban que muchas veces es el criterio de inmediatez y no de preponderancia el que prima a la hora de situar a las noticias en página. Si a esto le añadimos el hecho de que las páginas de los cibermedios sometidos a estudio se actualizan con gran frecuencia a lo largo del día, el peso de la posición en página se vuelve aún más relativo. Por ello, sin negar su influencia (como se puede comprobar en el cuadro 9, se le ha otorgado 15 puntos), se le ha relegado al tercer lugar en la lista de prioridades.

Sobre la base de los estudios de prioridades visuales reseñados por el Poynter Institute se concluyó que la posición de la pieza periodística también había de ser considerada entre los dos elementos de más importancia en la lectura de un cibermedio. Aquel estudio determinaba tres prioridades de lectura sobre la página de un cibermedio, pero introducía una variable que debía tenerse en cuenta: el *scroll*. Las zonas de prioridad 1, 2 y 3 sólo eran aplicables de una manera rigurosa sobre la pantalla inicial, es decir, aquella en la que el lector no

tenía que mover el cursor de su ratón hacia abajo. Por ello, había que establecer una primera diferenciación a la hora de determinar la posición en página: si había o no que hacer *scroll* para llegar a la noticia.

En el caso de que no hubiera que hacer *scroll*, se aplicaba la plantilla con las zonas de prioridad expuestas en el gráfico 9.



Gráfico 9. Puntos de atracción visual de un cibermedio. Fuente: Poynter Institute

En el caso en el que sí hubiera que hacer *scroll*, se seguían únicamente las pautas de lectura occidentales, es decir, se le concedía más importancia a las noticias situadas a la izquierda de la página que a las situadas a la derecha. En el caso de las noticias de elpais.com, como su base de datos no conserva la

publicación del día tal con el orden exacto de noticias publicado en su momento sino que, como ya se ha comentado, se ofrece sólo un flujo de noticias, con lo cual los datos que se obtuvieron del análisis de elpais.com no fueron ponderados según el modelo expuesto anteriormente.

Del *blurb* se comentaba en los estudios sobre prominencia visual que era, tras los titulares y las fotografías, el elemento que más potencial tenía para llamar la atención del lector dado que el ojo, después de pasearse sobre grandes masas (los titulares, fundamentalmente), buscaba elementos de tipografía más reducida sobre los que posarse. En este sentido, se ha valorado positivamente el tamaño del blurb como elemento de atracción, por lo que, a mayor blurb, mayor puntuación obtendrá la pieza periodística en este apartado.

En el mismo nivel que el *blurb* (esto es, con 10 puntos sobre 100 cada uno de ellos) se han situado dos de los cuatro elementos propuestos por López et al. (2005:46) para su test de dinamismo: hipertextualidad y multimedialidad. El tercero, la interactividad, no era aplicable a todas las noticias estudiadas y además exigía que se entrara en la página de la noticia, mientras que el análisis ponderado propuesto se centraba más bien en las noticias dispuestas en la portada de cada una de las secciones. Del mismo modo, el cuarto, la frecuencia de actualización del medio, resultaba menos interesante desde un punto de vista del análisis de piezas periodísticas (en su origen se consideró más bien para el análisis del medio en su conjunto), por lo que se desestimó su inclusión en el presente modelo.

Para la hipertextualidad se ha tenido en cuenta su doble carácter, completivo y dispersor (Joyanes, 1997:146), a la hora de otorgar las diferentes puntuaciones. En palabras de Palomo Torres (2005:202), el hiperenlace “supone una contradicción para los medios. Por un lado, aporta profundidad y redistribuye la sobreabundancia de información y, por otro, distrae al lector invitándole a abandonar el texto que estaba leyendo”. Por esta razón, se estableció en cuatro el número óptimo de hiperenlaces, por entenderse que hasta esta cifra se completaba la información sin llegar a sacar al lector de la pieza en cuestión. Por debajo de cuatro las puntuaciones por hipertextualidad son menores (por entenderse que no se aprovecha al máximo las posibilidades de la hipertextualidad), lo mismo que sucede cuando aparecen cinco o más hiperenlaces (en este caso, por entender que pueden dispersar al lector de la pieza a la que accedió en un principio).

Por último, en el caso de la multimedialidad, se valoró, al igual que sucedía con la hipertextualidad, el aprovechamiento de los distintos soportes con los que se podía enriquecer la noticia. En este caso, partiendo de que el soporte textual y fotográfico son los más habituales en las piezas periodísticas de los cybermedios, se ponderó positivamente la presencia de complementos a la pieza en forma de audios, vídeos e infografías.

3.3.6. Elementos de medición. Un sumario breve

A lo largo de este subepígrafe se han explicado los fundamentos sobre los que se construyó el análisis de periódicos y de cybermedios para la presente

investigación. Sin embargo, dada la profusión requerida en algunas explicaciones, se ha considerado de utilidad hacer, a modo de conclusión, un resumen esquemático del procedimiento seguido para analizar los medios estudiados con el fin de clarificar de un modo breve todo lo hasta aquí expuesto.

En primer lugar, se podría hablar de una aproximación metodológica que, asumiendo las dosis de interpretación ineludibles en todo estudio exhaustivo del fenómeno de la comunicación social, propone varios niveles de análisis. Por encima de todo, se partía con el objetivo claro de proporcionar datos relevantes sobre las tres unidades de análisis propuestas: presencia, repercusión mediática y caracterización, las dos primeras referidas a todas las comunidades españolas y la última aplicada en exclusiva a la comunidad autónoma de Castilla y León.

Así pues, los niveles se podrían dividir en dos grandes etapas: una primera (que abarca los niveles 1 y 2) centrada en el estudio de la repercusión mediática de las comunidades en general, y de Castilla y León en particular, en los medios estudiados y una segunda (que comprende los niveles 3 y 4) en la que se analiza la caracterización de Castilla y León. El estudio de la repercusión mediática resulta de gran interés puesto que da una respuesta clara a las hipótesis en las que interviene esta variable, que son la gran mayoría de las propuestas en el apartado metodológico. Por su parte, el estudio de la caracterización que se realiza en los niveles 3 y 4 de análisis arrojan datos para responder a la subhipótesis 1.

Como se pone de manifiesto en el cuadro 10, los distintos niveles de análisis proponen una escala en la que se observa una progresión directa de dos variables: exhaustividad y capacidad de ser repetida bajo las mismas condiciones.

Nivel de análisis	¿Qué se mide?	¿Cómo se mide?	Ventajas	Inconvenientes
1	<p>Presencia (Hipótesis generales 1 y 2 subhipótesis 2-6)</p> <p>Espacio dedicado a Castilla y León y otras comunidades autónomas en medios impresos y digitales.</p>	<p>Recuento de número de noticias. División de la página en una retícula de cien módulos y observación de la evolución del espacio dedicado a las diferentes comunidades en general, y a Castilla y León en particular.</p>	<p>- Absoluta replicabilidad (medición cuantitativa exacta y totalmente repetible).</p>	<p>- Falta de datos matizados sobre el modo en el que se disponen las informaciones en la página física y electrónica.</p> <p>- Falta de datos sobre el contenido.</p>
2	<p>Presencia matizada (Hipótesis generales 1 y 2 subhipótesis 2-6)</p> <p>Espacio dedicado a las comunidades ponderado en función de los elementos del diseño aplicado a prensa impresa y cybermedios.</p>	<p>Análisis de contenido expuesto en los modelos de los anexos 2 y 3 del presente episodio metodológico y fundamentado en los estudios sobre diseño periodístico y diseño web citados.</p>	<p>- Valoración más exhaustiva del espacio dedicado a las diferentes comunidades, por cuanto no termina en el cuantitativismo de los módulos, sino que va más allá y analiza otros elementos que indudablemente intervienen de manera crucial en los índices de impacto y legibilidad.</p> <p>- Altas dosis de replicabilidad. Se podría debatir el modelo de análisis, si bien éste aparece justificado en los anexos y está fundamentado en los resultados obtenidos a raíz de estudios previos; pero, una vez se asume tal modelo, la puntuación tiene altas cotas de replicabilidad.</p>	<p>- Falta de datos sobre el contenido.</p> <p>- Replicabilidad relativa. El modelo de ponderación se acerca más al cualitativismo, por cuanto se trata de una interpretación hecha en función de estudios previos.</p>
3	<p>Caracterización 1 (subhipótesis 1)</p> <p>Temáticas asociadas a la presencia de Castilla y León en la prensa impresa y los cybermedios.</p>	<p>Se aplica el modelo de análisis de contenido categorial de temáticas expuesto en el anexo 1 de este capítulo.</p>	<p>- Se proporcionan datos más exhaustivos y relevantes con respecto a la caracterización de Castilla y León.</p> <p>- El análisis de contenido categorial mantiene dosis de replicabilidad y está asentado en niveles de fiabilidad aceptables proporcionados por un primer análisis intercodificadores.</p>	<p>- Falta de puesta en contexto general de los datos obtenidos tanto en el análisis de la presencia como esta primera aproximación de la caracterización.</p>
4	<p>Caracterización (subhipótesis 1)</p> <p>Retrato de Castilla y León en la prensa española.</p>	<p>Se realiza un análisis interpretativo previo de la connotación negativa, positiva o neutra de las temáticas expuestas empleadas en el paso 3.</p>	<p>- Se ponen en contexto los resultados obtenidos en las etapas anteriores.</p>	<p>- El análisis interpretativo ha de descansar indefectiblemente en la honestidad del codificador.</p>

Cuadro 10. Niveles de análisis metodológico de los periódicos estudiados. Fuente: Elaboración propia

En realidad, ambas variables funcionan en una proporción inversa: a más exhaustividad en el análisis, menor capacidad de repetición absoluta, y viceversa. Pero, más allá de entenderse como un obstáculo, se ha considerado que tal disposición en cuatro niveles de análisis representa una riqueza de la investigación. Dado la amplitud del espectro de investigadores en comunicación social, cabe prever que no todos los lectores de esta investigación esperen las mismas aproximaciones metodológicas al estudio del fenómeno de la comunicación social en general y al análisis de periódicos en particular. Pues bien, lo que aquí se ofrece es un análisis a cuatro niveles en los que las divisiones obedecen a las expectativas de cada lector.

Aquellos más dados a confiar de manera exclusiva en datos absolutamente replicables y recelosos de la interpretación deberán detenerse en el primer nivel de análisis, ya que la mera exposición de datos acerca del espacio dedicado a las comunidades en la prensa española (impresa y digital) deja poco margen a la interpretación y ofrece una replicabilidad absoluta.

El segundo nivel ofrece un estudio más exhaustivo no sólo de cuánto espacio se dedicó a Castilla y León, sino que se valora también qué tipo de espacio fue en cada momento. Asumiendo que el modelo de análisis de los elementos de la página de periódico en función de los estudios previos sobre diseño periodístico (y su posterior adaptación a la página en Internet) tiene un evidente punto de interpretación que nace en la asignación misma de puntos efectuada en la ponderación, lo cierto es que eso es lo único discutible desde un punto de vista científico, ya que su aplicación no deja de ser de todo punto

repetible. Por ello, este segundo nivel está pensado para colmar las expectativas – en lo que al análisis de periódicos y cybermedios se refiere– de quienes, apostando predominantemente por lo cuantitativo, sí están dispuestos a enriquecer el análisis permitiendo que se introduzcan ciertas dosis cualitativas.

A partir del tercer nivel se mantiene el matiz cualitativo, en esta ocasión referido al empleo de un modelo de categorización en función de las temáticas utilizadas. En este tercer nivel se ha querido dar cabida a todos aquellos que, sin despreciar el valor investigador de la interpretación, siguen prefiriendo un análisis sistemático que permita cierta replicabilidad. Por eso se ideó un análisis de contenido categorial, porque dejando al margen la subjetividad inherente a todo intento de acotar la realidad (temático o de otro cariz) en una parrilla de categorías, una aproximación metodológica tal permitía introducir cierto orden replicable en el caos multisémico que representa la comunicación, ya sea en su formato impreso o digital.

Por ello, en el caso concreto de Castilla y León, el análisis realizado hasta el nivel 3 debería satisfacer las expectativas de aquellos dispuestos a leer una interpretación de la presencia y caracterización de la región castellanoleonesa en la prensa española sin perder de vista un cierto rigor cuantitativo.

Pero puede, del mismo modo, quien entienda la investigación en medios de comunicación social desde una perspectiva esencialmente interpretativa. Puede haber quien esté dispuesto a sacrificar, dando por supuesto el buen hacer del investigador, la absoluta e inequívoca repetibilidad de la investigación en aras de la obtención de un análisis multifacético que contemple aspectos del estímulo

comunicativo imposibles de codificar a través de ninguna plantilla de análisis elaborada previamente. Para los defensores de esta postura se ha incluido un cuarto nivel, el del análisis interpretativo, en el que se corrigen los resultados obtenidos a través del estudio de la presencia, la presencia matizada, y el análisis de contenido temático con la aplicación de un análisis interpretativo previo sobre las connotaciones de estas temáticas en la configuración del retrato regional por parte de la prensa analizada. Se apela aquí a la honradez del investigador que es capaz de captar sutilezas que escapan a cualquier análisis cerrado. El índice de replicabilidad en esta etapa del análisis es menor; si bien, a cambio, se obtienen datos de interés que, de otra forma, sería imposible considerar.

La disposición en cuatro niveles del análisis de periódicos no sólo trató de dar cabida a aproximaciones metodológicas al estudio de la comunicación social muy distintas y distantes entre sí. Permitted, además, evitar que la presente investigación se decantase por una opción metodológica que pudiese resultar incómoda para los partidarios de otras alternativas, igualmente respetables, por supuesto, a la hora de enfrentarse al estudio de la comunicación social.

Su riqueza, por ende, trasciende de la dificultad (logística, incluso) que ha supuesto realizar un análisis en cuatro niveles diferentes. La fortaleza estriba, esencialmente, en comprender la variedad de modos en los que se puede afrontar una investigación aplicada a los medios de comunicación y tratar de dar una respuesta inclusiva y no excluyente que aporte datos de interés a estudiosos cuya perspectiva metodológica pueda diferir enormemente.

3.4. Resultados

Antes de pasar a detallar el desglose de resultados obtenidos tras el análisis de los periódicos y medios digitales sometidos a estudio, es conveniente clarificar algunos pormenores que ayudarán a su correcta comprensión y puesta en contexto. Podríamos comenzar diciendo que, tal y como se avanzó y explicó anteriormente, el análisis se ha centrado en dos grandes bloques de investigación, destinados a su vez cada uno de ellos a dar respuesta a los interrogantes planteados en las preguntas de investigación y las consiguientes hipótesis formuladas en subepígrafes anteriores.

El primer bloque se centra en el análisis cuantitativo de la cobertura mediática de Castilla y León en los medios nacionales. Como también se explicó anteriormente, resultaba inevitable realizar un análisis comparado con otras comunidades si lo que se pretendía era ponderar lo mucho o lo poco que se hablaba de la región castellanoleonesa. En otras palabras, unos resultados “crudos” sobre el número de noticias o módulos destinados a la región en cuestión no dirían gran cosa si no se comparan con esos mismos números aplicados a otras regiones españolas; del mismo modo que no se habría podido dar respuesta a la pregunta de investigación sobre la hipotética infrarrepresentación de la región castellanoleonesa si no se hubiera contrastado tal fenómeno por oposición a otras comunidades que sí estuvieran más representadas.

Por todo ello, este primer gran bloque de análisis no se detiene sólo en el examen del caso castellanoleonés, sino que se sustenta sobre la comparación de

sus resultados con los de las otras comunidades de la geografía española, que también han sido sometidas a estudio. Esto, en cifras totales, ha situado el número de noticias cuantificadas en torno a diez mil (algo menos de tres mil noticias de prensa impresa y más del doble extraídas de periódicos digitales)²⁷⁸.

El segundo bloque de análisis se ha concentrado en la categorización temática (a través del modelo de análisis temático propuesto en el apartado metodológico) de las noticias analizadas y se ha centrado, por mor de las cuestiones planteadas en las preguntas de investigación, solo en la comunidad de Castilla y León. Tal hecho parte de la base de que, para dar respuesta a la hipótesis sobre las temáticas predominantes en la cobertura mediática de la región, no era tan necesario ponerlo en comparación con otras comunidades, especialmente si se tiene en consideración que los resultados obtenidos en el apartado cuantitativo también se han detallado por secciones, lo cual ya proporciona de por sí una primera aproximación temática a la cobertura de las diferentes comunidades. Es evidente que un estudio más exhaustivo que hubiera aplicado el modelo de análisis temático a todas las comunidades, y no sólo a la de Castilla y León, habría sido más interesante aún; pero dada la cantidad de noticias inventariadas y la logística disponible, los beneficios habrían sido demasiado escasos para el esfuerzo que habría acaparado y, por ende, restado de la ejecución de otras tareas imprescindibles para la correcta consecución de la presente investigación.

²⁷⁸ Esta cifra incluye el número de noticias repetidas (tanto las que versaban sobre varias comunidades como las que, en medios digitales, aparecían publicadas varios días).

Por último, cabe destacar también que los resultados, tanto en el análisis cuantitativo comparado entre comunidades como en la categorización temática de la cobertura de Castilla y León se han desglosado en tres grandes apartados: número de noticias, peso en módulos y peso ponderado. El primero, como su propio nombre indica, hace referencia al número bruto de noticias publicadas sobre una región, o sobre una provincia o localidad de esa misma comunidad. El peso en módulos, por su parte, se refiere al número de módulos dedicados a esa región; mientras que el peso ponderado es ese mismo número de módulos después de pasar por el tamiz del modelo de análisis ponderado según los elementos del diseño periodístico propuesto en la metodología.

Igualmente, dado que en las piezas periodísticas recogidas de los medios digitales era frecuente, especialmente en algunas secciones, la repetición de algunas noticias; en las tablas se ha discriminado el número de elementos (noticias, módulos, módulos ponderados) repetidos y sin repetir.

3.4.1. Análisis cuantitativo por número de noticias, módulos y módulos ponderados

3.4.1.1. Resultados totales por número de noticias

Los datos en bruto del número de noticias en las distintas comunidades analizadas arrojan una primera conclusión que, como observaremos más adelante, se va a repetir de manera sistemática tanto en los datos del peso modular como del ponderado: cinco comunidades (Madrid, Cataluña, País Vasco,

Comunidad Valenciana y Andalucía) configuran una “primera división” informativa distanciada a años luz, en términos de cobertura, de las otras doce.

Posición	COMUNIDAD AUTÓNOMA	Noticias totales	Noticias no repetidas
1	Madrid	2.168	1.687
2	Cataluña	2.127	1.751
3	País Vasco	1.063	940
4	Comunidad Valenciana	1.021	850
5	Andalucía	926	722
6	Castilla y León	299	238
7	Galicia	272	241
8	Castilla La Mancha	254	204
9	Cantabria	183	136
10	Aragón	177	134
11	Asturias	151	119
12	Baleares	145	130
13	Canarias	145	119
14	Región de Murcia	95	74
15	Extremadura	91	70
16	Navarra	71	51
17	Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	60	51
18	La Rioja	38	12
TOTAL		9.286	7.529

Tabla 32. Datos comparativos por Comunidad y número de noticias publicadas (totales y sin repetir). Fuente: Elaboración propia²⁷⁹,

²⁷⁹ Dado que, como se explicó anteriormente, los datos expuestos en estas tablas de contingencia son una muestra correspondiente a ocho semanas del año 2010, la proporción para calcular su universo es de 1/6,5. Por tanto, y asumiendo que (como se justificó también en el apartado metodológico) para el conjunto del territorio español tanto la muestra como el universo es suficientemente grande como para poder hacer inferencias posteriores a la hora de testar las hipótesis, si se quiere valorar la extrapolabilidad de los datos de una comunidad en concreto en función del tamaño del universo calculado, habría que tomar su muestra de noticias correspondiente (el que aparece en la tabla de contingencia a la que se refiere esta nota al pie) y multiplicarlo por 6,5. La misma regla se puede aplicar para las mediciones a partir de módulos que se expondrán unas páginas más adelante. El motivo de no poner los datos del universo calculado en cada una de las categorías de la variable independiente dentro de las propias tablas de contingencia obedece a una voluntad de no sobrecargar la disposición de datos y al hecho de que su cálculo para casos concretos (en caso, por ejemplo, de que el lector quiera obtenerlos para evaluar si las dimensiones del universo utilizado para alguna determinada autonomía permite realizar inferencias posteriores) se puede obtener a través de la sencilla multiplicación antes referida.

Después de examinar los resultados de la tabla 32 con algo más de detenimiento podríamos llegar a afirmar que existe una “elite” dentro de esta “primera división de Comunidades” que encabezan claramente Madrid y Cataluña. Si antes hablábamos de una brecha patente entre cinco comunidades y las doce restantes, no está de más señalar la distancia abismal que separa a las dos primeras comunidades de las tres que las siguen en la lista (ver anexo mapas, p. 29).

Si, en términos absolutos, la cobertura total en Madrid y Cataluña duplica a cualquiera de las de País Vasco, Comunidad Valenciana o Andalucía; cualquiera de la de esas tres últimas comunidades triplica, y a menudo quintuplica o más, a la del resto de comunidades. Por todo ello, no resulta descabellado ampliar el espectro de análisis a tres categorías en lugar de dos: una elite informativa copada por Madrid y Cataluña; un grupo de tres regiones compuesto por País Vasco, Comunidad Valenciana y Andalucía que se lleva una buena porción, aunque comparativamente mucho menor a la de sus predecesoras en la lista, del pastel informativo; y un último grupo de doce comunidades que parecen vivir más alejadas del foco mediático de la prensa nacional.

El papel protagónico de Castilla y León en este “vagón de cola” se debe, fundamentalmente, a la mayor prominencia obtenida, en relación a la concedida a otras comunidades que se mueven en parámetros similares, en las páginas de la versión impresa de El Mundo (ver anexo mapas, p. 30), así como a las versiones digitales tanto de El Mundo (ver anexo mapas, p. 31) como de El País (ver anexo mapas, p. 32). En este sentido, cabe destacar que Castilla y León ocupa casi

siempre la sexta posición por número de noticias publicadas totales y la séptima cuando se eliminan las noticias repetidas (Galicia la adelantaría cambiando este criterio) en todos los medios estudiados a excepción de El País en versión papel (ver anexo mapas, p. 33). Si nos quedamos con el análisis tan sólo de la cabecera impresa del Grupo PRISA, Castilla y León desciende hasta la novena posición.

Centrándonos en el número de noticias publicadas, se puede ver que este “vagón de cola” de comunidades (paradójicamente compuesto por tres cuartas partes del número total de autonomías) está comandado por Castilla y León y su característica principal es que (a diferencia de lo que ocurre entre los diferentes grupos, que presentan grandes brechas al saltar del primero al segundo y del segundo al tercero) las diferencias de cobertura entre las doce comunidades (más las ciudades autónomas) situadas en la parte baja de la lista no son muy grandes en términos absolutos. En otras palabras, puede darse el caso de que, porcentualmente, Castilla y León duplique el número de noticias publicadas sobre Canarias o Baleares; pero la diferencia en términos absolutos es de aproximadamente 150 noticias, frente a las casi 2.000 que separan a Madrid o Cataluña de Castilla y León.

3.4.1.1.1. Resultados por número de noticias en prensa impresa

Si centramos nuestro análisis sólo en la prensa impresa, veremos ciertas diferencias con el agregado total, tal y como se puede apreciar en la tabla 33. En el caso de El Mundo, por ejemplo, se observa cómo se mantienen las dos comunidades dominantes en el panorama mediático, Cataluña y Madrid, si bien

se produce un intercambio en el orden de las dos primeras posiciones. En el periodo de tiempo sometido a estudio, El Mundo concede un mayor número de noticias a la comunidad catalana, lo cual puede deberse también a que parte de la muestra seleccionada de manera aleatoria incluyó el periodo de campaña electoral para las elecciones autonómicas en esa región (lo cual es muestra, también, sin duda alguna, del interés que este acontecimiento político suscitó en la cabecera de Unidad Editorial).

Posición	Comunidad Autónoma	EL MUNDO	Comunidad Autónoma	EL PAÍS
1	Cataluña	377	Madrid	296
2	Madrid	321	Cataluña	294
3	País Vasco	297	País Vasco	166
4	Andalucía	133	Andalucía	109
5	Comunidad Valenciana	120	Comunidad Valenciana	100
6	Castilla y León	65	Galicia	42
7	Castilla La Mancha	45	Castilla La Mancha	35
8	Baleares	39	Cantabria	27
9	Galicia	37	Castilla y León	25
10	Asturias	32	Aragón	24
11	Canarias	26	Asturias	20
12	Aragón	25	Canarias	18
13	Extremadura	22	Baleares	17
14	Cantabria	21	Región de Murcia	15
15	Navarra	13	Navarra	10
16	Región de Murcia	13	Ciudades Autónomas	6
17	Ciudades Autónomas	12	Extremadura	6
18	La Rioja	2	La Rioja	1
TOTAL		1.600		1.211

Tabla 33. Datos comparativos de prensa impresa por Comunidad y número de noticias publicadas. Fuente: Elaboración propia.

Las diferencias respecto al agregado total continúan con la cobertura dada al País Vasco, que en el caso de El Mundo en edición papel, está mucho más cerca

de las dos comunidades que le preceden que en el cómputo global. Esto se podría explicar por la mayor preocupación editorial del periódico dirigido por Pedro J. Ramírez por las cuestiones relativas al terrorismo. Igualmente, hay un intercambio en la cuarta y quinta posición entre Andalucía y Comunidad Valenciana, si bien proporcionalmente mantienen un equilibrio similar al del agregado general. Castilla y León ocupa, al igual que en la tabla general, la sexta plaza.

En el caso de El País, también existen variaciones significativas respecto al agregado total, sobre todo en lo concerniente a la comunidad que es principal objeto de nuestro estudio, Castilla y León, que desciende desde la sexta a la novena posición, siendo rebasada también por Galicia, Castilla-La Mancha y Cantabria. Este fenómeno puede explicarse por la ausencia de una edición autonómica de El País en Castilla y León, al contrario de lo que sucede con El Mundo, que sí dispone de suplemento diario para la región castellanoleonesa.

De hecho, uno de los fenómenos más reseñables en el análisis de la tabla 33, por cuanto encaja a la perfección con la teoría formulada en el párrafo anterior, es el hecho de que tanto en el caso de El Mundo como de El País las comunidades que ocupan las primeras posiciones en la tabla de cobertura mediática suelen coincidir con las que tienen una edición propia. Por ejemplo, las ocho ediciones autonómicas de El Mundo (Madrid, Andalucía, Baleares, Cataluña, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Galicia y País Vasco) están entre las diez primeras que más cobertura reciben en el periódico de Unidad Editorial. El País, por su parte, cuenta con ediciones regionales en Madrid,

Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia y País Vasco, exactamente las comunidades que copan las seis primeras posiciones de la lista de relevancia por número de noticias del periódico de PRISA.

3.4.1.1.2. Resultados por número de noticias en prensa digital

En los resultados comparados del número de noticias totales publicadas en prensa digital, observamos cómo hay un cambio significativo al frente de la tabla respecto a los datos observados en la prensa impresa: tanto en *elpais.com* como en *elmundo.es* se invierten los resultados de las dos primeras posiciones, tal y como se observa en la tabla 34.

Sin embargo, mientras en *elpais.com* se mantiene más o menos el patrón de cobertura similar en Madrid y Cataluña (en torno a un 10% más de noticias publicadas sobre esta segunda comunidad), en el caso de *elmundo.es* sí se aprecia un vuelco reseñable: no sólo es Madrid y no Cataluña la comunidad con mayor cobertura por número de noticias totales, sino que la distancia se eleva hasta más del 30% entre una y otra (611 noticias publicadas sobre Madrid²⁸⁰, frente a las 420 de Cataluña). Andalucía, País Vasco y Comunidad Valenciana, tal y como ocurría en la edición impresa, copan las tres siguientes posiciones, separadas ya por un margen significativo de las tres primeras.

²⁸⁰ Insistimos, a modo de recordatorio, que cuando hablamos de noticias de Madrid, nos referimos estrictamente a aquellas relativas, o bien a la Comunidad, o bien al municipio. Aquellas que hacen referencia a Madrid en cuanto a su condición de capital del país o sede de organismos centrales de Gobierno no han sido incluidos en esta cuantificación por comunidades.

La brecha entre estas tres comunidades que ocupan las posiciones de la 3ª a la 5ª con el resto de autonomías es, igualmente, significativa. Este tercer vagón aparece encabezado en las versiones digitales de El Mundo y El País por Castilla y León, que cuenta con una proporción de impacto mediático por número de noticias totales de 1 a 6 en el caso de elmundo.es y de 1 a 10 en el caso de elpais.com. Igualmente destacable, en este caso por su invisibilidad al foco mediático, es el caso de La Rioja en elmundo.es, ya que durante todo el periodo sometido a estudio tan sólo se han recogido dos noticias referidas a esta autonomía.

Posición	Comunidad Autónoma	ELMUNDO.ES	Comunidad Autónoma	ELPAIS.COM
1	Madrid	611	Cataluña	1036
2	Cataluña	420	Madrid	940
3	Andalucía	267	Comunidad Valenciana	597
4	País Vasco	226	Andalucía	417
5	Comunidad Valenciana	204	País Vasco	374
6	Castilla y León	99	Castilla y León	110
7	Galicia	89	Galicia	104
8	Castilla La Mancha	74	Castilla La Mancha	100
9	Canarias	56	Cantabria	99
10	Asturias	51	Aragón	79
11	Baleares	50	Asturias	48
12	Aragón	49	Canarias	45
13	Extremadura	39	Baleares	39
14	Cantabria	36	Región de Murcia	38
15	Región de Murcia	29	La Rioja	33
16	Ciudades Autónomas	23	Navarra	28
17	Navarra	20	Extremadura	24
18	La Rioja	2	Ciudades Autónomas	19
TOTAL		2.345		7.529

Tabla 34. Datos comparativos de prensa digital por Comunidad y número total de noticias publicadas. Fuente: Elaboración propia

En el caso de la prensa digital, como ya se ha advertido en algunos pasajes de la presente investigación, resulta más pertinente observar los datos de noticias no repetidas; ya que, al no existir una edición diaria de noticias como ocurre en la prensa impresa (se trata, más bien, de un flujo que se renueva permanentemente), es frecuente que, especialmente en algunas secciones, se repita la misma noticia en diferentes días. En la tabla 35 se pueden examinar los datos de publicación de noticias no repetidas en los dos medios digitales nacionales sometidos a estudio.

Posición	Comunidad Autónoma	ELMUNDO.ES	Comunidad Autónoma	ELPAIS.COM
1	Madrid	511	Cataluña	721
2	Cataluña	359	Madrid	559
3	Andalucía	204	Comunidad Valenciana	461
4	País Vasco	207	Andalucía	276
5	Comunidad Valenciana	169	País Vasco	270
6	Galicia	81	Galicia	81
7	Castilla y León	79	Castilla y León	69
8	Castilla La Mancha	61	Castilla La Mancha	63
9	Canarias	43	Cantabria	63
10	Asturias	45	Aragón	45
11	Baleares	44	Asturias	22
12	Aragón	40	Canarias	32
13	Extremadura	33	Baleares	30
14	Cantabria	25	Región de Murcia	22
15	Región de Murcia	24	La Rioja	7
16	Ciudades Autónomas	21	Navarra	8
17	Navarra	20	Extremadura	9
18	La Rioja	2	Ciudades Autónomas	12
TOTAL		1.968		7.529

Tabla 35. Datos comparativos de prensa digital por Comunidad y número de noticias publicadas no repetidas. Fuente: Elaboración propia.

Vemos que tanto el orden como las proporciones se mantienen esencialmente, con respecto a los datos de las noticias totales. Madrid encabeza el número de noticias no repetidas en la versión digital de El Mundo (ver anexo mapas, p. 34), mientras que en la de El País es Cataluña quien se lleva la palma (ver anexo mapas, p. 35). En el primer caso, la distancia se reduce a unas 150 noticias, si bien la distancia, en proporción sigue siendo más o menos la misma que en el caso de la prensa impresa. En el caso de elpais.com, en cambio, la brecha entre Cataluña y Madrid se ensancha tanto en términos absolutos como relativos, producto tal vez del impacto de la inclusión de una semana de campaña electoral en Cataluña. El resto de posiciones se mantiene exactamente igual, con Castilla y León en sexto lugar de la cobertura en prensa digital, a la cabeza de las comunidades descolgadas del mayor impacto mediático de las cinco “grandes”: Madrid, Cataluña, Andalucía, País Vasco y Comunidad Valenciana.

3.4.1.2. Resultados por espacio (módulos)

Tal y como se indicó en el apartado metodológico, a fin de realizar una medición más exacta de la cobertura mediática que se le concedía a las diferentes comunidades autónomas durante el año sometido a estudio se realizó el cálculo no sólo del número de noticias sino del número de módulos dedicados a cada autonomía (ver anexo mapas, p. 36).

En el caso de la prensa digital se computó el número de módulos en la portada de cada una de las secciones; si bien en el caso de elpais.com, como se

advirtió antes también, esto resultó imposible ya que el archivo de noticias aparece en forma de flujo y no refleja la misma disposición en pantalla que tuvieron las noticias en el momento de su publicación. Por ello, los datos de espacio en módulos referidos a prensa digital sólo se computaron en el caso de la versión digital de El Mundo. Siendo así las cosas, los resultados totales del espacio en módulos publicado sobre cada autonomía se pueden observar en la tabla 36.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	NÚMERO DE MÓDULOS	
	Módulos totales	Módulos no repetidos
Cataluña	27.364,64	27.098,24
Madrid	26.950,1	26.496,9
País Vasco	18.640,3	18.551,1
Comunidad Valenciana	8.478,3	8.290,4
Andalucía	8.389,5	8.148,6
Castilla y León	3.927,8	3.831
Castilla La Mancha	3.779,1	3.705,8
Galicia	3.416,9	3.387,6
Cantabria	1.981,4	1.932,7
Aragón	1.845,3	1.803,7
Canarias	1.789,2	1.741,7
Asturias	1.741,9	1.721,7
Baleares	1.289	1.270,2
Extremadura	1.287,8	1.252,6
Región de Murcia	1.175,9	1.154,3
Navarra	679,3	679,3
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	618,4	604,4
La Rioja	111,9	111,9
TOTAL	9.286	7.529

Tabla 36. Datos comparativos por Comunidad y número de módulos publicados (totales y no repetidos). Fuente: Elaboración propia.

Como vemos, los resultados en cuanto a número de módulos vuelven a repetir las mismas tendencias observadas anteriormente. Por un lado, Cataluña y Madrid vuelven a copar las dos primeras posiciones, con escasas diferencias entre una y otra y una gran brecha entre las dos y sus inmediatas perseguidoras. Es en este grupo de perseguidores donde observamos, tal vez, la principal diferencia con respecto a las cifras de cobertura por número de noticias: de nuevo vuelven a ser País Vasco, Comunidad Valenciana y Andalucía las regiones que más cobertura obtienen; pero en este caso las distancias entre País Vasco y las otras dos sí son significativas: mientras que antes todas se movían en torno a las mismas cifras, aquí sobre la comunidad autónoma vasca recae una cobertura por número de módulos que duplica ampliamente la de valencianos y andaluces (más de dieciocho mil de los primeros frente a los más de ocho mil de los segundos).

Castilla y León es la primera de las comunidades que viven, por así decirlo, alejadas del foco mediático. En este caso, encabeza un grupo de tres, compuesto por Castilla La Mancha, Galicia y ella misma, cuya cobertura mediática rebasa los tres mil módulos, situándose proporcionalmente en la mitad aproximadamente de Andalucía y Comunidad Valenciana, algo menos de un cuarto de la cobertura del País Vasco y menos de un sexto del número de módulos que reciben Cataluña y Madrid en los medios sometidos a estudio. A continuación, Cantabria, Aragón, Canarias, Asturias, Baleares, Extremadura y Región de Murcia se sitúan en el intervalo de 1.000-2.000 módulos, cifra (la primera) que no son capaces de rebasar sólo dos comunidades, Navarra y La Rioja, amén de las ciudades autónomas.

El análisis por cabecera también arroja datos interesantes, puesto que, por ejemplo, Castilla y León mantiene su sexta posición en el número de módulos totales publicados en El Mundo (ver tabla 37), incluso recortando sensiblemente la diferencia relativa que le separa de Andalucía y Comunidad Valenciana, las dos autonomías que le preceden en la tabla. La diferencia, por ejemplo, entre Castilla y León y Andalucía, es “sólo” de un 30%, unas cifras muy inferiores a los guarismos observados tanto por número de noticias como en el agregado de módulos totales (ver anexo mapas, p. 37).

NÚMERO DE MÓDULOS	EL MUNDO
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Módulos totales
Cataluña	14.563,9
Madrid	13.122,4
País Vasco	11.648,4
Comunidad Valenciana	4.086,4
Andalucía	3.507,9
Castilla y León	2.302,2
Castilla La Mancha	1.704,2
Galicia	1.597,2
Asturias	902,6
Canarias	848,4
Baleares	781,6
Extremadura	678,5
Cantabria	624,6
Aragón	623,3
Región de Murcia	368,8
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	333,4
Navarra	320,4
La Rioja	70,3
TOTAL	58.084,5

Tabla 37. Datos por Comunidad y número de módulos publicados en El Mundo. Fuente: Elaboración propia.

En el caso de El Mundo, llama la atención también que País Vasco, tal vez por el dato que observábamos anteriormente del mayor interés de la cabecera de Unidad Editorial por el tema del terrorismo, recibe una cobertura en número de módulos cercana a los datos de Madrid y Cataluña. En otras palabras, no hay una brecha tan significativa entre las tres primeras posiciones (Cataluña, Madrid y País Vasco) como sí sucedía en alguna de las referencias tomadas como medida anteriormente. Sí la hay, de nuevo, con respecto a la cuarta y quinta clasificada, Comunidad Valenciana y Andalucía, cuyos guarismos se sitúan entre el tercio y el cuarto del número de módulos totales que reciben las tres primeras autonomías.

El resto de datos sigue pautas similares a las observadas en el agregado general de medios; ya que, si bien puede haber cambios de posiciones con respecto a la tabla anterior, todas las autonomías por debajo de Galicia se sitúan por debajo de los mil módulos, una cifra que apenas roza el 10% de la cobertura total que reciben cada una de las tres primeras comunidades.

Si examinamos los datos de El País por separado en lo referente a número de módulos publicados (ver tabla 38, Anexo tablas, p. 43), nos encontramos con algunas diferencias significativas, muchas de las cuales ya quedaron apuntadas en el análisis por número de noticias totales. Comparativamente, observamos cómo, al igual que en El Mundo, Cataluña y Madrid copan (por ese orden) las dos primeras posiciones, seguidas de País Vasco, Andalucía y Comunidad Valenciana (en estos dos últimos casos sí se invierten las posiciones). Sin embargo, la cobertura de El País (de nuevo, quizá por su menor interés editorial por cuestiones de terrorismo) sobre el País Vasco es significativamente inferior a la

de El Mundo: aquí el número de módulos dedicados a la comunidad autónoma vasca apenas supera la mitad de los que reciben catalanes y madrileños, lo que la sitúa más cercana a la órbita de cuarta y quinta clasificada, Andalucía y Comunidad Valenciana respectivamente.

NÚMERO DE MÓDULOS	EL PAÍS
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Módulos totales
Cataluña	10.759,3
Madrid	10.547,3
País Vasco	5.720
Andalucía	3.640,1
Comunidad Valenciana	3.324,6
Castilla La Mancha	1.710,8
Galicia	1.382,8
Cantabria	1.191,2
Castilla y León	1.034,5
Aragón	990,8
Canarias	696,6
Región de Murcia	691,3
Asturias	558,5
Extremadura	391
Baleares	300,8
Navarra	254,2
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	168,1
La Rioja	36
TOTAL	43.397,9

Tabla 38. Datos por Comunidad y número de módulos publicados en El País. Fuente: Elaboración propia.

No deja de ser llamativo también que Castilla y León recibe en El País menos de la mitad de cobertura de la que obtiene en El Mundo, con apenas mil módulos, lo que la sitúa por debajo, además de las ya cinco comunidades habituales (Cataluña, Madrid, País Vasco, Andalucía y Comunidad Valenciana),

de Castilla La Mancha, Galicia y Cantabria. La Rioja y Navarra vuelven a copar los últimos puestos en la lista de cobertura por autonomías (ver anexo mapas, p. 38).

NÚMERO DE MÓDULOS	elmundo.es	
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Módulos totales	Módulos no repetidos
Madrid	3.280,4	2.827,2
Cataluña	2.041,44	1.775,04
País Vasco	1.271,9	1.182,7
Andalucía	1.241,5	1.000,6
Comunidad Valenciana	1.067,3	879,4
Castilla y León	591,1	494,3
Galicia	436,9	407,6
Castilla La Mancha	364,1	290,8
Asturias	280,8	260,6
Canarias	244,2	196,7
Aragón	231,2	189,6
Extremadura	218,3	183,1
Baleares	206,6	187,8
Cantabria	165,6	116,9
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	116,9	102,9
Región de Murcia	115,8	94,2
Navarra	104,7	104,7
La Rioja	5,6	5,6
TOTAL	11.984,34	10.299,74

Tabla 39. Datos por Comunidad y número de módulos publicados en elmundo.es. Fuente: Elaboración propia.

Por último, en lo referente al análisis de los medios digitales, como se apuntó anteriormente, por exigencias logísticas sólo se han podido recopilar los datos de elmundo.es. Como se puede observar en la tabla 39, es Madrid quien lidera la tabla de cobertura por módulos totales (tanto repetidos como no repetidos –recuérdese la salvedad hecha anteriormente sobre los índices de rotación en prensa digital–), muy por encima de Cataluña, y aun

significativamente por encima (casi tres veces más) de País Vasco, Andalucía y Comunidad Valenciana (ver anexo mapas, p. 39).

De hecho esa es, quizá, la gran diferencia con respecto al agregado total y a los resultados de la prensa impresa: en el caso de la cobertura de elmundo.es, Madrid tiene aproximadamente un tercio más de módulos que Cataluña. Castilla y León aparece, al igual que ocurría en la edición de papel, en una sexta posición que sitúa a la autonomía castellanoleonesa sólo por debajo de las cinco “fijas” (Madrid, Cataluña, País Vasco, Andalucía y Comunidad Valenciana). Con todo, la cobertura sigue siendo francamente inferior a la de Madrid (apenas una quinta parte), Cataluña (algo más de una cuarta parte), y País Vasco, Andalucía y Comunidad Valenciana (en torno a la mitad).

3.4.1.3. Resultados ponderados

El tercer elemento de medida, denominado “módulos ponderados” a lo largo del proceso de investigación, introducía un coeficiente corrector resultante de la aplicación de múltiples factores dependientes del diseño periodístico y digital que ya se explicaron en el apartado metodológico. Como también se anticipó antes, por las características del archivo digital de elpais.com resultó imposible aplicar este coeficiente corrector (ya que no se conservaban elementos mensurables como la ubicación en página, el tamaño de la noticia, etc.) a este medio. En cambio, el coeficiente corrector en función de las peculiaridades del diseño periodístico sí se aplicó a las noticias analizadas de El País y El Mundo. Del

mismo modo, también se aplicó el modelo de análisis ponderado referido a publicaciones digitales a las piezas extraídas de elmundo.es.

En la tabla 40 se pueden observar los resultados del agregado de noticias para los tres medios que se pueden evaluar en función de la aplicación del coeficiente corrector correspondiente a los elementos del diseño periodístico impreso y digital respectivamente (El País, El Mundo y elmundo.es).

NÚMERO DE MÓDULOS PONDERADOS	TOTAL	
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Ponderados totales	Ponderados no repetidos
Madrid	35.849,45	34.786,4
Cataluña	35.246,57	34.585,62
País Vasco	23.228,15	21.200,2
Comunidad Valenciana	11.796,4	11.307,7
Andalucía	11.629,25	11.128,55
Castilla y León	5.518,15	5.294,25
Castilla La Mancha	5.027,3	4.840,9
Galicia	4.739,2	4.664,3
Asturias	2.707,2	2.680,6
Cantabria	2.472,7	2.376,85
Aragón	2.469,4	2.376,1
Canarias	2.351,1	2.246,85
Baleares	1.989,5	1.955,85
Extremadura	1.760,4	1.693,8
Región de Murcia	1.519,95	1.501,55
Navarra	1.038,4	1.038,4
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	983,2	952,2
La Rioja	157,95	157,95
TOTAL	9286	7529

Tabla 40. Datos totales por Comunidad y número de módulos ponderados. Fuente: Elaboración propia.

De nuevo observamos que Madrid y Cataluña lideran la clasificación con resultados tan parejos entre sí como distanciados del resto (ver anexo mapas, p.

40). Casi se podría decir que sus guarismos duplican a los de la tercera comunidad en nivel de publicación por módulos ponderados, País Vasco, y prácticamente cuadruplican los de Comunidad Valenciana y Andalucía.

Castilla y León vuelve a aparecer en el sexto lugar, lo cual sitúa a la comunidad cuantitativamente por encima de otras como Castilla La Mancha y Galicia (regiones ambas con registros muy similares a la castellanoleonesa), e incluso porcentualmente destacada con respecto a Asturias, Cantabria, Aragón, Canarias, Baleares, Extremadura, Murcia, Navarra o La Rioja. Pero esto tampoco puede hacer obviar la evidencia de la brecha, en términos de niveles de cobertura mediática, existente con respecto a las cinco comunidades que gozan de mayor cobertura.

Si Castilla y León duplica en términos porcentuales el número de módulos ponderados dedicados a Asturias o Cantabria, lo mismo puede decirse que hacen con ella comunidades como Valencia o Andalucía (con la diferencia de que la distancia en términos absolutos entre Valencia y Castilla y León –unos seis mil módulos ponderados– duplica ampliamente la diferencia de cobertura ponderada entre Castilla y León y Asturias –apenas tres mil–). Y si la comparación asciende hasta las dos primeras posiciones, la infrarrepresentación es evidente: en la relación de módulos ponderados referida en la tabla 40 (Anexo tablas, p. 45), por cada módulo publicado sobre Castilla y León se publican más de seis sobre Cataluña o la Comunidad de Madrid.

Si pasamos a los resultados detallados por publicación, veremos que existen ciertas diferencias con respecto al agregado de la tabla 40. Por ejemplo, en

la tabla 41 se muestran los resultados individuales de El Mundo, y aquí es Cataluña quien recibe una mayor cobertura ponderada, con un margen relativo de algo más de un 10% de cuota de publicación con respecto a su inmediata perseguidora, de nuevo la Comunidad de Madrid.

MÓDULOS PONDERADOS	EL MUNDO
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Ponderados totales
Cataluña	17.133,95
Madrid	15.188,7
País Vasco	13.510,4
Comunidad Valenciana	5.028,2
Andalucía	4.470,95
Castilla y León	2.865,6
Castilla La Mancha	2.165,6
Galicia	1.924,6
Asturias	1.151,3
Baleares	1.050,3
Canarias	1.003,2
Extremadura	837,25
Aragón	792,65
Cantabria	758,3
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	454,7
Región de Murcia	448,9
Navarra	415,7
La Rioja	115,15
TOTAL	69.315,45

Tabla 41. Datos totales por Comunidad y módulos ponderados en El Mundo. Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, tal y como sucedía en el análisis de los módulos en bruto, la peculiaridad en el periódico de Unidad Editorial es que el lapso entre las dos primeras comunidades y la tercera, el País Vasco, no es tan grande como en las cifras del agregado de publicaciones (la comunidad autónoma vasca recibe en

torno a un 15% menos de módulos ponderados que Madrid, cuando en el agregado la brecha subía por encima del 50%) (Ver anexo mapas, p. 41).

Las tendencias con respecto a Castilla y León se mantienen, sin embargo, bastante estables con respecto a lo ya destacado en el agregado general. Además de repetir la sexta posición en la tabla 41, la región castellanoleonesa recibe en El Mundo una cobertura ponderada que a duras penas supera la mitad de la que reciben Andalucía y Valencia. Del mismo modo, la distancia que la separa de Madrid y Cataluña hace que estas dos comunidades reciban una cobertura que sextuplica la concedida a Castilla y León.

MÓDULOS PONDERADOS	EL PAÍS
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Ponderados totales
Cataluña	12702,65
Madrid	12276,65
País Vasco	6638,5
Andalucía	4360,55
Comunidad Valenciana	4082,3
Castilla La Mancha	1939,4
Galicia	1682,9
Cantabria	1322,1
Castilla y León	1192,25
Aragón	1117,4
Región de Murcia	778,15
Canarias	755,8
Asturias	733,25
Extremadura	446,5
Baleares	413,9
Navarra	313,6
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	255,55
La Rioja	32
TOTAL	51043,45

Tabla 42. Datos totales por Comunidad y módulos ponderados en El País. Fuente: Elaboración propia.

La tabla 42, en la que se pueden ver los resultados detallados de El País, muestra si cabe un mayor monopolio de las dos comunidades de referencia mediática, Cataluña y Madrid, que se reparten las dos primeras posiciones con una separación delimitada por un muy estrecho margen. De ahí sí se da, como sucede en el agregado general, y a diferencia de los datos observados en El Mundo, una gran diferencia con la cobertura concedida al tercer clasificado, País Vasco (ver anexo mapas, p. 42).

En El País, la cobertura en módulos ponderados otorgada a la Comunidad Autónoma Vasca a duras penas alcanza la mitad de la de Cataluña o Madrid. Sus guarismos, en este caso, la acercan más a Andalucía y Valencia (en términos relativos, en torno a un 50% menos de cobertura que la concedida al País Vasco; pero en términos absolutos mucho más próxima –unos dos mil módulos entre País Vasco y Andalucía; pero más de seis mil entre Madrid y País Vasco–).

También hay cambios en lo que respecta a Castilla y León. Al igual que ocurría en el análisis de la cobertura por número de noticias y módulos totales, en El País la comunidad castellanoleonesa desciende en la lista de regiones por número de módulos ponderados: frente al sexto puesto del agregado de medios, en El País Castilla y León ocupa una discreta novena posición. Y es que, si antes la distancia entre la cobertura concedida a Castilla y León con respecto a Madrid y Cataluña se situaba en una relación aproximada de 1/6, en el caso de El País la proporción aproximada es 1/11; es decir, por cada módulo publicado sobre Castilla y León (aplicado el coeficiente corrector en función de los elementos del diseño), se publican 11 sobre Madrid o sobre Cataluña.

La distancia con las comunidades que copan por sistema los cinco primeros puestos también se dispara: por cada módulo publicado sobre Castilla y León se publican casi cuatro sobre Comunidad Valenciana o Andalucía, y cerca de seis sobre País Vasco. Por todo ello se podría afirmar que, en el caso de El País, las dos fracturas habituales (entre Cataluña y Madrid, y el resto; y entre País Vasco, Comunidad Valenciana y Andalucía, y el resto) quedan incluso marcadas de una manera más pronunciada.

Del mismo modo, en los resultados detallados de la versión digital de El Mundo observamos diferencias notables con respecto a los vistos en el agregado general y los datos individuales de El País y El Mundo en sus versiones impresas. Para empezar, a diferencia de lo visto en estas dos últimas tablas, en los resultados de elmundo.es Madrid lidera claramente la clasificación de módulos ponderados, con un margen insólito (casi un 60%) con respecto a la segunda región de la lista, Cataluña. A su vez, Madrid casi triplica los datos de País Vasco, que a diferencia de la versión en papel de El Mundo, no está tan distanciada respecto a Andalucía y Comunidad Valenciana. Como nexo de unión, eso sí, se puede decir que cambian las distancias entre las cinco primeras comunidades, pero no el nombre.

Como ocurría con la edición en papel de El Mundo, la versión digital tiene a Castilla y León en sexta posición de la tabla 43, por encima de Galicia y de las comunidades restantes (que no llegan al millar de módulos ponderadas). Sin embargo, las diferencias en términos absolutos entre Castilla y León y las comunidades que figuran por debajo de ella en la lista no son muy grandes (por

más que en términos relativos puedan ser significativas). Al igual que se comentó antes, sí son mayores estas diferencias cuando se mira a las regiones que figuran por encima de Castilla y León: por cada módulo ponderado de Castilla y León se publican dos sobre el País Vasco (una relación similar a la que se mantiene con Andalucía y Comunidad Valenciana), casi cuatro sobre Cataluña y casi seis sobre la Comunidad Autónoma de Madrid. Por todo ello, se constata de nuevo un flujo informativo más o menos constante para 12 comunidades, con brechas significativas a medida que se va ascendiendo desde la quinta posición hasta la primera de la tabla (ver anexo mapas, p. 43).

MÓDULOS PONDERADOS	elmundo.es	
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Ponderados totales	Ponderados no repetidos
Madrid	8.384,1	7.321,05
Cataluña	5.409,97	4.749,02
País Vasco	3.079,25	1.051,3
Andalucía	2.797,75	2.297,05
Comunidad Valenciana	2.685,9	2.197,2
Castilla y León	1.460,3	1.236,4
Galicia	1.131,7	1.056,8
Castilla La Mancha	922,3	735,9
Asturias	822,65	796,05
Canarias	592,1	487,85
Aragón	559,35	466,05
Baleares	525,3	491,65
Extremadura	476,65	410,05
Cantabria	392,3	296,45
Navarra	309,1	309,1
Región de Murcia	292,9	274,5
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	272,95	241,95
La Rioja	10,8	10,8
TOTAL	30125,37	24429,17

Tabla 43. Datos totales por Comunidad y módulos ponderados en elmundo.es. Fuente: Elaboración propia.

3.4.2. Resultados por secciones

Con vistas a realizar una caracterización temática de las comunidades sometidas a estudio, en especial la de Castilla y León, los datos analizados hasta este punto en el presente epígrafe de resultados también fueron desglosados en función de la sección donde apareciera cada noticia examinada. De este modo, se obtuvieron datos pormenorizados de la cobertura en las secciones de Cultura, Economía, España y Portada (comunes a los cuatro medios analizados, dos digitales y dos impresos), Ciencia (El Mundo y elmundo.es), Salud (elmundo.es), Sociedad (El País y elpais.com), Solidaridad (elmundo.es) y Tecnología (elpais.com y elmundo.es). Repasaremos en primer lugar las secciones que son comunes a los cuatro medios analizados.

3.4.2.1. Cultura

Los resultados detallados de la sección de cultura, para el periodo sometido a estudio permiten trazar algunas tendencias generales que se repiten con cierta frecuencia en los cuatro medios sometidos a estudio. En primer lugar, Madrid es el claro referente de las publicaciones relativas a la sección de Cultura, con unas cifras que la destacan clarísimamente con respecto al resto de regiones españolas. Como se puede observar en la tabla 44, el agregado de noticias de los cuatro medios sometidos a estudio (tres en el caso del cómputo de módulos totales y ponderados, por las razones expuestas con anterioridad), Madrid casi duplica a Cataluña en todos los apartados medidos. Su relación con el resto de comunidades es incluso más interesante: el número de noticias de Madrid en los

cuatro medios casi cuadruplica al de Andalucía, pero si nos fijamos en el peso total y ponderado, la relación se dispara: por cada módulo publicado en Andalucía hay casi seis en Madrid. Luego no sólo es que Madrid concentre la atención mediática de la sección de Cultura por número de noticias, sino que además sus piezas suelen ser más extensas y tener más elementos que captan la atención del lector.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Madrid	509	10.468,9	12.624,45
Cataluña	277	5.714,5	6.800,75
Andalucía	132	1.676,8	2.238,9
Comunidad Valenciana	92	1.065,8	1.401,9
Castilla y León	64	465	1.656,25
País Vasco	64	938,6	1.152,3
Castilla La Mancha	41	960	1.112,5
Galicia	38	643,6	839,3
Aragón	37	736,3	894,15
Asturias	35	769,2	903,6
Cantabria	23	772	858
Región de Murcia	23	508,2	602,6
Canarias	22	428,3	559,15
Navarra	9	271,5	306,75
Baleares	7	74,5	85,25
Extremadura	7	292,6	327,1
La Rioja	2	44,2	72,1
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	0	0	0

Tabla 44. Sección de Cultura. Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia.²⁸¹

La misma relación se observa, por ejemplo, con la cuarta clasificada de la tabla 44, la Comunidad Valenciana: se publican aproximadamente un cuarto de

²⁸¹ Como se advirtió anteriormente, los datos expuestos en estas tablas de contingencia son una muestra correspondiente a ocho semanas del año 2010, por lo que la proporción para calcular su universo es de 1/6,5. El lector puede realizar, tanto en esta sección de Cultura como en las que se referirán a continuación, los cálculos oportunos para evaluar si en algún caso específico los datos correspondientes a alguna comunidad concreta no proporcionan ni un universo ni una muestra suficientemente representativa como para realizar inferencias posteriores.

noticias en esta región si se la compara con Madrid; pero si nos fijamos en el número de módulos, la distancia se amplía hasta establecer una relación de casi 1/10 (ver anexo mapas, p. 44). En lo que a Castilla y León se refiere, lo primero que llama la atención es que aparece empatada, por número de noticias, a una de las comunidades que habitualmente la superaban en las estadísticas agregadas analizadas hasta ahora, País Vasco.

Cultura	El Mundo	elmundo.es	El País	elpais.com
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Nº Noticias	Nº Noticias	Nº Noticias	Nº Noticias
Madrid	119	35	77	311
Cataluña	47	17	50	214
Castilla y León	21	20	3	32
Andalucía	19	33	13	72
Comunidad Valenciana	17	17	7	54
Castilla La Mancha	9	14	7	23
País Vasco	9	9	6	48
Asturias	8	7	5	32
Galicia	5	7	6	19
Navarra	5	0	2	2
Región de Murcia	5	7	5	15
Aragón	4	5	8	25
Canarias	4	10	4	6
Cantabria	3	10	10	9
Baleares	2	2	1	6
Extremadura	2	14	2	5
La Rioja	1	0	0	0
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	0	2	0	0

Tabla 45. Número de noticias publicadas en la sección de Cultura. Fuente: Elaboración propia.

Sorprendentemente, en número de módulos, la región castellanoleonesa descendería un número notable de posiciones en la tabla 45, si bien también ha de notarse que si aplicamos los modelos de ponderación explicados en el

apartado metodológico, Castilla y León sería la cuarta comunidad en orden de importancia, sólo superada por Madrid, Cataluña y Andalucía; por encima de Comunidad Valenciana y País Vasco. Si observamos el detalle por publicación, obtenemos datos interesantes que no se observan en el agregado de la tabla 44. Al igual que sucedía antes, en la tabla 45 constatamos que en la versión impresa de El Mundo, los guarismos de Madrid se sitúan por encima del doble de su más inmediata perseguidora, Cataluña, y casi seis veces por encima de las tres siguientes, Castilla y León, Andalucía y Comunidad Valenciana (ver anexo mapas, p. 45).

Sin embargo, la cobertura cultural de la región castellanoleonesa adquiere especial relevancia en la cabecera en papel de Unidad Editorial, pues se sitúa en un tercer puesto que sólo la coloca por detrás de Madrid y Cataluña, y por delante de comunidades que, tal y como hemos visto con anterioridad, en el agregado general la superan ampliamente (fundamentalmente Andalucía, Comunidad Valenciana y País Vasco). En la versión digital, Castilla y León descendería hasta la cuarta plaza, al ser rebasada también por Andalucía (ver anexo mapas, p. 46).

En lo que a El País (tanto en versión digital como impresa) se refiere, los datos presentan una similitud reseñable con respecto a los observados en El Mundo: Madrid y Cataluña se reparten los dos primeros puestos en el mismo orden que lo hacían en los casos anteriores, si bien la brecha entre una y otra no es tan destacable como antes (ver anexo mapas, p. 47). Lo que sí varía de manera exponencial es la cobertura cultural que se le da, desde los dos medios de Prisa, a

Castilla y León. En la versión de papel apenas se han recogido tres noticias relativas a Castilla y León, cifra que no sólo desbancan a la región de su privilegiado tercer puesto observado en los datos de El Mundo, sino que la relega a la parte baja de la tabla, sólo por encima de Navarra, Baleares, Extremadura y La Rioja.

En la versión digital de El País la cobertura cultural concedida a Castilla y León sitúa a la región en un sexto puesto (empatada con Asturias), que si bien sigue sin concederle tanta importancia como El Mundo, sí se sitúa en unos parámetros más próximos a los observados en los agregados generales (ver anexo mapas, p. 48).

Cultura	El Mundo	elmundo.es	El País
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Peso total	Peso total	Peso total
Madrid	5.585,3	176,3	4.230,2
Cataluña	2.546,9	334,8	2.895,2
Andalucía	687,9	176,5	752,5
Comunidad Valenciana	668,4	98,2	260,9
Asturias	457,9	28	332
País Vasco	452,3	30,8	385,6
Castilla La Mancha	344,8	82	479,4
Galicia	238,2	30	341,9
Castilla y León	194,8	133,2	178
Aragón	180,2	26,4	522,8
Región de Murcia	174,6	31	313,8
Canarias	152,7	32,9	222,4
Extremadura	146,2	74,8	142,4
Navarra	141,5	0	130
Cantabria	117,4	52,4	637,4
La Rioja	41,8	0	0
Baleares	30,6	8,1	41,6
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	0	17,6	0

Tabla 46. Número de módulos publicados en la sección de Cultura. Fuente: Elaboración propia.

Observando los datos del peso total y ponderado de la sección de Cultura de los tres medios de los que se han podido extraer (El País, El Mundo y elmundo.es), se aprecian, no obstante, algunos cambios significativos. Por ejemplo, en el caso de elmundo.es, pese a que el número de noticias de Cultura sobre la comunidad de Madrid, la cantidad de módulos totales (ver tabla 46) dedicados a esta sección en Cataluña es significativamente superior (casi el doble que los dedicados a Madrid).

En lo que respecta a Castilla y León, hay dos aspectos diferenciales con respecto al número de noticias que deben ser reseñados. En primer lugar, si nos centramos estrictamente en los datos de la versión en papel de El Mundo, vemos que la posición de la región castellanoleonesa desciende notablemente hasta la décima posición (ver anexo mapas, p. 49).

Sin embargo, en la versión digital de El Mundo Castilla y León sí mantiene una posición de privilegio por número de módulos, con unos parámetros cercanos a Madrid y Andalucía, y aproximadamente en una relación de 1/3 con respecto a Cataluña. En este mismo medio, vemos cómo la relación 33/20 en número de noticias mengua hasta 176,5/133,2 en número de módulos, lo que acerca sustancialmente a Castilla y León a la comunidad andaluza (ver anexo mapas, p. 50).

3.4.2.2. Economía

La sección de Economía ofrece ciertas similitudes, pero también divergencias notables, respecto al panorama observado en la sección de Cultura. Para comenzar con los paralelismos, Madrid, Cataluña, Andalucía y Comunidad Valenciana se vuelven a repartir, por ese orden, los primeros puestos por número de noticias. La distancia entre Madrid y Cataluña se vuelve a situar en los mismos parámetros que los observados anteriormente: aproximadamente una noticia, un módulo y un módulo ponderado catalanes por cada dos noticias, módulos y módulos ponderados publicados sobre Madrid (ver tabla 47).

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Madrid	385	4.269,9	5.377,95
Cataluña	219	2.072,5	2.684,75
Andalucía	87	750,4	969,2
Comunidad Valenciana	84	330,8	496,4
País Vasco	75	870	1.121,25
Cantabria	52	476,8	652,4
Galicia	32	453	567,5
Castilla La Mancha	27	234	338,75
Castilla y León	19	145,8	182,9
Canarias	14	77,4	105,7
Asturias	12	118,2	189,35
Región de Murcia	9	45,2	58,1
Baleares	8	73,9	115,25
La Rioja	8	0	0
Navarra	6	65	89,5
Aragón	5	30,3	58,65
Extremadura	4	22,6	34,05
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	1	25,2	38,6

Tabla 47. Sección de Economía. Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, en un análisis pormenorizado de las tres unidades de medida observadas (número de noticias, número de módulos, módulos ponderados) observamos cómo País Vasco adquiere una especial relevancia si se tienen en cuenta fundamentalmente los dos últimos (ver anexo mapas, p. 51); lo cual significa esencialmente que, pese a que se cubren menos temas económicos relacionados con el País Vasco en los medios analizados, cuando se hace, se hace con un mayor despliegue (ya sea por tamaño de la pieza –número de módulos– como por la inclusión de elementos que priorizan su lectura – módulos ponderados–).

Economía	El Mundo	elmundo.es	El País	elpais.com
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Nº de noticias	Nº de noticias	Nº de noticias	Nº de noticias
Madrid	49	66	83	187
Cataluña	27	24	47	121
Andalucía	12	6	14	55
País Vasco	12	8	20	35
Cantabria	6	10	8	28
Castilla y León	6	0	3	10
Comunidad Valenciana	5	9	11	59
Galicia	5	7	7	13
Asturias	3	2	3	4
Castilla La Mancha	3	3	5	16
Canarias	2	1	2	9
Extremadura	2	1	0	1
Aragón	1	1	1	2
Baleares	1	2	3	2
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	1	0	0	0
Navarra	1	0	3	2
La Rioja	0	0	0	8
Región de Murcia	0	1	1	7

Tabla 48. Número de noticias publicadas en la sección de Economía. Fuente: Elaboración propia

El retrato económico de Castilla y León adquiere bastante menos notoriedad que en la sección de Cultura: la región castellanoleonesa ocupa la novena posición (décima si el criterio es el de módulos ponderados) de la tabla 47; aunque lo más relevante es que, en términos relativos, la repercusión en prensa de la actividad económica en la región a juicio del retrato comparativo con otras comunidades es muy poco significativa.

Economía	El Mundo	elmundo.es	El País
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Peso total	Peso total	Peso total
Madrid	2.242,4	273,6	1.753,9
Cataluña	1.115,4	102,1	855
País Vasco	572,8	43,2	254
Andalucía	382,5	35	332,9
Cantabria	212,2	41,8	222,8
Galicia	182	35,8	235,2
Comunidad Valenciana	152,9	38,2	139,7
Castilla La Mancha	129,2	12,2	92,6
Castilla y León	128,6	0	17,2
Asturias	97,6	11,8	8,8
Navarra	58	0	7
Canarias	35,1	4,7	37,6
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	25,2	0	0
Extremadura	18,6	4	0
Aragón	13,8	6,5	10
Baleares	3,4	9,7	60,8
Región de Murcia	0	5,2	40
La Rioja	0	0	0

Tabla 49. Número de módulos publicados en la sección de Economía. Fuente: Elaboración propia

Sirvan, a modo de ejemplo, las siguientes conclusiones que se pueden extraer de un análisis de la tabla 47: por cada noticia de economía que se publica sobre Castilla y León se publican 19 sobre Madrid, 11 sobre Cataluña, en torno a 4 sobre Andalucía, Comunidad Valenciana o País Vasco y 2 de Cantabria (ver anexo

mapas, p. 52). Si nos fijamos en los módulos publicados, el abismo se agranda: por cada módulo publicado sobre Castilla y León en la sección de Economía se publican 29 sobre Madrid, 14 en Cataluña, casi 6 en País Vasco y 5 en Andalucía.

Los resultados de la tabla 48 clarifican que, en el caso de Castilla y León, la mayor repercusión mediática en la sección de Economía se da en las noticias de elpais.com: 1/19 con respecto al número de noticias en Madrid. La proporción se contrae, en cambio, si observamos el número de noticias publicadas en la versión escrita de El Mundo, ya que por cada noticia de Economía publicada sobre Castilla y León hay “solo” 8 dedicadas a la Comunidad de Madrid (ver anexo mapas, p. 53).

Economía	El Mundo	elmundo.es	El País
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Peso ponderado	Peso ponderado	Peso ponderado
Madrid	2.557,7	661,3	2.158,95
Cataluña	1.257,2	289,55	1.138
País Vasco	620,4	110,85	390
Andalucía	455,75	80,5	432,95
Cantabria	269,1	100,4	282,9
Galicia	194	83,4	290,1
Comunidad Valenciana	181,45	103,1	211,85
Castilla La Mancha	172,6	34,35	131,8
Castilla y León	157,8	0	25,1
Asturias	123,8	44,65	20,9
Navarra	74,5	0	15
Canarias	56,05	9,35	40,3
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	38,6	0	0
Extremadura	22,8	11,25	0
Aragón	17,4	20,75	20,5
Baleares	10	22,85	82,4
Región de Murcia	0	11,6	46,5
La Rioja	0	0	0

Tabla 50. Número de módulos ponderados publicados en la sección de Economía. Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, esta proporción vuelve a dispararse como se observaba antes si hacemos caso de los resultados desglosados por número de módulos totales (ver tabla 49) o módulos ponderados (ver tabla 50). En el caso de la versión digital de El Mundo el silencio informativo respecto a la actividad económica en Castilla y León alcanza su máxima expresión, ya que no se registró ninguna noticia publicada en la muestra del periodo sometido a estudio.

3.4.2.3. España

Los resultados de la sección de Nacional de las cabeceras sometidas a estudio presentan variaciones importantes con respecto a los resultados generales examinados hasta ahora y también con relación a las otras secciones analizadas en este epígrafe.

En primer lugar, Cataluña y País Vasco desplazan a Madrid de la primera posición tanto en cobertura por número de noticias como en peso total y en peso ponderado (ver anexo mapas, p. 54). En el primer caso, la influencia de las elecciones catalanas puede ser una de las explicaciones de que los resultados de la comunidad catalana (para los tres elementos de medición adoptados) dupliquen ampliamente los de Madrid. En el segundo, la cobertura del terrorismo vasco es sin duda el elemento diferencial que hace que sobre esta autonomía se publiquen casi 300 noticias más que sobre la comunidad madrileña, y que la cobertura matizada por el número de módulos y el número de módulos ponderados eleve la distancia hasta parámetros casi similares a los de Cataluña.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Cataluña	970	16.247,34	19.507,92
País Vasco	695	15.435,9	18.351,45
Madrid	413	7.388,6	8.596,55
Comunidad Valenciana	413	5.635,3	7.101,65
Andalucía	340	3.801,1	4.939,55
Galicia	125	1.906	2.487,5
Castilla y León	107	1.735,7	2.441,35
Castilla La Mancha	100	1.718,7	2.340,35
Baleares	81	912,7	1.272,85
Aragón	69	880,9	1.104,45
Canarias	53	648,8	849,9
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	47	530,8	797,4
Extremadura	34	641,2	918,85
Asturias	32	387,5	588,25
Región de Murcia	30	288	379,5
Cantabria	21	311,9	384,45
Navarra	16	164,1	292,55
La Rioja	3	31,7	53,85

Tabla 51. Sección "España". Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia.

Esto también es significativo: pese a que durante el periodo sometido a estudio se publican casi un 30% de noticias más sobre Cataluña que sobre País Vasco, proporcionalmente las noticias sobre la segunda comunidad acaparan más módulos y más elementos que reclaman la atención del lector. Es significativo, también, con respecto a la cobertura concedida a Castilla y León que su papel en la sección de Nacional es manifiestamente marginal. No sólo abandona las posiciones de privilegio que sí tenía, por ejemplo, en la sección de Cultura; sino que, además, se sitúa dentro del pelotón de doce comunidades que o no llegan o rebasan sólo tímidamente el umbral de las 100 noticias.

Por encima de Castilla y León en la sección de Nacional se sitúan, además de las ya mencionadas Cataluña, País Vasco y Madrid, la Comunidad Valenciana, Andalucía y Galicia. Pero, y se debe insistir en ello, más allá de las posiciones, si se observa las proporciones que separan a las cinco primeras comunidades del resto se aprecia una flagrante brecha mediática. Comunidad Valenciana, pese a contar con una cobertura en módulos menos exhaustiva que la Comunidad de Madrid, acapara el foco del mismo número de noticias (413), lo que le sitúa porcentualmente en torno al cuádruple (o más, en muchos casos) de otras doce comunidades, entre las que se incluye Castilla y León. Andalucía, por ejemplo, triplica en número de noticias a las que recibe la región castellanoleonesa.

España	El Mundo	elmundo.es	El País	elpais.com
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Nº de noticias	Nº de noticias	Nº de noticias	Nº de noticias
Cataluña	260	94	124	492
País Vasco	225	121	117	232
Andalucía	90	35	39	176
Comunidad Valenciana	86	44	51	232
Madrid	82	65	57	209
Baleares	35	13	9	24
Castilla y León	33	26	12	36
Castilla La Mancha	29	29	9	33
Galicia	23	30	18	54
Aragón	19	19	9	22
Extremadura	16	15	1	2
Canarias	15	14	6	18
Asturias	12	5	3	12
Cantabria	9	3	2	7
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	9	14	6	18
Región de Murcia	8	8	3	11
Navarra	5	11	0	0
La Rioja	1	1	0	1

Tabla 52. Número de noticias publicadas en la sección “España”. Fuente: Elaboración propia.

En el análisis individualizado por cabeceras en función del número de noticias totales publicadas, se observan también ligeras variaciones con respecto a las tendencias generales descritas en la tabla 51. Por ejemplo, vemos cómo en El Mundo (ver anexo mapas, p. 55) la Comunidad Autónoma de Madrid desciende hasta la quinta posición por número de noticias, mientras que en las versiones digitales de El Mundo (ver anexo mapas, p. 56) y El País se sitúa en la cuarta.

España	El Mundo	elmundo.es	El País
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Peso total	Peso total	Peso total
Cataluña	10.524,4	481,54	5.241,4
País Vasco	10102,6	686,2	4.647,1
Madrid	4.557	354	2.477,6
Comunidad Valenciana	3.178,9	225,1	2.231,3
Andalucía	2.363,4	220,3	1.217,4
Castilla La Mancha	1.109,1	148,8	460,8
Galicia	1.108,7	149,1	648,2
Castilla y León	1.019,9	172,9	542,9
Baleares	745,6	59,9	107,2
Extremadura	486,8	98,4	56
Canarias	454,7	70,7	123,4
Aragón	415,5	83,9	381,5
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	301,1	61,6	168,1
Asturias	270,9	36,2	80,4
Cantabria	260,8	15,5	35,6
Región de Murcia	194,2	32,8	61
Navarra	111	53,1	0
La Rioja	28,5	3,2	0

Tabla 53. Número de módulos publicados en la sección “España”. Fuente: Elaboración propia.

Las dos primeras posiciones, al igual que ocurría en la tabla 51, se reparten entre Cataluña y País Vasco, si bien en el caso de la versión digital de El Mundo es la Comunidad Autónoma Vasca la que ocupa la primera posición, con una

significativa ventaja sobre el resto de regiones (seis veces más, por ejemplo, que Castilla y León, como se puede ver en la propia tabla 52).

Con todo, la distancia de Castilla y León con las regiones de cabeza es incluso mayor si nos fijamos en otros medios. En el caso de la versión en papel de El Mundo la proporción es, aproximadamente, de una noticia sobre Castilla y León por cada casi nueve de Cataluña. En el caso de El País la proporción sube a 1/10, y en la versión digital del periódico de PRISA roza una relación de 1/14. En la tabla 53 observamos cómo los guarismos correspondientes al peso total comparten patrones similares a los observados con el desglose de noticias por periódicos. Cataluña y País Vasco se reparten las dos primeras posiciones (en el caso de elmundo.es es esta última la que ocupa la parte más alta de la tabla), con una aplastante distancia sobre sus inmediatas perseguidoras.

La clasificación por número de módulos publicados sí cambia, por ejemplo, la posición definitiva de Madrid, que se asienta en la tercera posición. En el caso de Castilla y León, se repiten los patrones de posición (octava, por detrás de Cataluña, País Vasco, Madrid, Comunidad Valenciana, Andalucía, Castilla La Mancha y Galicia en El Mundo y El País; sexta, por delante de Castilla La Mancha y Galicia en la versión digital de El Mundo), si bien se suavizan en algunos casos las proporciones de publicación con respecto a las comunidades de cabeza: Castilla y León representa cerca de un 10% de lo que se publica con la comunidad sobre la que más se publica en número de módulos en El Mundo y El País, y en torno a un 25% de lo publicado sobre País Vasco, la región con más cobertura por número de módulos totales para elmundo.es).

Lo mismo se puede decir de los datos sobre módulos ponderados, cuyo detalle se puede observar en la tabla 54. Cataluña y País Vasco se vuelven a repartir las dos primeras posiciones, con la comunidad vasca encabezando la tabla de módulos ponderados en la versión digital de El Mundo y la catalana en la versión en papel de los dos periódicos; Madrid se asienta definitivamente en la tercera posición, con una generosa ventaja del 20% sobre su inmediata perseguidora, Valencia; y Castilla y León se acomoda en torno a la octava posición con unas distancias proporcionales similares a las observadas para el número total de módulos comentado anteriormente en la tabla 53.

España	El Mundo	elmundo.es	El País
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Peso ponderado	Peso ponderado	Peso ponderado
Cataluña	12.186,2	1.167,02	6.154,7
País Vasco	11.449,5	1.644,4	5.257,55
Madrid	5.078,5	808,75	2.709,3
Comunidad Valenciana	3.923,95	512,55	2.665,15
Andalucía	3.007,2	462,15	1.470,2
Castilla La Mancha	1.458,55	357,9	523,9
Castilla y León	1.391,95	414,45	634,95
Galicia	1.334,35	372,55	780,6
Baleares	1.001,8	107,95	163,1
Extremadura	627,9	216,95	74
Aragón	551,75	177,45	375,25
Canarias	534,85	154,35	160,7
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	406,55	135,3	255,55
Asturias	388,45	100,1	99,7
Cantabria	316,4	35,75	32,3
Región de Murcia	242,6	64,9	72
Navarra	151,5	141,05	0
La Rioja	49,25	4,6	0

Tabla 54. Número de módulos ponderados publicados en la sección “España”. Fuente: Elaboración propia.

3.4.2.4. Portada

La sección de Portada se centra principalmente en los datos analizados con respecto a sólo tres publicaciones: El País, El Mundo y la versión digital de este último. El caso de elpais.com, por las condiciones peculiares de su archivo, ya comentadas anteriormente, no conservaba la portada del periódico digital del día y no contemplaba (salvo escasos casos concretos que se han incluido en la tabla 55) la portada como una sección distinta al resto de piezas listadas a modo de flujo de noticias.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Madrid	324	2.125,1	5.232,2
Cataluña	243	1.493,7	3.594,85
País Vasco	164	1.070,8	2.118,15
Andalucía	95	467,1	1.098,05
Comunidad Valenciana	95	641,9	1.412,95
Asturias	46	366,2	886,1
Castilla y León	34	246,2	549,1
Galicia	34	230,8	512,4
Baleares	25	94,3	282,65
Canarias	18	68,6	180,8
Castilla La Mancha	18	112,1	255,05
Cantabria	14	79,3	172,15
Extremadura	13	236,6	319,8
Aragón	11	69,5	150,75
Navarra	10	59,1	184,8
Región de Murcia	10	40,1	112,55
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	9	44,8	107,9
La Rioja	0	0	0

Tabla 55. Sección de Portada. Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia.

Madrid, Cataluña y País Vasco vuelven a liderar la tabla con una patente distancia con respecto al resto de comunidades (menor en el caso de Andalucía y

Comunidad Valenciana, mucho más evidente con las demás). Sin embargo, en las portadas es la Comunidad Autónoma de Madrid quien vuelve a reclamar un mayor peso mediático, casi doblando en número de noticias (y haciéndolo ampliamente en número de módulos y cantidad de módulos ponderados) al País Vasco, y con un sustancioso margen de en torno al 30% de mayor repercusión mediática en las portadas que Cataluña (ver anexo mapas, p. 57).

	El Mundo	elmundo.es	El País	elpais.com
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Nº de noticias	Nº de noticias	Nº de noticias	Nº de noticias
Madrid	62	223	39	0
Cataluña	43	164	34	2
País Vasco	41	108	15	0
Andalucía	12	75	8	0
Comunidad Valenciana	12	60	23	0
Asturias	9	29	8	0
Castilla y León	5	26	2	1
Galicia	4	26	4	0
Cantabria	3	9	2	0
Castilla La Mancha	3	12	3	0
Canarias	2	14	2	0
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	2	7	0	0
Navarra	2	8	0	0
Aragón	1	7	3	0
Baleares	1	23	1	0
Extremadura	1	9	3	0
Región de Murcia	0	7	3	0
La Rioja	0	0	0	0

Tabla 56. Número de noticias publicadas en la sección de Portada. Fuente: Elaboración propia.

Andalucía y Comunidad Valenciana marcan de nuevo un cierto límite de relevancia informativa. Por debajo de ellas se aglutina un pelotón de doce comunidades que no consiguen llegar a las 50 noticias de portada. Castilla y

León, séptima en la lista independientemente del criterio utilizado, vuelve a situarse de manera casi matemática en unas proporciones de 1 a 10 con respecto a la comunidad con mayor repercusión mediática en la portada de las cabeceras analizadas. Descollante, por el lado opuesto, es el caso de La Rioja, que en secciones analizadas anteriormente ya había recibido el dudoso honor de ser la comunidad con menos repercusión mediática y que, en el caso que nos ocupa, no ha protagonizado ninguna noticia de portada en la muestra sometida a estudio.

Un detalle pormenorizado de los datos por noticias en función de las diferentes cabeceras (Ver tabla 56) nos permite ver, no obstante, que los resultados analizados en el agregado general se ven matizados seriamente por la versión digital de El Mundo. Las distancias en las versiones de papel de los diarios sometidos a estudio entre las cinco primeras comunidades de la tabla (sobre todo las tres de cabeza) y el resto son incluso mayores que las ya observadas anteriormente.

Por ejemplo, Castilla y León sólo acapara cinco noticias de portada en El Mundo (ver anexo mapas, p. 58), frente a las 62 de Madrid (más de 12 veces más), las 43 de Cataluña o las 41 de País Vasco (mas de 8 veces más). En el caso de El País, sólo hay dos noticias sobre Castilla y León, lo que sitúa la relación con los puestos de cabeza en unos términos más desiguales si cabe: se publican casi 20 noticias de Madrid, 14 de Cataluña, casi 12 de Comunidad Valenciana (influencia evidente de la cobertura de los casos de corrupción en el seno del PP) y casi 8 de País Vasco, por cada una de la región castellanoleonés (ver anexo mapas, p. 59).

Los resultados por número de módulos publicados de la tabla 57 (Anexo tablas, p. 62) constatan las tendencias observadas en la tabla anterior, con ciertas matizaciones: en El Mundo, el País Vasco pasa a ser la segunda comunidad por número de módulos, rebasando ampliamente a Cataluña (pese a que ésta tiene más noticias), por influencia, a buen seguro, de la mayor extensión de la cobertura a temas relacionados con el terrorismo. También es destacable que, pese a que no le sirva para subir al “tren de cabeza” del trío Madrid-Cataluña-País Vasco, la cobertura por número módulos sí acerca a Castilla y León a sus inmediatas predecesoras (Galicia, Andalucía, Asturias y Comunidad Valenciana).

	El Mundo	elmundo.es	El País
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Peso total	Peso total	Peso total
Madrid	576,3	1.225,9	322,9
País Vasco	520,7	350,4	199,7
Cataluña	355,2	777,9	360,6
Comunidad Valenciana	86,2	328,3	227,4
Asturias	76,2	158,7	131,3
Andalucía	74,1	342,6	50,4
Galicia	68,3	136	26,5
Castilla y León	58,9	166,5	20,8
Cantabria	34,2	38,7	6,4
Castilla La Mancha	21,1	59,5	31,5
Aragón	13,8	35,2	20,5
Navarra	9,9	49,2	0
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	7,1	37,7	0
Canarias	5,9	57,1	5,6
Extremadura	2,9	41,1	192,6
Baleares	2	89,5	2,8
Región de Murcia	0	27	13,1
La Rioja	0	0	0

Tabla 57. Número de módulos publicados en la sección de Portada. Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, las proporciones de la cobertura de Castilla y León en las portadas de los medios analizados con respecto a las comunidades con mayor capacidad de atraer la atención mediática sigue mostrando una brecha considerable (por cada módulo publicado sobre Castilla y León hay casi diez de Madrid en El Mundo, casi ocho en elmundo.es y casi 16 en El País).

	El Mundo	elmundo.es	El País
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Peso ponderado	Peso ponderado	Peso ponderado
Madrid	1.110,15	3.496,6	625,45
País Vasco	934,85	849,95	333,35
Cataluña	719,1	2.205,95	669,8
Andalucía	179,55	799,8	118,7
Comunidad Valenciana	174,1	861,65	377,2
Asturias	150,6	525,35	210,15
Castilla y León	130,45	392,75	25,9
Galicia	116,15	360	36,25
Cantabria	43,6	111,85	16,7
Castilla La Mancha	33,55	147,75	73,75
Canarias	33,45	138,55	8,8
Navarra	27,95	156,85	0
Aragón	20,9	82,6	47,25
Extremadura	16,95	89,55	213,3
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	9,55	98,35	0
Baleares	4	271,75	6,9
Región de Murcia	0	74,5	38,05
La Rioja	0	0	0

Tabla 58. Número de módulos ponderados publicados en la sección "España". Fuente: Elaboración propia.

Los resultados por módulos ponderados expuestos en la tabla 58 responden más o menos a las mismas tendencias apuntadas anteriormente, con ligeros matices como la mayor presencia, según este criterio, de Cataluña en las portadas de El País (supera levemente a Madrid), o el descenso hasta la 12ª posición de Castilla y León en las portadas de El País.

Este último hecho acrecienta aún más la distancia, si observamos este criterio de módulos ponderados, entre Castilla y León y el resto de comunidades: por cada módulo ponderado de esta región se publican 25 de Madrid o Cataluña, casi 16 de Comunidad Valenciana y 14 de País Vasco.

3.4.2.5. Ciencia

Los resultados de la sección de Ciencia se refieren exclusivamente a las versiones en papel y digital de El Mundo, pues son las dos únicas cabeceras de las elegidas para este estudio que contienen una sección específica con este nombre.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Madrid	38	337,7	619,85
Andalucía	33	176,5	361,75
Castilla y León	20	133,2	331,6
Cataluña	18	87,1	157,05
Comunidad Valenciana	17	98,2	267,1
Castilla La Mancha	15	182	203,2
Extremadura	15	94,8	172,9
Canarias	13	232,9	266,95
Cantabria	10	52,4	204
País Vasco	9	30,8	82,9
Asturias	7	28	62
Galicia	7	32,8	109,9
Región de Murcia	7	31	93
Aragón	5	26,4	60,45
Baleares	2	8,1	29,05
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	2	17,6	39,3
La Rioja	0	0	0
Navarra	0	0	0

Tabla 59. Sección de Ciencia. Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia.

La tabla 59 otorga un sorprendente (por lo inhabitual en la mayoría de las secciones analizadas hasta ahora) tercer puesto a la Comunidad de Castilla y León, sólo por detrás de Madrid y Andalucía, y por delante de regiones como Cataluña y Comunidad Valenciana (ver anexo mapas, p. 60). Sin embargo, para valorar en su justo término estos resultados, ha de tenerse en cuenta que ciertas secciones “menores” de los medios analizados presentan, en la versión digital, un índice de repetición de noticias muy superior al de otras, como las examinadas hasta el presente subepígrafe. La razón es que o bien el volumen informativo de secciones como “Ciencia”, “Salud” o “Solidaridad” es menor, o el interés del medio sobre ellas es proporcionalmente menos relevante que el que suscitan otras secciones más “fuertes”, como “España”, “Economía” o la propia “Portada”. Por ello, en las versiones digitales de los medios estudiados ocurre con frecuencia que ciertas noticias se repiten varios días.

Por esta razón, se incluyó en todas las secciones dos análisis independientes: uno por número de noticias totales y otro por número de noticias no repetidas, que sería de especial utilidad en el análisis de secciones que tendieran a reciclar con frecuencia ciertas piezas. Así, si se observa la tabla 60, se puede apreciar cómo Castilla y León desciende hasta la séptima posición (octava, si lo que se tiene en cuenta es el número de módulos totales y quinta por módulos ponderados) si se excluyen las noticias repetidas (ver anexo mapas, p. 61).

Llama también la atención la posición predominante de Andalucía en las noticias de esta sección, algo que se explica también por el hecho de que en la

sección se suelen incluir con cierta frecuencia noticias de Naturaleza (el impacto del Parque de Doñana es singular, en este apartado). Sin embargo, una corrección por número de módulos totales o ponderados vuelve a situar a Madrid en primera posición (incluso Canarias, con sus noticias sobre los observatorios espaciales, supera a Andalucía en número de módulos totales no repetidos).

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Andalucía	21	120,9	247,95
Madrid	20	259,4	445
Cataluña	13	68	119,5
Comunidad Valenciana	11	63,7	166,85
Extremadura	10	67,4	122,7
Castilla La Mancha	9	141,4	109,4
Castilla y León	8	56,1	133,05
Asturias	7	28	62
Cantabria	7	16,3	37,15
Canarias	6	209,7	228,35
País Vasco	4	15,4	47,2
Aragón	3	20	13,2
Galicia	3	17,2	54,1
Baleares	2	8,1	29,05
Región de Murcia	2	9,4	35,7
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	1	8,8	20,9
La Rioja	0	0	0
Navarra	0	0	0

Tabla 60. Sección de Ciencia. Agregado de periódicos (noticias no repetidas). Fuente: Elaboración propia.

3.4.2.6. Salud

Sólo la versión digital de El Mundo tiene una sección propia bajo el encabezamiento específico de “Salud”. Por ello, los resultados que se pueden observar en la tabla 61 se refieren exclusivamente a las noticias examinadas en

esta publicación, y por ende se corresponden con una muestra de noticias de volumen muy inferior a otras secciones examinadas anteriormente. Con todo, la mayoría de tendencias observadas hasta ahora se repiten casi con el mismo patrón. Cataluña, Comunidad Valenciana y Madrid ocupan, por este orden, las tres primeras posiciones, con escasas diferencias entre ellas (tanto por número de noticias como, sobre todo, por peso total y peso ponderado).

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Cataluña	17	91,8	238,4
Comunidad Valenciana	14	92	257
Madrid	14	91,1	237,55
Andalucía	9	20,2	74,1
Galicia	5	16,8	52,65
Aragón	2	5,2	25,1
Canarias	2	8	43
Asturias	1	3,8	5,9
Cantabria	1	5,7	17,85
Navarra	1	2,4	11,2
Baleares	0	0	0
Castilla La Mancha	0	0	0
Castilla y León	0	0	0
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	0	0	0
Extremadura	0	0	0
La Rioja	0	0	0
País Vasco	0	0	0
Región de Murcia	0	0	0

Tabla 61. Sección de Salud. Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, hay algunos datos llamativos con respecto a los patrones observados en otras secciones y en el agregado total, como es la gran cantidad de comunidades que no aparecen representadas en esta sección (hasta siete; y si el criterio se ampliase hasta las comunidades con dos o menos noticias, el registro subiría hasta doce), entre las que se encuentran País Vasco (una de las que

siempre suele aparecer en las primeras posiciones) y Castilla y León (ver anexo mapas, p. 62).

3.4.2.7. Sociedad

La sección de Sociedad solo está presente en las versiones digital e impresa de El País. Por la antedicha imposibilidad de cuantificar y ponderar el número de módulos de elpais.com, solo se tienen datos conjuntos del número de noticias; mientras que los datos de módulos totales y ponderados corresponden únicamente a El País.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Comunidad Valenciana	253	465,3	504,65
Madrid	241	1.762,7	2.007,85
Cataluña	194	1.407,1	1.575,05
Andalucía	134	1.286,9	1.502,45
País Vasco	62	233,6	260,3
Cantabria	57	289	301,5
Castilla y León	31	275,6	297,8
Aragón	30	56	78
Castilla La Mancha	30	646,5	691,75
Navarra	29	117,2	153,6
La Rioja	25	36	32
Galicia	23	131	167
Extremadura	16	0	0
Canarias	12	307,6	302,3
Baleares	7	88,4	116,7
Región de Murcia	7	263,4	274,2
Asturias	1	6	8,5
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	1	0	0

Tabla 62. Sección de Sociedad. Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia.

Los datos de la tabla 62 sitúan a la Comunidad Valenciana a la cabeza de la sección de Sociedad por número de noticias; sin embargo se observa un claro desfase con respecto al número de módulos totales y ponderados. Esto se debe, como sucedía en casos anteriores ya comentados, a la influencia de las noticias repetidas (ver anexo mapas, p. 63).

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Cataluña	101	1.407,1	1.575,05
Madrid	93	1.762,7	2.007,85
Andalucía	78	1.286,9	1.502,45
Comunidad Valenciana	56	465,3	504,65
Castilla La Mancha	21	646,5	691,75
País Vasco	21	233,6	260,3
Castilla y León	16	275,6	297,8
Galicia	15	131	167
Extremadura	14	0	0
Cantabria	11	289	301,5
Canarias	10	307,6	302,3
Navarra	9	117,2	153,6
Región de Murcia	7	263,4	274,2
Aragón	6	56	78
Baleares	6	88,4	116,7
La Rioja	4	36	32
Asturias	1	6	8,5
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	1	0	0

Tabla 63. Sección de Sociedad. Agregado de periódicos (piezas no repetidas). Fuente: Elaboración propia.

La tabla 63 corrige esta distorsión eliminando las noticias repetidas. Dado que la repetición, por los motivos explicados anteriormente, se suele dar con más frecuencia en los medios digitales, el número de módulos totales y ponderados en este caso permanece igual, sólo varía el número de noticias, que es el único que incluye un agregado de datos de El País y elpais.com (ver anexo mapas, p. 64).

Con esta nueva clasificación se observa que Cataluña y Madrid vuelven a dominar el panorama de la sección: la primera por número de noticias, la segunda en peso total y peso ponderado. Igualmente destacable (por la influencia de las noticias de sucesos) es la tercera posición de Andalucía, cuya distancia con las dos primeras clasificadas es manifiestamente inferior a la que le separa de su inmediata perseguidora, la Comunidad Valenciana, especialmente si se atiende a los criterios de módulos totales y módulos ponderados.

3.4.2.8. Solidaridad

La sección de Solidaridad, únicamente presente en la versión digital de El Mundo, presenta un índice de repetición de noticias más exacerbado si cabe que otras secciones “menores” analizadas hasta ahora. Así, se puede apreciar que existen diferencias significativas entre las tablas 64 y 65, que hacen referencia respectivamente a los índices de publicación totales y sin repetición.

En la primera, Madrid y Cataluña lideran con una amplia distancia sobre Andalucía y Valencia (tercera y cuarta respectivamente), mientras que el resto de comunidades, excepción hecha de la simbólica cobertura en Solidaridad a Baleares, no reciben ningún tipo de cobertura en la muestra analizada (ver anexo mapas, p. 65). La mayoría de estas tendencias se repiten si nos centramos sólo en aquellas noticias que no se repiten, pero se introducen algunas variaciones. Cataluña, por ejemplo, ve cómo más de la mitad de la cobertura que aparecía

representada en la tabla 65 desaparece, algo que también sucede con Valencia y, en menor medida, con Madrid y Andalucía (ver anexo mapas, p. 66).

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Madrid	64	325,9	833,45
Cataluña	46	171,6	464,3
Andalucía	29	92,7	203,35
Comunidad Valenciana	24	115	279,25
Baleares	4	14,3	34,15
Aragón	0	0	0
Asturias	0	0	0
Canarias	0	0	0
Cantabria	0	0	0
Castilla La Mancha	0	0	0
Castilla y León	0	0	0
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	0	0	0
Extremadura	0	0	0
Galicia	0	0	0
La Rioja	0	0	0
Navarra	0	0	0
País Vasco	0	0	0
Región de Murcia	0	0	0

Tabla 64. Sección de Solidaridad. Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia.

El resto de comunidades aparecen igualmente poco infrarrepresentadas: doce de las diecisiete no recibe cobertura alguna durante el periodo sometido a estudio, y además una de ellas, Baleares, sólo presenta dos noticias en la sección de Solidaridad para la muestra analizada.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Madrid	35	149,7	385,85
Cataluña	21	49,8	135,9
Andalucía	21	37,9	99,45
Comunidad Valenciana	10	50,2	126,1
Baleares	2	9,1	28,55
Aragón	0	0	0
Asturias	0	0	0
Canarias	0	0	0
Cantabria	0	0	0
Castilla La Mancha	0	0	0
Castilla y León	0	0	0
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	0	0	0
Extremadura	0	0	0
Galicia	0	0	0
La Rioja	0	0	0
Navarra	0	0	0
País Vasco	0	0	0
Región de Murcia	0	0	0

Tabla 65. Sección de Solidaridad. Agregado de periódicos (piezas no repetidas). Fuente: Elaboración propia.

3.4.2.9. Tecnología

Exclusivamente presente en las versiones digitales de El Mundo y El País (no existe una sección diaria como tal bajo ese epígrafe en las versiones de papel de esos mismos periódicos), la sección de Tecnología repite algunos de los patrones observados en Solidaridad, pero con ciertos matices.

Por ejemplo, un número significativo de comunidades se queda sin representación en esta sección; si bien siguen siendo menos que en la sección anterior (seis frente a las doce anteriores). Como se puede apreciar también en la tabla 66, Madrid y Cataluña siguen encabezando la lista, si bien las primeras posiciones se invierten si se tienen en cuenta sólo las noticias no repetidas. De

hecho, siguiendo este segundo criterio (noticias no repetidas), estas dos comunidades son las únicas capaces de superar la barrera de las diez noticias (ver anexo mapas, p. 67).

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Número de noticias no repetidas
Madrid	49	25
Cataluña	45	39
Andalucía	25	10
Castilla La Mancha	13	6
Comunidad Valenciana	10	6
Baleares	7	6
Canarias	7	2
País Vasco	6	2
Cantabria	5	5
Castilla y León	5	2
Aragón	4	2
Asturias	0	0
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	0	0
Extremadura	0	0
Galicia	0	0
La Rioja	0	0
Navarra	0	0
Región de Murcia	0	0

Tabla 66. Sección de Tecnología. Comparación de noticias repetidas y no repetidas. Fuente: Elaboración propia.

Entre las otras nueve comunidades con representación en la sección de Tecnología se encuentra Castilla y León, que presenta (en este grupo de regiones representadas) el registro más bajo de noticias no repetidas, con dos, las mismas que Canarias, País Vasco y Aragón. Esto no hace, en cambio, sino redundar en la enorme distancia proporcional que también existe entre el número de noticias no repetidas publicadas en la sección de Tecnología sobre Castilla y León y sobre Madrid y Cataluña: por cada noticia (no repetida) de Castilla y León publicada en

la sección de Tecnología se registran casi 20 de Cataluña y más de 10 de Madrid (ver anexo mapas, p. 68).

3.4.3. Correlaciones entre la cobertura mediática y otros datos autonómicos

Una vez analizados los datos de publicación por comunidades y secciones en los medios sometidos a estudio, se resolvió explorar las posibles relaciones existentes entre tales estadísticas y otras variables relevantes desde el punto de vista autonómico. Así, se consultaron diferentes variables que el Instituto Nacional de Estadística actualiza con relativa frecuencia para dilucidar cuáles podrían dar mejor respuesta a las subhipótesis planteadas en la metodología. Fruto de esta búsqueda se estimó pertinente estudiar, en primer lugar, la relación existente entre los sentimientos de apego a las diferentes regiones o autonomías y el nivel de repercusión mediática de cada una de estas regiones o autonomías.

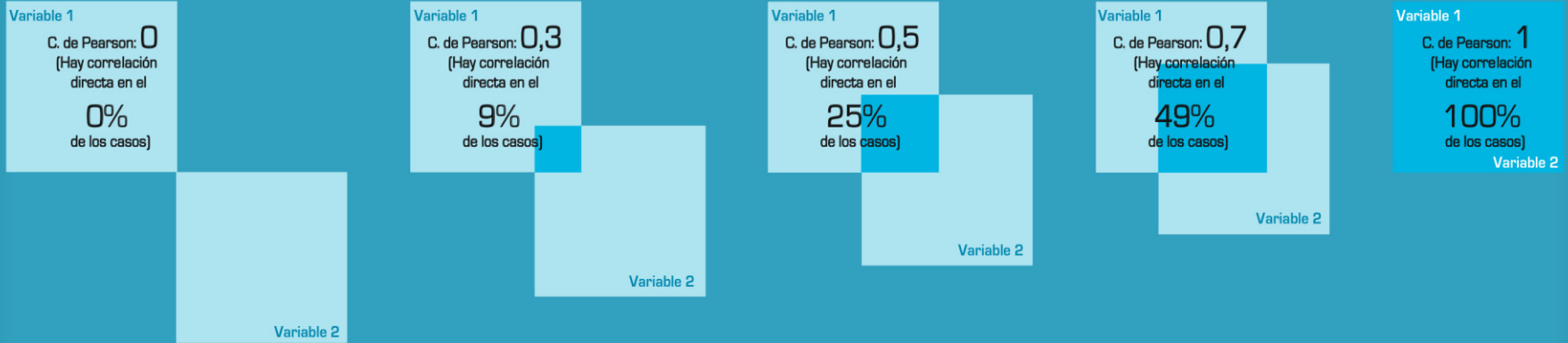
De igual manera, también se analizaron las correlaciones existentes entre el nivel de repercusión mediática de las distintas autonomías y las siguientes variables discriminadas también por comunidades: población, superficie, densidad, nivel de renta, nivel de producción y actividad editorial. Tal y como se planteó en el apartado metodológico, el estudio de la correlación de las variables anteriormente mencionadas y el nivel de repercusión mediática de las autonomías emplearon los índices de Pearson y Spearman, cuyos resultados se pueden ver reflejados tanto en los gráficos de los subepígrafes que se relatan a continuación como en las tablas correspondientes.

Gráficamente se representarán los elementos de medición de cada una de las dos variables con sendos cuadrados. La superficie común de cada uno de ellos será el tanto por ciento de casos para los que se da una correlación entre las dos variables. A mayor superficie, mayor será la correlación. Por último, como ya se había advertido en la metodología, existía la posibilidad de que la correlación fuera positiva (directa) o negativa (inversa). Para diferenciar ambas modalidades, se ha dispuesto que, cuando la correlación es directa, la superficie de correlación (porcentaje de casos en los que se cumple que existe una relación entre las dos variables) está resaltada en azul oscuro; mientras que cuando la correlación es inversa la superficie de correlación está resaltada en azul claro.

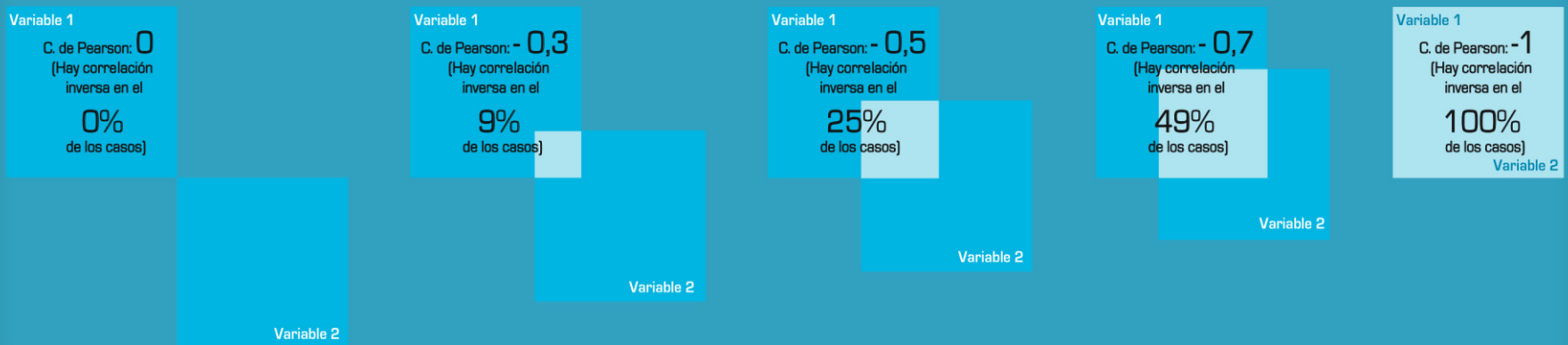
En el siguiente gráfico se pueden observar diversos ejemplos de correlaciones con algunos de los umbrales que, tal y como observábamos en el apartado dedicado a la metodología, los expertos manejaban para determinar la fortaleza de las correlaciones. Concretamente, se representan los umbrales de correlación de 0, 0.3, 0.5, 0.7 y 1 (en sus representaciones directas –positivas- e inversas –negativas-), por cuanto esos fueron los umbrales que autores como **Ratner, Russ-Eft, Da Costa Lewis, Cohen, Bryman y Cramer** consideraban como representativos a la hora de estudiar las correlaciones (en realidad la mayoría de ellos contemplan los umbrales de 0, 0.3, 0.7 y 1, y es **Cohen** quien introduce, como vimos en la metodología, el umbral de 0.5).

Modelos de representación

Correlaciones directas



Correlaciones inversas



3.4.3.1 Repercusión mediática y regionalismo

En el análisis comparado de los índices de repercusión mediática y el sentimiento de pertenencia a las comunidades autónomas se observa que existe una relación directa y bastante significativa entre el volumen de producción mediática referida a una región y la exaltación de su sentimiento identitario.



Como se puede observar en la tabla 67, las correlaciones no sólo son significativas, sino que además cumplen la regla de ser directas en el caso de que las distintas variables de producción mediática se pongan en relación con los

indicadores del Barómetro Autonómico 2010 que resaltan la conciencia regional, e inversas con aquellas respuestas de los encuestados que no resaltan la conciencia regional.

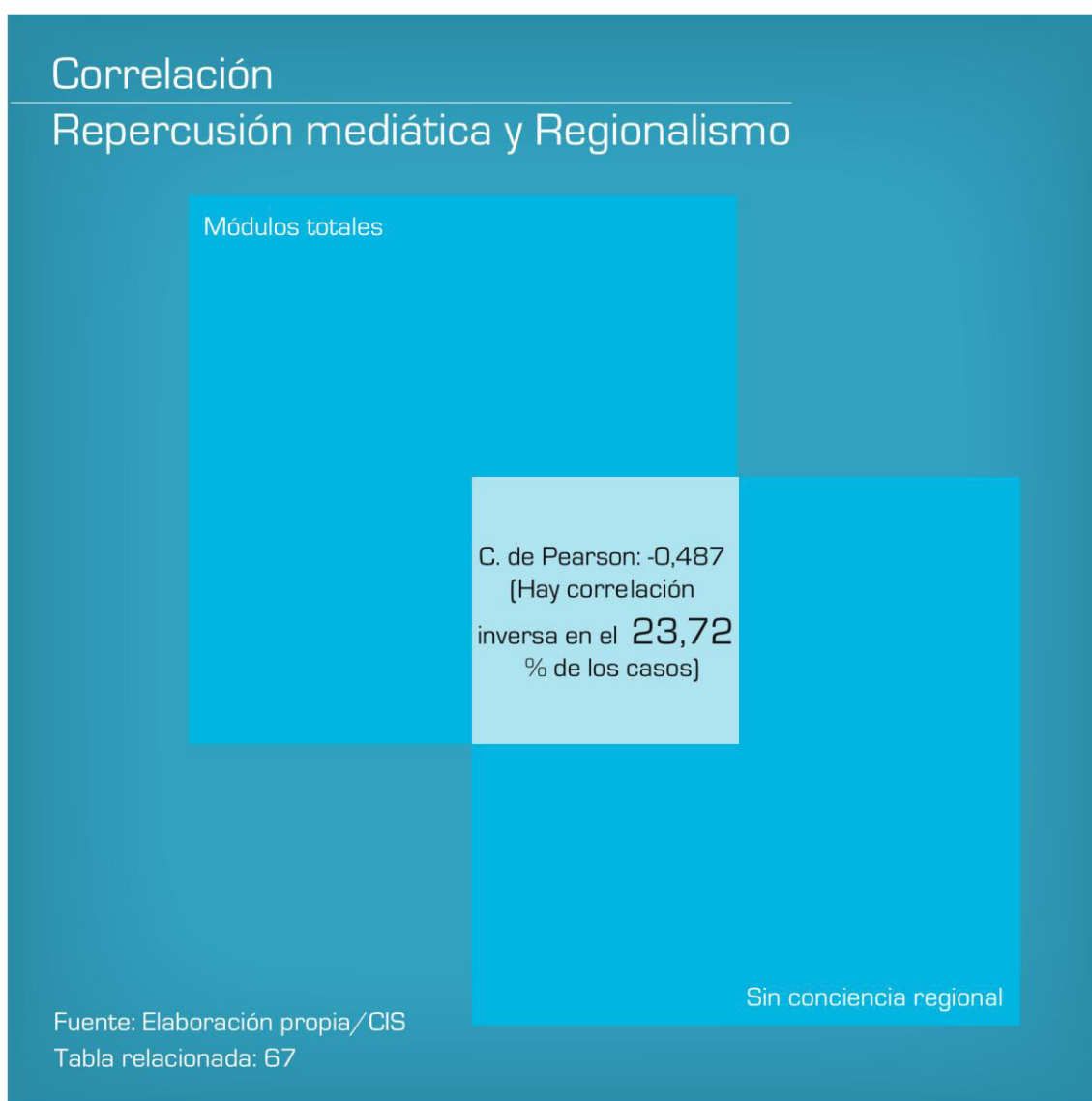
Repercusión mediática / Regionalismo	Conciencia regional exacerbada	Poco o nada orgulloso de ser español	Muy o bastante orgulloso de ser de la comunidad
Noticias totales	0,402	0,459	0,587
Módulos totales	0,562	0,582	0,532
Módulos Ponderados totales	0,503	0,55	0,58
Noticias sin repetir	0,44	0,491	0,587
Módulos sin repetir	0,534	0,576	0,576
Módulos Ponderados sin repetir	0,488	0,537	0,581

Repercusión mediática / Regionalismo	Sin conciencia regional	Muy o bastante orgulloso de ser español	Poco o nada orgulloso de ser de la comunidad
Noticias totales	-0,351	-0,454	-0,663
Módulos totales	-0,487	-0,57	-0,542
Módulos Ponderados totales	-0,457	-0,553	-0,672
Noticias sin repetir	-0,387	-0,485	-0,648
Módulos sin repetir	-0,487	-0,579	-0,66
Módulos Ponderados sin repetir	-0,441	-0,539	-0,672

Tabla 67. Correlación entre la repercusión mediática y regionalismo. Fuente: Elaboración propia/Barómetro Autonómico II (INE).²⁸²

²⁸² Los datos referidos a la repercusión mediática (noticias, módulos y módulos ponderados totales; y noticias, módulos y módulos ponderados sin repetir) que se han puesto en relación con el resto de indicadores (regionalismo, nivel de población, renta, etc.) se refieren al conjunto del territorio español. Puede suceder que los tamaños del universo o de la muestra correspondiente de alguna comunidad autónoma en concreto no sean suficientemente relevantes como para realizar este tipo de inferencias, pero tal y como se aclaraba en las notas al pie 265 (p. 316), 278 (p. 382) y 280 (p. 406), los datos de las tablas 32 a 43 permiten constatar que en la gran mayoría de los casos el tamaño muestral sí tiene suficiente tamaño como para realizar inferencias como las expuestas en esta correlación y las subsiguientes con vistas a afirmar o rechazar las hipótesis planteadas en esta investigación.

El resultado de correlacionar aquellos datos por comunidades autónomas del Barómetro Autonómico II con los obtenidos en el estudio de caso realizado para la presente tesis nos arroja un coeficiente de Pearson siempre superior a 0,4 y, en algunos casos, como al cruzar los datos del INE con el número de módulos totales publicados sobre cada comunidad supera ampliamente el umbral de 0,5 señalado por Cohen para considerar las correlaciones como importantes.



El ítem “Sin conciencia regional”, que como se explicaba en el marco teórico correspondía a la suma de las respuestas “Mi país”, “Una nación de la que

me siento miembro” y “Un estado formado por varias nacionalidades y regiones”, presenta un coeficiente de correlación de Pearson negativo solo ligeramente inferior al observado (en positivo) cuando la variable relacionada con el peso mediático era la respuesta correspondiente a la conciencia regional exacerbada.

Esto confirma lo observado anteriormente, ya que si antes quedaba demostrada una correlación significativa directa entre la variable “Conciencia regional exacerbada” y la variable “repercusión mediática”, lo que aquí se ratifica es justamente lo mismo en términos negativos: existe una correlación significativa e inversa entre la variable de respuestas “Sin conciencia regional” y la variable de “repercusión mediática”. En otras palabras, existe una correlación significativa por la que se puede establecer que cuantas más respuestas que no destacan especialmente la conciencia regional se cosechan en una comunidad autónoma, más probable es que la repercusión mediática de esa comunidad sea menor.

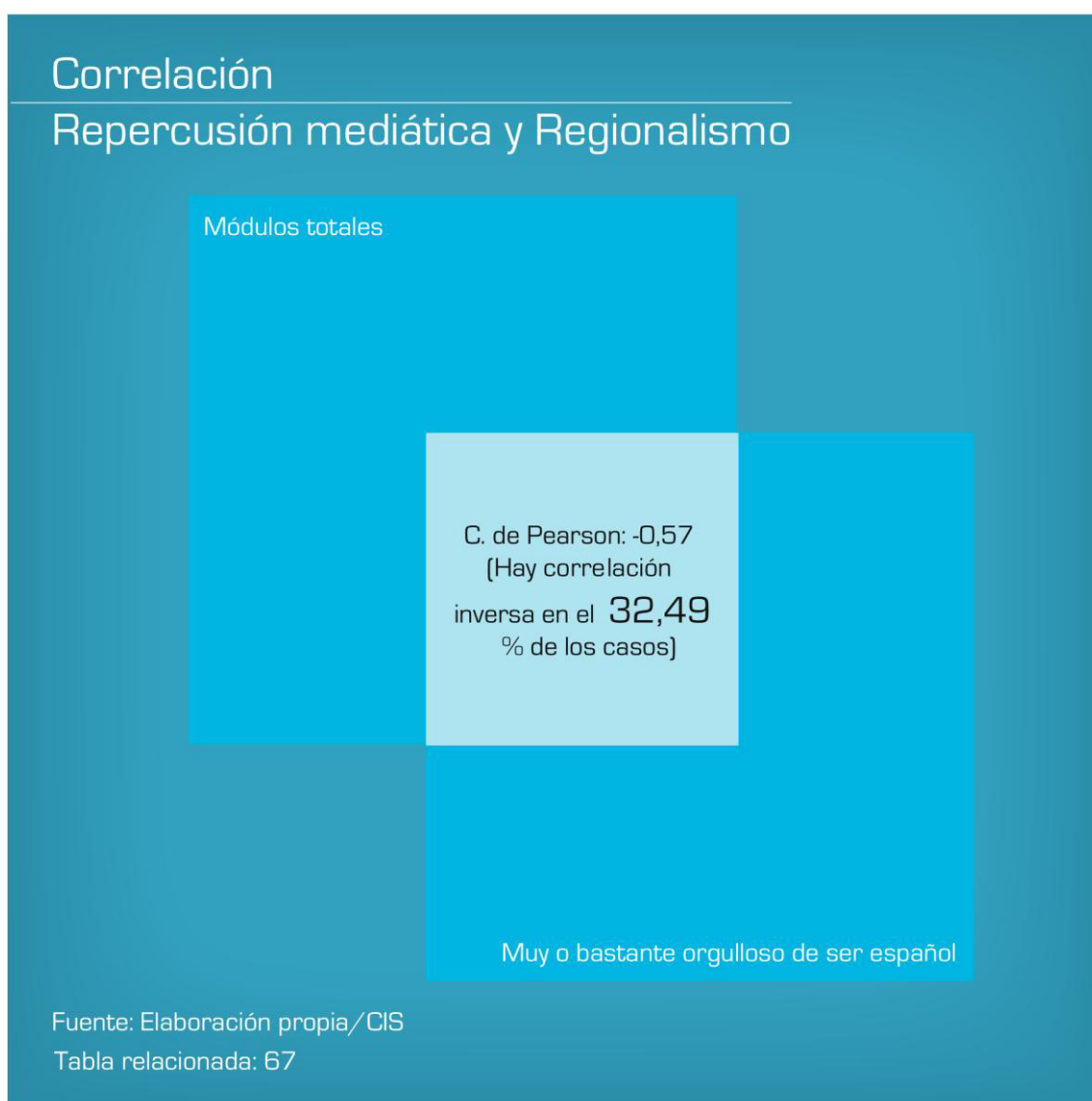
El patrón se repite con el resto de respuestas seleccionadas para evaluar la conciencia regional. Si nos centramos, por ejemplo, en la pregunta 21 del estudio 2.829 del INE, veremos que la correlación entre la variable de producción mediática y la variable de respuestas que condensan las opciones “poco o nada orgulloso de ser español” es igualmente significativa (todos los coeficientes de Pearson estimados se sitúan alrededor del 0,5) y directa. Esto significa que sí existe una correlación directa y significativa entre las comunidades donde más popularidad tiene la respuesta “me siento poco o nada orgulloso de ser español” y el volumen de producción mediático referido a esa comunidad.

En otras palabras, con un coeficiente de correlación de Pearson que se sitúa en torno al 0,5 estipulado por Cohen para delimitar las correlaciones relevantes, se puede afirmar que aquellas comunidades con más ciudadanos que se sienten poco o nada orgullosos de ser españoles tienen más probabilidades de gozar de una mayor repercusión en los medios.



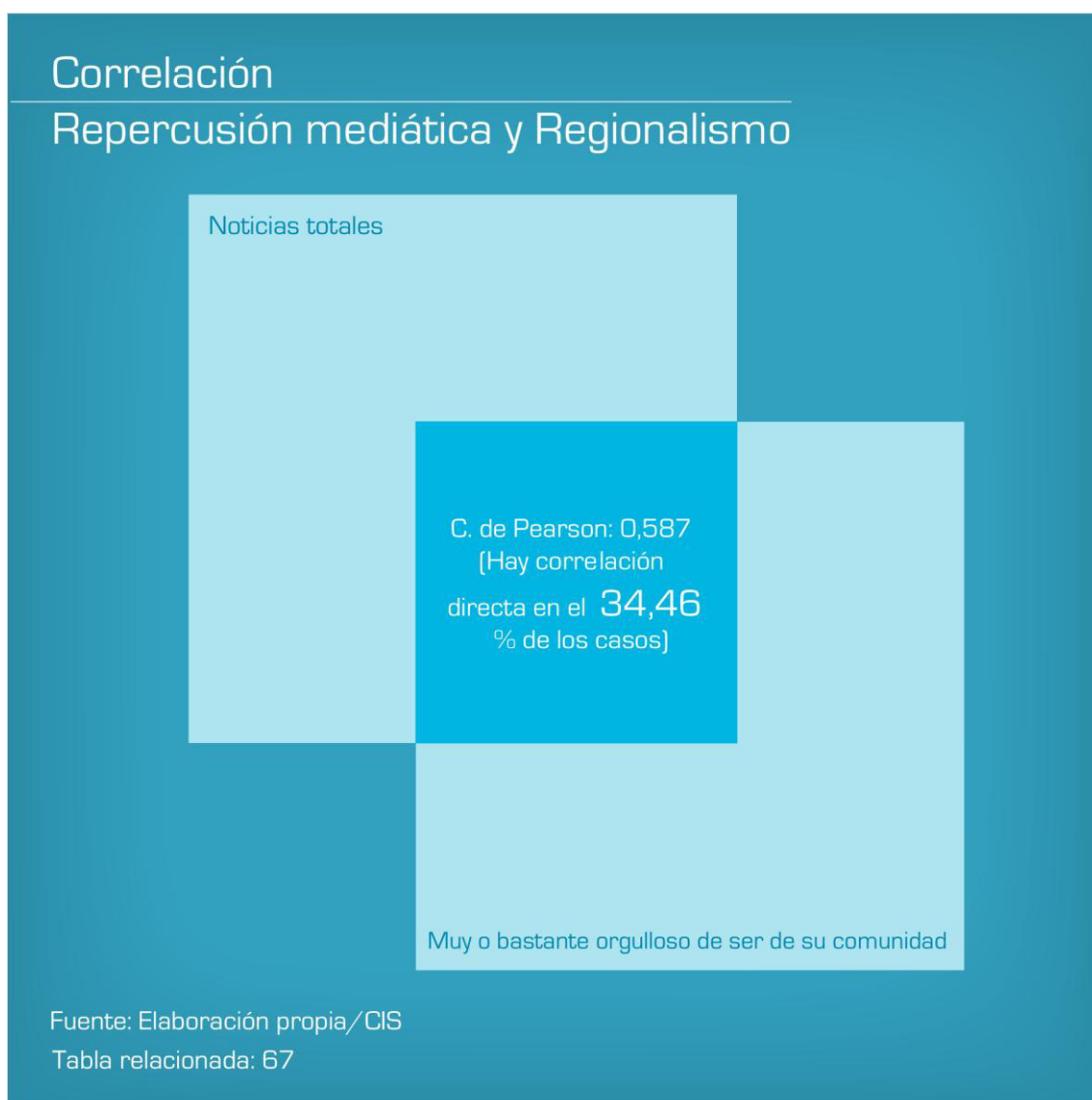
Del mismo modo, se cumple lo contrario si observamos la correlación entre los distintos modos de medir la variable “repercusión mediática” y los resultados conjuntos de las respuestas “me siento muy orgulloso de ser español” y

“me siento bastante orgulloso de ser español”: existe una correlación significativa (en torno, nuevamente al 0,5) e inversa (en este caso hay signo negativo) que demuestra que aquellas comunidades en las que tienen más aceptación las respuestas “me siento muy orgulloso de ser español” y “me siento bastante orgulloso de ser español” tienen más probabilidades de tener una menor repercusión mediática.



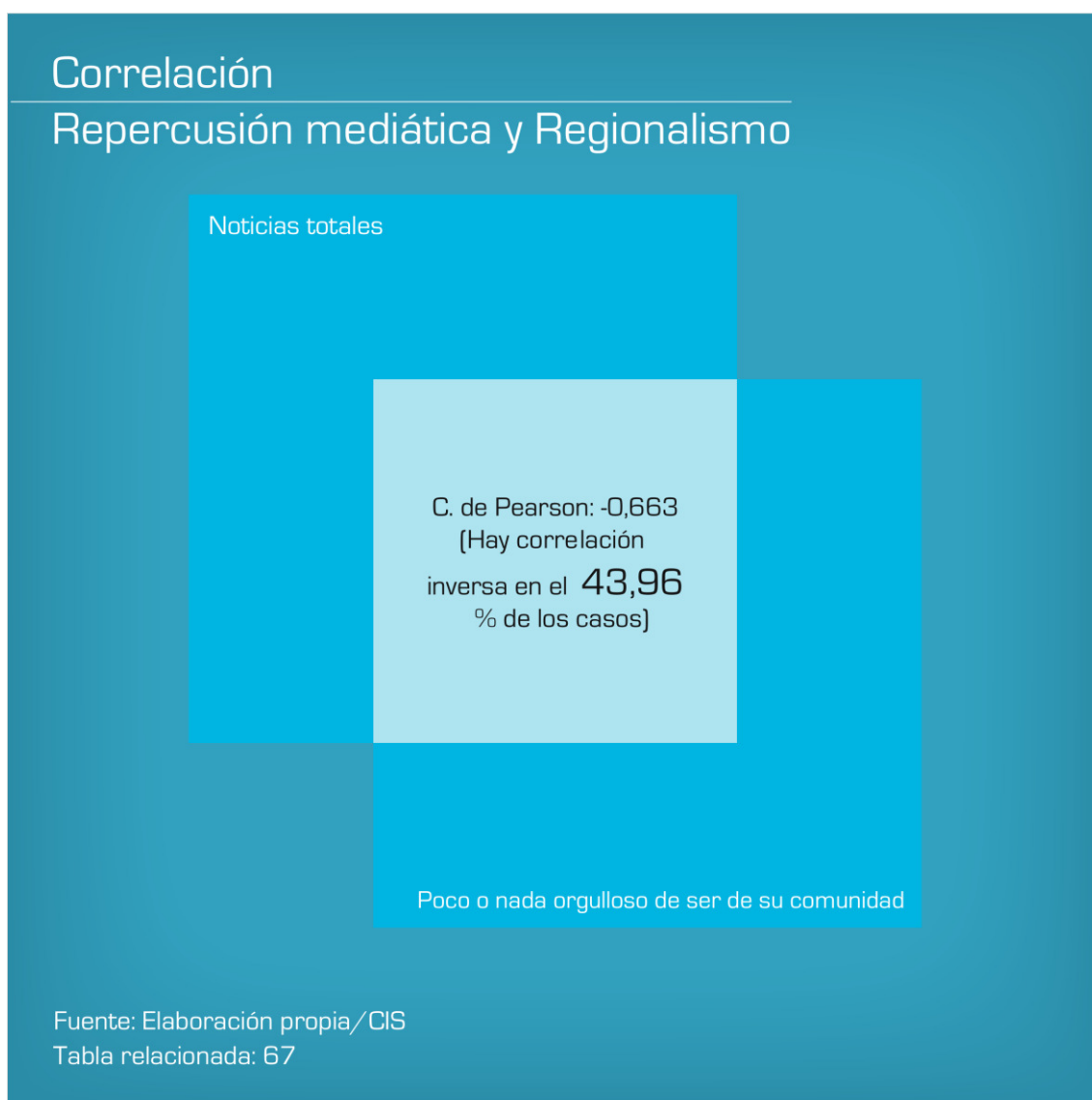
El coeficiente se dispara aún un poco más si ponemos en relación la variable de repercusión mediática con las respuestas ofrecidas a la pregunta 22

del Barómetro Autonómico II, en la que se interrogaba a los encuestados sobre su orgullo regional.



En la tabla 67 vemos que estar “muy o bastante orgulloso” de la comunidad a la que uno pertenece presenta unos índices de correlación superiores al 0,5 en todas las formas posibles de medir la variable “repercusión mediática”, cercanos al 0,6 en prácticamente todos los casos. Existe, pues, una correlación bastante significativa y directa entre estas dos variables, lo cual nos permite afirmar que aquellas comunidades con más ciudadanos “muy o bastante

orgullosos” de pertenecer a tal región tienen más visos de recibir un mejor tratamiento mediático en términos cuantitativos (repercusión).



Igualmente, y de manera más exacerbada si cabe, se cumple lo opuesto: aquellas comunidades con más ciudadanos que no resaltan la conciencia regional a través de la respuesta a esta pregunta tienen más posibilidades de recibir una menor cobertura mediática. Si tenemos en cuenta, para esta última correlación, la medición de la variable “repercusión mediática” a través de los módulos ponderados, el coeficiente de Pearson roza el 0,7.

Correlación

Repercusión mediática y Regionalismo

Módulos totales

C. de Pearson: 0,46
(Hay correlación
directa en el 21,16
% de los casos)

Voto nacionalista como primera opción

Fuente: Elaboración propia/CIS
Tabla relacionada: 68

Existe, por último, una correlación significativa entre la repercusión mediática, medida en cualquiera de las formas propuestas (Noticias, módulos y módulos ponderados, con y sin repetición), y el índice de voto nacionalista. Si consideramos sólo las noticias, la correlación de Pearson nos arroja un coeficiente cercano al 0,3 tanto si consideramos a aquellos que afirman que el voto nacionalista es su primera opción, o su primera o segunda opción. Si nos centramos en los módulos totales y ponderados, el coeficiente se acerca al 0,5, como se puede ver en la tabla 68.

Repercusión mediática / Regionalismo	Voto nacionalista como 1ª opción	Voto nacionalista como 1ª y 2ª opción
Noticias totales	0,329	0,327
Módulos totales	0,46	0,477
Módulos Ponderados totales	0,451	0,446
Noticias sin repetir	0,372	0,37
Módulos sin repetir	0,483	0,477
Módulos Ponderados sin repetir	0,43	0,427

Tabla 68. Correlación entre la repercusión mediática y opciones de voto nacionalista. Fuente: Elaboración propia/Barómetro Autonómico 2010.

Esto implica que existe una correlación significativa y directa entre la repercusión mediática de las comunidades y el índice de simpatía electoral hacia las opciones nacionalistas: aquellas comunidades donde más ciudadanos afirman una filiación nacionalista como primera o segunda opción política presentan una mayor probabilidad de recibir una mayor cobertura mediática.

Por todo ello, quedan demostradas todas las correlaciones planteadas para estudiar si la hipótesis sobre la relación entre la conciencia regional y el nivel de repercusión mediática de las comunidades autónomas en España en 2010. Como conclusión general, se puede afirmar que aquellas comunidades con mayor sentimiento regionalista (ya sea expresado de manera positiva, como exaltación de una conciencia regional exacerbada o expresión de una filiación política nacionalista, o negativa, como oposición a la pertenencia a España) gozan de una mayor repercusión mediática en los periódicos sometidos a estudio.

3.4.3.2. Repercusión mediática y población

El resultado de cruzar los datos de población extraídos del Padrón del Instituto Nacional de Estadística de 2010 con los indicadores de repercusión mediática extraídos del análisis de caso del presente estudio revela unos niveles de correlación extraordinarios (ver tabla 69).

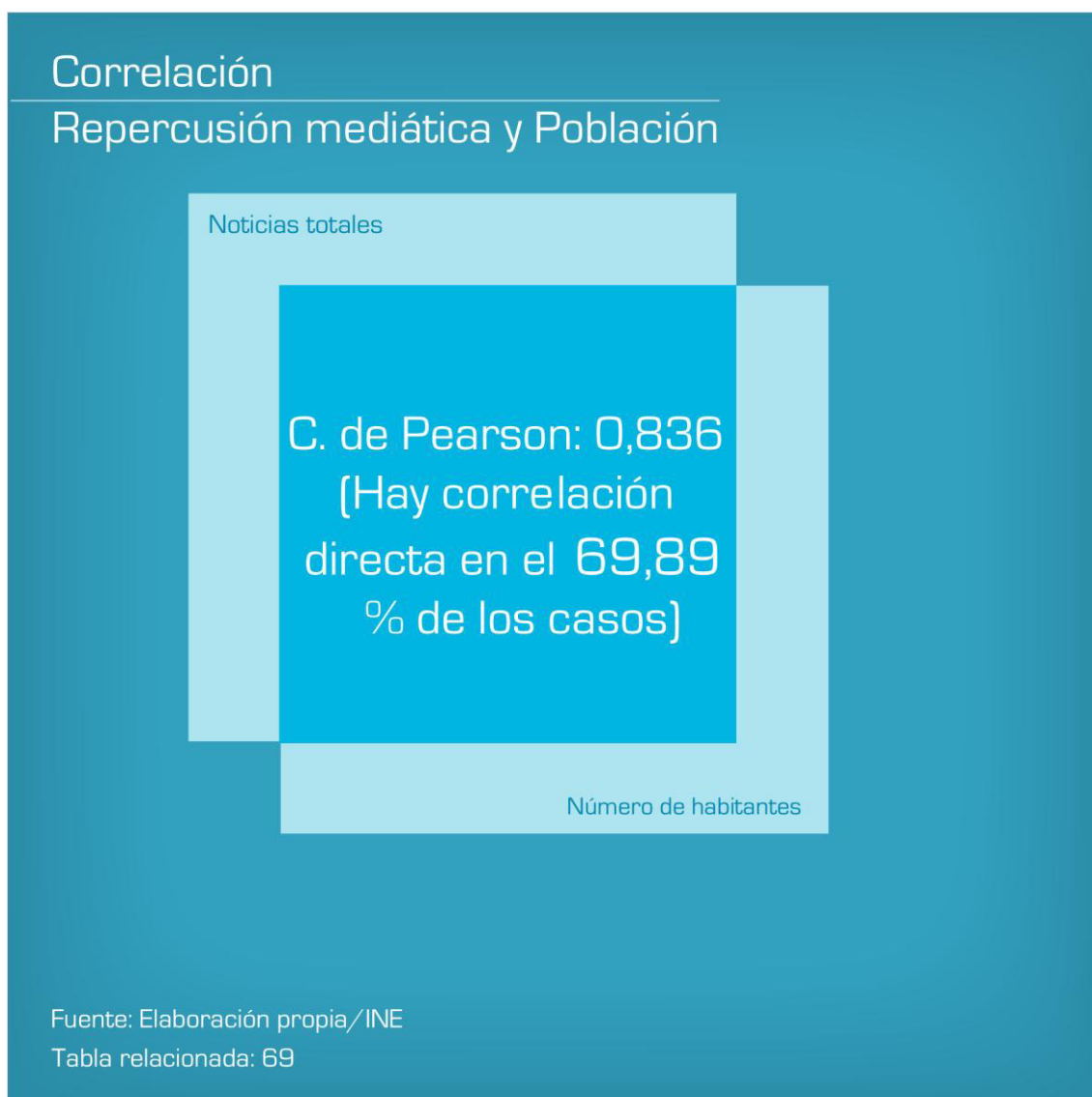
Repercusión mediática/ Población	Correlación de Pearson	% correlación	Rho de Spearman
Número de Noticias	0,836	69,89%	0,847
Módulos ponderados	0,758	57,46%	0,837
Módulos	0,729	53,14%	0,853
Noticias sin repetir	0,829	68,72%	0,851
Módulos Ponderados Sin Repetir	0,764	58,37%	0,837
Módulos Totales Sin Repetir	0,74	54,76%	0,853

Tabla 69. Correlación entre la repercusión mediática y datos de población. Fuente: Elaboración propia/INE.

Todos los marcadores empleados para medir cuantitativamente la cobertura mediática de las distintas comunidades autónomas presentan un índice de correlación con los datos de población superior al 0,7, guarismo que duplica sobradamente el mínimo establecido en el apartado metodológico para considerar la correlación significativa (0,3).

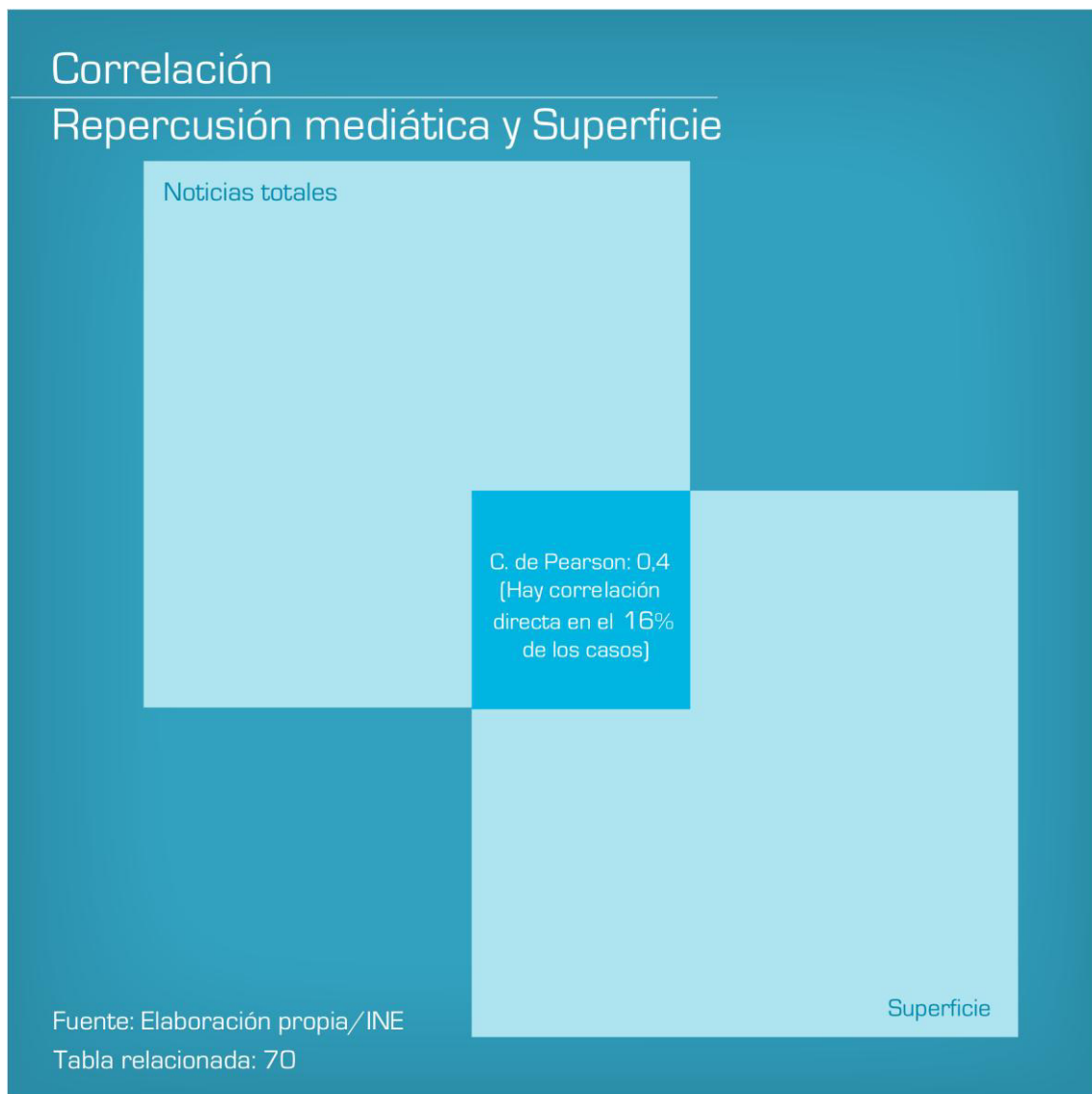
La correlación se hace especialmente significativa, superando la barrera del 0,8 si nos fijamos en el número de noticias publicadas (totales y sin repetir), tanto según el coeficiente de correlación de Pearson como según el Rho de Spearman. Esto supone que, si usáramos tal criterio para evaluar cuantitativamente la cobertura mediática, en casi un 70% de los casos estudiados se cumpliría la relación “cuanta más población tenga una comunidad autónoma,

más noticias se publican sobre ella”. Por ello, a la luz de los datos reflejados en la tabla 69, se considera probada la subhipótesis de trabajo número 2: “El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su número de habitantes”. La población, pues, sí es un criterio relevante a la hora de anticipar la cobertura mediática de las comunidades.



3.4.3.3. Repercusión mediática y superficie

El resultado de cruzar los datos de superficie por comunidad autónoma recabados del Instituto Nacional de Estadística de 2010 con los indicadores de repercusión mediática extraídos del análisis de caso del presente estudio revela unos niveles de correlación muy poco significativos (ver tabla 70).



Aparentemente, observando los resultados totales, sí que existe una correlación significativa (en torno al 0,4) entre los datos de superficie y de relevancia mediática. Sin embargo, a diferencia de lo que sucedía con los datos de

población, la inclusión de Ceuta y Melilla sí que distorsiona de manera palpable los resultados, al tratarse de ciudades autónomas que no ocupan una porción de territorio ni lejanamente similar al de las 15 comunidades peninsulares y las 2 insulares.

Repercusión mediática/ Superficie	RESULTADOS TOTALES			RESULTADOS SIN CEUTA Y MELILLA		
	Corr. de Pearson	% correlación	Rho de Spearman	Corr. de Pearson	% correlación	Rho de Spearman
Número de Noticias	0,4	16,00%	0,035	-0,004	0,00%	0,292
Módulos ponderados	0,418	17,47%	0	-0,039	0,15%	0,314
Módulos Noticias sin repetir	0,426	18,15%	0,004	-0,03	0,09%	0,324
Módulos Ponderados Sin Repetir	0,371	13,76%	0,028	-0,011	0,01%	0,266
Módulos Totales Sin Repetir	0,418	17,47%	0,002	-0,036	0,13%	0,314
Módulos Totales Sin Repetir	0,426	18,15%	-0,013	-0,052	0,27%	0,324

Tabla 70. Correlación entre la repercusión mediática y datos de superficie. Fuente: Elaboración propia/INE.

De hecho, si se observan los resultados excluyendo Ceuta y Melilla vemos que, efectivamente, la correlación entre cobertura mediática y superficie de las comunidades apenas se da en el 1% de los casos. No es, por tanto, significativa. Así las cosas, se puede considerar que la subhipótesis 3 queda afirmada, ya que no se puede afirmar que cuanta más superficie tenga una comunidad autónoma más se publicará sobre ella. El nivel de repercusión mediática de una región no está, pues, correlacionado con su superficie, tal y como se afirmaba en la metodología; por lo que queda probado que la variable superficie no es relevante a la hora de predecir la cobertura mediática que se le da a una comunidad.

3.4.3.4. Repercusión mediática y densidad de población

Al igual que ocurría con la superficie, los datos de Ceuta y Melilla introducen una distorsión relevante a la hora de establecer correlaciones entre el nivel de relevancia mediática y la densidad de población de las regiones españolas, tal y como se puede observar en la tabla 71.

En este caso, sin embargo, si observamos los resultados totales parece que no hay correlación entre la relevancia mediática de las comunidades autónomas y su densidad de población; pero si eliminamos el elemento de distorsión de Ceuta y Melilla²⁸³, el índice de correlación es tremendamente significativo. En todos los casos, excepto en el número de módulos totales, la correlación supera el 0,7, más del doble del mínimo establecido en el capítulo metodológico para considerar la correlación como significativa.

Incluso en el caso de los módulos totales la correlación está cercana al 0,6, lo cual sigue siendo muy significativo. No lo es tanto (aunque todavía lo sigue siendo de manera significativa) en el caso del Rho de Spearman, pero ya en el apartado metodológico se estableció que el criterio de referencia sería el coeficiente de Pearson²⁸⁴.

²⁸³ Por tratarse de ciudades y no comunidades autónomas, tienen poca superficie y, por ende, una densidad de población mucho más alta que las 17 comunidades autónomas del Estado español.

²⁸⁴ La razón de esta prevalencia es doble. Por un lado, el coeficiente de Pearson es más preciso para las variables que manejamos en este capítulo de resultados porque lo que pone en relación son variables cuantitativas y lo que tiene en cuenta son variables cuantitativas absolutas. El Rho de Spearman se utiliza para aquellas variables que se miden ordinalmente, por lo que, en el caso que nos ocupa, sí nos sirve para establecer relaciones entre las variables por el puesto que ocupan las comunidades en función de cada criterio, pero no contempla si la diferencia entre una posición u otra es más o menos grande. Además de que dadas las variables que nos ocupan el coeficiente de Pearson nos proporciona una medición más exacta de la correlación que puede existir entre ellas, los expertos en estadística también suelen coincidir en señalar que el coeficiente de correlación de Pearson es el que se usa con más frecuencia en las ciencias sociales (Urdan, 2005:85).



Por todas estas razones se puede concluir que la subhipótesis 4 queda confirmada, ya que se puede afirmar, a la luz de los datos observados en la tabla 71, que “cuanta más densidad de población tiene una comunidad autónoma, más noticias se publican sobre ella”. La densidad, pues, sí es un criterio relevante a la hora de predecir la cobertura mediática de las comunidades.

Repercusión mediática/ Densidad de población	RESULTADOS TOTALES			RESULTADOS SIN CEUTA Y MELILLA		
	Correlación de Pearson	% correlación	Rho de Spearman	Correlación de Pearson	% correlación	Rho de Spearman
Número de Noticias	-0,049	0,24%	0,23	0,728	53,00%	0,432
Módulos ponderados	-0,042	0,18%	0,209	0,736	54,17%	0,407
Módulos	-0,048	0,23%	0,207	0,583	33,99%	0,404
Noticias sin repetir	-0,051	0,26%	0,258	0,714	50,98%	0,449
Módulos Ponderados Sin Repetir	-0,042	0,18%	0,209	0,735	54,02%	0,407
Módulos Totales Sin Repetir	-0,043	0,18%	0,207	0,725	52,56%	0,404

Tabla 71. Correlación entre la repercusión mediática y datos de densidad de población. Fuente: Elaboración propia/INE.

3.4.3.5. Repercusión mediática y nivel de renta

El resultado de cruzar los datos de renta anual media por persona en 2009, recabados del Instituto Nacional de Estadística con los indicadores de repercusión mediática extraídos del análisis de caso del presente estudio revela unos niveles de correlación significativos (ver tabla 72).

Situado el umbral de significatividad en el grado 0,3 de correlación, en la tabla anterior se observa que, efectivamente, para el coeficiente de correlación de Pearson se supera en todos los elementos de medición cuantitativa de la repercusión mediática de las comunidades autónomas. Se debe observar también que ésta correlación es menos fuerte que las observadas, por ejemplo, en los casos de los datos de población (absoluto y de densidad).

Repercusión mediática/ Renta	RESULTADOS TOTALES		
	Correlación de Pearson	% correlación	Rho de Spearman
Número de Noticias	0,315	9,92%	0,336
Módulos ponderados	0,373	13,91%	0,319
Módulos	0,335	11,22%	0,296
Noticias sin repetir	0,325	10,56%	0,316
Módulos Ponderados Sin Repetir	0,367	13,47%	0,319
Módulos Totales Sin Repetir	0,382	14,59%	0,296

Tabla 72. Correlación entre la repercusión mediática y nivel de renta. Fuente: Elaboración propia/INE.

Correlación

Repercusión mediática y Nivel de renta

Módulos totales
(sin repetir)

C. de Pearson: 0,382
(Hay correlación directa
en el **14,59%**
de los casos)

Fuente: Elaboración propia/INE
Tabla relacionada: 72

Nivel de renta

Con todo, teniendo en cuenta los parámetros establecidos en la metodología, la subhipótesis 5, “El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su cifra de ingresos por habitante”, queda probada por superar el umbral del 0,3 en la correlación de Pearson.

El nivel de renta, cuya medición se asoció en el apartado metodológico a los datos de renta anual media por persona, sí es, así pues, un criterio relevante a la hora de predecir la cobertura mediática de las comunidades.

3.4.3.6. Repercusión mediática y capacidad productiva

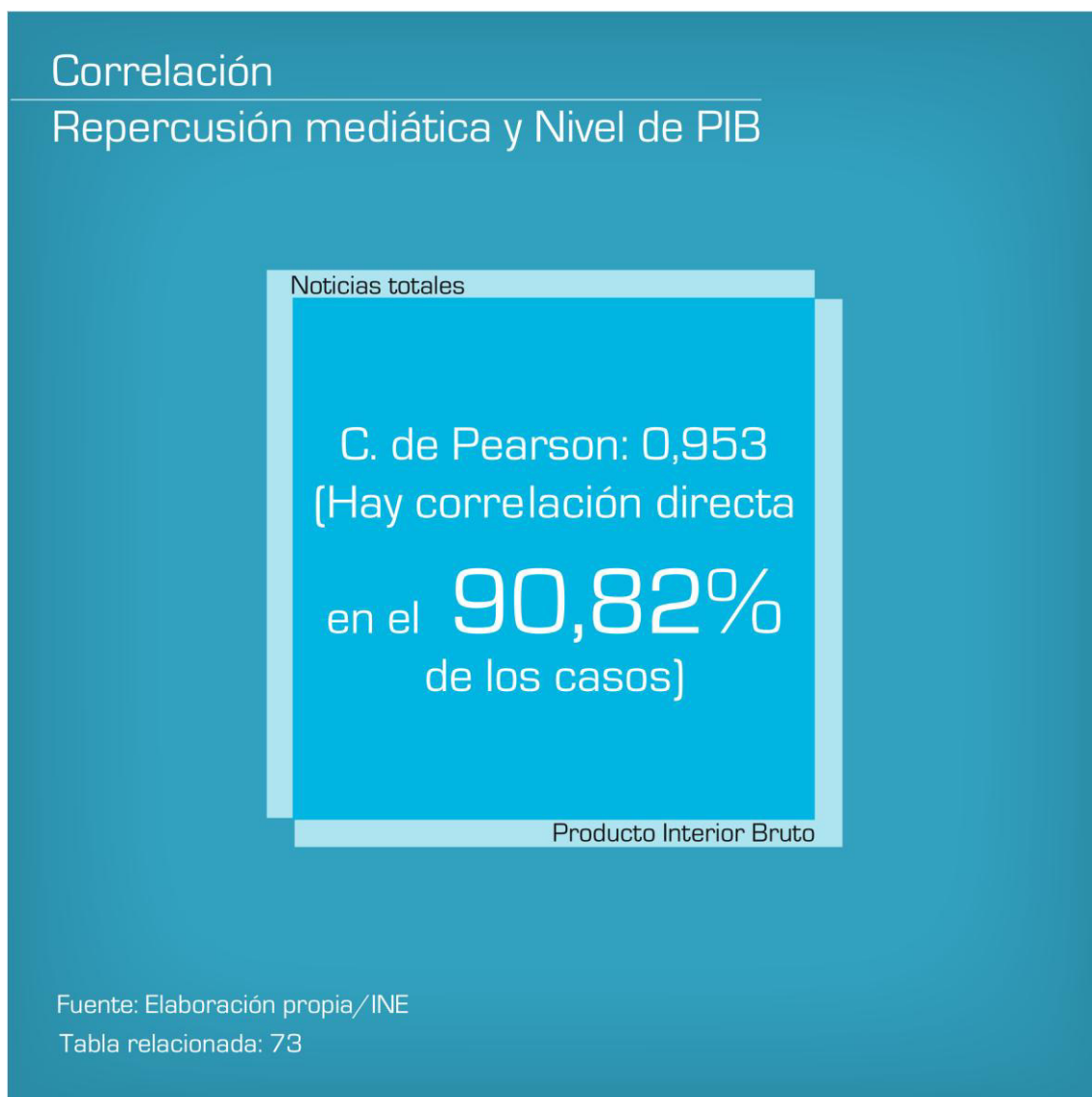
La tabla resultante de cruzar los datos de repercusión mediáticos (empleados para evaluar la cobertura cuantitativa concedida a las comunidades) con los de la capacidad productiva de las autonomías (medida a través del PIB autonómico) arroja el grado de correlación más significativo de los observados hasta el momento. En todos los casos, tanto empleando el coeficiente de Pearson y el Rho de Spearman, el índice de correlación supera la barrera de los 0,85 (ver tabla 73).

Repercusión mediática/ PIB	RESULTADOS TOTALES		
	Correlación de Pearson	% correlación	Rho de Spearman
Número de Noticias	0,953	90,82%	0,897
Módulos ponderados	0,904	81,72%	0,889
Módulos	0,871	75,86%	0,901
Noticias sin repetir	0,946	89,49%	0,897
Módulos Ponderados Sin Repetir	0,91	82,81%	0,889
Módulos Totales Sin Repetir	0,889	79,03%	0,901

Tabla 73. Correlación entre la repercusión mediática y PIB. Fuente: Elaboración propia/INE.

En algunos casos, como al cruzar los datos del PIB con el número de noticias totales dedicadas a cada comunidad durante el periodo sometido a estudio, el coeficiente de Pearson roza el máximo posible (0,953 sobre 1, lo que significa que la correlación se cumple en más de un 90% de los casos). Por todo ello, queda sobradamente probada la subhipótesis 6, “El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su índice de

producción”. La producción sí es, pues, un criterio relevante a la hora de predecir la cobertura mediática de las comunidades.



3.4.3.7. Repercusión mediática y producción editorial

El cruce de los datos de repercusión mediática de las autonomías y su índice de producción editorial presenta, al igual que ocurría con el PIB, un altísimo grado de correlación directa, tanto con el coeficiente de Pearson como con el Rho de Spearman. El número de libros publicados por comunidad (el indicador que se

estableció en la metodología para operacionalizar la variable “producción editorial”) guarda una correlación, por ejemplo, de más del 0,9 según el coeficiente de Pearson con el número de noticias publicadas en cada comunidad. El coeficiente fluctúa en torno al 0,8 y el 0,9 en todos los casos de otros índices de medición cuantitativa de la relevancia mediática, lo que implica que en torno a un 80% de los casos la relevancia mediática por autonomía y la cantidad de libros editados tienen relación.



Por todas estas razones, también se considera probada la subhipótesis de trabajo 7, “El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su índice de actividad editorial.” La densidad, pues, sí es un criterio relevante a la hora de predecir la cobertura mediática de las comunidades.

Repercusión mediática/ PIB	RESULTADOS TOTALES		
	Correlación de Pearson	% correlación	Rho de Spearman
Número de Noticias	0,905	81,90%	0,876
Módulos ponderados	0,894	79,92%	0,86
Módulos	0,923	85,19%	0,858
Noticias sin repetir	0,894	79,92%	0,868
Módulos Ponderados Sin Repetir	0,906	82,08%	0,86
Módulos Totales Sin Repetir	0,887	78,68%	0,858

Tabla 74. Correlación entre la repercusión mediática y la producción editorial. Fuente: Elaboración propia/INE.

3.4.4. Análisis de las temáticas empleadas en Castilla y León

Al margen del análisis del número de noticias publicadas sobre Castilla y León en la prensa nacional, puesto en relación con el impacto cuantitativo de otras comunidades en los medios, otro de los objetivos de la presente tesis era evaluar la caracterización que sobre la región se hace a través de estas mismas piezas. Tal y como se detalló en el apartado metodológico, se optó por medir la caracterización a través de un análisis temático semicualitativo.

En primer lugar, se elaboró una lista de temáticas recurrentes empleadas en los medios durante el año 2010, que se completó después de una exploración previa del material destinado a ser analizado posteriormente. A continuación se definieron las temáticas y subtemáticas, se realizó un último filtro destinado a eliminar categorías redundantes o que se solapasen y se revisaron las definiciones finales. Por último, se aplicó el modelo de análisis a la muestra de noticias, obteniendo así el listado de temáticas y subtemáticas que se puede observar en la tabla 75.

TEMÁTICAS	SUBTEMÁTICAS	Total			Total (noticias no repetidas)		
		Noticias	Peso total	Peso ponderado	Noticias	Peso total	Peso ponderado
1. Ciencia y tecnología		24	92,9	213,95	9	37,8	81,4
	1.1. Campañas de promoción	3	0	0	1	0	0
	1.4. Otros	21	92,9	213,95	8	37,8	81,4
2. Cultura		81	1.370,2	1.728,2	64	1.333,6	1.636
	2.1. Música	6	53,3	81,15	6	53,3	81,15
	2.1.2. Estrellas regionales	4	9,5	18,25	4	9,5	18,25
	2.1.3. Festivales en suelo regional	2	43,8	62,9	2	43,8	62,9
	2.2. Cine	25	517,4	636,5	18	506,9	607,75
	2.2.2. Estrellas regionales	10	273,8	353,9	8	266,9	332,45
	2.2.3. Festivales en suelo regional	15	243,6	282,8	10	240	275,5
	2.3. Artes escénicas	12	80,9	145,35	9	80,9	145,35
	2.3.1. Estrellas nacionales o internacionales	1	19,2	21,2	1	19,2	21,2
	2.3.2. Estrellas regionales	7	56,9	104,2	5	56,9	104,2
	2.3.3. Festivales en suelo regional	4	4,8	19,9	3	4,8	19,9
	2.4. Literatura	15	172	210,5	13	169,6	201,8
	2.4.1. Estrellas nacionales o internacionales	1	0	0	1	0	0
	2.4.2. Estrellas regionales	14	172	210,5	12	169,6	201,8
	2.5. Ferias de arte	1	30	30	1	30	30
	2.5.5 Otros	1	30	30	1	30	30
	2.8. Lenguas	2	100	99	2	100	99
	2.9. Premios/Reconocimientos	3	146,2	148,1	3	146,2	148,1
	2.9.3. A ciudades/regiones	3	146,2	148,1	3	146,2	148,1
	2.10. Otros eventos culturales	17	270,3	377,15	12	246,7	322,35
5. Deporte		7	35,1	100,05	7	35,1	100,05
	5.2. Equipos /deportistas	7	35,1	100,05	7	35,1	100,05
	5.2.2. No victorias	1	4,6	17,8	1	4,6	17,8
	5.2.3. Dopaje	2	13,2	27,1	2	13,2	27,1
	5.2.4. Otros	4	17,3	55,15	4	17,3	55,15

6. Economía				18	108,7	163,35	13	108,7	163,35
	6.2. Indicadores negativos			1	41,9	65,95	1	41,9	65,95
	6.3. Sectores económicos			3	6,6	21,8	2	6,6	21,8
		6.3.2. Secundario		2	0	0	1	0	0
			6.3.2.1. Industria	2	0	0	1	0	0
		6.3.3. Terciario		1	6,6	21,8	1	6,6	21,8
			6.3.3.1. Transportes	1	6,6	21,8	1	6,6	21,8
	6.4. Entidades financieras			12	26,8	32,9	8	26,8	32,9
		6.4.1. Fusiones		10	15	21	6	15	21
		6.4.3. Pérdidas		1	9,6	7,8	1	9,6	7,8
		6.4.5. Otros		1	2,2	4,1	1	2,2	4,1
	6.6. Otros			2	33,4	42,7	2	33,4	42,7
7. Educación				14	17,7	34,35	5	17,7	34,35
	7.2. Indicadores positivos			1	4,4	11,7	1	4,4	11,7
	7.5. Experiencias negativas			4	8	14,5	2	8	14,5
	7.6. Otros			9	5,3	8,15	2	5,3	8,15
8. Empleo				4	86,7	110,85	4	86,7	110,85
	8.6. Experiencias personales negativas			2	15,5	19,25	2	15,5	19,25
	8.7. Otros			2	71,2	91,6	2	71,2	91,6
9. Historia				17	148,3	235,15	15	148,3	235,15
	9.1. Franquismo			16	137,3	219,15	14	137,3	219,15
		9.1.1. Manifestaciones a favor		0	0	0	0	0	0
		9.1.2. Manifestaciones en contra		1	0	0	1	0	0
		9.1.3. Memoria histórica		15	137,3	219,15	13	137,3	219,15
			9.1.3.1. Reparación	2	10,2	20,6	2	10,2	20,6
			9.1.3.2. Fosas	12	122,3	190,65	10	122,3	190,65
	9.3. Otros			1	11	16	1	11	16
10. Infraestructuras				39	234,4	407,2	35	220,4	372,3
	10.1. Creación/ desarrollo de nuevas infraestructuras			39	234,4	407,2	35	220,4	372,3
		10.1.1. Proyectos/ Candidaturas		38	226,4	389,7	34	212,4	354,8

		10.1.2. Concesiones/ Inauguraciones	1	8	17,5	1	8	17,5
12. Política			52	708,9	946,45	45	708,9	946,45
	12.6. Corrupción		3	60	75,5	3	60	75,5
	12.8. Polémicas		47	624,1	837,55	40	624,1	837,55
	12.9. Desautorizaciones judiciales		1	14,6	17,8	1	14,6	17,8
	12.10. Otros		1	10,2	15,6	1	10,2	15,6
13. Religión			1	0	0	1	0	0
	13.1. Iglesia católica		1	0	0	1	0	0
		13.1.5. Sucesos delictivos vinculados a la Iglesia	1	0	0	1	0	0
15. Sociedad			4	7,7	20,85	4	7,7	20,85
	15.1. Manifestaciones		4	7,7	20,85	4	7,7	20,85
		15.1.2. Huelgas/Manifestaciones de empleados de un sector económico/laboral	3	4,8	10,4	3	4,8	10,4
		15.1.7. Otras manifestaciones	1	2,9	10,45	1	2,9	10,45
16. Solidaridad			2	105,8	120,9	2	105,8	120,9
	16.4. Otros		2	105,8	120,9	2	105,8	120,9
17. Sucesos			24	178,6	362,6	22	178,6	362,6
	17.1. Accidentes		4	22,7	31,85	4	22,7	31,85
	17.2. Fenómenos meteorológicos		9	63,1	153,55	9	63,1	153,55
	17.5. Malos tratos/ Vejaciones/ Abusos		9	70,4	124,5	7	70,4	124,5
		17.5. 2. Contra niños/adolescentes	2	22,4	38,7	2	22,4	38,7
		17.5. 3. Contra mujeres	7	48	85,8	5	48	85,8
	17.8. Otros sucesos		2	22,4	52,7	2	22,4	52,7
18. Terrorismo			11	232	302	11	232	302
	18.1. ETA		11	232	302	11	232	302
		18.1.2. Lucha antiterrorista	11	232	302	11	232	302
		18.1.2.1. Operaciones legales	11	232	302	11	232	302

Tabla 75. Resultados totales de la caracterización temática. Fuente: Elaboración propia.

A fin de simplificar el esquema final, se han eliminado todas aquellas temáticas y subtemáticas que sí se contemplaban en el modelo de análisis, pero que no obtuvieron representación al analizar la muestra de periódicos. Así, con vistas a facilitar el análisis de los datos expuestos en la tabla 75, se ha simplificado en primer lugar el análisis por temáticas eliminando las subcategorías, y ordenando las temáticas por número de noticias publicadas.

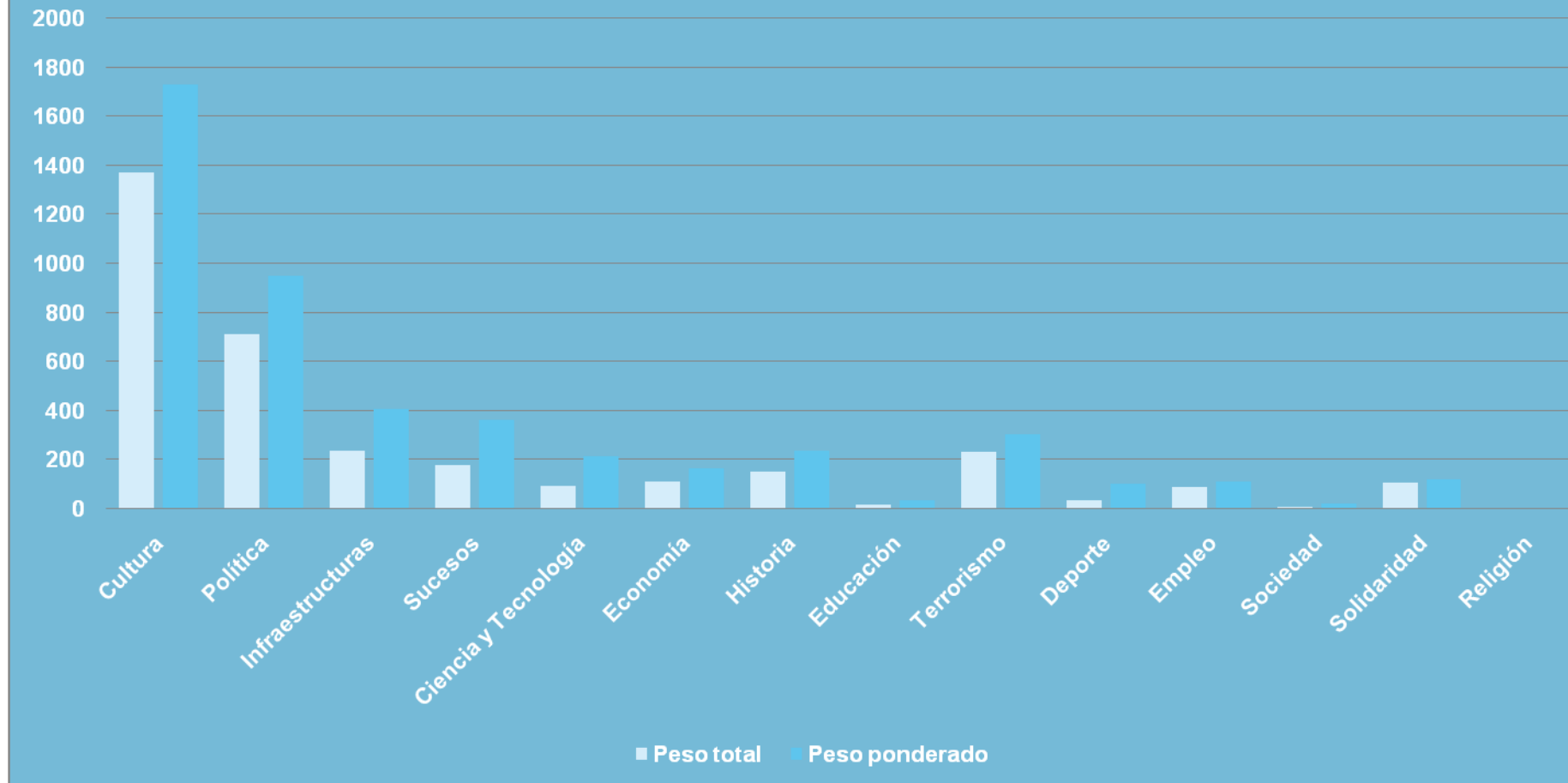
CARACTERIZACIÓN TEMÁTICA		Total		
Posición	TEMÁTICAS	Noticias	Peso total	Peso ponderado
1	Cultura	81	1370,2	1728,2
2	Política	52	708,9	946,45
3	Infraestructuras	39	234,4	407,2
4	Sucesos	24	178,6	362,6
5	Ciencia y Tecnología	24	92,9	213,95
6	Economía	18	108,7	163,35
7	Historia	17	148,3	235,15
8	Educación	14	17,7	34,35
9	Terrorismo	11	232	302
10	Deporte	7	35,1	100,05
11	Empleo	4	86,7	110,85
12	Sociedad	4	7,7	20,85
13	Solidaridad	2	105,8	120,9
14	Religión	1	0	0
	TOTAL	337	3561,4	5153,1

Tabla 76. Resultados simplificados de la caracterización temática. Piezas totales. Fuente: Elaboración propia.

Así, en la tabla 76 se puede observar cómo la mayoría de noticias que se publicaron sobre Castilla y León en la prensa nacional son de Cultura, tanto por número de noticias como por número de módulos y por módulos ponderados. La diferencia con respecto a sus más inmediatas perseguidoras, si nos ceñimos al número total de piezas publicadas, es significativa: las noticias de cultura representan casi un 25% del total, y son más del doble que cualquiera de las otras categorías excepto la de Política. Los cinco primeros puestos los completan las noticias de Sucesos, y Ciencia y Tecnología, ambas con 24 noticias.

Retrato mediático de Castilla y León por temáticas (I)

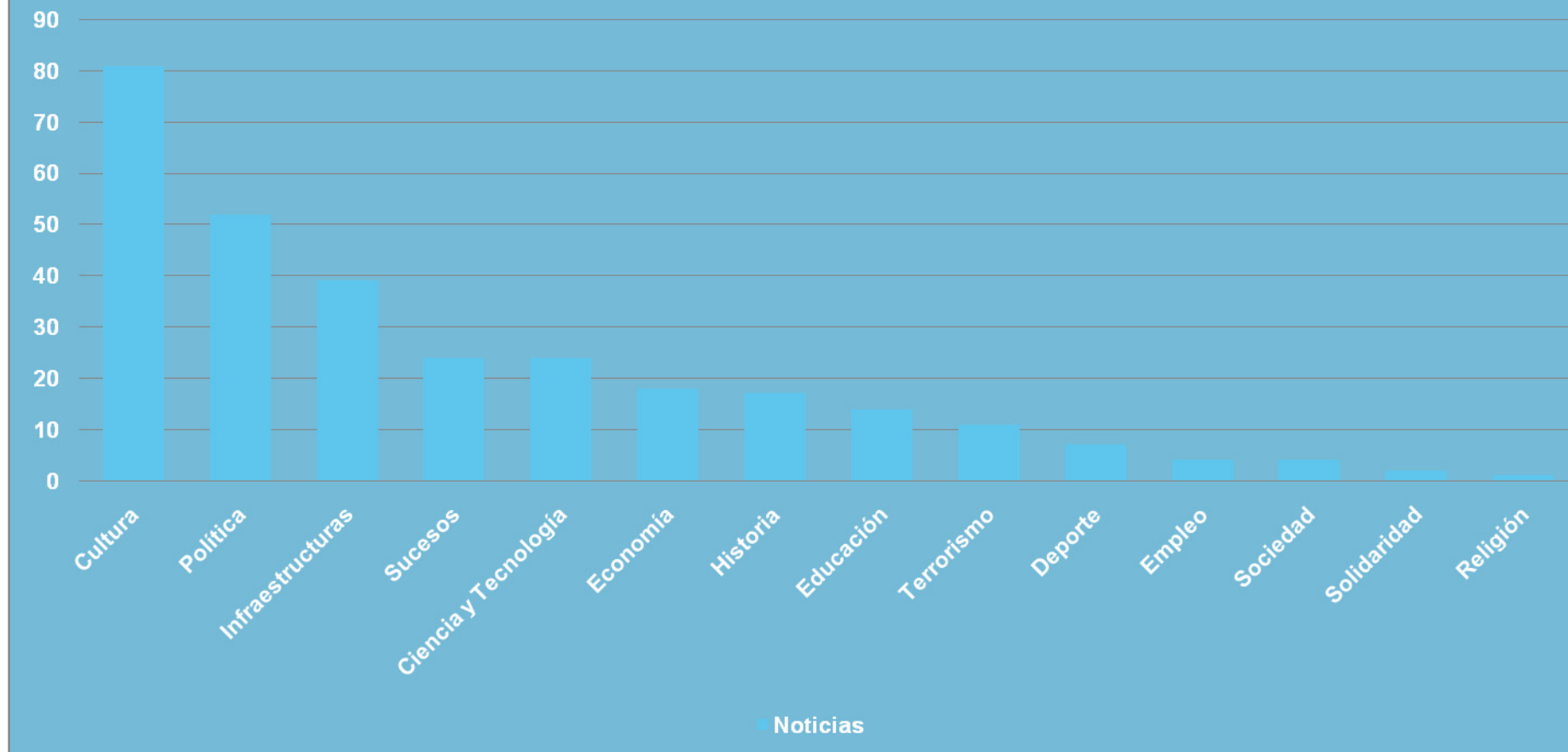
Piezas totales



Fuente: Elaboración propia. Tabla relacionada: 76

Retrato mediático de Castilla y León por temáticas (II)

Piezas totales



Fuente: Elaboración propia. Tabla relacionada: 76

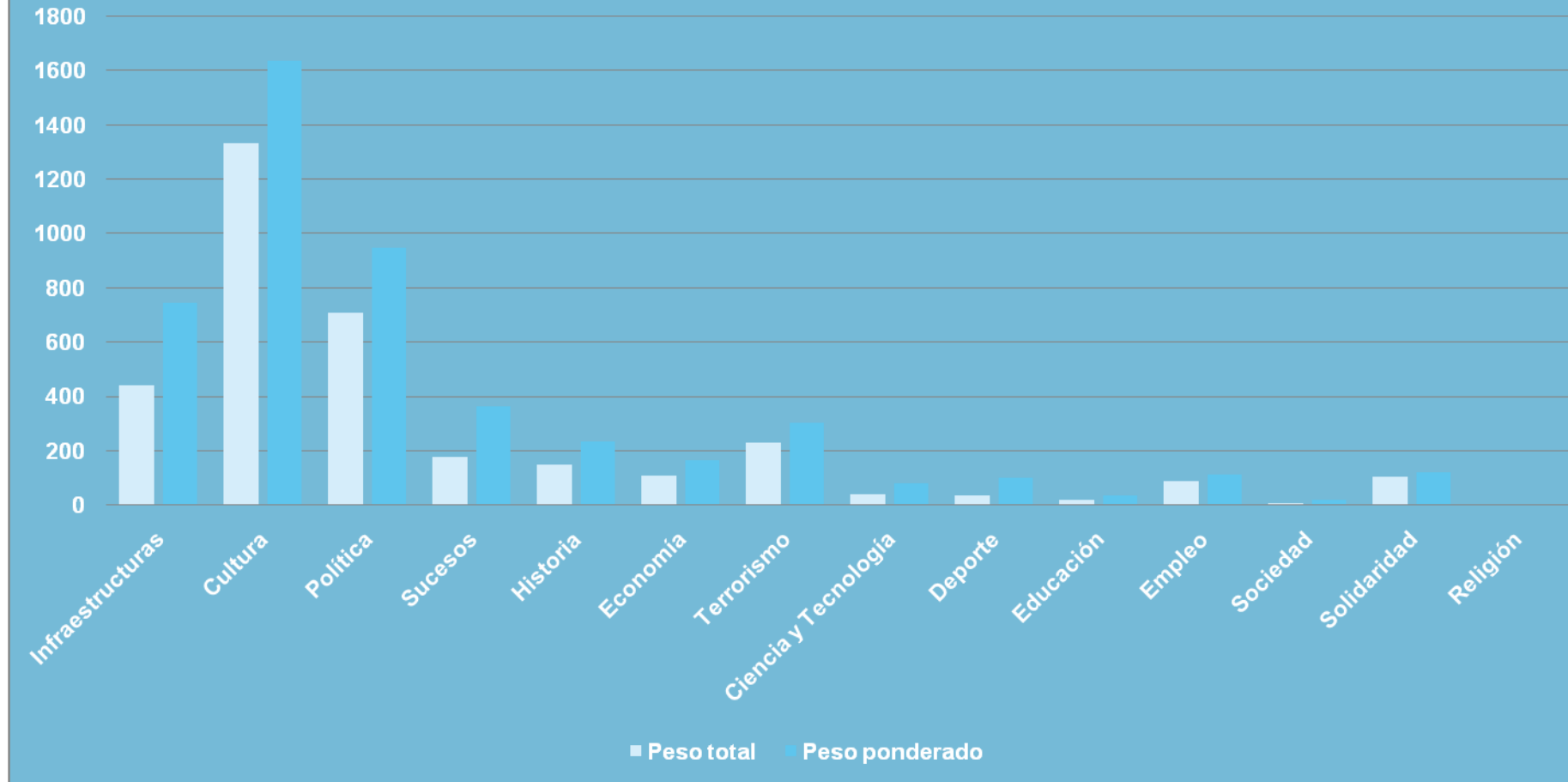
Este último caso presenta varias peculiaridades interesantes. Por número total de noticias, Ciencia y Tecnología ocupa el quinto lugar, con el mismo número de piezas que su inmediata predecesora, Sucesos; sin embargo, por número de módulos totales, descendería hasta el noveno puesto, tal y como se puede comprobar en la tabla 76. Resulta también interesante observar ciertas disparidades con respecto a la clasificación por criterios distintos al número de noticias: si bien los tres primeros lugares permanecen estables independientemente del criterio, si atendemos al número de módulos el terrorismo aparecería en cuarta posición, superando a las noticias de sucesos, y las de solidaridad ascenderían hasta la octava posición, en lugar de la 13ª que ocupa por número de noticias.

Si nos centramos exclusivamente en el número de noticias no repetidas, se observan algunas variaciones significativas con respecto a los resultados de la tabla 77. Por ejemplo, por número de noticias la clasificación aparecería liderada por la temática “Infraestructuras”, por delante de “Cultura” (si bien, en peso total y peso ponderado “Cultura” duplica ampliamente los resultados de “Infraestructuras”, que aparece también superada según estos criterios por “Política”), tal y como se ve reflejado en los datos de la tabla 77.

Es destacable también el desplome de “Ciencia y Tecnología”, que ve reducido su número de noticias a menos de la mitad si descontamos las que aparecen repetidas. Otras apenas se resienten del recorte de noticias repetidas y escalan puestos en la tabla 77 gracias a este escaso índice de repetición, como ocurre con “Terrorismo”.

Retrato mediático de Castilla y León por temáticas (III)

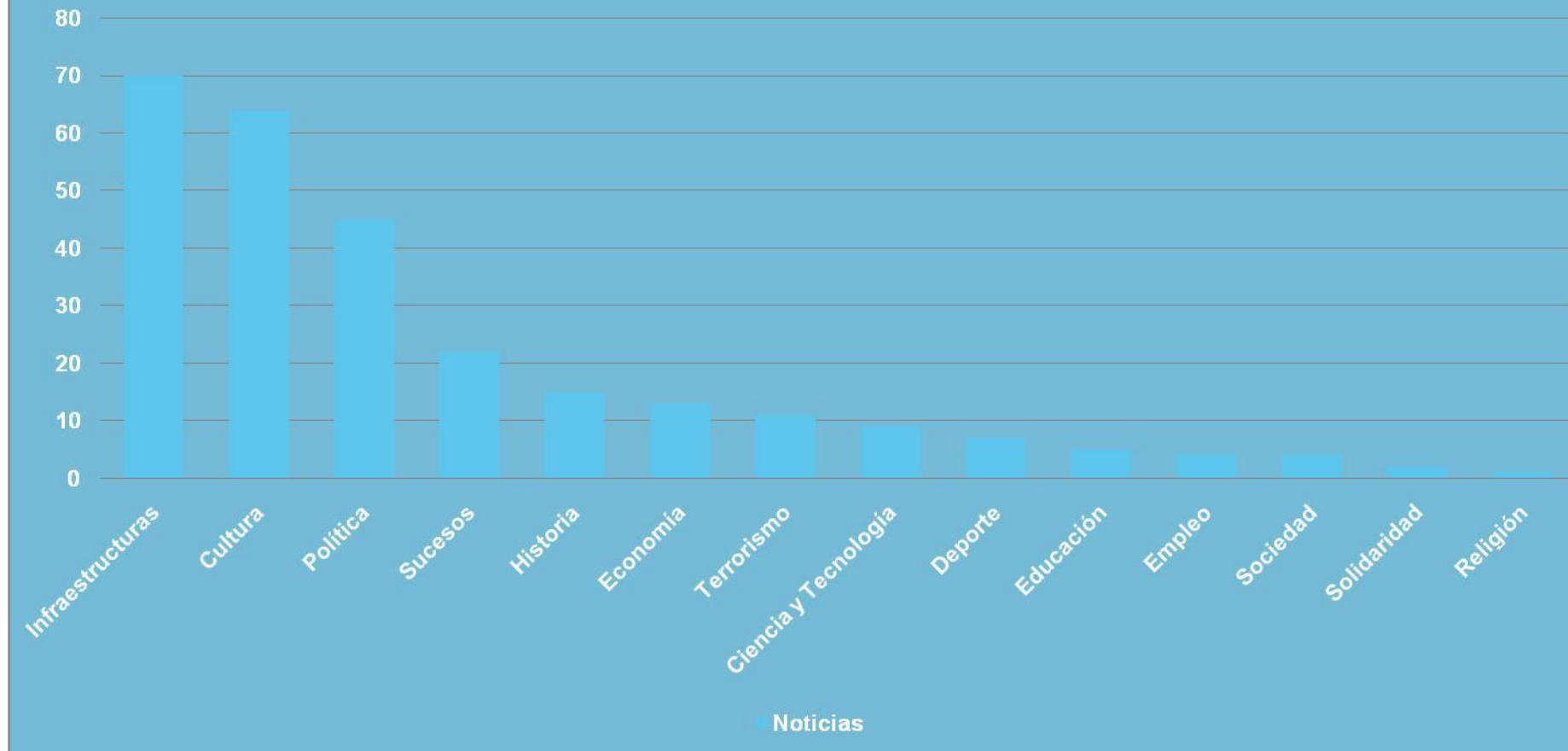
Piezas no repetidas



Fuente: CIS. Tabla relacionada: 77

Retrato mediático de Castilla y León por temáticas (IV)

Piezas no repetidas



Fuente: CIS. Tablas relacionadas: 77

CARACTERIZACIÓN TEMÁTICA		Total (noticias no repetidas)		
Posición	TEMÁTICAS	Noticias	Peso total	Peso ponderado
1	Infraestructuras	70	440,8	744,6
2	Cultura	64	1333,6	1636
3	Política	45	708,9	946,45
4	Sucesos	22	178,6	362,6
5	Historia	15	148,3	235,15
6	Economía	13	108,7	163,35
7	Terrorismo	11	232	302
8	Ciencia y Tecnología	9	37,8	81,4
9	Deporte	7	35,1	100,05
10	Educación	5	17,7	34,35
11	Empleo	4	86,7	110,85
12	Sociedad	4	7,7	20,85
13	Solidaridad	2	105,8	120,9
14	Religión	1	0	0
	TOTAL	272	3440,2	4859,3

Tabla 77. Resultados simplificados de la caracterización temática. Piezas no repetidas. Fuente: Elaboración propia.

Tal y como se especificó en el subepígrafe relativo al análisis interpretativo incluido dentro del apartado metodológico de la presente tesis, existen ciertos datos que requieren de la interpretación del investigador para cobrar cierto sentido. En este caso, los resultados expuestos en este apartado de caracterización temática requerían de un trabajo de interpretación para dar una respuesta a la subhipótesis de trabajo número 1, formulada como sigue: “La caracterización de Castilla y León en la prensa española aparece asociada de manera predominante a temáticas de connotación negativa.”

De este modo, antes de aplicar el modelo de análisis temático se realizó una asignación de valores positivos, negativos o neutros a las diferentes temáticas y subtemáticas establecidas. Para ello se apeló a la competencia interpretativa del investigador para realizar una asignación previa honesta en la que se consideraba que las categorías positivas realizaban un retrato favorecedor de la región, y las negativas hacían una caracterización perjudicial; mientras que las neutras eran

aquellas que, o bien pertenecían a temáticas que no favorecían ni perjudicaban al retrato de la comunidad, o bien presentaban una caracterización con aspectos positivos y negativos en la que no descollaba claramente uno de los dos polos.

En este sentido, la tabla 78 recopila los resultados de las temáticas a las que se les asignó una caracterización positiva y que obtuvieron representación en el análisis de Castilla y León en la prensa nacional.

CARACTERIZACIÓN TEMÁTICA		Total			Total (noticias no repetidas)		
TEMÁTICAS	SUBTEMÁTICAS	Noticias	Peso total	Peso ponderado	Noticias	Peso total	Peso ponderado
1. Ciencia y tecnología		24	92,9	213,95	9	37,8	81,4
2. Cultura		81	1370,2	1728,2	64	1333,6	1636
7. Educación		1	4,4	11,7	1	4,4	11,7
	7.2. Indicadores positivos	1	4,4	11,7	1	4,4	11,7
10. Infraestructuras		39	234,4	407,2	35	220,4	372,3
16. Solidaridad		2	105,8	120,9	2	105,8	120,9
	TOTAL	147	1807,7	2481,95	111	1702	2222,3

Tabla 78. Temáticas de caracterización positiva. Fuente: Elaboración propia.

Del mismo modo, la tabla 79 recoge las temáticas a las que se les asignó una caracterización negativa, con sus respectivos resultados. Las temáticas restantes que sí obtuvieron representación en el análisis (5.2.4, 6.3, 6.4.1, 6.4.5, 7.6., 8.7., 9, 12.10, y 18) pero no aparecen en las tablas 78 y 79 forman parte del grupo de categorías que quedaron caracterizadas como “neutras” según el análisis interpretativo del modelo de análisis temático. Así las cosas, se observa que las temáticas positivas predominan claramente sobre las negativas según todos los criterios observables: más noticias tanto totales como sin repetir (147 y 111 frente a

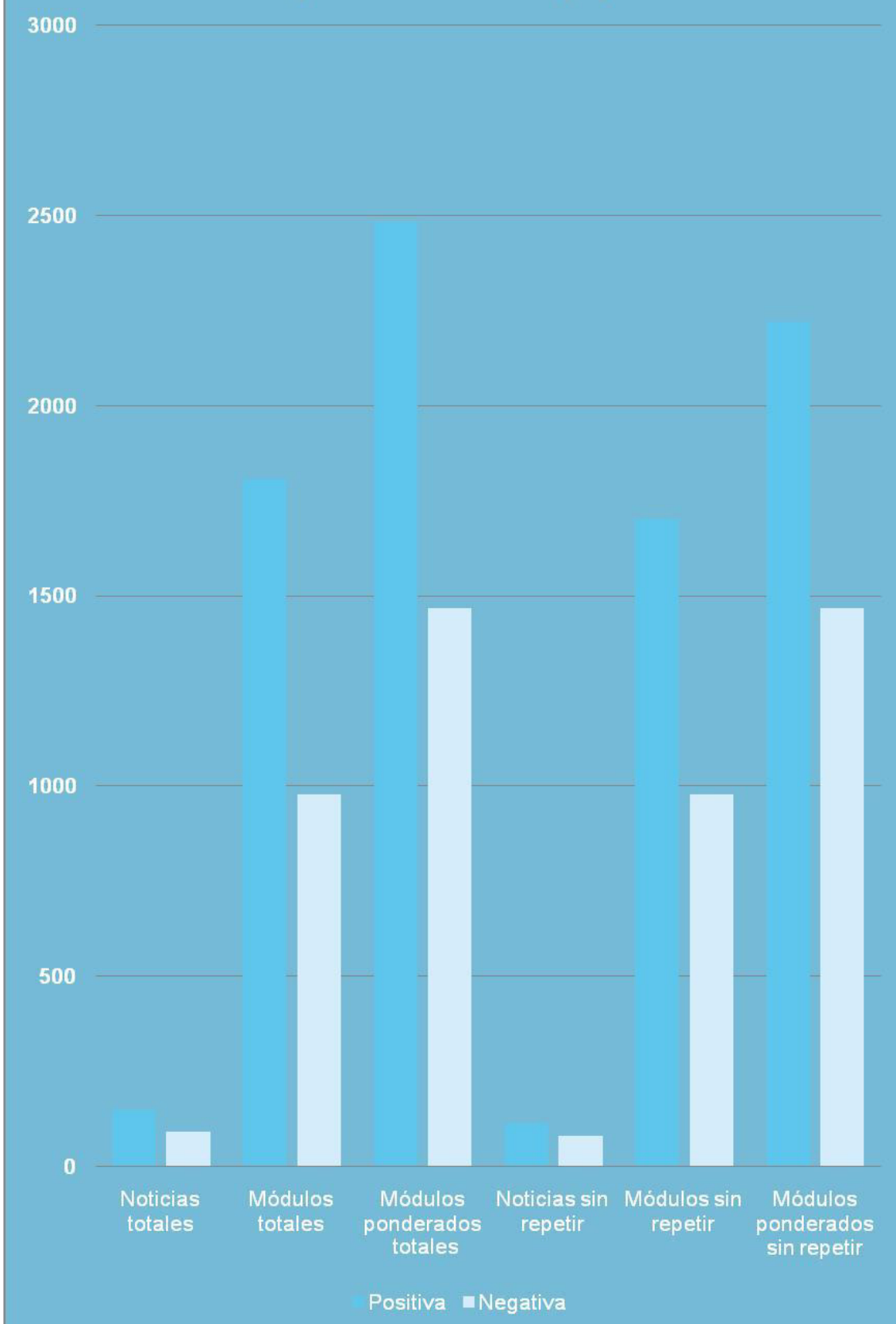
91 y 80), más módulos totales (1807,7 y 1702 frente a 977,8) y más módulos ponderados (2481,95 y 2222,3 frente a 1466,7²⁸⁵).

²⁸⁵ El hecho de que, en las temáticas de caracterización negativa, haya más noticias totales que sin repetir pero el número de módulos se mantenga estable se debe a que en las noticias de *elpais.com* no se pudieron cuantificar los módulos porque su hemeroteca digital no recoge la portada general y las portadas por secciones como fueron publicadas en su día.

TEMÁTICAS	SUBTEMÁTICAS	SUBTEMÁTICAS	Total			Total (noticias no repetidas)		
			Noticias	Peso total	Peso ponderado	Noticias	Peso total	Peso ponderado
5. Deporte			3	17,8	44,9	3	17,8	44,9
	5.2. Equipos /deportistas		3	17,8	44,9	3	17,8	44,9
		5.2.2. No victorias	1	4,6	17,8	1	4,6	17,8
		5.2.3. Dopaje	2	13,2	27,1	2	13,2	27,1
6. Economía			2	51,5	73,75	2	51,5	73,75
	6.2. Indicadores negativos		1	41,9	65,95	1	41,9	65,95
	6.4. Entidades financieras		1	9,6	7,8	1	9,6	7,8
		6.4.3. Pérdidas	1	9,6	7,8	1	9,6	7,8
7. Educación			4	8	14,5	2	8	14,5
	7.5. Experiencias negativas		4	8	14,5	2	8	14,5
8. Empleo			2	15,5	19,25	2	15,5	19,25
	8.6. Experiencias personales negativas		2	15,5	19,25	2	15,5	19,25
12. Política			51	698,7	930,85	44	698,7	930,85
	12.6. Corrupción		3	60	75,5	3	60	75,5
	12.8. Polémicas		47	624,1	837,55	40	624,1	837,55
	12.9. Desautorizaciones judiciales		1	14,6	17,8	1	14,6	17,8
13. Religión			1	0	0	1	0	0
15. Sociedad			4	7,7	20,85	4	7,7	20,85
17. Sucesos			24	178,6	362,6	22	178,6	362,6
		TOTAL	91	977,8	1466,7	80	977,8	1466,7

Tabla 79. Temáticas de caracterización negativa. Fuente: Elaboración propia.

Retrato mediático de Castilla y León por temáticas (V)



Fuente: Elaboración propia. Tabla relacionada: 79

4. Conclusiones

A continuación se recopilan algunas de las conclusiones que se pueden extraer de la presente tesis doctoral. Se ha tratado de formularlas de la manera más clara y simplificada posible en aras de facilitar su comprensión.

1. La identidad es un concepto escurridizo que, sin embargo, parece estar muy presente en el imaginario colectivo de los españoles en la actualidad. Así lo indica, por ejemplo, el hecho de que haya copado buena parte de los dos estudios esenciales que el Centro de Investigaciones Sociológicas ha dedicado a las Autonomías desde 2005. Así pues, la identidad puede ser, en esencia, algo cambiante y quimérico, pero caben pocas dudas de que ha sido uno de los centros de debate de la opinión pública española en su Historia reciente.
2. La identidad no tiene componentes naturales, ni es algo estático o uniforme, como parece desprenderse del discurso de los nacionalismos periféricos, sino que ha ido alimentándose de varias fuentes a lo largo de la Historia y ha ido amoldando su forma a diferentes estándares. Así, la lengua, la religión o el territorio pueden exaltarse de manera diferencial, si bien es con frecuencia el proyecto de vida en común lo que define la voluntad de las gentes de aglutinarse en torno a una identidad. Es a partir de este consenso sobre el proyecto común donde suelen trazarse los elementos identitarios que refuerzan esta voluntad, que no tiene por qué ser necesariamente mayoritaria dentro de un determinado colectivo.

3. Reputados historiadores coinciden en señalar que Castilla fue figura central del proyecto español porque, en primer lugar, recogió el testigo de la Reconquista que emprendieron en un principio astures y leoneses. Pero lo fue también porque supo ir integrando al resto de reinos cristianos que estaban repartidos por la península en este proyecto común de Reconquista.
4. Los estertores del siglo XV y el nacimiento del nuevo siglo traen consigo un nuevo paradigma que obliga a Castilla, por aquel entonces motor natural de la refundada Hispania, a replantear su posición y hasta su propia personalidad. Concluida la Reconquista, los reinos peninsulares van a acabar uniéndose (con la excepción de Portugal, que también lo hará algo más tarde) y se acabará descubriendo un Nuevo Mundo. Todo eso se interpreta como una señal divina de respaldo al emergente reino que ha conseguido, después de ocho siglos, acabar con la ocupación musulmana de la Península.

El ascenso al trono de un rey, Carlos I, que por primera vez aleja físicamente a Castilla de su monarca, sienta las bases de la que se podría considerar primera gran crisis identitaria de la región, con dos partes claramente diferenciadas y opuestas. De un lado, los castellanos que quieren volver al modelo de gobierno dirigido y cercano que representaban los anteriores monarcas, en especial los Reyes Católicos; del otro, Carlos I, el nuevo monarca que piensa en Castilla como un territorio más de su proyecto imperial. Lo que colisiona aquí vuelve a ser la idea de lo que debe ser el motor del país: frente a la concepción más interior de los

castellanos que se sublevan en la Revuelta Comunera, Carlos I propone un nuevo proyecto de vida en común, el imperial. La derrota de los Comuneros en Villalar constata la transición del proyecto anterior de vida en común, Reconquista y unión de los reinos peninsulares, hacia un proyecto de gloria imperial que trasciende las fronteras peninsulares.

Paralelamente comienza un proceso de dilución de la personalidad castellana, que si hasta entonces había actuado como motor del proyecto reconquistador, ahora será una más dentro de la nueva empresa imperial española. Y, precisamente, por entenderse que aquella Castilla, sofocada la insurrección comunera hacia un destino que trazaron los mismos Reyes Católicos, ha sido el motor de esta España comienza a solaparse la identidad castellana con la española hasta el punto de que, con el tiempo, ambas se confundirán con facilidad. Castilla, núcleo indiscutible de la formación de la identidad española, pierde, como dice **Linz**, su identidad en el proceso.

5. Si el siglo XIX es el de las causas románticas, y el nacionalismo tal y como hoy lo entendemos es una de ellas, se puede entender por qué surgen nacionalismos periféricos y no emerge, en cambio, un nacionalismo castellano: en Castilla no hay ni políticos aglutinadores de una historia reescrita desde el victimismo (la importancia de los líderes queda renovada en la comparación de Barómetros Autonómicos, que constata que la presencia de líderes regionales fuertes favorece la identificación de sus ciudadanos con ellos) ni apoyo popular contra la supuesta fuerza centrípeta opresora. Si Castilla ha creado España, no habría nada más

estúpido, como diría **Azaña**, que un nacionalismo castellano antiespañol. Y si se da en algún momento, parece más bien obedecer a una reacción defensiva ante la proliferación de los nacionalismos periféricos, fundamentalmente el vasco y el catalán, que no dudan en reescribir la Historia cuando les conviene. Esto sucede, entre otras cosas porque, como dijo **Ortega**, cuando el proyecto en común es ambicioso y las gentes tienen motivos para sentirse orgullosas de formar parte de él, no hay fuerzas centrífugas que valgan; pero cuando cunde el pesimismo y el desencanto, proliferan las voces que reivindican la necesidad de extirparse del centro opresor. No hay que olvidar, en este sentido, que el final del XIX fue una época marcada por la fuerte decepción que supuso la pérdida de las últimas colonias; simbólica, si se quiere, pero de innegable constatación de que el imperio, tambaleante en los últimos siglos, se había desplomado definitivamente. Por ello, y con el caldo de cultivo de los romanticismos nacionalistas, surgieron en la periferia quienes culparon de sus infortunios al centro, a Castilla misma aunque Castilla ya no fuera más que centro simbólico; quienes comenzaron, en suma, a reivindicar un camino propio, aunque el peaje que hubiera de pagarse para embarcarse en tal empresa fuera ni más ni menos que la falsificación de la Historia.

6. La Transición trata de recuperar algunos de los asuntos identitarios que quedaron aplazados durante cuarenta años (tras el final de la Guerra Civil), en la convicción de que el reconocimiento de los hechos diferenciales, por más que estos hubieran sido forjados por hombres que no dudaban en reescribir la Historia, apagaría la alergia centralista que

habían desarrollado ciertas regiones de la periferia peninsular (e insular) durante el siglo XX. Sin embargo, el resto de regiones reaccionaron exaltando su propia diferencia, unas, y de manera defensiva, otras; de tal manera que se impuso una fórmula del “café para todos”, que en la práctica ha demostrado no ser una solución para el problema de la fragmentación del país. Si se acepta que la identidad regional se asiente sobre la idea central de la exaltación de la diferencia, el proceso disgregador es potencialmente ilimitado.

7. El proceso autonómico que se gestó en la Transición no ha servido para revitalizar el orgullo regional castellano, que con el paso del tiempo ya había dado un paso al costado para quedar subsumido bajo lo español, realidad histórica de un calado indiscutiblemente mayor.

Ni siquiera la identidad castellana ha emergido orgullosa de manera defensiva, como sí lo hizo en cierto modo en la época de la Segunda República. Y la respuesta a este fenómeno tal vez haya de ser encontrada no en el pasado, sino en el presente de una región despoblada, dispersa, yerma y con escaso tejido industrial, con unos niveles de desempleo elefantíacos y escasos elementos simbólicos propios con los que sus gentes puedan identificarse de verdad. El análisis comparativo de los Barómetros Autonómicos I y II certifican este hecho, pues Castilla y León presenta unas cotas de orgullo regional (incluso cuando no se le hace colisionar con el orgullo de ser español) muy discretas en comparación con el resto de comunidades.

8. Los sondeos de opinión actuales contradicen, no obstante, a los postulados nacionalistas periféricos por dos frentes principales: por un lado, las identidades no son singulares ni excluyentes, sino que con frecuencia suelen convivir en el mismo individuo más de una y de dos sin que ello suponga mayor problema; y por otro, que un porcentaje abrumador de españoles manifiestan a través de estos sondeos su inclinación hacia este modelo dual, por el que se sienten orgullosos tanto de ser parte de su región como de su país.

La prueba es que cuando el orgullo regional no entra en colisión con el orgullo español (es decir, cuando no se obliga al entrevistado a elegir), los Barómetros Autonómicos I y II del CIS reflejan elevados niveles de adhesión hacia ambos sentimientos entre la mayoría de comunidades españolas, con índices próximos al 90%. Estos niveles de adhesión descienden cuando la pregunta formulada en el Barómetro obliga a elegir al encuestado entre una identidad y otra, pero tal enfrentamiento reside más en el tipo de respuestas ofrecidas por el encuestador que en una dificultad del encuestado por sentirse orgulloso de pertenecer a su región y a su país al mismo tiempo, como ya había adelantado **Linz**.

9. El análisis de la cobertura periodística de 2010 demuestra que existe una elite informativa copada por Madrid y Cataluña, seguida de un grupo de tres regiones compuesto por País Vasco, Comunidad Valenciana y Andalucía que se lleva una buena porción del pastel informativo, aunque comparativamente mucho menor a la de sus predecesoras en la lista; y un

último grupo de doce comunidades que parecen vivir más alejadas del foco mediático de la prensa nacional.

Castilla y León es la más importante de las comunidades menos importantes a ojos de los medios, a juzgar por la cobertura que de ella hacen las versiones digitales de El Mundo y El País y la versión impresa de El Mundo. Sin embargo, la diferencia absoluta entre el tercer vagón y los dos primeros es mucho más pronunciada que la que existe entre las doce comunidades de cola.

10. La medición ponderada de la cobertura mediática establece también tres grandes grupos, si bien compuestos por diferentes comunidades. El primero engloba a tres comunidades, Cataluña, Madrid y País Vasco, que se mueven en cifras parecidas. El segundo está integrado por la Comunidad Valenciana y Andalucía, a las que las tres comunidades que ocupan el vagón de cabeza triplican en cobertura mediática ponderada. Y el último, también encabezado por Castilla y León, engloba a las doce comunidades restantes, que apenas alcanzan la mitad de la cobertura del grupo intermedio y no reciben más que una sexta parte de la atención mediática de Cataluña, Madrid y País Vasco.
11. Los resultados de la cobertura mediática varían ligeramente si se valoran aspectos concretos (soporte impreso o soporte digital, unas cabeceras u otras, unas secciones u otras); pero, en líneas generales, los tres grupos de referencia se mantienen más o menos estables. El examen de la portada de los periódicos analizados, por ejemplo, ratifica la tendencia de los tres

grupos principales, pero acentúa la brecha entre las comunidades menos representadas y las que suelen centrar la atención mediática.

12. La correlación entre los datos sobre exaltación de la conciencia regional, obtenidos a partir de los Barómetros Autonómicos del CIS, y los datos de cobertura mediática de las comunidades autónomas, obtenidos a partir del estudio de caso de esta tesis, revelan que existe una vinculación significativa entre ambas variables. Eso nos permite verificar la hipótesis de que aquellas comunidades con mayor sentimiento regionalista (ya sea expresado de manera positiva, como exaltación de una conciencia regional exacerbada o expresión de una filiación política nacionalista, o negativa, como oposición a la pertenencia a España) gozan de una mayor repercusión mediática.
13. Existen correlaciones también significativas entre la repercusión mediática de las comunidades y el nivel de renta, y los índices de población, capacidad productiva y producción editorial (en especial con estos tres últimos). Así, se confirma lo que sugerían la mayoría de las subhipótesis planteadas: que las comunidades con mayor peso demográfico, nivel de producción, renta o capacidad editorial tienen más visos de acaparar una porción más amplia del discurso periodístico.
14. Al contrario de lo que se planteaba en una de las subhipótesis de la presente investigación, la comunidad de Castilla y León aparece asociada con más frecuencia a temáticas positivas que negativas en el discurso periodístico de 2010. Queda rechazada, pues, esa subhipótesis.

15. Una vez se ha demostrado que el retrato mediático de las comunidades autónomas refleja un claro desequilibrio cuantitativo entre las distintas regiones españolas, se puede afirmar que los medios están contribuyendo, sea o no de manera pretendida, a acentuar la brecha entre comunidades autónomas españolas. Sea o no intencional, los medios responden al discurso de diferenciación alimentado durante años desde distintas esferas políticas, en especial del nacionalismo periférico. **Noelle-Neumann** ya había hablado de la consonancia, la acumulación, la omnipresencia y el clima de opinión como factores cruciales para entender el funcionamiento de la opinión pública, con lo que la teoría de la espiral del silencio sirve de respaldo a nuestra formulación anterior: que a base de producir, de manera más o menos uniforme y a través de distintos medios y soportes, un retrato desequilibrado de las distintas regiones españolas lo que se consigue es multiplicar el desequilibrio.

También se podría aplicar a la expresión misma del nacionalismo periférico la tesis del silenciamiento de las opiniones para evitar el aislamiento. Si los individuos tienden a percibir que el nacionalismo excluyente es la expresión predominante de la opinión pública, puede suceder que quienes no tengan esta interpretación excluyente de las identidades silencien su opinión para evitar el rechazo social.

16. Que exista una infrarrepresentación de ciertas comunidades en el discurso periodístico español significa en los términos de **McCombs** y **Shaw** que se está sacando a estas regiones de la agenda mediática y, por ende, en buena medida de la agenda pública porque, como decía **Cohen**,

puede que los medios no puedan decirle a su audiencia durante mucho tiempo qué tienen que pensar, pero sí pueden ser tremendamente influyentes a la hora de determinar sobre qué tienen que pensar (cf. también **Iyengar** y **Kinder**, 1993:188). La presencia sobredimensionada de unas comunidades o el silenciamiento de los temas relacionados con otras es, pues, una forma, sea pretendida o no, de ahondar en la brecha interautonómica y la exaltación de los hechos diferenciales.

De esta manera, los resultados del presente estudio se ven respaldados por las dos teorías predominantes en la actualidad en cuanto al fenómeno de la opinión pública, la **agenda-setting** y la **espiral del silencio**, que tienen una aplicación inmediata en la presente tesis.

A partir de las conclusiones anteriores se pueden formular tres ideas a modo de resumen indispensable de todo lo trabajado en esta tesis doctoral:

- Existe una cobertura desigual de las comunidades autónomas españolas en la prensa española, tanto impresa como digital. Cataluña, País Vasco y Madrid centran una abrumadora mayoría de la atención mediática.
- La conclusión anterior, unida a las teorías vigentes sobre el impacto de los medios sugiere que el desigual retrato de las regiones españolas en la prensa nacional ahonda la brecha que concede más importancia a unas y silencia la realidad de las otras.
- Las correlaciones de la cobertura mediática con datos estadísticos de las comunidades autónomas sugieren que la prensa da prioridad a las comunidades con mayor conciencia regional y concede más peso a

aquellas que tienen mayor peso demográfico, más nivel de renta y son más productivas. Por ende, lo que hace el discurso mediático no es fomentar la igualdad sino ahondar en la diferencia, ya que aquellas comunidades más pobres, de población menor o más dispersa, o menos productivas van siendo silenciadas progresivamente de la esfera pública a través de su limitada aparición en los medios de comunicación de masas.

Enlazando con estas tres ideas, tal vez cabría preguntarse por el papel que han de desempeñar los medios de comunicación en la actual configuración del espacio público. Hemos visto que son muchos los teóricos de la opinión pública que sostienen que los medios ejercen una fuerte influencia sobre su audiencia, pero en muchos casos ni siquiera es pretendida. En cierta medida se puede pensar esto de los resultados obtenidos en esta investigación: quizá los periódicos y portales estudiados no den de manera deliberada mayor preponderancia a las comunidades que más exaltan su conciencia regional como parte de una estrategia centrífuga.

Es probable que tampoco estén consultando los datos demográficos o de renta per cápita para decidirse entre publicar una noticia de una comunidad o de otra. Pero el caso es que los datos arrojan una conclusión clara: las comunidades con mayor expresión del regionalismo suelen hacerse más eco en la prensa, y aquellas que tienen más peso demográfico o económico también reciben un mayor tratamiento, al menos cuantitativo. Este desequilibrio puede gestar una sensación de desplazamiento entre aquellas comunidades que no se sientan tan bien tratadas, y la Historia nos demuestra que este país sabe tanto de

nacionalismos periféricos como defensivos. La solución, como la Historia misma nos demuestra, está más en la integración que en exaltar la diferencia y fomentar la disolución, y los periódicos deberían ser conscientes de que la ausencia de intención no elimina los efectos que, de hecho, sí están teniendo en la audiencia.

No está de más recordar la filiación de la presente investigación con determinadas publicaciones que se han considerado relevantes por las razones ya expresadas en el capítulo metodológico. Del mismo modo la investigación se ha centrado sobre un periodo temporal muy concreto, el año 2010, con vistas a mantener el proyecto en unas dimensiones abordables. Esto puede interpretarse como una limitación, y en realidad lo es, puesto que la fotografía no permite extrapolaciones a otros contextos periodísticos y temporales; antes bien, se ha tratado de aplicar los resultados con el máximo rigor al modesto ámbito en el que se ha circunscrito la extracción de datos y su posterior análisis.

No obstante, también se puede interpretar la limitación del marco de estudio como una plataforma de salida para futuras investigaciones. En este sentido, una de las fortalezas de la investigación es, a nuestro juicio, la utilización de diferentes herramientas de análisis que podrán satisfacer las necesidades de aquellos que aborden la investigación desde diferentes paradigmas. Quienes entiendan la comunicación social como un fenómeno que ha de ceñirse a mediciones cuantitativas y alejarse de la interpretación podrán recuperar los distintos mecanismos de medición de noticias y módulos que explicamos en la metodología y aplicamos al estudio de caso. Aquellos que entiendan el fenómeno como algo que ha de pasar ineludiblemente por el tamiz interpretativo encontrarán en los modelos de análisis ponderado de noticias que hemos

diseñado una herramienta útil, y por supuesto sujeto a ser perfeccionado, para extraer información de manera sistemática de distintos soportes periodísticos (impresos y digitales).

Así, quizá resultaría interesante que en futuras investigaciones se analizase el fenómeno mismo del que se ha ocupado esta tesis desde otras perspectivas temporales. Sería interesante evaluar, por ejemplo, si este tratamiento desigual a las distintas comunidades autónomas que se ha demostrado en este estudio sucedía en términos similares en otros años anteriores, o si perduraría en el tiempo. Quien quiera adentrarse en el análisis de tan fascinante fenómeno cuenta con la ventaja de no tener que empezar de cero. Si, como se ha dicho antes, los modelos de análisis aquí sugeridos no son ni mucho menos cerrados y se prestan a revisión, ampliación y mejora, serán sin duda una herramienta útil desde la cual partir. El investigador que se sienta atraído hacia una empresa como la de ampliar el margen temporal del presente análisis cuenta también con una modesta contribución por nuestra parte en forma de datos: aquí podrá encontrar como elemento de referencia la recopilación de más de diez mil noticias de todo un año periodístico y su posterior análisis a través de los modelos propuestos, con lo cual las bases de una hipotética comparación diacrónica ya están sentadas.

Asimismo, puede resultar interesante ampliar el corpus de estudio más allá de las cabeceras estudiadas, cuya elección se justificó también en el apartado metodológico por su mayor impacto sobre un público nacional. No sería irrelevante, así y todo, ampliar el número de cabeceras o incluso establecer una comparación con otros soportes como la televisión o la radio, para evaluar si alguno es más o menos equilibrado en su retrato de las regiones españolas o si,

como presumimos, siguen una lógica similar a la ya expuesta en esta investigación.

Del mismo modo, queda por explorar uno de los caminos que sólo abrimos con el análisis temático de la región de Castilla y León. Habíamos formulado una subhipótesis que afirmaba que a la región se la caracterizaba de una manera predominantemente negativa en la prensa española, y los datos han demostrado que nos equivocábamos. Sin embargo, este aparente revés (que en el fondo no entendemos como tal, no del todo al menos, por cuanto es también interesante lo que se ha descubierto en este sentido) no debe invitar a perder de vista esta perspectiva. El presupuesto sobre el que se asentaba tal subhipótesis era que una caracterización cualitativamente negativa y recurrente de una región podía ahondar en el deseo de diferenciación por parte de los habitantes de otras regiones, interpretación que viene respaldada por los estudios sobre los estereotipos de **Noelle-Neumann**. Que la subhipótesis no se haya cumplido para Castilla y León no quiere decir que haya de abandonarse la investigación con otras comunidades, incluso algunas de las más representadas. En este sentido, resultaría extraordinariamente interesante aplicar el mismo estudio temático que se ha aplicado aquí a Castilla y León a otras comunidades. Quien desee emprender este camino podrá contar con un modelo de análisis temático que, igual que los anteriores, puede ser ampliado, revisado y mejorado pero que es ya hoy una base de la que partir.

5. Índice de tablas, cuadros y gráficos

TABLAS

Tabla 1. ¿Qué significa España para los españoles?.....	235
Tabla 2. ¿Qué significa España para Ud.?	237
Tabla 3. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español?.....	239
Tabla 4. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español? (simplificada)....	241
Tabla 5. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad?.....	243
Tabla 6. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad? (simplificada).....	245
Tabla 7. ¿Qué palabra representa mejor lo que es su comunidad: región o nación?.....	247
Tabla 8. ¿Con qué frase se identifica Ud. más?.....	249
Tabla 9. Ciudadanos que se sienten únicamente españoles.....	250
Tabla 10. Ciudadanos que se sienten únicamente de su comunidad autónoma.....	252
Tabla 11. Agregado de ciudadanos que se sienten principal o únicamente de su comunidad autónoma.....	253
Tabla 12. Grado de autonomía deseable (por comunidades).....	258
Tabla 13. ¿Qué significa España para Usted?.....	261
Tabla 14. ¿Qué significa España para Usted? (simplificada).....	262
Tabla 15. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español?.....	264
Tabla 16. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español? (simplificada).....	265
Tabla 17. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad autónoma?.....	267
Tabla 18. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad autónoma? (simplificada).....	268
Tabla 19. ¿Cómo calificaría las relaciones entre el Gobierno central y el Gobierno de su Comunidad?.....	271
Tabla 20. ¿Cómo calificaría las relaciones entre el Gobierno central y el Gobierno de su Comunidad? (simplificada).....	272

Tabla 21. A la hora de debatir una norma o medida puede haber distintos puntos de vista entre el (Gobierno autonómico) y el Gobierno central. Cuando esto sucede, ¿cuál cree Ud. qué debe ser la actitud del (Gobierno autonómico)?.....	274
Tabla 22. ¿Con qué frase se identifica más?.....	276
Tabla 23. ¿Con qué frase se identifica más? Opciones extremas listadas en orden descendente.....	277
Tabla 24. ¿Con qué frase se identifica más? Opciones que priorizan el sentimiento regional.....	278
Tabla 25. Ciudadanos que eligen el nacionalismo como primera y segunda opción política.....	281
Tabla 26. Comparativa Barómetros Autonómicos I y II a la pregunta: ¿Qué significa España para Ud.?.....	285-6
Tabla 27. Barómetros Autonómicos I y II. Comparativa simplificada: ¿Qué significa España para Ud.?.....	288
Tabla 28. Barómetros Autonómicos I y II Comparativa simplificada: ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español?.....	292
Tabla 29. Barómetros Autonómicos I y II. Comparativa simplificada: ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad?.....	297
Tabla 30. Barómetros Autonómicos I y II Comparativa: ¿Podría decirme quién ocupa la presidencia del (Gobierno Autonómico)?.....	302
Tabla 31. Barómetros Autonómicos I y II. Comparativa simplificada: Personas que se sienten principal o únicamente de la comunidad autónoma.....	305
Tabla 32. Datos comparativos por Comunidad y número de noticias publicadas (totales y sin repetir).....	392
Tabla 33. Datos comparativos de prensa impresa por Comunidad y número de noticias publicadas.....	395
Tabla 34. Datos comparativos de prensa digital por Comunidad y número total de noticias publicadas.....	398
Tabla 35. Datos comparativos de prensa digital por Comunidad y número de noticias publicadas no repetidas.....	399
Tabla 36. Datos comparativos por Comunidad y número de módulos publicados (totales y no repetidos).....	401

Tabla 37. Datos por Comunidad y número de módulos publicados en El Mundo.....	403
Tabla 38. Datos por Comunidad y número de módulos publicados en El País.....	405
Tabla 39. Datos por Comunidad y número de módulos publicados en elmundo.es.....	406
Tabla 40. Datos totales por Comunidad y número de módulos ponderados.....	408
Tabla 41. Datos totales por Comunidad y módulos ponderados en El Mundo....	410
Tabla 42. Datos totales por Comunidad y módulos ponderados en El País.....	411
Tabla 43. Datos totales por Comunidad y módulos ponderados en elmundo.es.....	414
Tabla 44. Sección de Cultura. Agregado de periódicos (total de piezas).....	416
Tabla 45. Número de noticias publicadas en la sección de Cultura.....	417
Tabla 46. Número de módulos publicados en la sección de Cultura.....	419
Tabla 47. Sección de Economía. Agregado de periódicos (total de piezas).....	421
Tabla 48. Número de noticias publicadas en la sección de Economía.....	422
Tabla 49. Número de módulos publicados en la sección de Economía.....	423
Tabla 50. Número de módulos ponderados publicados en la sección de Economía.....	424
Tabla 51. Sección “España”. Agregado de periódicos (total de piezas).....	426
Tabla 52. Número de noticias publicadas en la sección “España”.....	427
Tabla 53. Número de módulos publicados en la sección “España”.....	428
Tabla 54. Número de módulos ponderados publicados en la sección “España”.....	430
Tabla 55. Sección de Portada. Agregado de periódicos (total de piezas).....	431
Tabla 56. Número de noticias publicadas en la sección de Portada.....	432
Tabla 57. Número de módulos publicados en la sección de Portada.....	434
Tabla 58. Número de módulos ponderados publicados en la sección “España”.....	435
Tabla 59. Sección de Ciencia. Agregado de periódicos (total de piezas).....	436
Tabla 60. Sección de Ciencia. Agregado de periódicos (noticias no repetidas).....	438

Tabla 61. Sección de Salud. Agregado de periódicos (total de piezas).....	439
Tabla 62. Sección de Sociedad. Agregado de periódicos (total de piezas).....	440
Tabla 63. Sección de Sociedad. Agregado de periódicos (piezas no repetidas).....	441
Tabla 64. Sección de Solidaridad. Agregado de periódicos (total de piezas).....	443
Tabla 65. Sección de Solidaridad. Agregado de periódicos (piezas no repetidas).....	444
Tabla 66. Sección de Tecnología. Comparación de noticias repetidas y no repetidas.....	445
Tabla 67. Correlación entre la repercusión mediática y regionalismo.....	450
Tabla 68. Correlación entre la repercusión mediática y opciones de voto nacionalista.....	458
Tabla 69. Correlación entre la repercusión mediática y datos de población.....	459
Tabla 70. Correlación entre la repercusión mediática y datos de superficie.....	462
Tabla 71. Correlación entre la repercusión mediática y datos de densidad de población.....	464
Tabla 72. Correlación entre la repercusión mediática y nivel de renta.....	465
Tabla 73. Correlación entre la repercusión mediática y PIB.....	467
Tabla 74. Correlación entre la repercusión mediática y la producción editorial.....	470
Tabla 75. Resultados totales de la caracterización temática.....	472-74
Tabla 76. Resultados simplificados de la caracterización temática. Piezas totales.....	475
Tabla 77. Resultados simplificados de la caracterización temática. Piezas no repetidas.....	481
Tabla 78. Temáticas de caracterización positiva.....	482
Tabla 79. Temáticas de caracterización negativa.....	484

CUADROS

Cuadro 1. Paradigmas de investigación.....	32
Cuadro 2. Influencias positivas y negativas en la lectura de periódicos.....	42
Cuadro 3. Subhipótesis de trabajo.....	328

Cuadro 4. Subhipótesis, variables y elementos de medición.....	331
Cuadro 5. Modelo de análisis de contenido categorial.....	354-59
Cuadro 6. Definición de las temáticas para el análisis de contenido categorial.....	371
Cuadro 7. Propuesta de ponderación de las noticias en la página de periódico.....	373
Cuadro 8. Puntos en función de la posición.....	376
Cuadro 9. Propuesta de análisis ponderado de noticias en cibermedios.....	379
Cuadro 10. Niveles de análisis metodológico de los periódicos estudiados.....	385

GRÁFICOS

Gráfico 1. Fórmula de las 10.30 y Diagrama de Gutenberg.....	38
Gráfico 2. Itinerario visual ante un cibermedio.....	47
Gráfico 3. Modelo de dos pasos de Katz y Lazarsfeld.....	194
Gráfico 4. Modelo de la difusión en J de Greenberg.....	204
Gráfico 5. El consumo de medios en Internet.....	318
Gráfico 6. Evolución del número de usuarios de Internet por comunidades. Datos comparativos 2005-2011.....	321
Gráfico 7. Clasificación de sitios de Internet en función del número de visitas.....	346
Gráfico 8. Hábitos de consumo de periódicos electrónicos.....	352
Gráfico 9. Puntos de atracción visual de un cibermedio.....	381

6. Bibliografía

- Ackroyd, S. y Hughes, J. A. (1992). *Data collection in context*. Nueva York: Longman.
- AIMC (2011). *Encuesta AIMC a usuarios de Internet 2010*. 25 de febrero de 2011.
- Alcalá Zamora y Queipo de Llano, J. (2000). "Idea y realidad de España en los siglos XVI y XVII". En VVAA (2000). *España como nación*. Madrid: Real Academia de la Historia, pp. 79-112.
- Allport, F. G. (1937). "Toward a Science of Public Opinion". *Public Opinion Quarterly*, vol. 1, nº 1.
- Almuña, C., González-Posada, E., Hernández, A., Blanco, J. M., Fernández-Abascal, H., Martín, I., Dueñas, L. J. y Pascual, M. C. (2006). *Radiografía de la Profesión Periodística en Castilla y León*. Universidad de Valladolid-Junta de Castilla y León.
- Almuña, C. (1991). "Castilla ante el problema nacionalista durante la II República. El estatuto castellano 'non nato'". En Justo G. Beramendi, Ramón Máiz Suárez y César R. Aguilera de Prat. *Los nacionalismos en la España de la II República*. Madrid: Siglo XXI de España editores, 1991.
- Alonso Torrens, F. J. y Portilla Serrano, F. J. (2006). *Salamanca: retos, posibilidades y esperanzas. Un estudio de la realidad sociodemográfica, laboral y económica de Salamanca y su provincia*. Fundación Fomento de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada.
- Altheide, D.L. (1987). "Ethnographic content analysis". *Qualitative Sociology*, 10 (1), pp. 65-7.
- Anguera, P. (2008). *L'onze de setembre: història de la Diada (1886-1938)*. Barcelona: Centre d'Història Contemporània de Catalunya.
- Aram, B. (2001). *La reina Juana: gobierno, piedad y dinastía*. Madrid: Marcial Pons, Ediciones de Historia.
- Arfurch L., Chaves, N. y Ledesma, M. (1997). *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques científicos*. Barcelona: Paidós.
- Arnold, E.C. (1986). *Diseño total de un periódico*. México D.F.: EDAMEX.
- Aróstegui, J., Blanco, J. A., Delibes, G., García Simón, A., Mangas, J., Ortega Valcárcel, J., Rodríguez Sánchez, Á., Valdeón, J., y Yun Casalilla, B. (1995). *Historia de una cultura. Castilla y León en la Historia de España*. Junta de Castilla y León: Consejería de Turismo y Comercio.
- Azaña, M. (2004). *Discursos políticos (Edición de Santos Juliá)*. Barcelona: Crítica.
- Azurmendi, M. (2003). *Todos somos nosotros: etnicidad y multiculturalismo*. Madrid: Taurus.
- Balfour, S. y Quiroga, A. (2007). *España reinventada. Nación e identidad desde la transición*. Barcelona: Península
- Barraclough, G. (1981). "Historia". En M. Freedman, S. J. De Late y G. Barraclough (eds.) *Corrientes de la investigación en las ciencias sociales*. Madrid: Tecnos – UNESCO, 1981.

- Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. París: Presses Universitaires de France (1ª Ed : 1977).
- Baumhauer, O. (1976). "Clima de opinión, opinión pública, control social: un acercamiento sistémico-general". En R. Rivadeneira. *La opinión pública*. Trillas: México, 1976.
- Beardsworth, A. (1980). "Analysing Press Content. Some Technical and Methodological Issues". En H.Christian (ed.) *Sociology of Journalism and the Press*. Keele: Keele University Press, 1980.
- Bennett, S. (1989). "'Know-nothings' revisited: The meaning of political ignorance today". *Social Science Quarterly*, 69, pp. 476-90.
- Beramendi, J.G. (1984). "Aproximación a la historiografía reciente sobre los nacionalismos en la España contemporánea". *Estudios de Historia Social*, n.28-29 (1984), pp. 49-76.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Nueva York: Free Press.
- Berger, A.A. (1991). *Media research techniques*. Newbury Park, CA: Sage.
- Berger, P. L. y Luckmann, T. (2006). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu (1ª ed.: 1968).
- Berzal de la Rosa, E. (2008). *Los comuneros: de la realidad al mito*. Madrid: Sílex.
- Bilbao Henry, J. (2010). *Transición*. New Haven (Connecticut): Yale University Press.
- Blanco Rodríguez, J. A. (1997). *Problemas de la Castilla contemporánea*. Zamora: Caja España.
- Blanco Valdés, R. L. (2005). *Nacionalidades históricas y regiones sin historia*. Madrid: Alianza Editorial.
- Blumer, H. (1948). *El interaccionismo simbólico*. Barcelona: Hora (1ª ed. en castellano:1982).
- Bockélmann, F. (1975). *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili (1ª ed. en castellano: 1983).
- Botti, A. (1993). "Il nazionalismo spagnolo nella ricerca e nel dibattito storiografico". *Italia Contemporanea*, 191, pp. 317-323.
- Bryman, A. y Cramer, D. (2003). *Quantitative Data Analysis with SPSS Release 8 for Windows: A Guide for Social Scientists*. Londres: Routledge. (1ª edición: 1999)
- Brubaker, R. (1996). *Nationalism Reframed: Nationhood and the National Question in the New Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Burgelin, O. (1974). *La comunicación de masas*. Barcelona: Ediciones Planete y A.T.E.
- Carey, James (1978). "The Ambiguity of Policy Research". *Journal of Communication*, vol. 28:2.
- Caridad Sebastián, M. (1999). *La sociedad de la información: política, tecnología e industria de los contenidos*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.

- Carr, R. (2009). *España: 1808-2008*. Barcelona: Ariel. 1ª edición: 1982.
- Carrasco Pozo, V. (1998). "La creación de un canal regional en Castilla y León: el proceso de concentración de TV locales en un canal de ámbito regional". Proyecto de Fin de Carrera, Universidad Pontificia de Salamanca.
- Carter, R. F. (1965). "Communication and affective relations". *Journalism Quarterly*, 42, 203-12.
- Casanova y Todolí, U. (2008). *Castilla y León: momentos culminantes para la constitución de un reino*. Salamanca: Amarú.
- _____. *Los orígenes de Castilla y León: de Autrigonia/Vardulia a Castella Vetula. Apuntes para una reflexión sobre la historia de España*. Salamanca: Amarú.
- Castro, A. (1949). *España en su historia. Cristianos, moros y judíos*. Buenos Aires: Losada.
- Cea D'Ancona, M. Á. (1996). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- Chaffee, S. (1980). "Mass Media Effects, New Research Perspectives". En G. Cleveland Wilhoit y Harold De Bock (eds). *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 1, Beverly Hills (CA): Sage, pp. 77-108, 1980.
- Checa Godoy, A. (2002). *Historia de la prensa pedagógica en España*. Universidad de Sevilla.
- Cirujano Marín, P.; Elorriaga Planes, T.; y Pérez Garzón, J. S. (1985). *Historiografía y nacionalismo español 1834-1868*. Madrid: Centro de Estudios Históricos, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Clark, F. e Illman, D.L. (2003). "Content Analysis of New York Times. Coverage of Space Issues for the Year 2000". *Science Communication*, Vol. 25 No. 1, septiembre 2003, pp. 14-38.
- Cobb R. y Elder C. (1983). *Participation in American politics: The dynamics of agenda - building*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Coca, C. y Peñalva, J.L. (1998). *Modelos de los medios de comunicación social*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Cohen, B. (1963). *The Press and the Foreign Policy*. Princeton: N.J. University Press.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum, 2ª Ed.
- Comstock, G. (1978). *Television and Human Behavior*. Nueva York: Columbia University Press.
- Contreras, F. y San Nicolás, C. (2001). *Diseño gráfico, creatividad y comunicación*. Madrid: Blur.
- Converse, P. (1962). "Information Flow and the Stability of partisan Attitudes", *Public Opinion Quarterly*, vol. 26, pp. 578-99.

____ (1964). "The Nature of Beliefs Systems in Mass Publics". En David Apter (ed.) *Ideology and Discontent*. Nueva York: Free Press, 1964.

Costa, J. (1991). *Imagen didáctica*. Barcelona: CEAC.

Cuenca Toribio, J. M. (2001). *La obra historiográfica de Florentino Pérez-Embid*. Sevilla: Escuela de Estudios Hispanoamericanos.

Da Costa Lewis N. (2004). *Operational risk with Excel and VBA: applied statistical methods for risk management*. Nueva Jersey: John Wiley & Sons.

Dader, J. L. (1986). *Opinión pública y periodismo. Claves para una reflexión crítica*. Pamplona (Navarra): Facultad de Comunicación.

____ (1990a). "La evolución de las investigaciones sobre la influencia de los medios y su primera etapa: Teorías del impacto directo". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y J. L. Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 221-41, 1990.

____ (1990b). "Teorías de transición". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y J. L. Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 256-80, 1990.

____ (1990c). "La canalización o fijación de la "agenda" por los medios". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y J. L. Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 294-318, 1990.

____ (1990d). "Repercusión política y social de los sondeos de opinión". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y J. L. Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 488-507, 1990.

____ (1992). *El periodista en el espacio público*. Barcelona: Bosch.

Darlene Russ-Eft, H. P. (2009). *Evaluation in Organizations: A Systematic Approach to Enhancing Learning, Performance and Change*. Nueva York: Basic Books.

Davis, R. (1965). *History and the Social Sciences*. University of Leicester.

De Blas Guerrero, A. (2001). "El nacionalismo español a partir de la crisis del 98". En F. García de Cortázar (ed.). *La nación española: historia y presente*. Madrid: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, pp. 73-92, 2001.

____ (2009). "Nacionalismo y regionalismo en un regeneracionista tardío. El caso de Julio Senador Gómez". En M. E. de Vega y A. Morales Moya. *Castilla en España: historia y representaciones*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, pp. 293-314, 2009.

De Fleur, M. (1970). *Theories of Mass Communication*, Nueva York: David McKay.

De Fleur, M. L. y Ball-Rokeach, S. (1986). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Deacon, D., Pickering, M., Golding, P. y Murdock, G. (1999). *Researching communications. A practical guide to methods in media and cultural analysis*. Londres: Arnold (1ª Ed: 1998).

Díaz González, M. J. (2003). Estructura empresarial del grupo multimedia PROMECAL (Promotora de Medios de Castilla y León). En R. López Lita, F. Fernández Beltrán y F. Vilar Moreno. *Radio y televisión en el ámbito local*. Castellón de la Plana: Ediciones Universidad Jaume I, pp. 585-92, 2003.

Díaz Noci, J. (2005). "Historia de los cybermedios en España". En R. Salaverría (Coord.) *Cibermedios*. Sevilla: Comunicación Social, pp. 21-38.

Díaz Nosty, F. L. y Álvarez, J. T. (1988). *La nueva identidad de la prensa: transformación tecnológica y futuro*. Madrid: Fundesco.

Díaz-Jiménez y Molleda, E. (1978). *Historia de los Comuneros de León y de su influencia en el movimiento general de Castilla*. León: Nebrija.

Díez Espinosa, J. R. (1987). *Revolución liberal en Castilla : tierra, nobleza y burguesía*. Valladolid: Secretariado de Publicaciones, Universidad de Valladolid.

Díez Nicolás, J. (1986). "Estudios sobre los medios de comunicación en Castilla y León". Citado en Almuiña Fernández, C. (1986). "Enseñanza, Cultura y Medios de Comunicación Social". En Valdeón, J. *Tiempo de reto y esperanza (Siglo XX). Historia de Castilla y León*. Valladolid: Ambito, 1986.

____ (1999). *Identidad nacional y cultura de defensa*. Madrid: Síntesis

Dondis, D.A. (2002). *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili, 15ª ed (1ª ed., 1976).

Duke, N.K. y Mallette, M.H. (2004). *Literacy Research Methodologies*. Nueva York: The Guilford Press.

Eco, U. (1986). *Travels in hyper reality: essays*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich.

Edelman, M. (1964). *The Symbolic Uses of Politics*. Urbana: University of Illinois Press.

Elliott, J. H. (1984). *The Revolt of the Catalans: A Study in the Decline of Spain (1598-1640)*. Cambridge: Cambridge University Press (1ª ed.: 1963).

____ (2002). *España en Europa*. Valencia: Universidad de Valencia. Col·lecció Honoris Causa.

Elosúa, M.R. (2000). *Procesos de la comprensión, memoria y aprendizaje de textos*. Madrid: Sanz y Torres.

Espina Barrio, Á. B. (2004). *Familia, educación y diversidad cultural: Antropología en Castilla y León e Iberoamérica*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

Esteban de Vega, M. (2009). "La creación simbólica de la Comunidad Autónoma de Castilla y León". En M. E. de Vega y A. Morales Moya. *Castilla en España: historia y representaciones*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, pp. 315-328, 2009.

Esteban de Vega, M. y Morales Moya, A. (2009). *Castilla en España: historia y representaciones*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

Estepa Díez, C. (1987). *Castilla y León, consideraciones sobre su historia: los nombres, los territorios y el proceso histórico*. León: Universidad de León.

Estrin, Mark W. (2002). *Orson Welles: Interviews*. Mississippi: University Press of Mississippi.

- Ezkerra, I. (2001). "Del sentido y del sentimiento de España". En F. García de Cortázar (ed.). En *La nación española: historia y presente*. Madrid: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, pp. 19-39, 2001.
- Fernández, P. V. (2008). *La transición en León*. León: Instituto Leonés de Cultura.
- Frascara, J. (1999). *El poder de la imagen. Reflexiones sobre comunicación visual*. Buenos Aires: Infinito.
- Fusi, J. P. (2001). "España. La evolución de la identidad nacional". En F. García de Cortázar (ed.). En *La nación española: historia y presente*. Madrid: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, pp. 93-107, 2001.
- Galindo, A. (1984). "El regionalismo castellano en la España de la Restauración: un apunte". *Estudios de Historia Social*, 28-29, pp. 389-394.
- Gamson, W. y Modigliani, A. (1966). "Knowledge and foreign policy opinions: Some models for consideration". *Public Opinion Quarterly*, 30, pp. 187-99.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. Evanston, Illinois: Northwestern University Press.
- García, M. (1993). *Contemporary newspaper design: a structural approach*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- García Ferrando, M. (1986). "La encuesta". En M. García Ferrando, J. Ibáñez y F. Alvira (comp.). *El análisis de la realidad social*. Madrid: Alianza, 1986.
- Garfinkel, H. (2006). *Estudios en etnometodología*. Barcelona: Anthropos Editorial (1ª ed.:1968).
- Gautier Dalché, J. (1979). *Historia urbana de León y Castilla en la Edad Media (siglos IX-XIII)*. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores.
- Gellner, E. (2006). *Nations and nationalism*. Oxford: Blackwell (1ª ed.:1983).
- Ghanem, S. y Evatt, D. (1995). "Media coverage and public concern about crime: An exploration of the second dimension of agenda setting". Artículo presentado en la reunión de la World Association for Public Opinion Research de 1995, La Haya (Holanda).
- Gibson, I. (1993). *España*. Barcelona: Ediciones B.
- Gispert, C. y Prats, J.M. (1978). *España, un estado plurinacional*. Barcelona: Blume.
- Gitlin, T. (1981). "Media Sociology: The Dominant Paradigm". En G. Cleveland Wilhoit y H. Bock (eds.). *Mass Communications Review Yearbook*. Londres: Sage, 1981.
- Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. Nueva York: Simon & Schuster.
- González Antón, L. (2002). *España y las Españas*. Madrid: Alianza Editorial (Historia, El libro de bolsillo).
- González García, F. (1998). *Castilla y León en el cine*. Valladolid: Semana Internacional de Cine de Valladolid-Junta de Castilla y León.

- Gracia Cárcamo, J. (2009). "Una hija mayor cada vez más hostil: la imagen de Castilla y la España interior en la historiografía de las provincias vascas (1770-1820). En M. E. de Vega y A. Morales Moya (eds.). *Castilla en España. Historia y representaciones*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, pp. 19-95, 2009.
- Greenberg, B. S. (1964). "Person-to-Person Communication in the Diffusion of News Events". *Journalism Quarterly*, vol. 41, pp. 489-94.
- Gunter, B. (2000). *Media research methods. Measuring audiences, reactions and impact*. Londres: Sage.
- Gutiérrez Nieto, J. I. (1973) *Las comunidades como movimiento antiseñorial: La formación del bando realista en la guerra civil castellana de 1520-1521*. Barcelona: Planeta.
- Habermas, J. (1962). *Historia y crítica de la opinión pública*. Gustavo Gili: Barcelona.
- Haliczer, S. (1987) *Los Comuneros de Castilla: la forja de una revolución (1475-1521)*. Valladolid: Universidad de Valladolid
- Hardt, H. (1979). *Social Theories of the Press: Early German and American Perspectives*. Beverly Hills, California: Sage.
- Heller, H. (1947). *Teoría del Estado*. México: FCE.
- Hernández Sánchez, A. (1995). *Estructura social de Castilla y León*. Valladolid: Ámbito
- Hijmans, E. (1996). "The logic of qualitative media content analysis: A typology". *Communications*. 21, 93-109.
- Hobsbawm, E. J. (1990). *Nations and nationalism since 1780: Programme, myth, reality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Holsti, O.R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading: Addison-Wesley Pub. Co.
- Igartua, J. J. ; Otero, J.; Muñiz, C.; Cheng, L.; y Gómez, J. (2007). "Efectos cognitivos y afectivos de los encuadres noticiosos de la inmigración". En J. J. Igartua y C. Muñiz (eds.) *Medios de comunicación, inmigración y sociedad*. Ediciones Universidad de Salamanca, 2007.
- Iyengar, S. y Kinder, D. (1993). "Televisión y opinión pública", Gernika: Mexico DF.
- Jasperson, A.E., Shah, D., Watts, M., Faber, R.J., Fan, D.P. (1998) "Framing and the Public Agenda: Media Effects on the Importance of the Federal Budget Deficit". *Political Communication*, 15, pp. 205-24.
- Joyanes, L. (1997). *Cibersociedad. Los retos sociales ante un nuevo mundo digital*. Madrid: McGraw-Hill.
- Juaristi, J. (1997). *El bucle melancólico*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Juliá, S. (2009). *Hoy no es ayer*. Barcelona: RBA.
- Kamen, H. (2004). *La Inquisición Española: una revisión histórica*. Barcelona: Crítica.
- Katz, E. (1959). "Mass Communication Research and the Study of Culture". *Studies in Public Communication*, vol. 2, pp. 1-6.

- Katz, E., Blumler, J. y Gurevitch, M. (1973). "Uses and gratifications research". *Public Opinion Quarterly*, 37:4.
- Katz, E. y Lazarsfeld, P. F. (1974). *La influencia personal*. Barcelona: Hispano Europea (1ª ed.: 1955).
- Kayser, J. (1982). *El diario francés*. Barcelona: A.T.E.
- Kedourie, E. (1993). *Nationalism*. Oxford: Blackwell (1ª ed.: 1960).
- Keane, J. (2009). *The life and death of democracy*. London: Simon&Schuster.
- Kinder, D. y Sanders, L. (1990). "Mimicking political debate with survey questions: The case of white opinion on affirmative action for blacks", *Social cognition*, 8, pp. 73-103.
- Klapper, J. T. (1960). *Efectos de las comunicaciones de masas*, Madrid: Aguilar (1974).
- Kraus, S. y Davis, D. (1976). *The Effects of Mass Communication on Political Behavior*. Univ. Park (PA): Pennsylvania State Univ. Press.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis. An introduction to its methodology*. Londres: Sage, 2ª ed.
- Kumar, R. (1999). *Research methodology: a step-by-step guide for beginners*. Londres: Sage.
- Küpper, N. (1990). "Grabación de la mirada. Investigación del comportamiento del lector al leer periódicos". Office for Newspaper Design. Documento consultado vía electrónica en la web www.editorial-design.com/leseforschung/Grabaciondelamirada.pdf (última consulta: marzo 2011).
- Labio Bernal, A. (2006). *Comunicación, periodismo y control informativo: Estados Unidos, Europa y España*. Barcelona: Anthropos.
- Lafuente, M. (1889). *Historia General de España*, vol. I. Barcelona.
- Laín Entralgo, P. (2000). "Epílogo". En VVAA (2000). *España como nación*. Madrid: Real Academia de la Historia, pp. 251-3.
- Laínz, J. (2004). *Adiós, España. Verdad y mentira de los nacionalismos*. Madrid: Encuentro.
- Lang, G. y Lang, K. (1981). "Watergate. An exploration of the Agenda - Building process". En G.C. Wilhoit y H. DeBock (Eds.), *Mass communication review yearbook 2*. Beverly Hills, CA: Sage, pp. 447-68.
- Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda technique in the world war*. New York: Peter Smith.
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B. y Gaudet, H. (1948). *The People's Choice*. Nueva York: Columbia University Press.
- Lawler, E.J. (1992). "Affective attachments to nested groups: A choice-process theory". *American Sociological Review*, 57 (Junio): 327-39.
- Leguineche, M. (1998). *"Yo pondré la guerra": Cuba 1898, la primera guerra que se inventó la prensa*. Madrid: El País-Santillana.

Lemert, J.B. (1983). *Después de todo... ¿puede la comunicación masiva cambiar la opinión pública?* México: Publigráficos (1ª ed.: 1981).

Linz, J. J. (1973). "Early State-Building and Late Peripheral Nationalisms Against the State". En S. N. Eisenstadt y S. Rokkan (eds) (1973). *Building States and Nations: Models, Analyses, and Data Across Three Worlds*. Beverly Hills (Los Angeles): Sage, pp.32-112, Volume II.

_____ (1985) "From Primordialism to Nationalism". En E. A. Tiryakian y R. Rogowski, (eds) (1985). *New Nationalisms of the Developed West*. Boston: Allen & Unwin, pp. 203-253.

_____ (1993a). "Innovative Leadership in the Transition to Democracy and a New Democracy: The Case of Spain." En G. Sheffer (ed.). *Innovative Leaders in International Politics*. Albany, Nueva York: State University of New York Press, pp. 141-186, 1993.

_____ (1993b). "State building and nation building". *European Review*, Vol. 1, No. 4, pp. 355-369.

_____ (2008). "De la crisis de un Estado unitario al Estado de las Autonomías". En J. J. Linz, edición de J. R. Montero y T. J. Miley. *Obras escogidas*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, pp. 161-275, 2008.

Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. Nueva York: The Free Press.

_____ (1927a). *Liberty and the news*. Forgotten Books.

_____ (1927b). *The Phantom Public*. Nueva York: MacMillan.

López Castellón, E. (Coord.) (1983). *Historia de Castilla y León. T. 2, Orígenes de Castilla y León*. Valladolid: Reno.

López García, G. (2001). "Comunicación electoral y formación de la opinión pública. Las elecciones generales de 2000 en la prensa española". Tesis doctoral dirigida por J. V. Gavalda Roca y presentada en el Departamento de Teoría de los Lenguajes de la Universidad de Valencia.

_____ (2004). *Comunicación electoral y formación de la opinión pública: las elecciones generales de 2000 en la prensa española*. Valencia: Ediciones Universidad de Valencia.

López García, X.; Limia Fernández, M.; Isasi Varela, A.; Pereira Fariña, X.; Gago Mariño, M.; y Calvo Diéguez, R. (2005a). "Tipología de los cibermedios". En R. Salaverría (Coord.)(2005). *Cibermedios*. Sevilla: Comunicación Social, pp. 39-70.

López García, X.; Limia Fernández, M.; Isasi Varela, A.; Pereira Fariña, X.; Gago Mariño, M.; y Calvo Diéguez, R. (2005b). "Análisis comparativo de cibermedios: Lavanguardia.es, Elmundo.es y Elpaís.es". En Ramón Salaverría (coord.). *Cibermedios*. Sevilla: Comunicación Social, pp. 125-143, 2005.

López, M. (1995). *Cómo se fabrican las noticias*, Barcelona, Paidós.

Losa Ranz, J. L. (1996). "La estructura regional del diario ABC". Proyecto de Fin de Carrera, Universidad Pontificia de Salamanca.

Lucena Giraldo, M. (2006). *A los cuatro vientos. Las ciudades de la América Hispánica*. Madrid: Ambos Mundos.

- Luhmann, N. (2007). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.
- Lupton, E. (1993). "Diccionario visual". En E. Lupton y J.A. Miller (eds.) *La Bauhaus y la teoría del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 22-33, 1993.
- Maciá Mercadé, J. (1993). *La comunicación regional y local*. Madrid: Ciencia 3.
- Maddens, B. y Van den Berghe, K. (2001). "The identity politics of multicultural nationalism: A comparison between the regular public addresses of the Belgian and the Spanish monarchs (1990-2000)". *Workshop No. 19*. ECPR Joint Sessions. Grenoble.
- Manero, F. (2003) *La entidad recuperada: (veinte años de Castilla y León), 1983-2003*. Valladolid: Ámbito.
- Maravall, J. A. (1963). *Las comunidades de Castilla: una primera revolución moderna*. Madrid: Revista de Occidente
- Mariás, J. (1966). *Los españoles*. En *Obras, VII*, Madrid: Revista de Occidente.
- Martín, J. L. (1995). "Tímida conciencia castellanista. El despertar de una dolida conciencia castellana que puede generar resentimiento. En Aróstegui, J., Blanco, J. A., Delibes, G., García Simón, A., Mangas, J., Ortega Valcárcel, J., Rodríguez Sánchez, Á., Valdeón, J., y Yun Casalilla, B. *Historia de una cultura III. Las Castillas que no fueron*. Junta de Castilla y León: Consejería de Turismo y Comercio, 1995.
- Martínez-Herrera, E. (2002). "From nation-building to building identification with political communities: Consequences of political decentralisation in Spain, the Basque Country, Catalonia and Galicia, 1978-2001". *European Journal of Political Research*, 41, pp. 421-53.
- Martínez Peñas, L. (2007). *El confesor del rey en el Antiguo Régimen*. Madrid: Editorial Complutense.
- McCombs, M. (2003). "Myth and reality in scientific discovery: the case of agenda-setting theory". En Brenda Dervin y Steven Chaffee (comps.). *Communication: A Different Kind of Horse Race*. Nueva York: Hampton Press, 2003.
- _____ (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- McCombs, M. y Estrada, G. (1994), "The news media and the pictures in our heads". En S. Iyengar y R. Reeves (eds.). *Do the media govern? Politicians, voters, and reporters in America*. Thousand Oaks, CA: Sage, pp. 237-247, 1994.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- McQuail, D. y Windhal, S. (1984). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: EUNSA.
- Menéndez Pidal, R. (1957a). *España y su historia*. Madrid: Minotauro. Volumen I.
- _____ (1957b). *España y su historia*. Madrid: Minotauro. Volumen II.

____ (1958). "Carlos V y las Comunidades vistas a nueva luz documental", en *El P. Las Casas y Vitoria, con otros temas de los siglos XVI y XVII*, Col. Austral, núm. 1.286. Madrid: Espasa-Calpe, pp. 65-98.

Miley, T. J. (2006). *Nacionalismo y política lingüística: El caso de Cataluña*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales.

Monzón Arribas, C. (1987). *La opinión pública. Teorías, concepto y métodos*. Madrid: Tecnos.

____ (1990a). "Teoría de los efectos limitados". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y J. L. Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 242-55, 1990.

____ (1990b). "La espiral del silencio y la hipótesis del distanciamiento social". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y J. L. Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 282-93, 1990.

____ (1996). *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público*. Madrid: Tecnos.

Monzón, C. y Dader, J. L. (1990). "Las encuestas y su tratamiento periodístico". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y José Luis Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 465-87, 1990.

Monzón, C. y Rospir, J. I. (1990). "Las encuestas electorales". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y José Luis Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 508-15, 1990.

Moragas, M. (1981). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.

Morales Moya, A. (2005). "La interpretación castellanista de la historia de España". En A. Morales Moya y M. Esteban de Vega. *¿Alma de España?: Castilla en las interpretaciones del pasado español*. Madrid: Marcial Pons, Ediciones de Historia, 2005.

Moreno Fernández, L. (1997). *La federalización de España. Poder político y territorio*. Madrid: Siglo XXI.

Moreno Hernández, C. (2009). *En torno a Castilla*. Londres: Lulu Enterprises.

Müller, P. (1970). *Die Soziale Gruppe im Prozess der Massenkommunikation*. Stuttgart.

Munari, B. (2000). *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica*. Barcelona: Gustavo Gili.

Nasaw, D. (2005). *Hearst. Un magnate de la prensa*. Barcelona: Tusquets Editores.

Neuendorf, K. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Londres: Sage.

Nie, N.H. (2004). "Ten years after the birth of Internet, how do Americans use the Internet in their daily lives?". *Stanford Center for the Quantitative study of Society*, Diciembre 2004.

Noelle-Neumann, E. (1973). "Kumulation, Konsonanz und O-fentlichkeitseffekt. Ein neuer Ansatz zur Analyse der Wirkung der Massenmedien", *Publizistik*, 18, 26-55.

____ (1977). “El doble clima de opinión: la influencia de la televisión en una campaña electora”, *REIS*, 4, 1978.

____ (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.

Nowak, K., Rosengren, K. E. y Sigurd, B. (1976). “Kommunikation, underpriviligiering, mänskliga värden”. En *Kommunikation, Social Organisation, Mänskliga Resurser*, Estocolmo: Samarbetskommittén för Langtidsmotiverad Forskning,

Núñez Seixas, X. M. (1993) *Historiographical Approaches to Nationalism in Spain*. Fort Lauderdale: Breitenbach.

____ (2005). “From National Catholic nostalgia to constitutional patriotism: conservative Spanish nationalism since the early 1990s”. En S. Balfour (ed.). *The Politics of Contemporary Spain*. Londres: Routledge, pp 121-45, 2005.

Obradors Barba, M. (2007). *Creatividad y generación de ideas: estudio de la práctica creativa en cine y publicidad*. Barcelona: Universitat Jaume I.

Orduña, E. (1986). *El regionalismo en Castilla y León*. Valladolid: Ámbito.

____ (2009). “La tradición municipal en Castilla”. En M. E. de Vega y A. Morales Moya (eds.). *Castilla en España. Historia y representaciones*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, pp. 19-95, 2009.

Ortega y Gasset, J. (1921). *España invertebrada. Bosquejo de algunos pensamientos históricos*. Madrid: Calpe.

Ortigosa Alonso, M. T. (1994). “La prensa en Castilla y León durante el Siglo XX”, Tesina de fin de carrera, Universidad Pontificia de Salamanca, Facultad de Ciencias de la Información.

Padioleau, J. (1981). “De l’opinion publique à la communication politique”. En Jean Padioleau (ed.). *L’opinion publique: examen critique, nouvelles directions*. París: Mouton, 1981.

Palmer, P. A. (1950). “The Concept of Public Opinion in Political Theory”. En Berelson, B. y Janowitz. *Public Opinion and Communication*. Glencoe, 1950.

Palomares, J.M. (1985). “El regionalismo castellano-leonés y las tensiones por conseguir el Estatuto de Autonomía (1900-1936)”. En VVAA, *Regionalismo y nacionalismo en España*, Córdoba, 75-90, 1985.

Palomo Torres, M. B. (2005). “Estructura editorial: diseño, navegación y usabilidad”. En R. Salaverría (Coord.). *Cibermedios*. Sevilla: Comunicación Social, pp. 186-222, 2005.

Patterson, T. (1987). “Journalist’s Role in the Making of Candidate’s Images”. *Paper to the WAPOR World Congress*.

Pellistrandi, B. (2005). “El papel de Castilla en la historia nacional según los historiadores del siglo XIX”. En A. Morales Moya y M. E. de Vega. *¿Alma de España?: Castilla en las interpretaciones del pasado español*. Madrid: Marcial Pons, Ediciones de Historia, 2005.

Pérez Díaz, V. (1993). *La primacía de la sociedad civil*. Madrid: Alianza. 2ª Ed.

- Pérez y Pérez, F. (2005). *Castilla y León: autonomía dividida. De la guerra de las Comunidades a la campaña de Villalar de los Comuneros (1520-2004)*. Burgos: Dossoles.
- Pérez, J. (1999). *La revolución de las comunidades de Castilla (1520-1521)*. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores, 1ª ed: 1977.
- Pérez Vejo, T. (2001). "La nación: mito identitario de la modernidad". En F. García de Cortázar (ed.). En *La nación española: historia y presente*. Madrid: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, pp. 41-71, 2001.
- Pipitone, U. (2003). *Ciudades, naciones, regiones: los espacios institucionales de la modernidad*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Pietschmann, H. (1992). "El problema del "nacionalismo" en España en la Edad Moderna. La resistencia de Castilla contra el Emperador Carlos V". *Hispania*, 180, pp. 83-106.
- Pizzolo, C. (1997). *Democracia, opinión pública y prensa: en la construcción de un paradigma*. Mendoza (Argentina): Cuyo.
- Ramírez Estévez, G. (2005). *Un ensayo sobre la población de Castilla y León*. Valladolid: Estévez.
- Redero San Román, M. y De la Calle Velasco, M. D. (2008). *Castilla y León en la historia contemporánea*, Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Reguillo, R. (1998). "De la pasión metodológica o de la (paradójica) posibilidad de la investigación". En R. Mejía y S.A. Sandoval (coords.) *Tras las vetas de la investigación cualitativa: perspectivas y acercamientos desde la práctica*. Tlaquepaque, Jalisco (México): Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Renan, E. (1887). *Discours et conférences*. Paris: Calman Levy.
- Represa, A. (1983). *El pendón real de Castilla*. Valladolid: Ámbito.
- Reyero, C. (2001). "La construcción iconográfica del nacionalismo español en el siglo XIX". En F. García de Cortázar (ed.). En *La nación española: historia y presente*. Madrid: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, pp. 109-120, 2001.
- Reyna, P. (1980). *Resistencias y luchas campesinas en la época del crecimiento y consolidación de la formación feudal Castilla y León, siglos X-XIII*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- Riffe, D., Lacy, S. y Fico, F.G. (1998). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Rivas Nieto, P. E. (2004). "Periodismo libresco de viajes del último tercio del siglo XX : autores españoles en los cinco continentes : estudio de contenidos, personajes y estereotipos". Tesis doctoral, Universidad Pontificia de Salamanca, director: Fernando Martínez Vallvey.
- _____ (2011). *Periodismo libresco de viajes del último tercio del siglo XX. Autores españoles en los cinco continentes*. Editorial Académica Española (Lambert): Saarbrücken (Alemania)

_____. (2012). "La fragua del Estado (o de cómo España ha sido, pese a todo, siempre Europa)". En Carlos Alberto Patiño Villa (ed.). *Estado, guerras internacionales e idearios políticos en Iberoamérica*, pp. 143-82, 2012.

Rivero, Á. (2011). *La Constitución de la Nación. Patriotismo y libertad individual en el nacimiento de la España liberal*. Madrid: FAES.

Roda Fernández, R. (1989). *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Rodríguez Bravo, Á. (1995). *Una nueva propuesta metodológica en torno al ritmo visual: aplicación del método instrumental al ritmo visual de una telenovela y un telefilme norteamericano*. Universidad Autónoma de Barcelona. Bellaterra, Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Rodríguez, M. S. (2007). "En busca de un hipotético cine castellano o castellano-leonés". En N. Berthier y J. C. Seguin. *Cine, nación y nacionalidades en España*, Madrid: Collection de la Casa Velázquez, vol. 100, pp. 101-119, 2007.

Rodríguez Díaz, R. (2001). "Los profesores universitarios como medios de comunicación: la 'agenda-setting' de los alumnos y profesores". Tesis doctoral dirigida por Fermín Bouza Álvarez y Maxwell McCombs, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Sociología VI (Opinión Pública y Cultura de Masas), Universidad Complutense de Madrid.

Rodríguez Sánchez, Á. (1995) "Castilla y León, Cabeça, Fundamento de los demás reynos". En Aróstegui, J., Blanco, J., Delibes, G., García Simón, A., Mangas, J., Ortega Valcárcel, J., Rodríguez Sánchez, Á., Valdeón, J., y Yun Casalilla, B. *Historia de una cultura. Castilla y León en la Historia de España*, Junta de Castilla y León: Consejería de Turismo y Comercio, pp. 295-348, 1995.

Rogers, E. (1976). "Communication and Development: The Passing of a Dominant Paradigm". *Communication Research*, vol. 3, pp. 213-40, 1976.

Rogers, E. y Shoemaker, F. (1972). *Communication of Innovations*. Glencoe: Free Press.

Rogers, E. y Dearing, J. (1988). "Agenda-setting research: Where has it been? Where is it going?" En J. A. Anderson (Ed.). *Communication Yearbook, 11*, Newbury Park, CA: Sage, 555-594, 1988.

Rovigatti, V. (1981), *Lecciones sobre la ciencia de la opinión pública*. Quito: CIESPAL.

Sádaba, C. y Portilla, I. (2005). "Modelos de negocio". En R. Salaverría (coord.). *Cibermedios*. Sevilla: Comunicación Social, pp. 82-121, 2005.

Salaverría, R. y Cores, R. (2005). "Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos". En R. Salaverría (coord.). *Cibermedios*. Sevilla: Comunicación Social, pp. 145-185, 2005.

Sánchez-Albornoz, C. (1958). *Espanoles ante la historia*. Buenos Aires: Losada.

Sánchez Badiola, J. J. (2010). *Simbolos de España y de sus regiones y autonomías*. Madrid: Vision Libros.

- Sánchez Prieto, J. M. (2011). "Nación española y nacionalismos". En Fernando García de Cortázar (ed.) (2001). En *La nación española: historia y presente*. Madrid: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, pp. 153-178.
- Satué, E. (1988). *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza.
- Satué, F. J. (2005). *Los secretos de la transición. Los nombres, los hechos, la memoria*. Madrid: La Esfera de los Libros.
- Saperas, E. (1985). *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*. Barcelona: Ariel.
- Savater, F. (1995). *El mito nacionalista*. Madrid: Alianza editorial.
- Seco Serrano, C. (1994). *Al correr de los días: Crónicas de la transición (1975-1993)*. Madrid: Editorial Complutense.
- ____ (2000). "Nacionalismo español y nacionalismos periféricos en la Edad contemporánea". En VVAA. *España como nación*. Madrid: Real Academia de la Historia, pp. 215-240, 2000.
- Serrano, C. (1995). "Castilla en cuestión". En Aróstegui, Julio, Blanco, Juan Andrés, Delibes, Germán, García Simón, Agustín, Mangas, Julio, Ortega Valcárcel, José, Rodríguez Sánchez, Ángel, Valdeón, Julio, y Yun Casalilla, Bartolomé. *Historia de una cultura III. Las Castillas que no fueron*. Junta de Castilla y León: Consejería de Turismo y Comercio, 1995.
- Shaw, D. L. y McCombs, M. E. (1977). *The emergence of American political issues: the agenda-setting function of the press*. St. Paul (MN): West Pub.
- Shaw, D. L. y McKenzie, C. (2003). "American Daily Newspaper Evolution: Past, Present ... and Future?". En Shannon E. Martin y David A. Copeland (eds.). Westport (CT): Praeger, pp. 139-152, 2003.
- Shoemaker, P. (1996). "Hardwired for news: using biological and cultural evolution to explain the surveillance function". *Journal of Communication*, 46 (3), pp. 32-47.
- Sierra, R. (1988). *Técnicas de Investigación Social. Teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo.
- Slater, D. (1998). "Analysing Cultural Objects: Content Analysis and Semiotics". En C. Seale (Ed.) *Researching Society and Culture*. Londres: Sage, 1998.
- Speier, H. (1950). "El desarrollo histórico de la opinión pública". En C. Steinberg y W. A. Bluem (eds.). *Los medios de comunicación social*, México: Roble, 1969.
- Statera, G. (1976). "Las investigaciones sobre los efectos de los mass media". En M. Moragas (ed.). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili, 1976.
- Stoetzel, J. y Girard, A. (1973). *Las encuestas de opinión pública*. Madrid: Instituto de la Opinión Pública.
- Stone, P.J., Dunphy, D.C., Smith, M.S. y Ogilvie, D.M. (1966). *The general inquirer: A computer approach to content analysis*. Cambridge: MIT Press.

Suárez Carballo, F. (2004). "Repercusiones cognitivas del Diseño Periodístico Impreso". Tesis doctoral dirigida por Javier Nó Sánchez. Facultad de Comunicación. Universidad Pontificia de Salamanca.

____ (2008). *Fundamentos del diseño periodístico: claves para interpretar el lenguaje visual del diario*. Pamplona: EUNSA.

Suárez Fernández, L. (2000). "Hispania. Los fundamentos de la nación española". En VVAA (2000). *España como nación*. Madrid: Real Academia de la Historia, pp. 13-44.

Suárez Fernández, L. y Andrés-Gallego, J. (1991). *La crisis de la hegemonía española, siglo XVII*. Madrid: Rialp.

Tamarit Rodríguez, A. (2006). *Periodistas locales. El caso de Castilla y León*, Madrid: Fragua

Tena, D. (1997). "La influencia de la composición gráfica en la elección de un bloque de texto escrito". Tesis doctoral dirigida por Ángel Rodríguez Bravo y presentada en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós.

Thompson, I.A.A. (2001). "Castilla, España y la monarquía: la comunidad política, de la patria natural a la patria nacional". En J. H. Elliott, R. L. Kagan y G. Parker. *España, Europa y el mundo atlántico: homenaje a John H. Elliott*, Madrid: Marcial Pons, 2001.

Tichenor, P.J., Donohue, G.A. y Olien, C. (1970). "Mass Media and Differential Growth in Knowledge", *Public Opinion Quarterly*, vol. 34, pp. 158-70.

Tomás y Valiente, F. (1981). *Manual de Historia del Derecho Español*. Madrid: Tecnos.

Tönnies, F (1902). *Kritik der öffentlichen*. Berlín: Meinung.

Triandis, H.C. (1971). *Actitudes y cambio de actitudes*. Barcelona: Toray (1ª ed.: 1974).

Tusell, J. (1995). "El entierro del centralismo". En J. Ceberio. *Memoria de la transición: del asesinato de Carrero a la integración en Europa*. Madrid: El País, 1995.

____ (1999). *España, una angustia nacional*. Madrid: Espasa.

Urdan, T. C. (2005). *Statistics in plain English*, Mahwah (NJ): Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers

Valdeón Baruque, J. (1984) *Aproximación histórica a Castilla y León*. Valladolid: Ámbito

____ (1995). "Origen y consolidación de León y Castilla". En Aróstegui, J., Blanco, J., Delibes, G., García Simón, A., Mangas, J., Ortega Valcárcel, J., Rodríguez Sánchez, Á., Valdeón, J., y Yun Casalilla, B. *Historia de una cultura. Castilla y León en la Historia de España*, Junta de Castilla y León: Consejería de Turismo y Comercio, pp. 198-294, 1995.

____ (1996). "Castilla y León. De la transición democrática a la autonomía". En A. García Simón y J. Ortega Valcárcel (eds.). *Historia de una cultura. España y León*. Informe, Junta de Castilla y León, t. IV, pp. 11-29, 1996.

____ (2008) *Historia de Castilla y León*. Valladolid: Ámbito.

- Vallés, J.M. (1992). "La política autonómica como política de reforma institucional". En R. Cotarelo (ed.) *Transición política y consolidación democrática*. Madrid: CIS, 1992.
- Vilches, L. (1998). "Teoría de la Imagen/pedagogía de la imagen". En J.L. Rodríguez Illera (ed.). *Educación y comunicación*. Barcelona: Paidós, pp. 183-206, 1998.
- VVAA (2006). *La prensa diaria en Castilla y León (1856-2006)*. Valladolid: Junta de Castilla y León.
- VVAA (2006). *La relevancia de los Medios de Comunicación en Castilla y León. Informe a Iniciativa Propia IIP 1/08*. Consejo Económico y Social, Valladolid, Comunidad de Castilla y León.
- Wanta, W. y Wu, Y. C. (1992). "Interpersonal communication and the agenda-setting process". *Journalism Quarterly*, 69, 847-55.
- Weaver, D., Zhu, J. H. y Willnat, L. (1992). "The bridging function of interpersonal communication in agenda-setting". *Journalism Quarterly*, 69, 856-67.
- Weber, M. (1968a). *Economy and Society*. Nueva York: Bedminster Press, Vol I.
- _____ (1968b). *Economy and Society*. Nueva York: Bedminster Press, Vol. II.
- Weber, R.P. (1994). "Basic content analysis". En M.S. Lewis-Beck (ed.) *Research Practice*. California: Sage, pp. 251-338, 1994.
- Welch, M., Weber, L., Y Edwards, W. (1998). "All the News That's Fit to Print. A Content Analysis of the Correctional Debate in the New York Times". *The Prison Journal*, Vol. 80 No. 3, septiembre 2000, pp. 245-264.
- Whitbread, D. (2001). *The design manual*. Sydney: University of New South Wales Press.
- Whorf, B.L. (1971). "La relación del pensamiento y el comportamiento habitual con el lenguaje". En B.L. Whorf (ed.) *Lenguaje, pensamiento y realidad*. Barcelona: Barral Editores. Breve Biblioteca de Reforma pp. 155-183, 1971.
- Williams, R. (1975). *Television, Technology and Cultural Form*, Londres: Fontana.
- Williams, F., Rice, R.E. y Rogers, E.M. (1988). *Research methods and the new media*. Nueva York: The Free Press
- Wimmer, R.D. y Dominick, J.R. (1996). *La investigación científica en los medios de comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Wright Mills, C. (1959). *La imaginación sociológica*. México: Fondo de Cultura Económica.
- _____ (1960). "Functional analysis and mass communication", *Public Opinion Quarterly*, vol. 24:4.
- _____ (1973). *La elite del poder*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Yun Casalilla, Bartolomé (1995) "De la decadencia al final del antiguo régimen". En Aróstegui, J., Blanco, J., Delibes, G., García Simón, A., Mangas, J., Ortega Valcárcel, J., Rodríguez Sánchez, Á., Valdeón, J., y Yun Casalilla, B. *Historia de una cultura. Castilla y*

León en la Historia de España, Junta de Castilla y León: Consejería de Turismo y Comercio, pp. 349-415, 1995.

Zaller, J. (1992). *The nature and origins of mass opinion*. Cambridge University Press.

Zorrilla, J. (1997). *Introducción al diseño periodístico*. Pamplona: EUNSA.

Zucker, H. (1978). "The variable nature of news media influence". En Brent Ruben (comp.) *Communication Yearbook 2*. New Brunswick (Nueva Jersey): Transaction Books, 1978.

La relación de la visibilidad mediática de las Comunidades Autónomas con la conciencia regional y otros indicadores sociales.

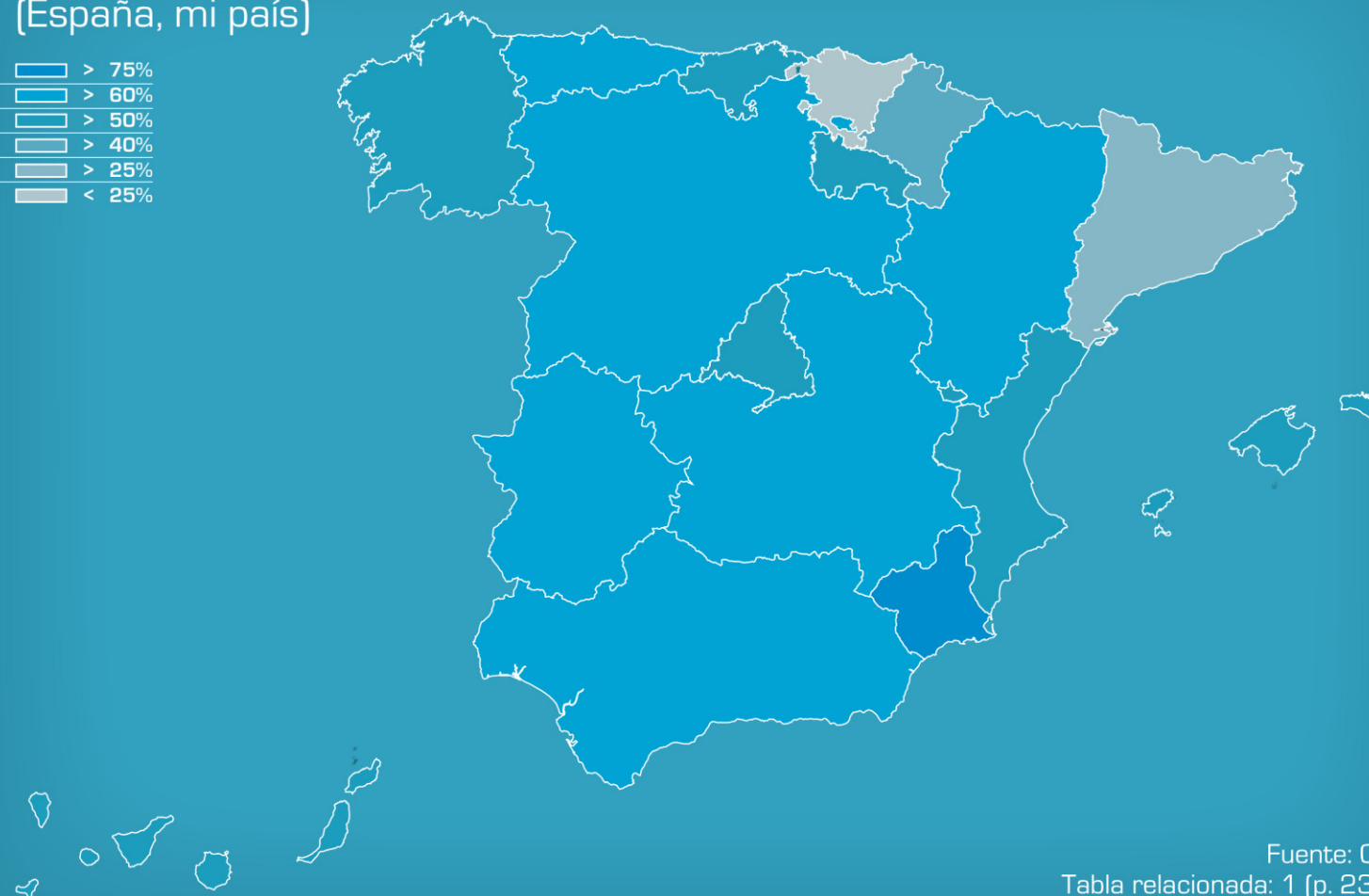
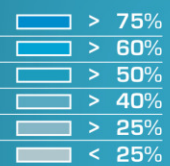
ANEXO DE MAPAS

[Tesis doctoral]

[Roberto Gelado Marcos]

[Director: Dr. D. Pedro Rivas Nieto]

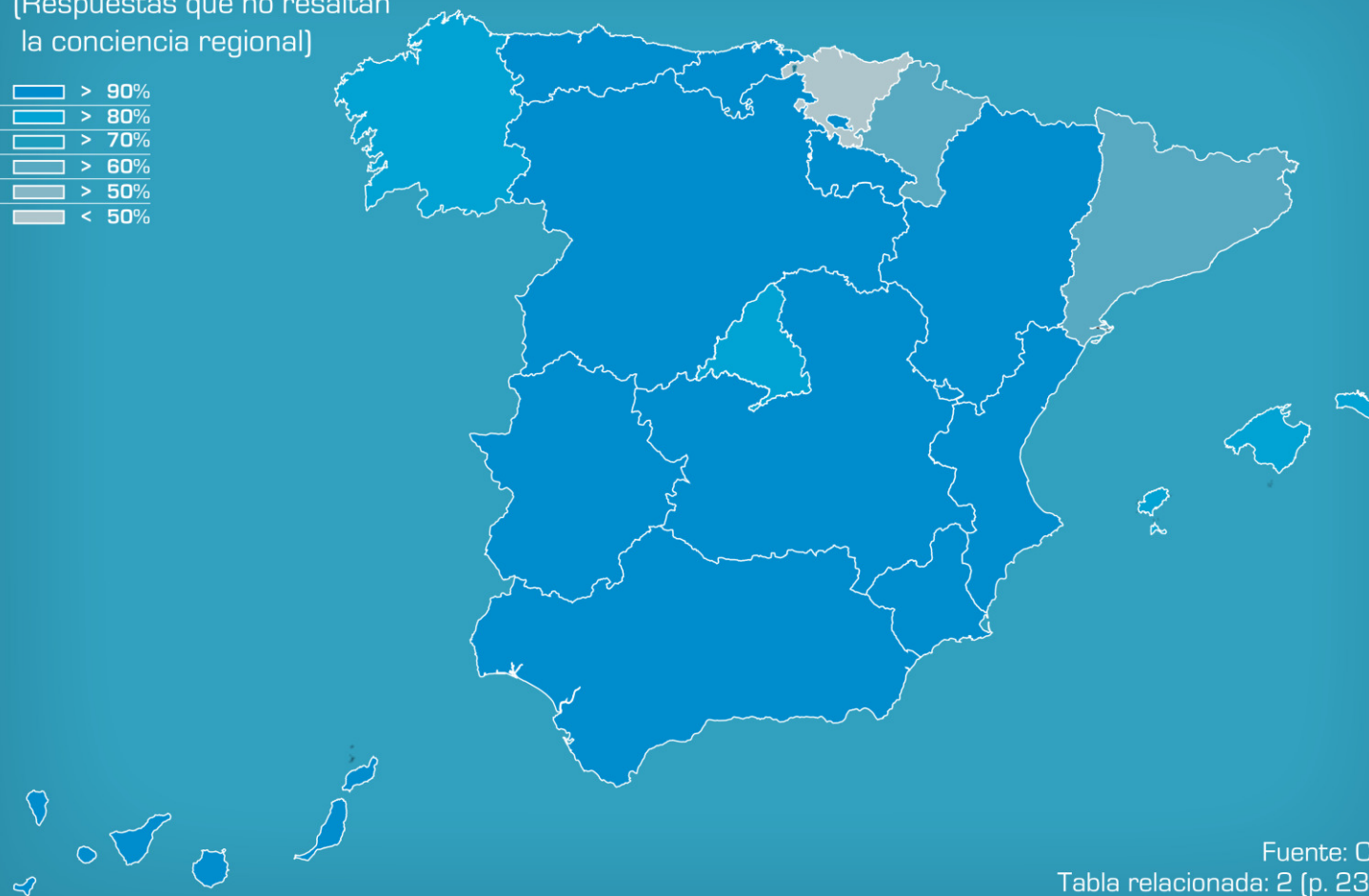
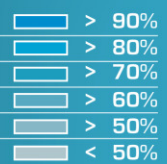
Barómetro Autonómico I (España, mi país)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 1 (p. 232)

Barómetro Autonómico I

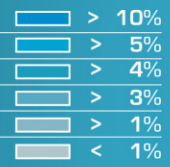
(Respuestas que no resaltan la conciencia regional)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 2 (p. 234)

Barómetro Autonómico I

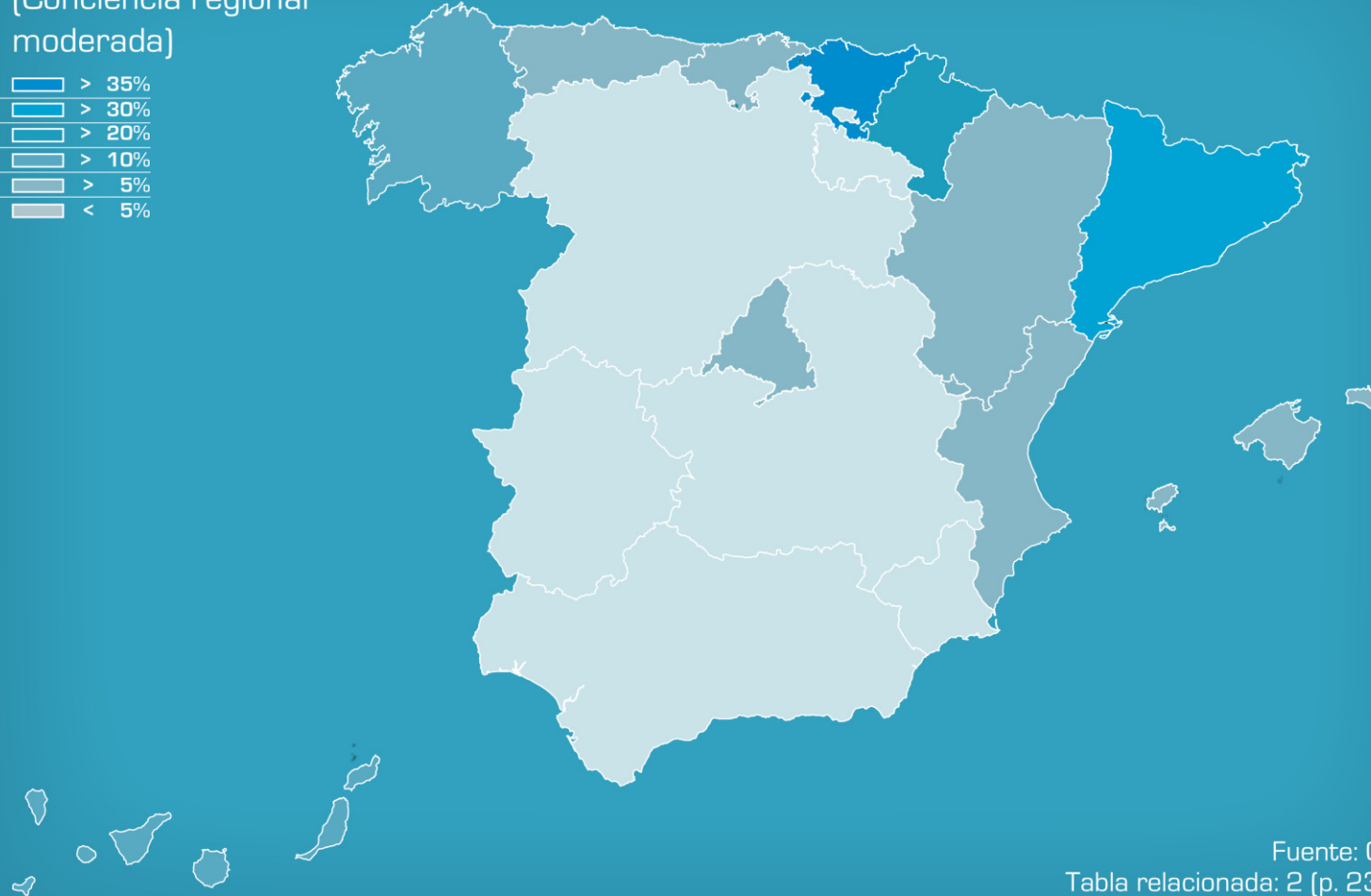
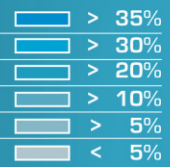
[Conciencia regional exacerbada]



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 2 (p. 234)

Barómetro Autonómico I

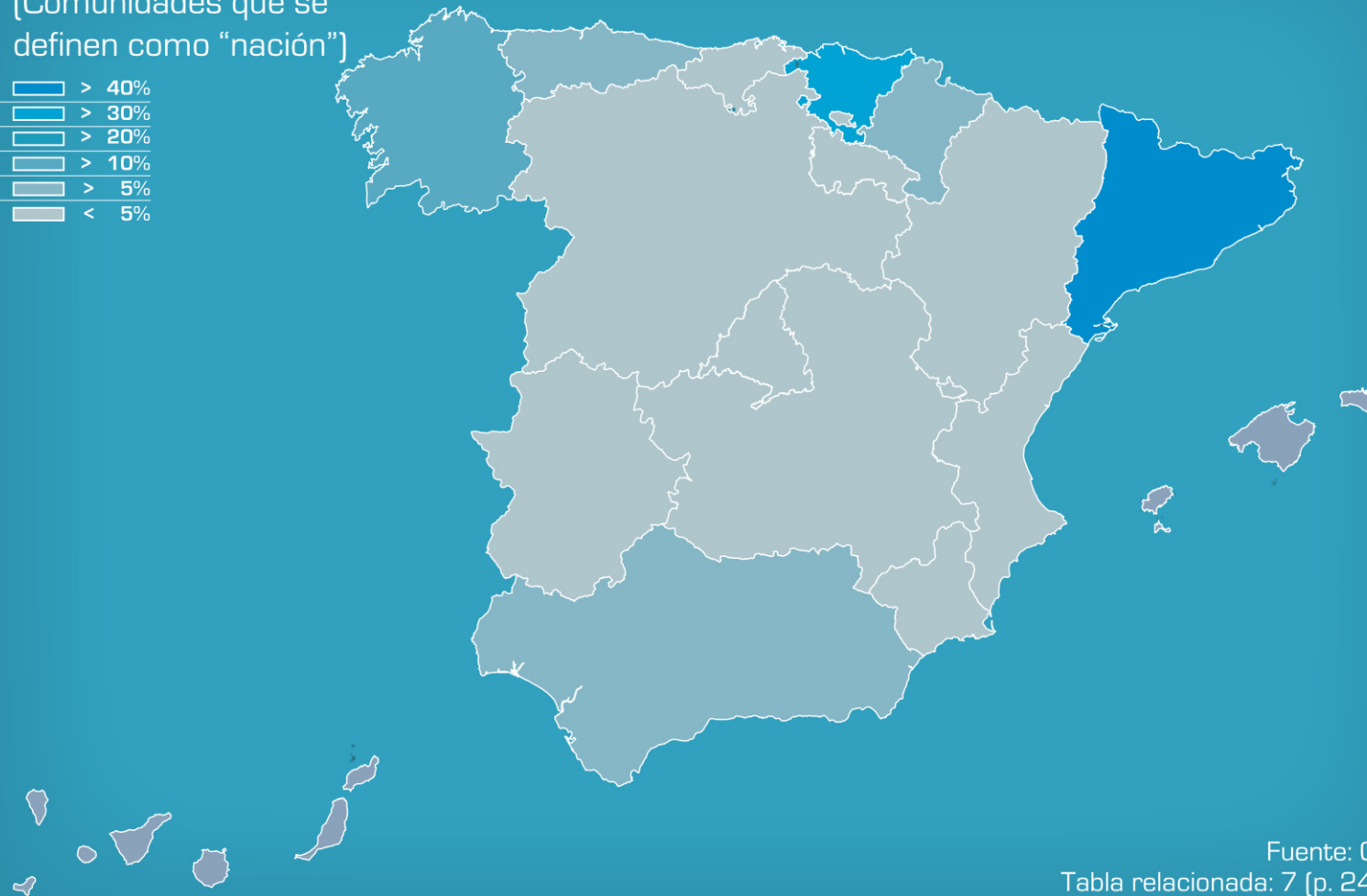
(Conciencia regional moderada)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 2 [p. 234]

Barómetro Autonómico I

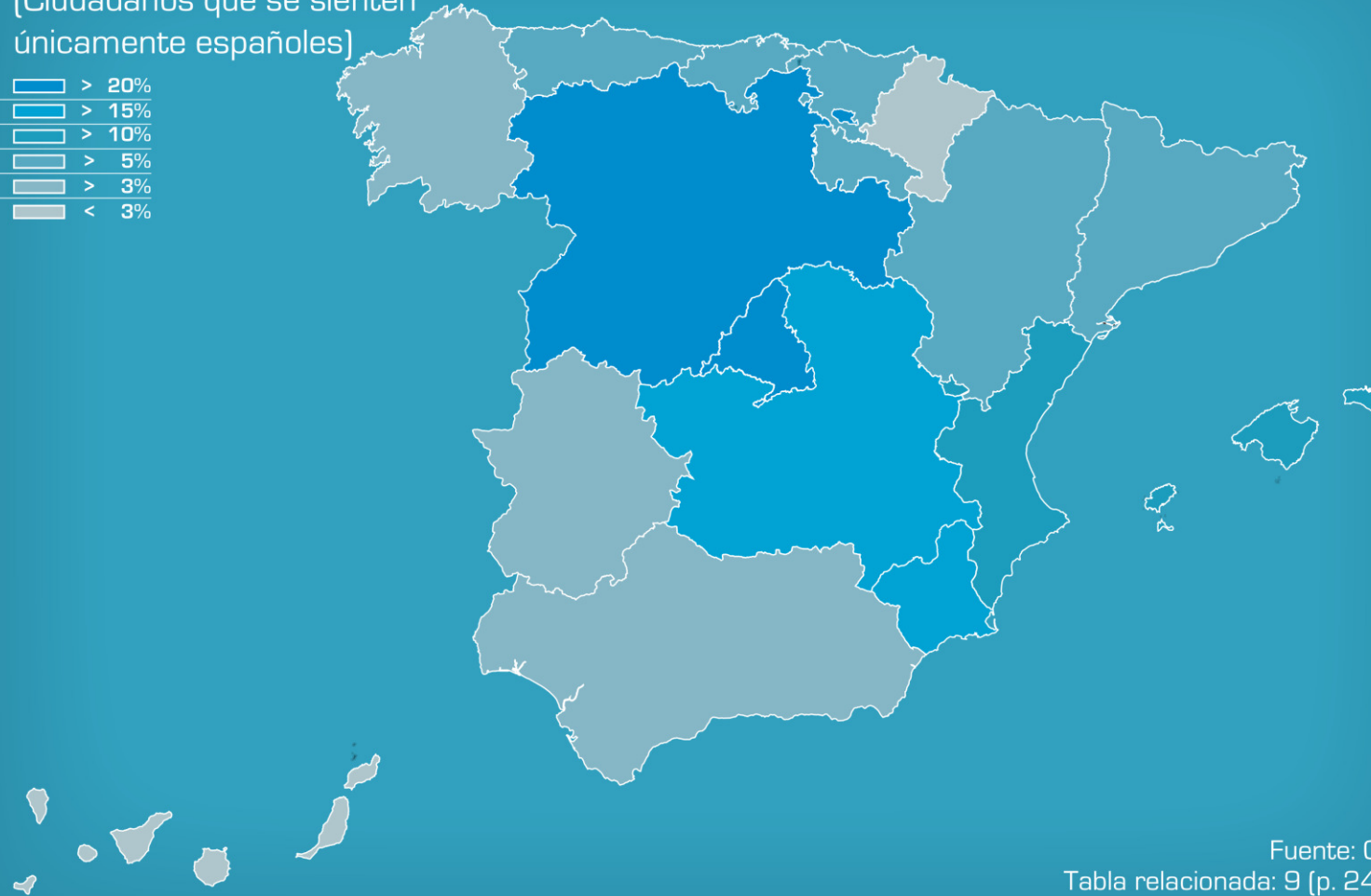
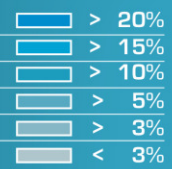
[Comunidades que se definen como "nación"]



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 7 (p. 244)

Barómetro Autonómico I

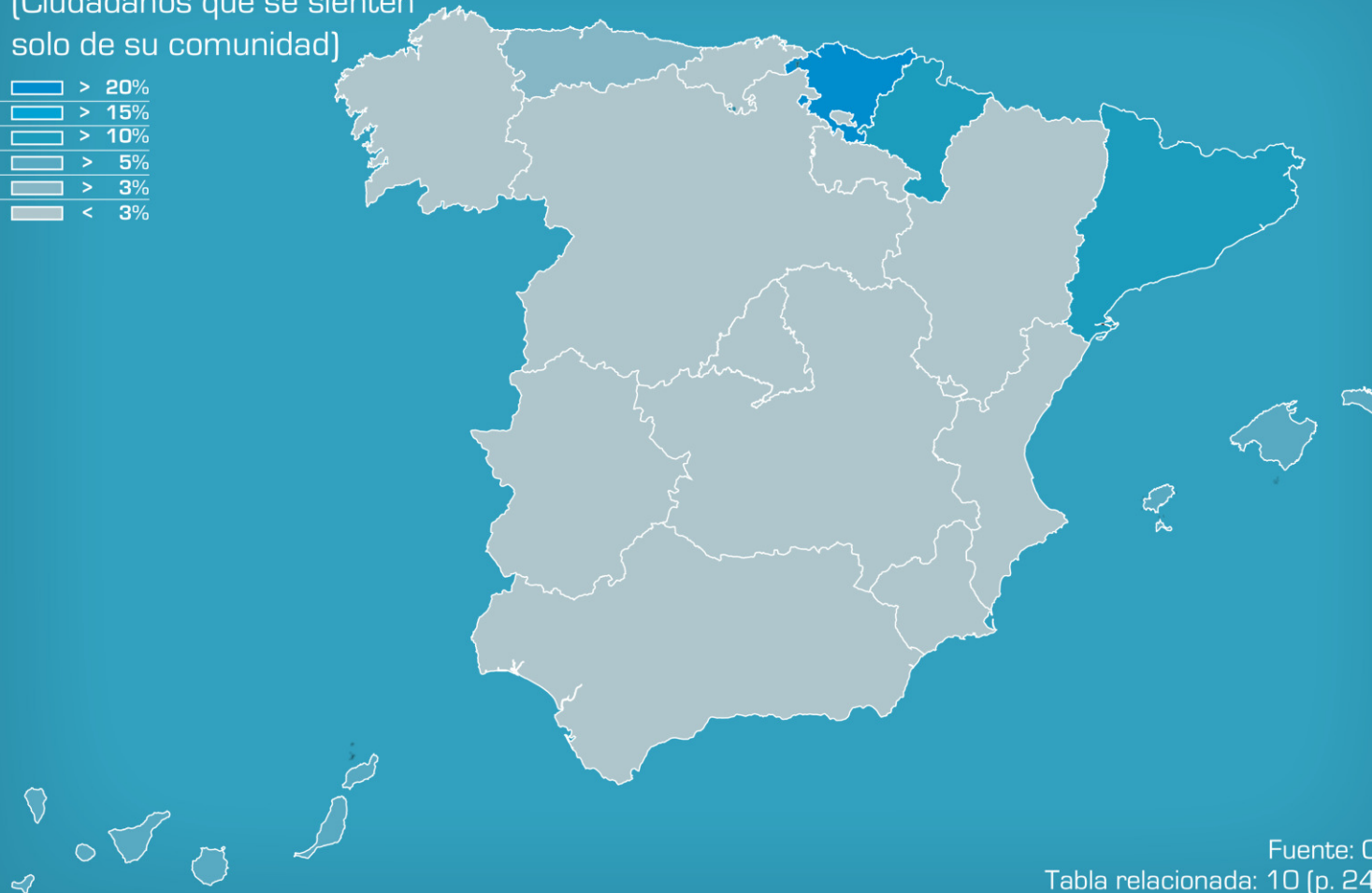
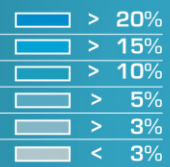
(Ciudadanos que se sienten únicamente españoles)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 9 (p. 247)

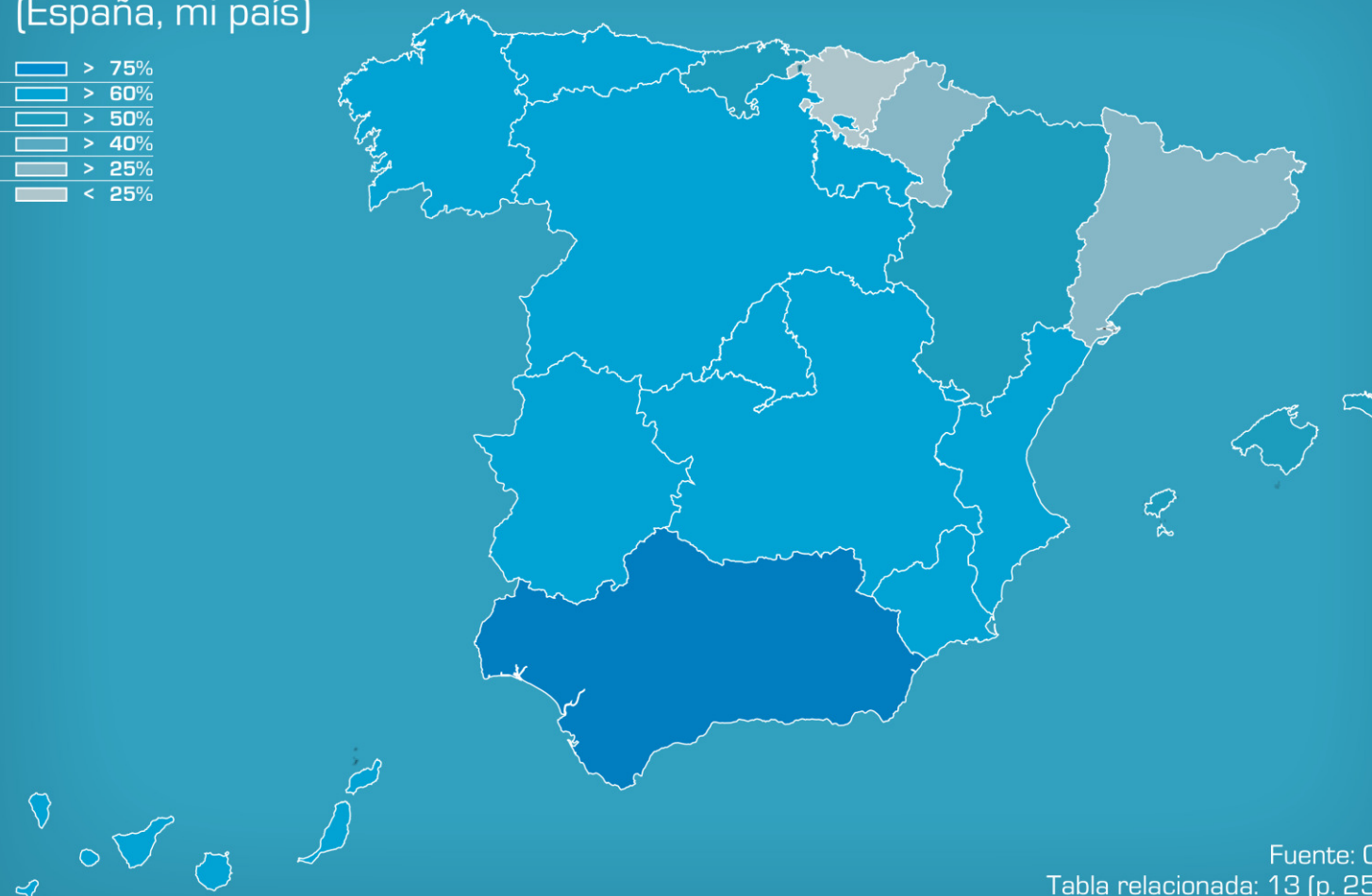
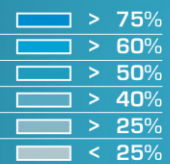
Barómetro Autonómico I

(Ciudadanos que se sienten solo de su comunidad)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 10 (p. 249)

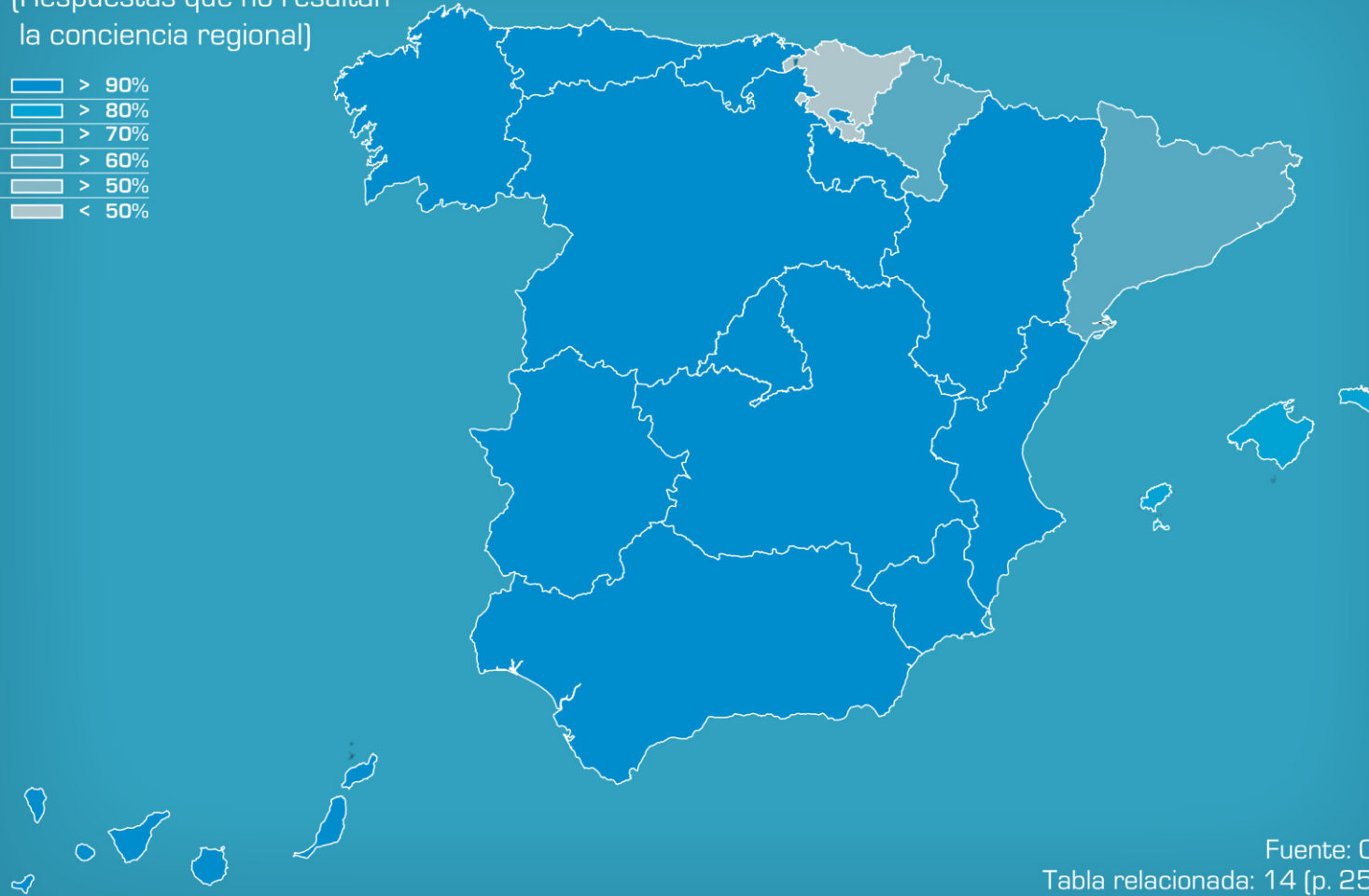
Barómetro Autonómico II (España, mi país)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 13 (p. 257)

Barómetro Autonómico II

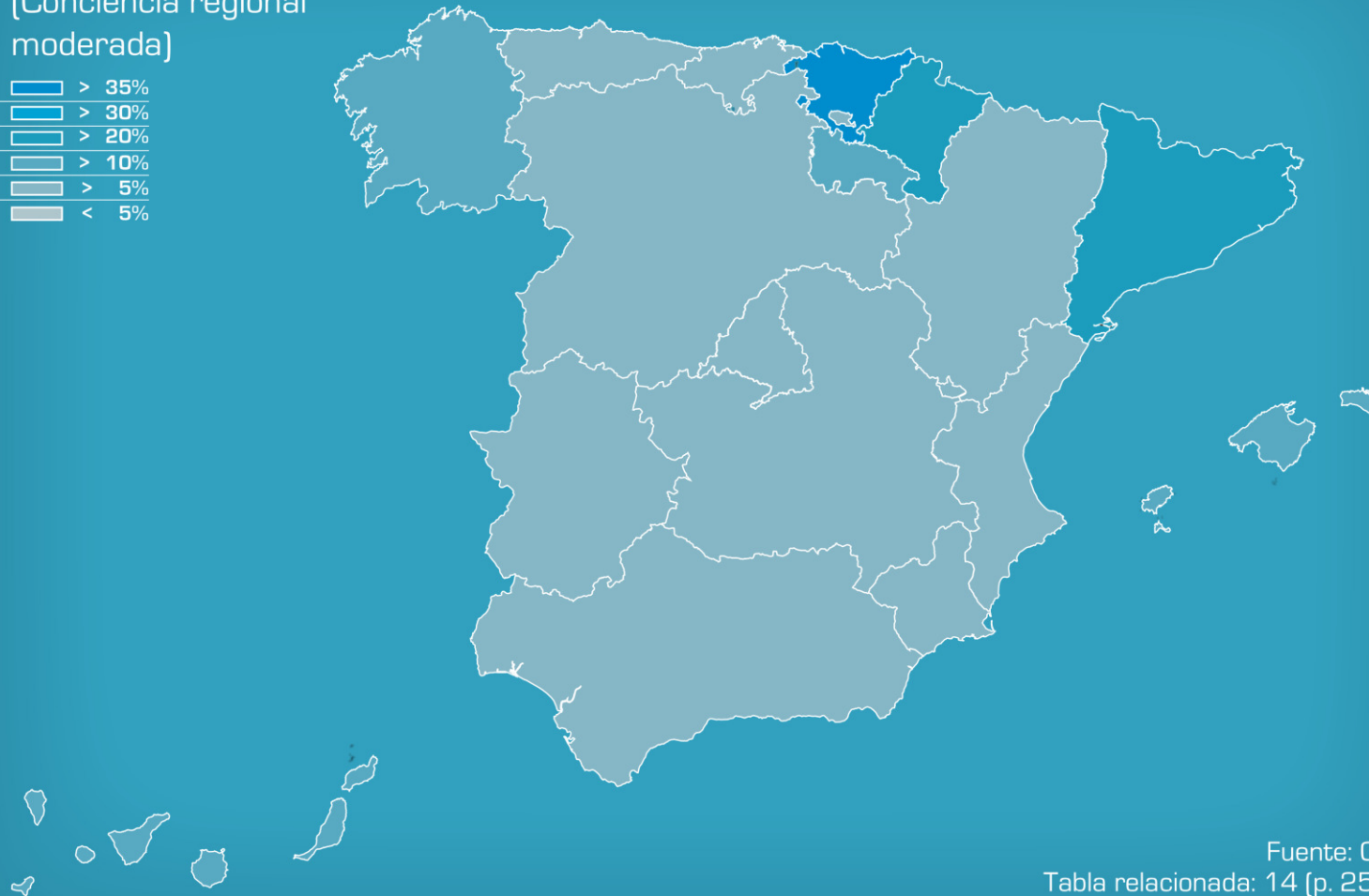
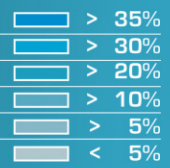
(Respuestas que no resaltan
la conciencia regional)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 14 (p. 258)

Barómetro Autonómico II

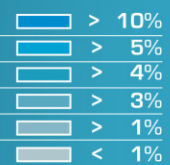
(Conciencia regional moderada)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 14 [p. 258]

Barómetro Autonómico II

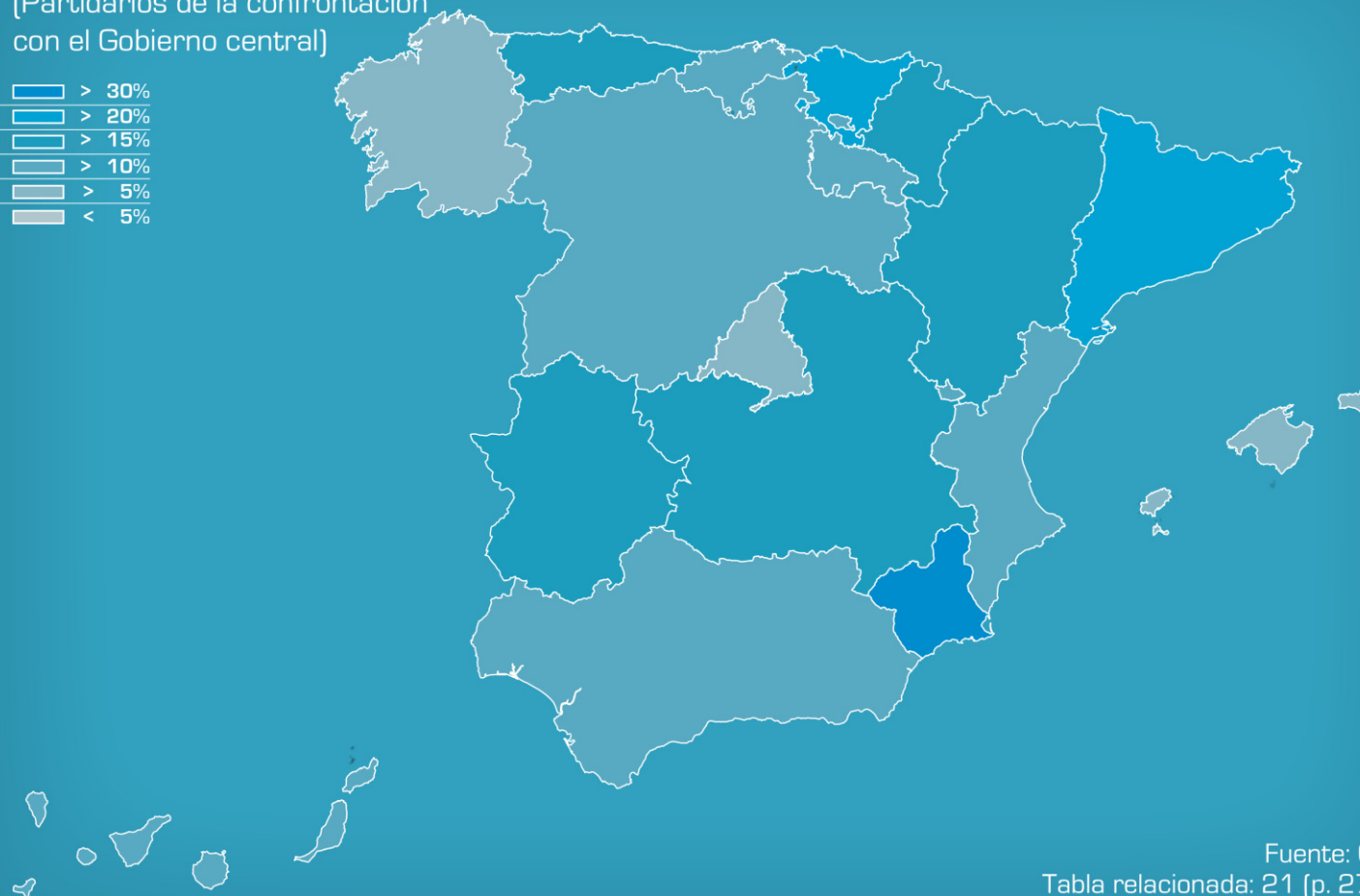
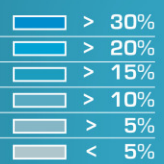
[Conciencia regional exacerbada]



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 14 (p. 258)

Barómetro Autonómico II

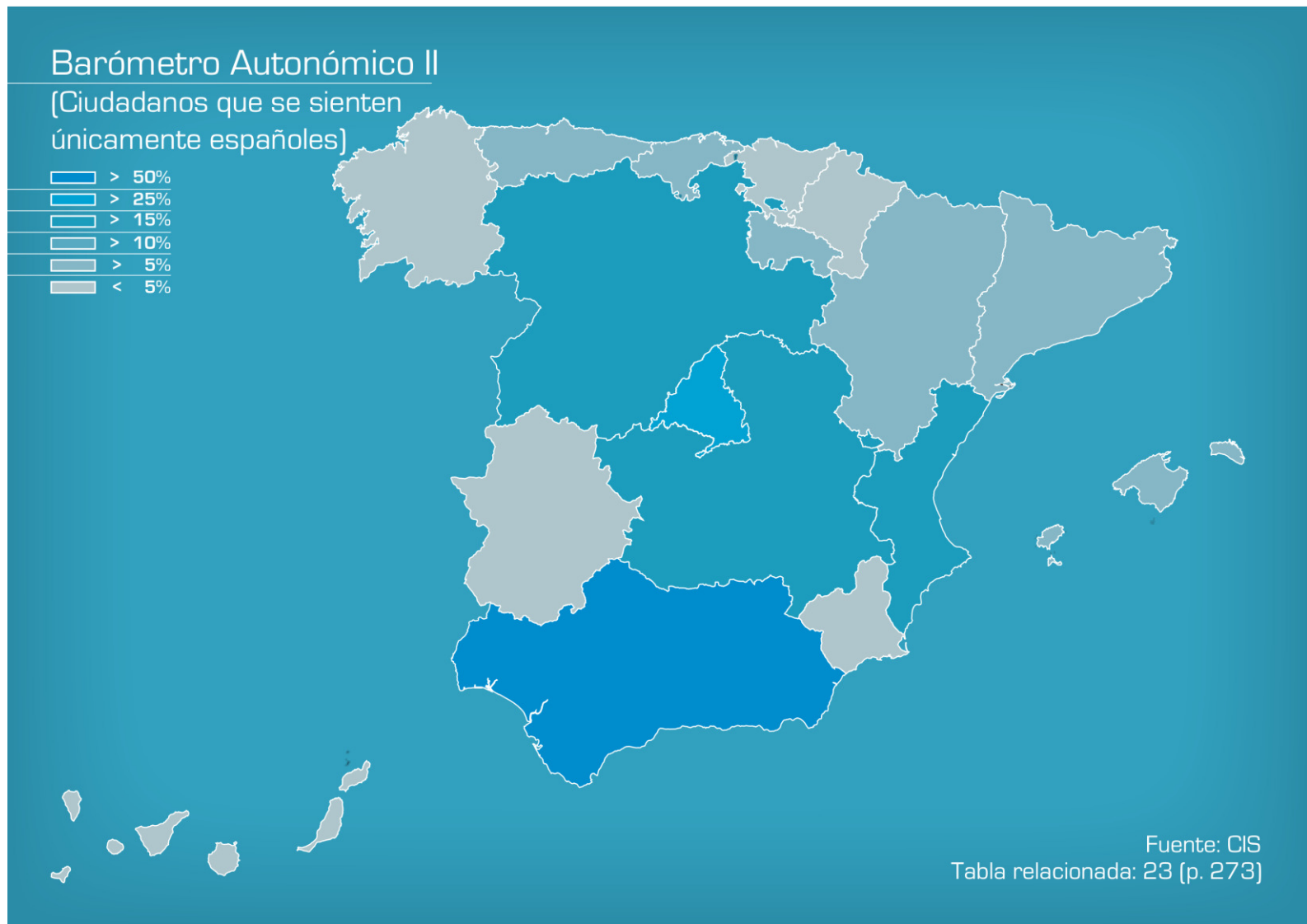
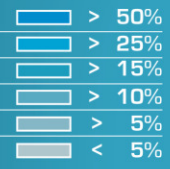
(Partidarios de la confrontación con el Gobierno central)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 21 (p. 270)

Barómetro Autonómico II

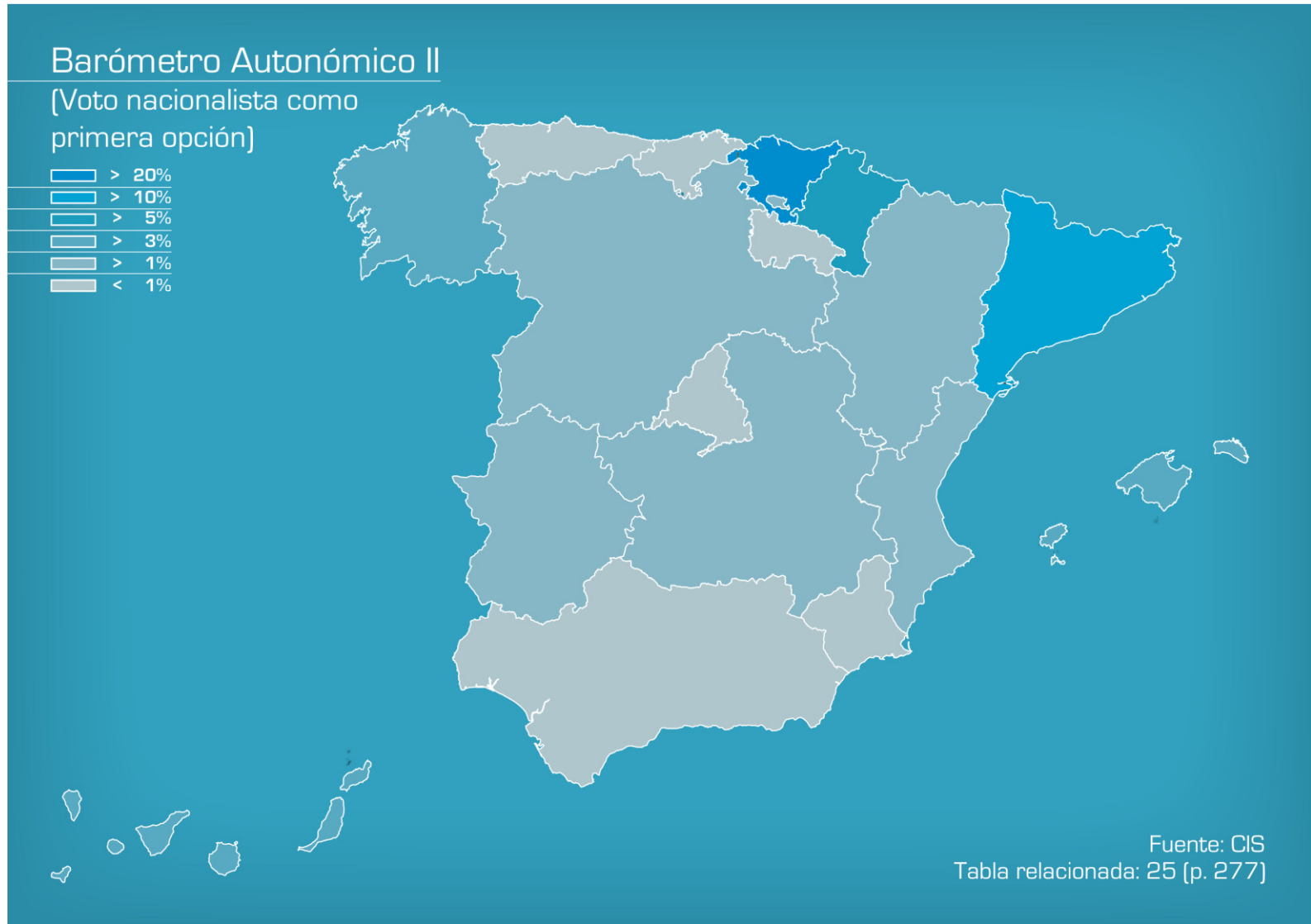
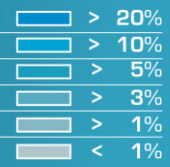
[Ciudadanos que se sienten únicamente españoles]



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 23 (p. 273)

Barómetro Autonómico II

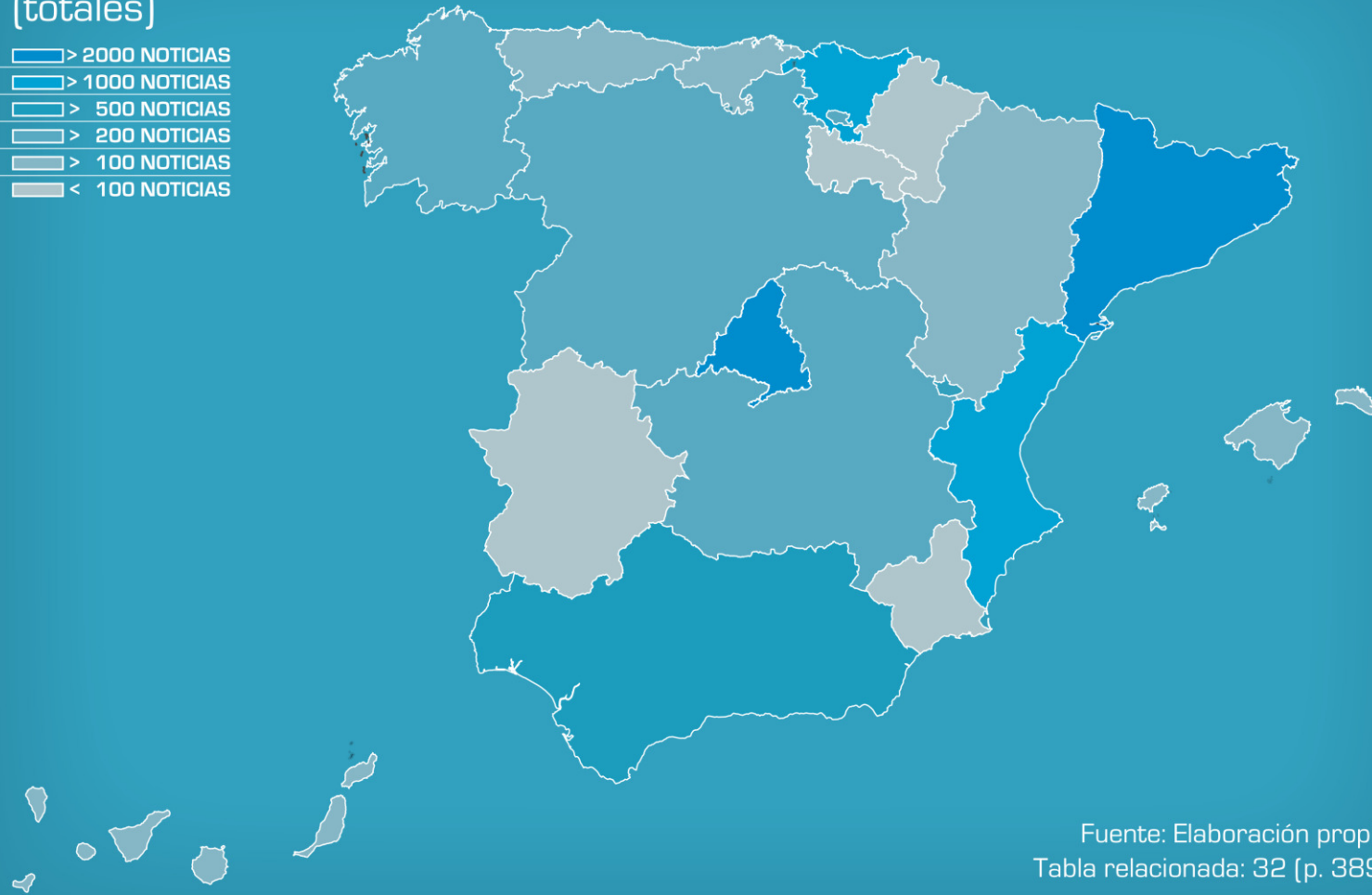
(Voto nacionalista como primera opción)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 25 (p. 277)

Número de noticias (totales)

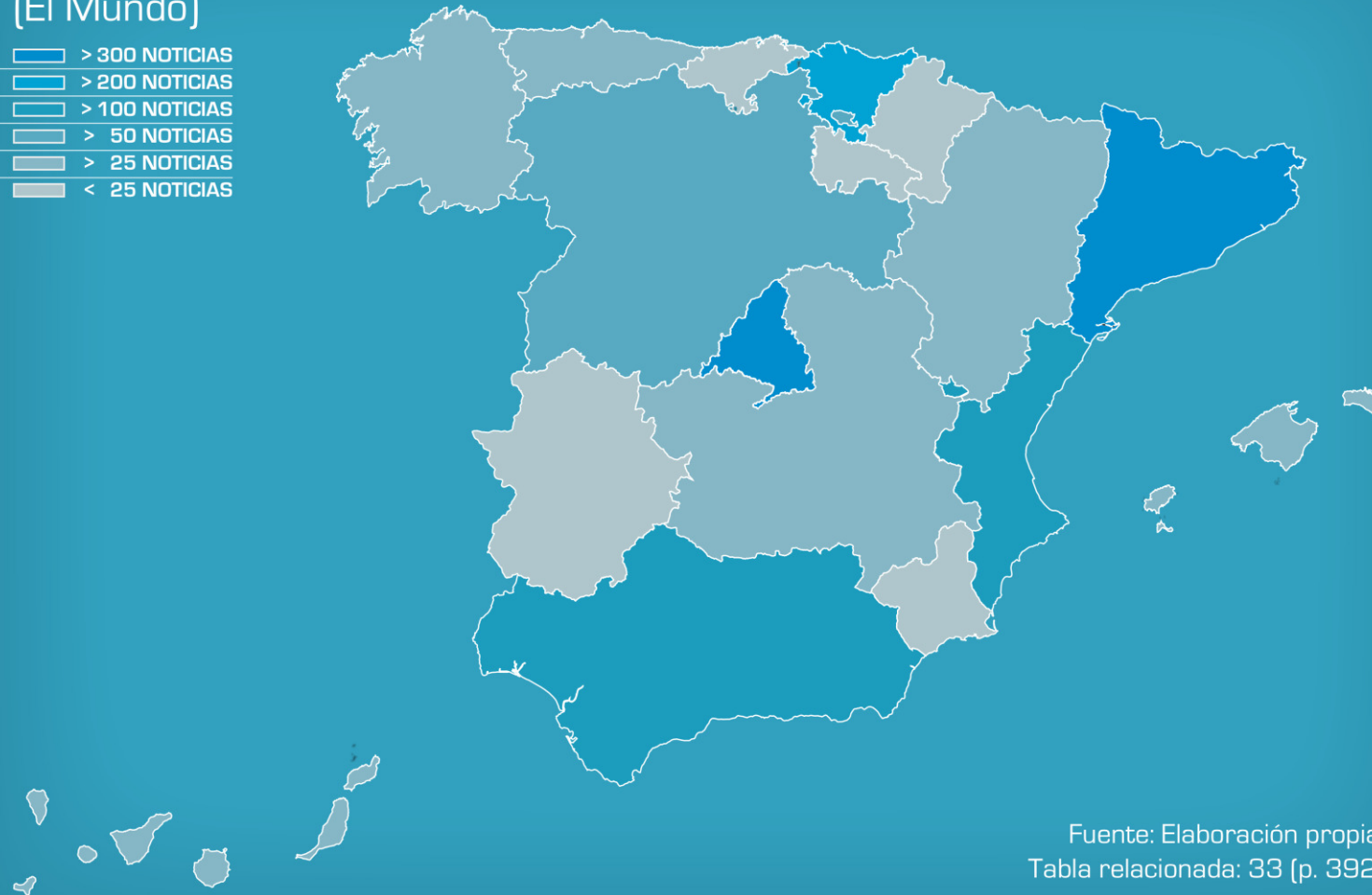
- > 2000 NOTICIAS
- > 1000 NOTICIAS
- > 500 NOTICIAS
- > 200 NOTICIAS
- > 100 NOTICIAS
- < 100 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 32 (p. 389)

Número de noticias (El Mundo)

- > 300 NOTICIAS
- > 200 NOTICIAS
- > 100 NOTICIAS
- > 50 NOTICIAS
- > 25 NOTICIAS
- < 25 NOTICIAS

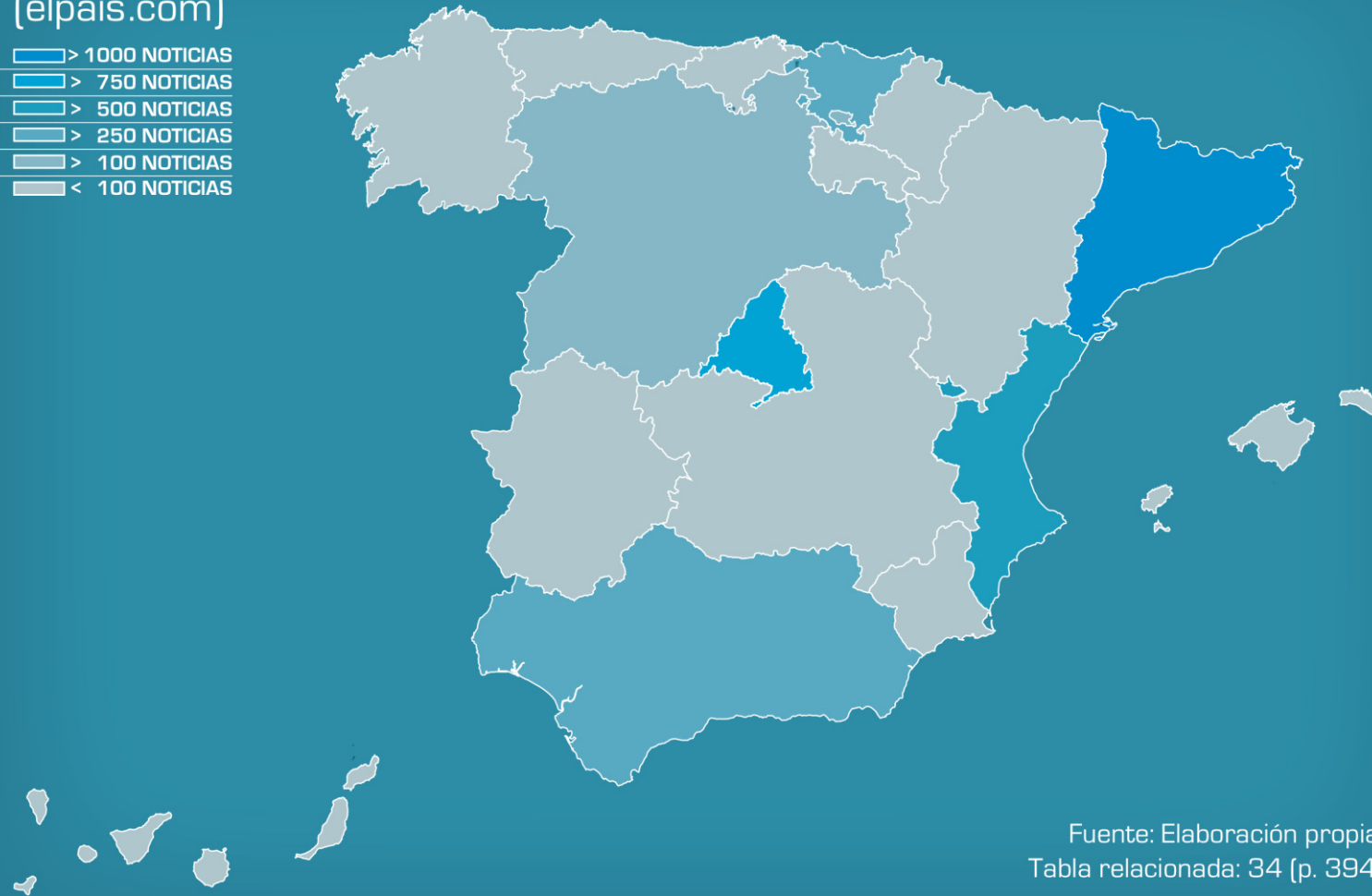


Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 33 (p. 392)

Número de noticias totales

(elpais.com)

- > 1000 NOTICIAS
- > 750 NOTICIAS
- > 500 NOTICIAS
- > 250 NOTICIAS
- > 100 NOTICIAS
- < 100 NOTICIAS

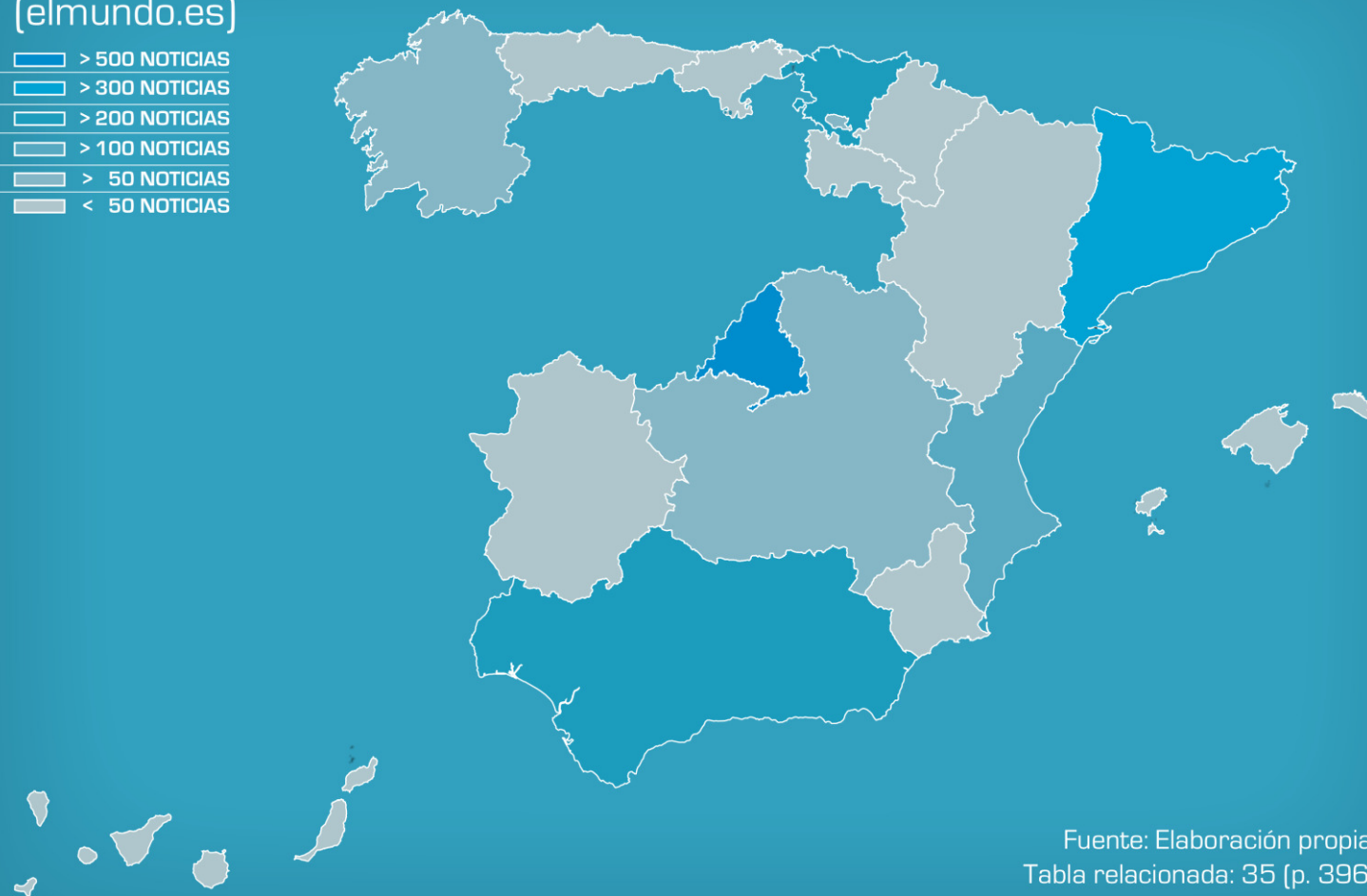


Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 34 (p. 394)

Número de noticias no repetidas

(elmundo.es)

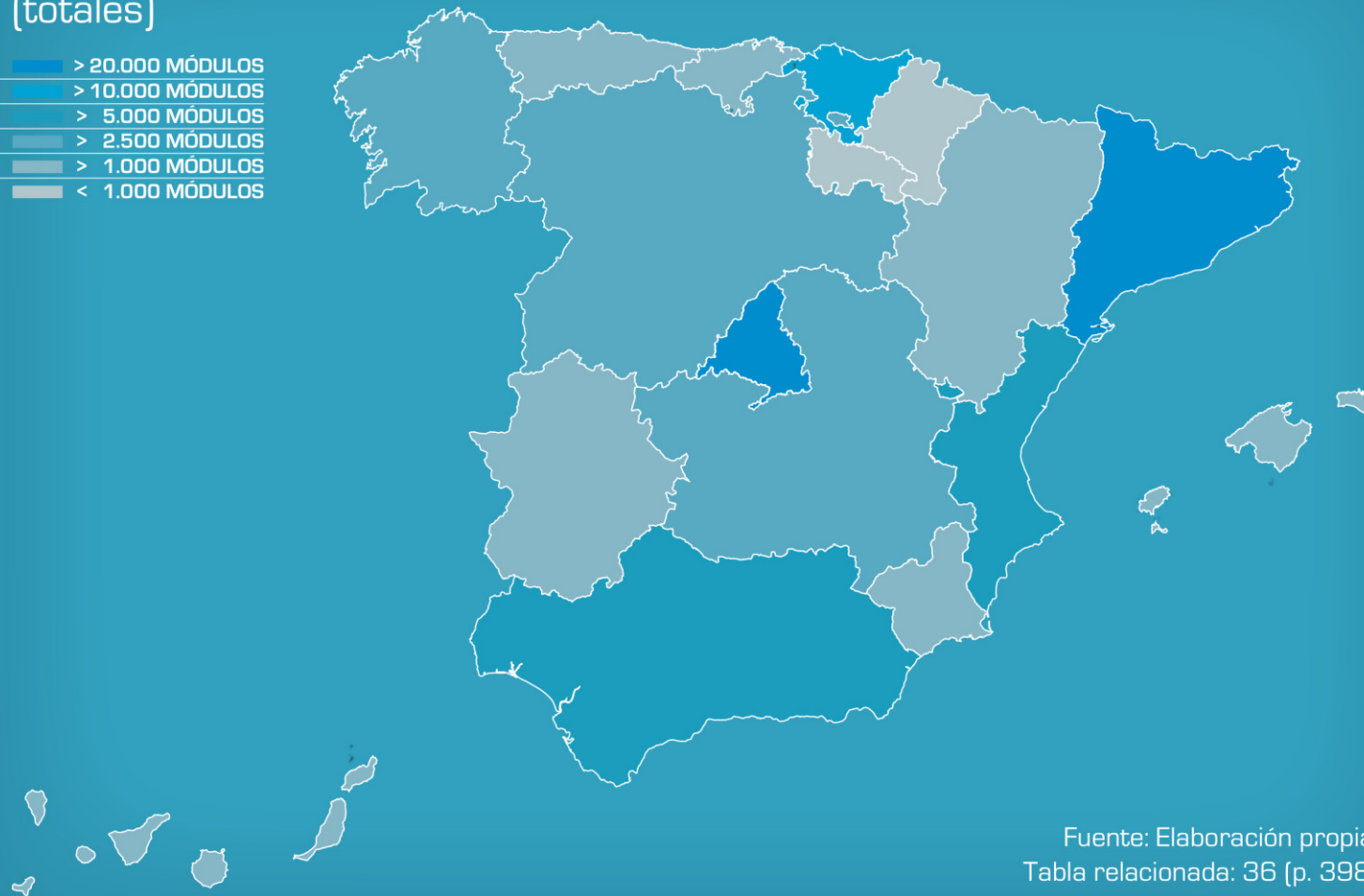
- > 500 NOTICIAS
- > 300 NOTICIAS
- > 200 NOTICIAS
- > 100 NOTICIAS
- > 50 NOTICIAS
- < 50 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 35 (p. 396)

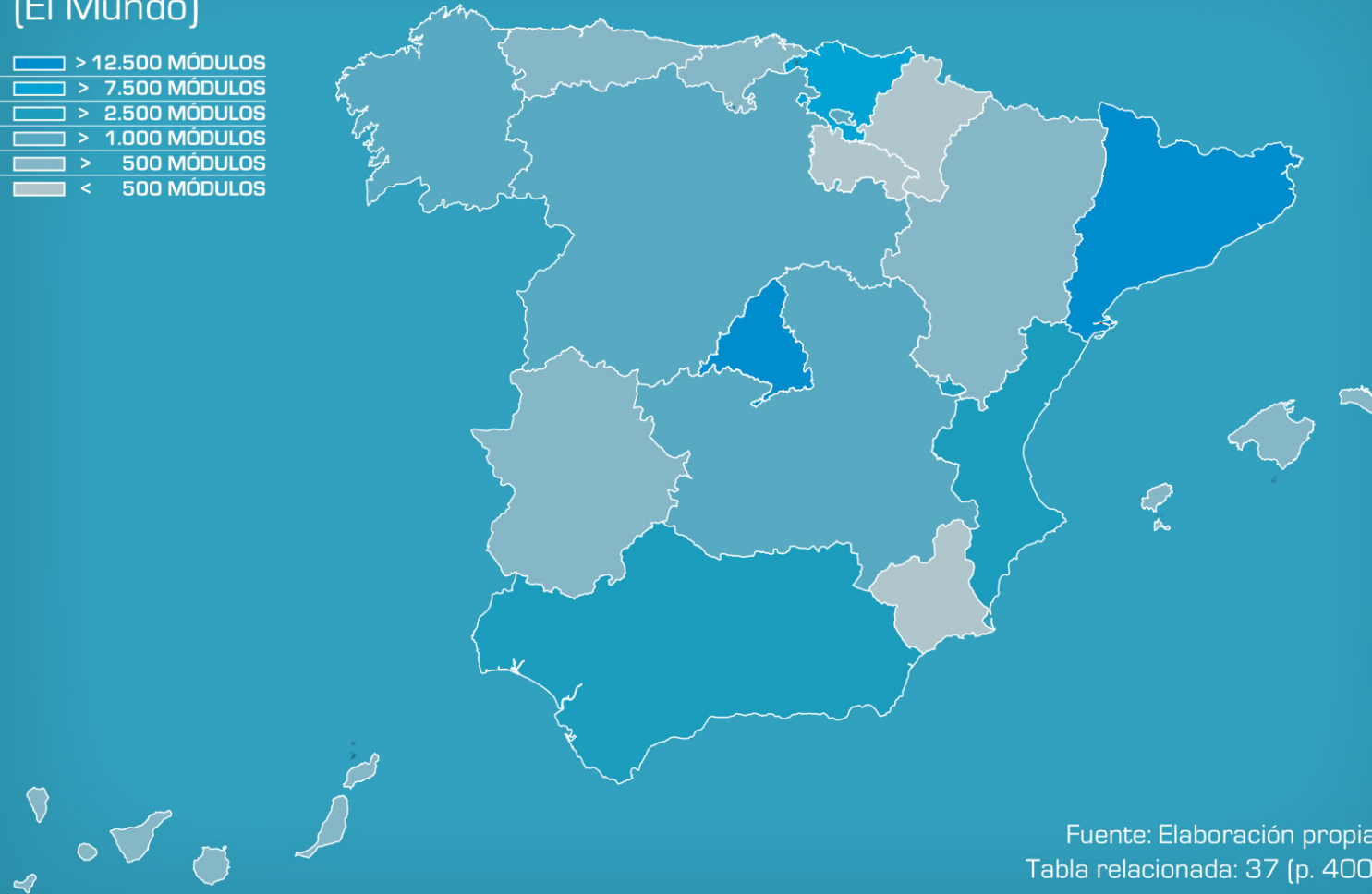
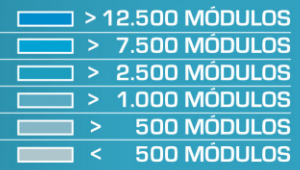
Número de módulos (totales)

- > 20.000 MÓDULOS
- > 10.000 MÓDULOS
- > 5.000 MÓDULOS
- > 2.500 MÓDULOS
- > 1.000 MÓDULOS
- < 1.000 MÓDULOS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 36 (p. 398)

Número de módulos (El Mundo)

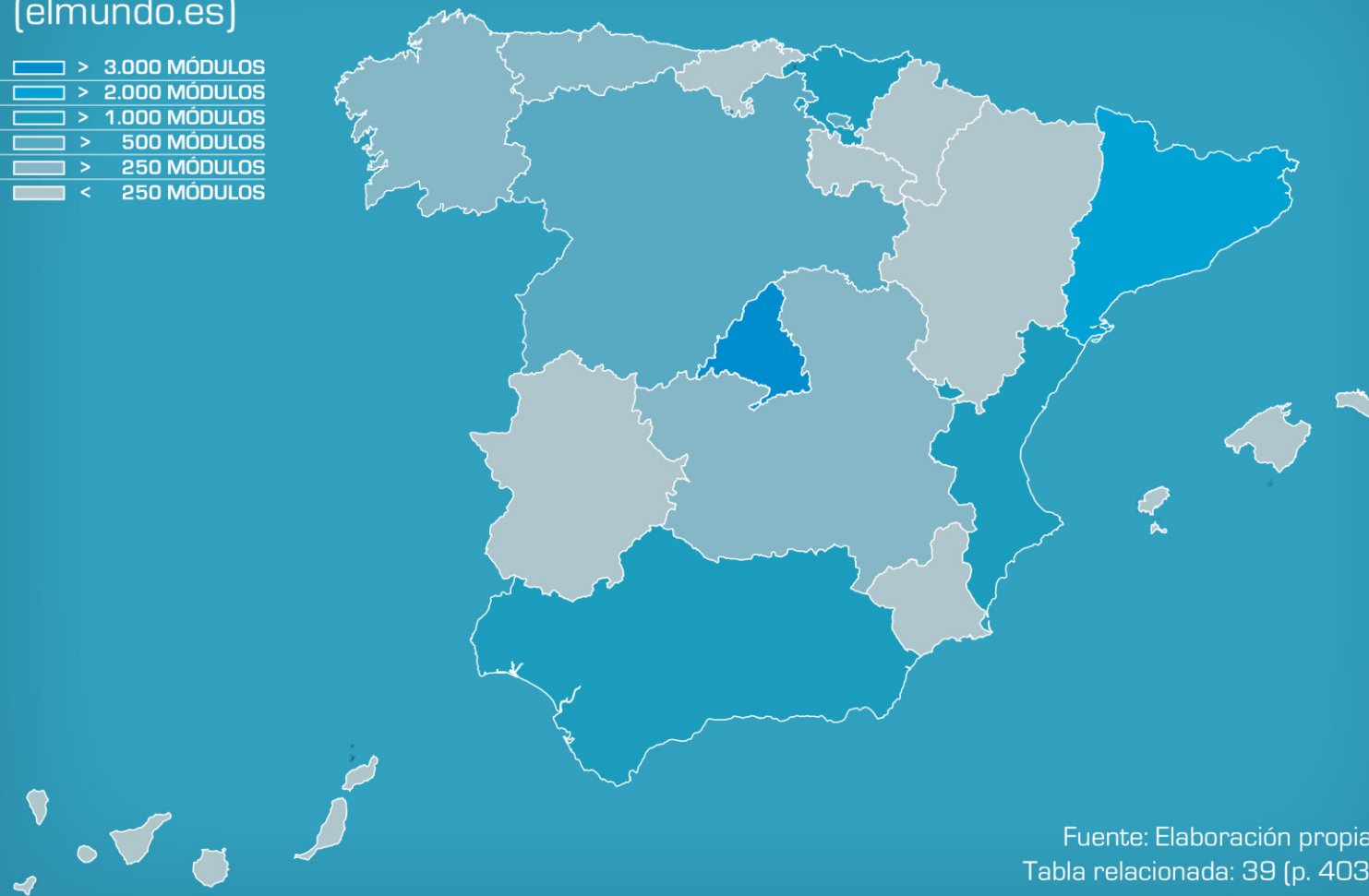


Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 37 (p. 400)

Número de módulos totales

[elmundo.es]

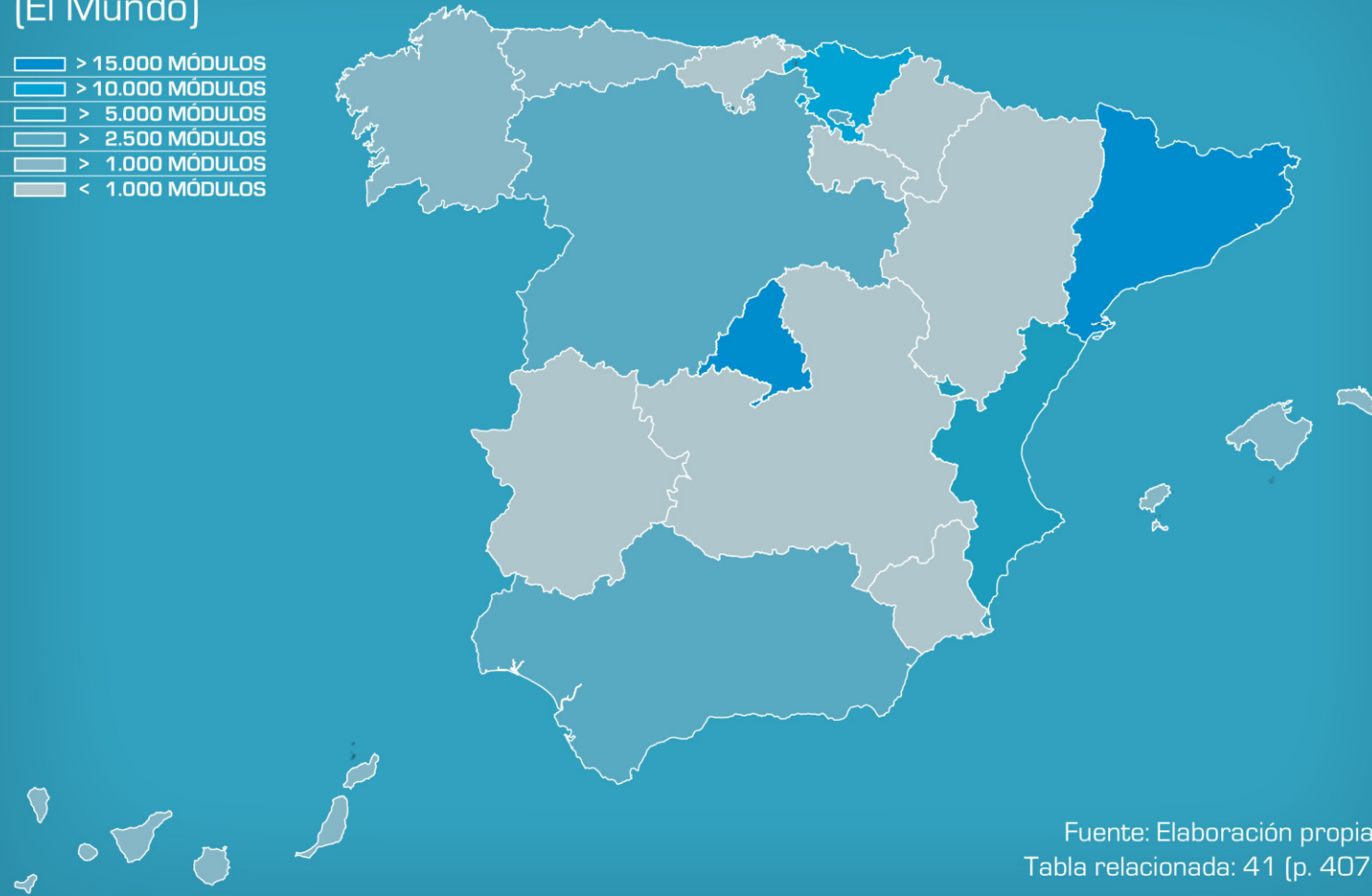
-  > 3.000 MÓDULOS
-  > 2.000 MÓDULOS
-  > 1.000 MÓDULOS
-  > 500 MÓDULOS
-  > 250 MÓDULOS
-  < 250 MÓDULOS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 39 (p. 403)

Número de módulos ponderados (El Mundo)

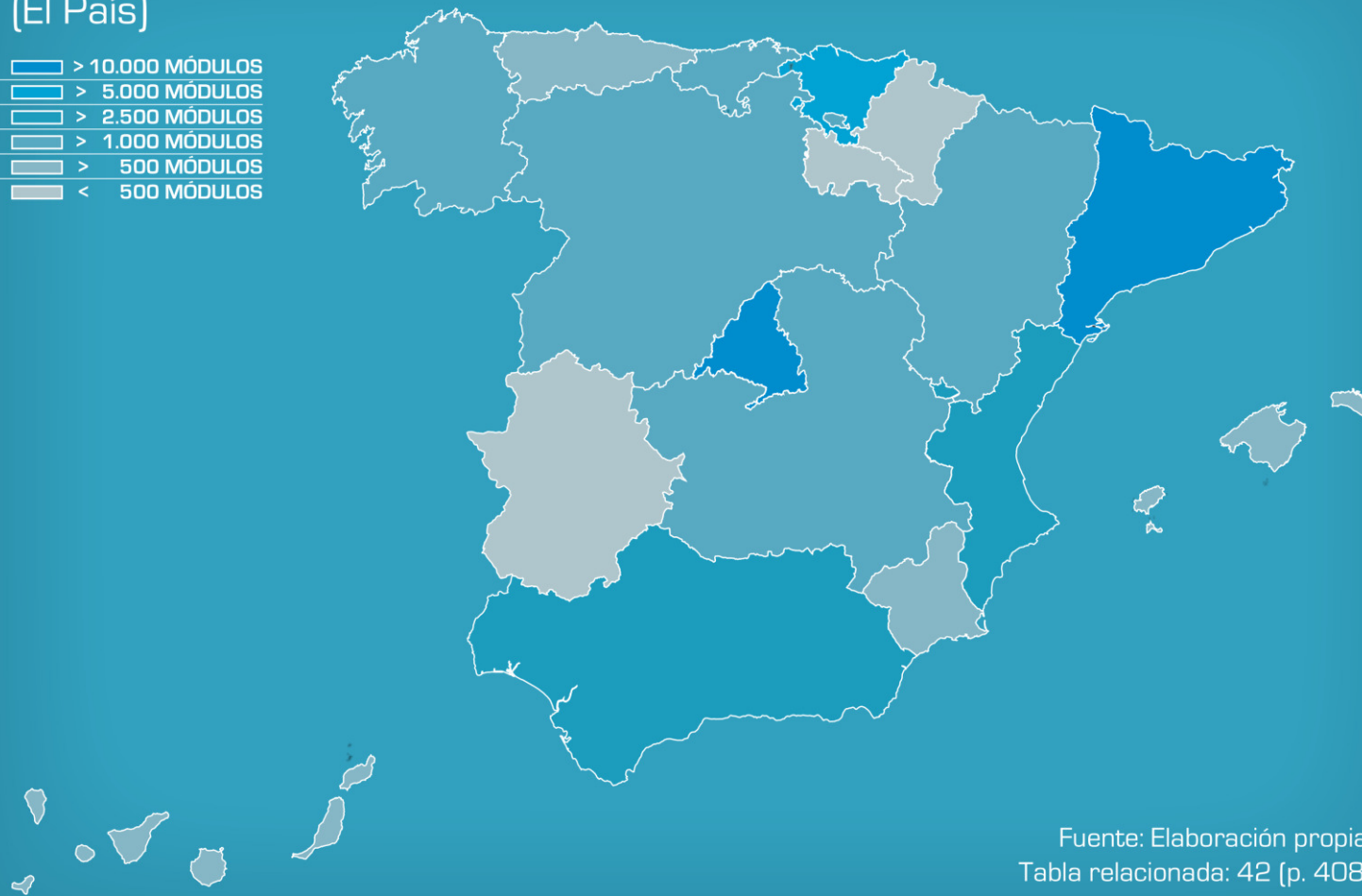
- > 15.000 MÓDULOS
- > 10.000 MÓDULOS
- > 5.000 MÓDULOS
- > 2.500 MÓDULOS
- > 1.000 MÓDULOS
- < 1.000 MÓDULOS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 41 [p. 407]

Número de módulos ponderados (El País)

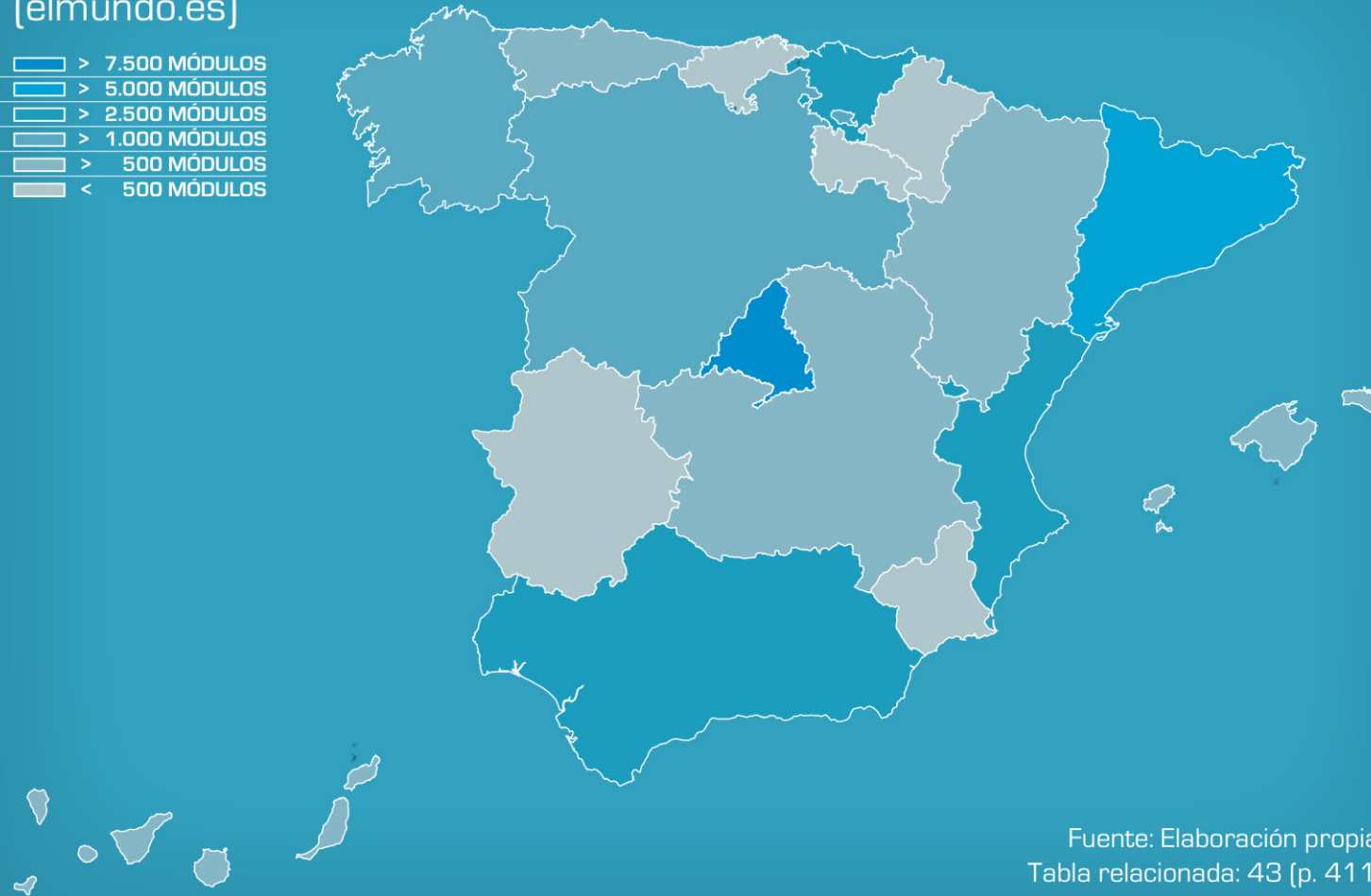
- > 10.000 MÓDULOS
- > 5.000 MÓDULOS
- > 2.500 MÓDULOS
- > 1.000 MÓDULOS
- > 500 MÓDULOS
- < 500 MÓDULOS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 42 (p. 408)

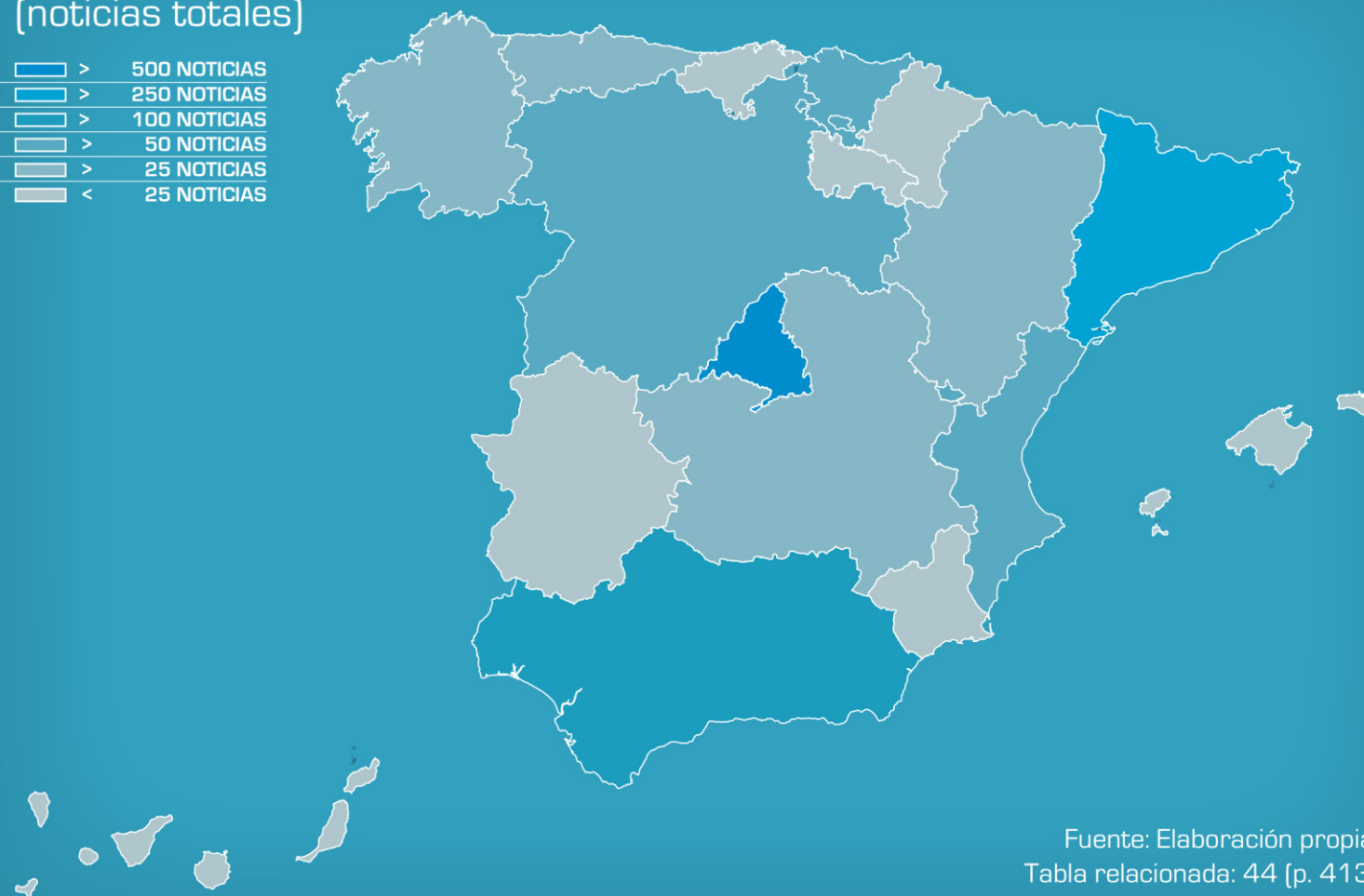
Número de módulos ponderados (elmundo.es)

- > 7.500 MÓDULOS
- > 5.000 MÓDULOS
- > 2.500 MÓDULOS
- > 1.000 MÓDULOS
- > 500 MÓDULOS
- < 500 MÓDULOS



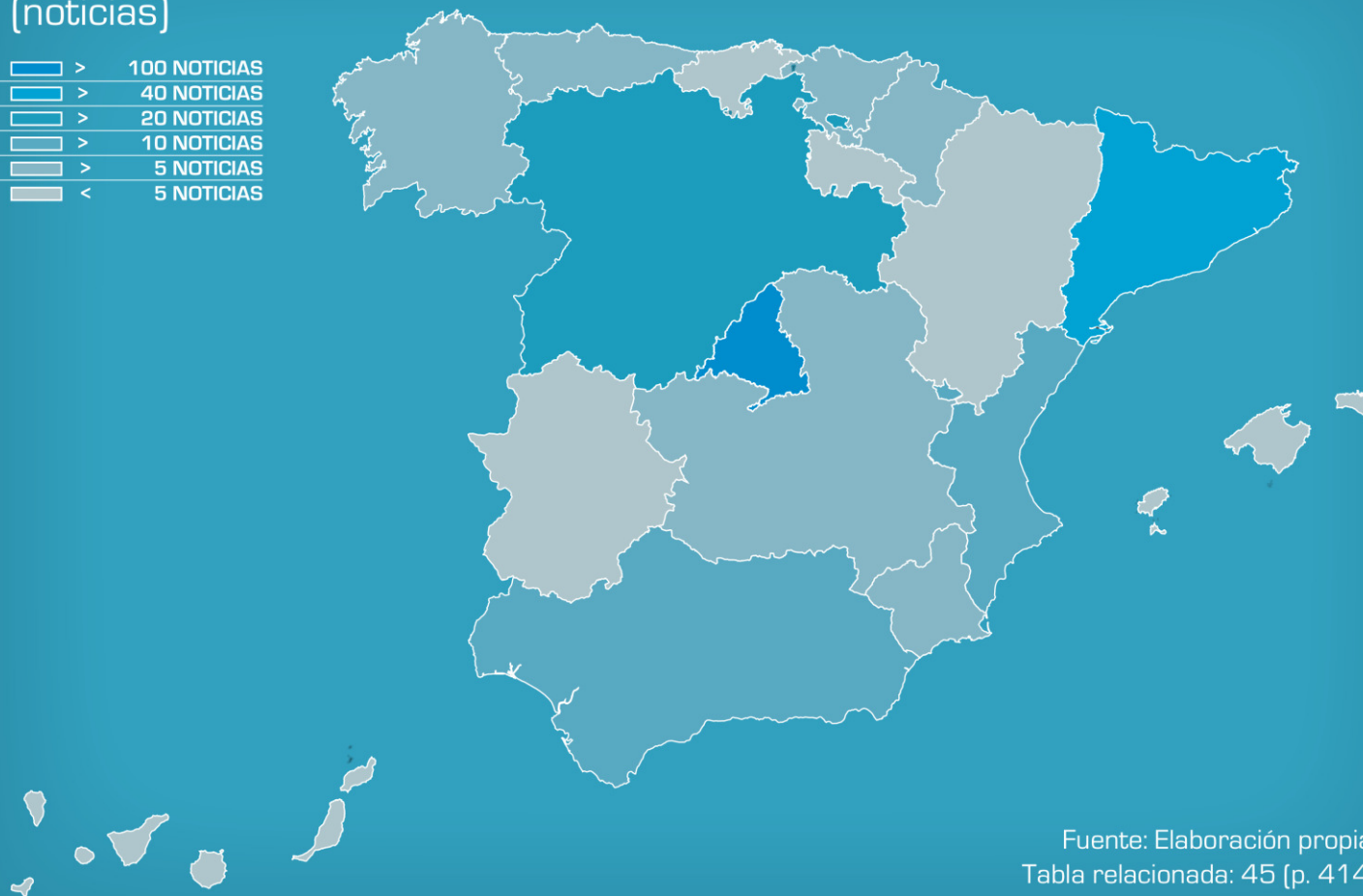
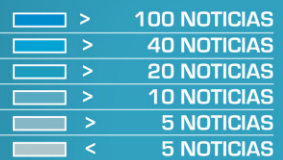
Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 43 (p. 411)

Cultura (noticias totales)



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 44 (p. 413)

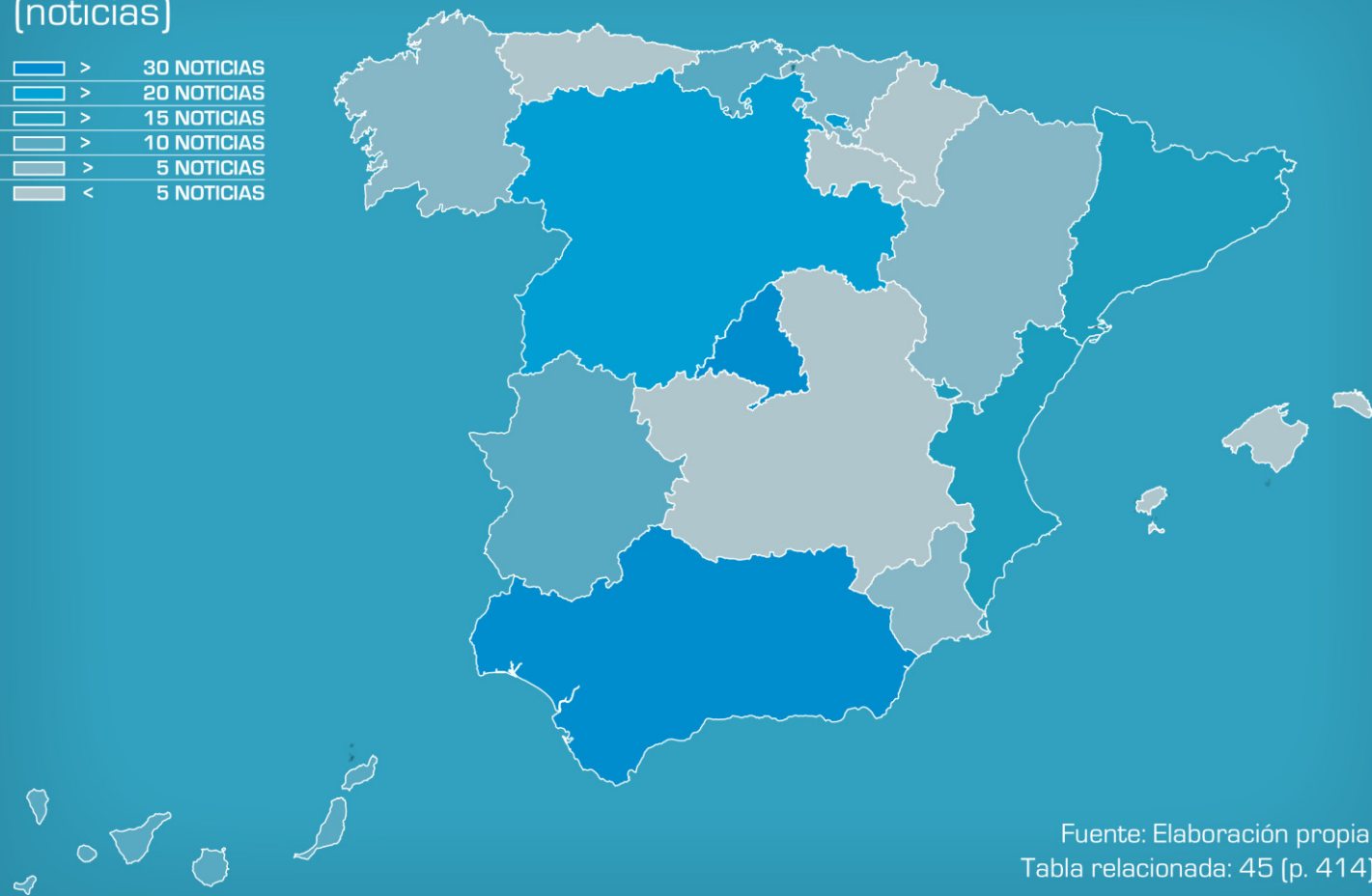
Cultura El Mundo (noticias)



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 45 (p. 414)







Cultura elmundo.es (noticias)

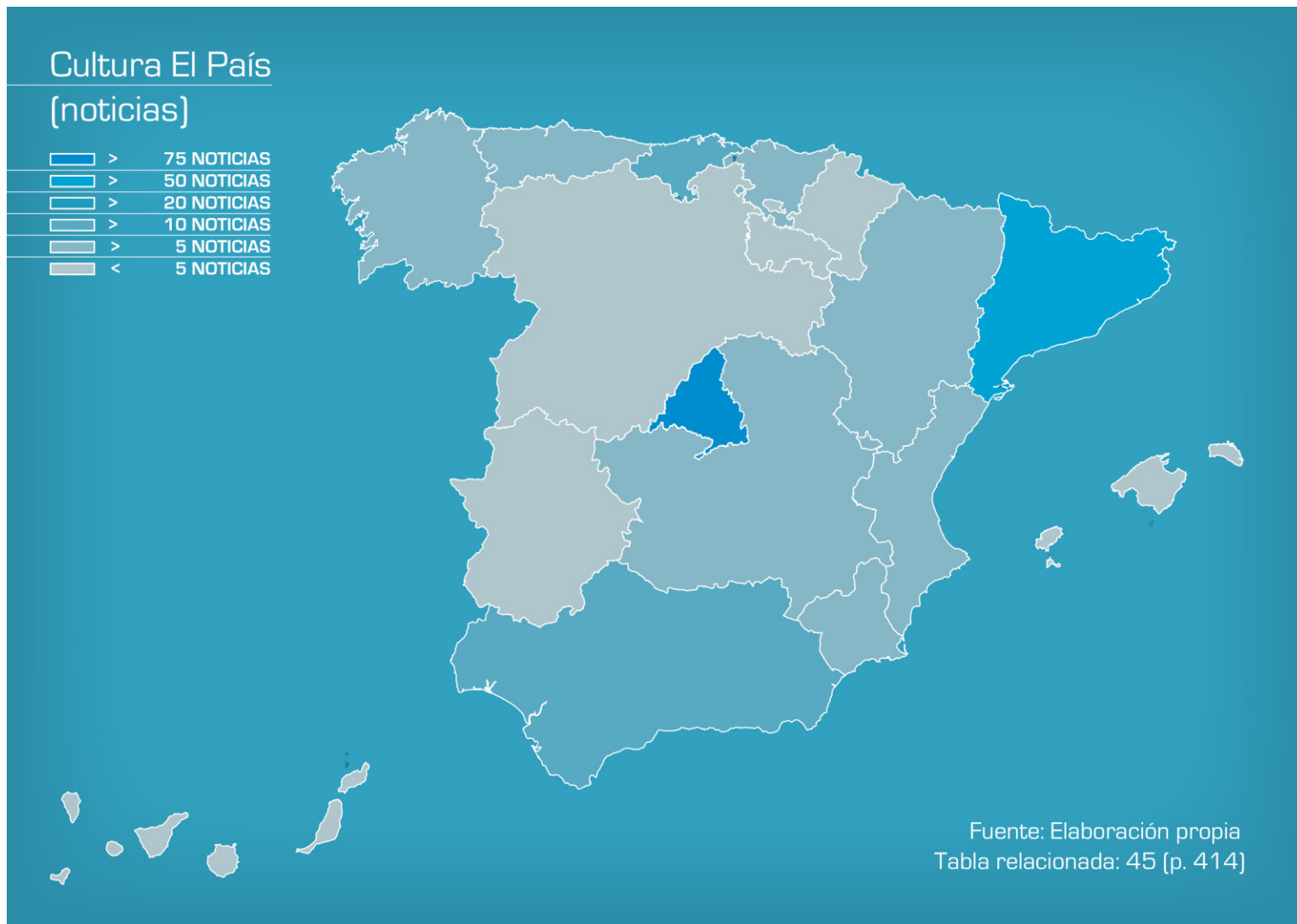
- > 30 NOTICIAS
- > 20 NOTICIAS
- > 15 NOTICIAS
- > 10 NOTICIAS
- > 5 NOTICIAS
- < 5 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 45 [p. 414]







Cultura El País (noticias)

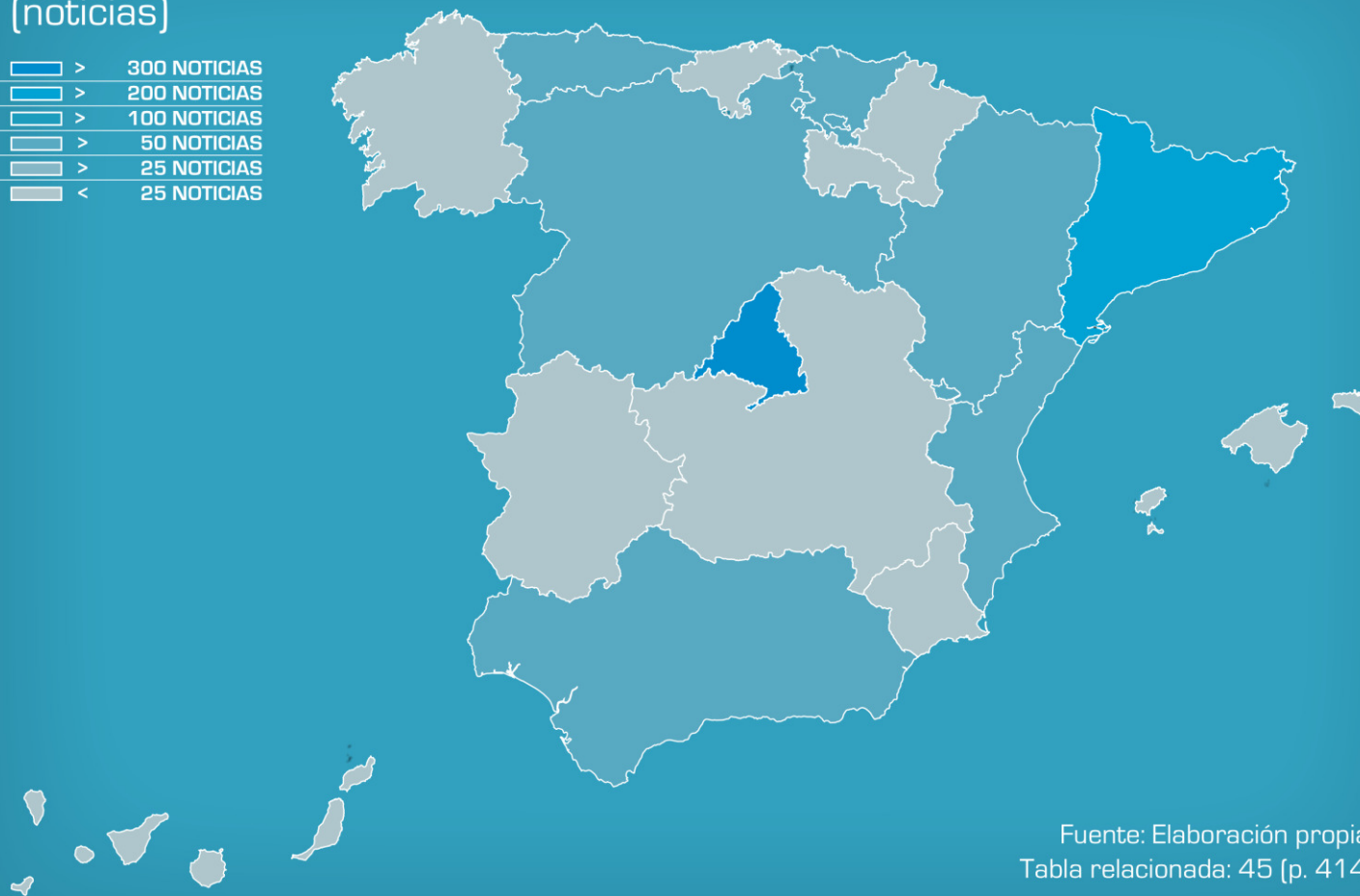
	>	75 NOTICIAS
	>	50 NOTICIAS
	>	20 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	>	5 NOTICIAS
	<	5 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 45 (p. 414)

Cultura elpais.com (noticias)

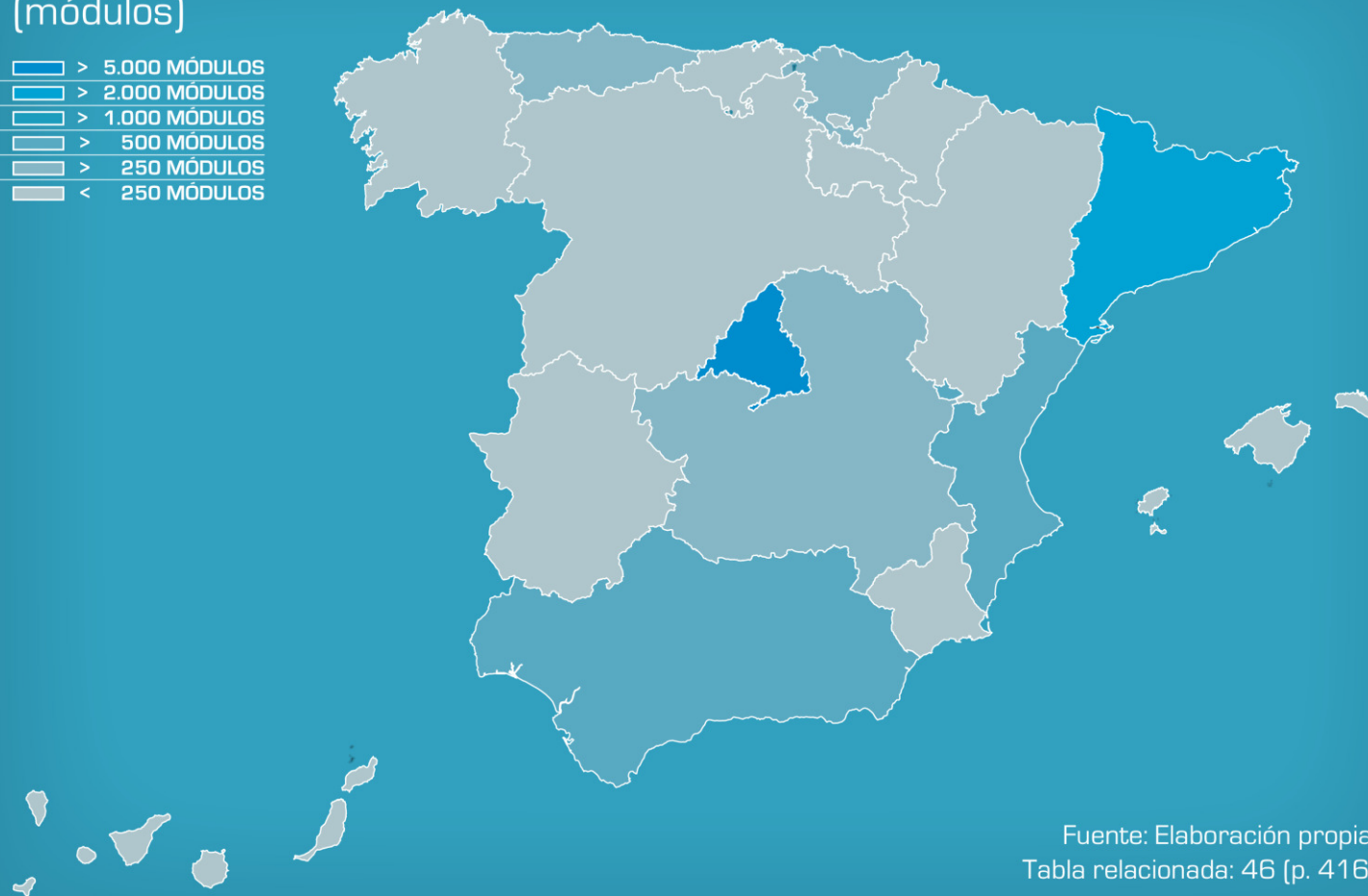
	>	300 NOTICIAS
	>	200 NOTICIAS
	>	100 NOTICIAS
	>	50 NOTICIAS
	>	25 NOTICIAS
	<	25 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 45 [p. 414]

Cultura El Mundo (módulos)

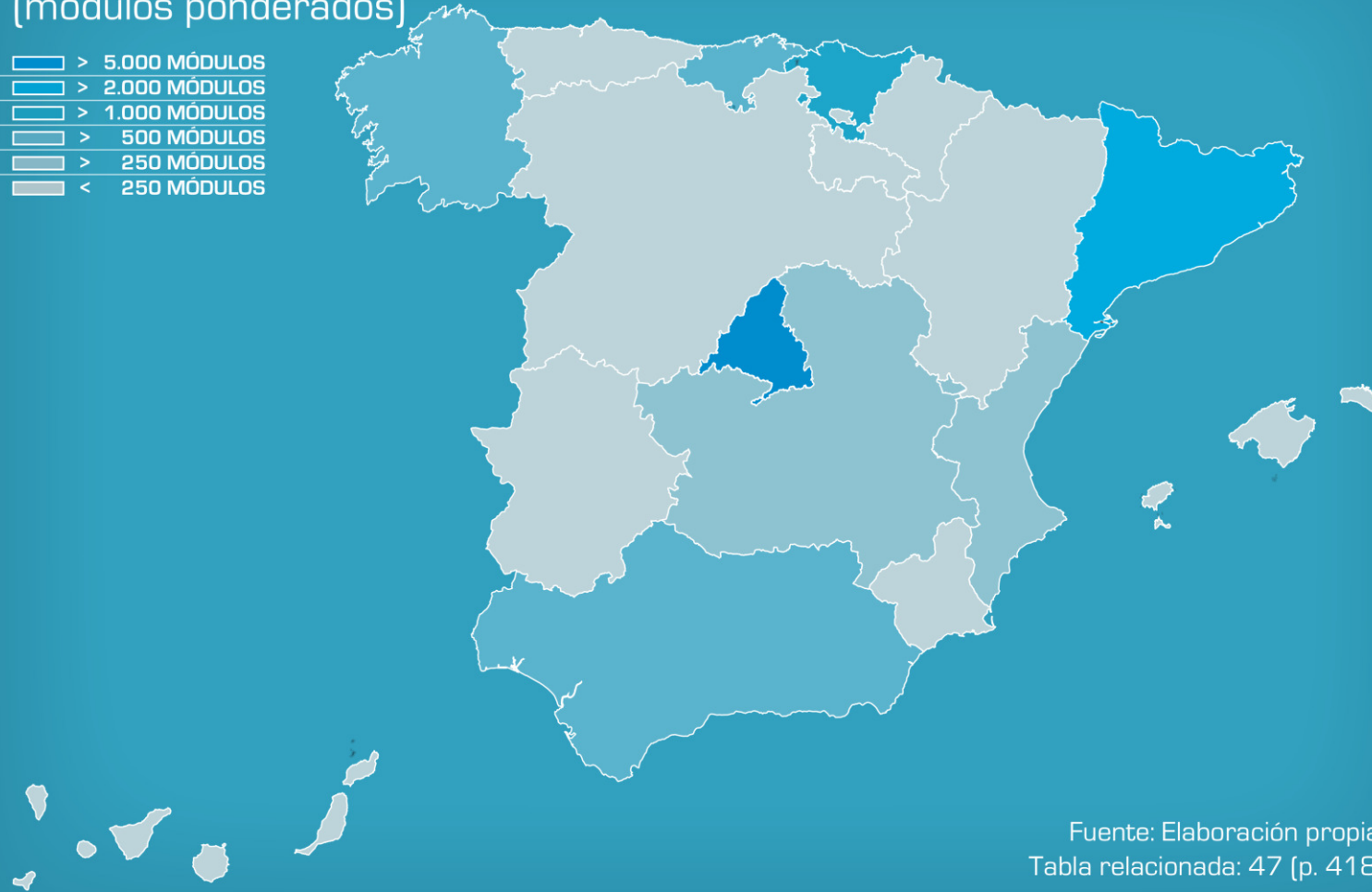
- > 5.000 MÓDULOS
- > 2.000 MÓDULOS
- > 1.000 MÓDULOS
- > 500 MÓDULOS
- > 250 MÓDULOS
- < 250 MÓDULOS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 46 [p. 416]

Economía (módulos ponderados)

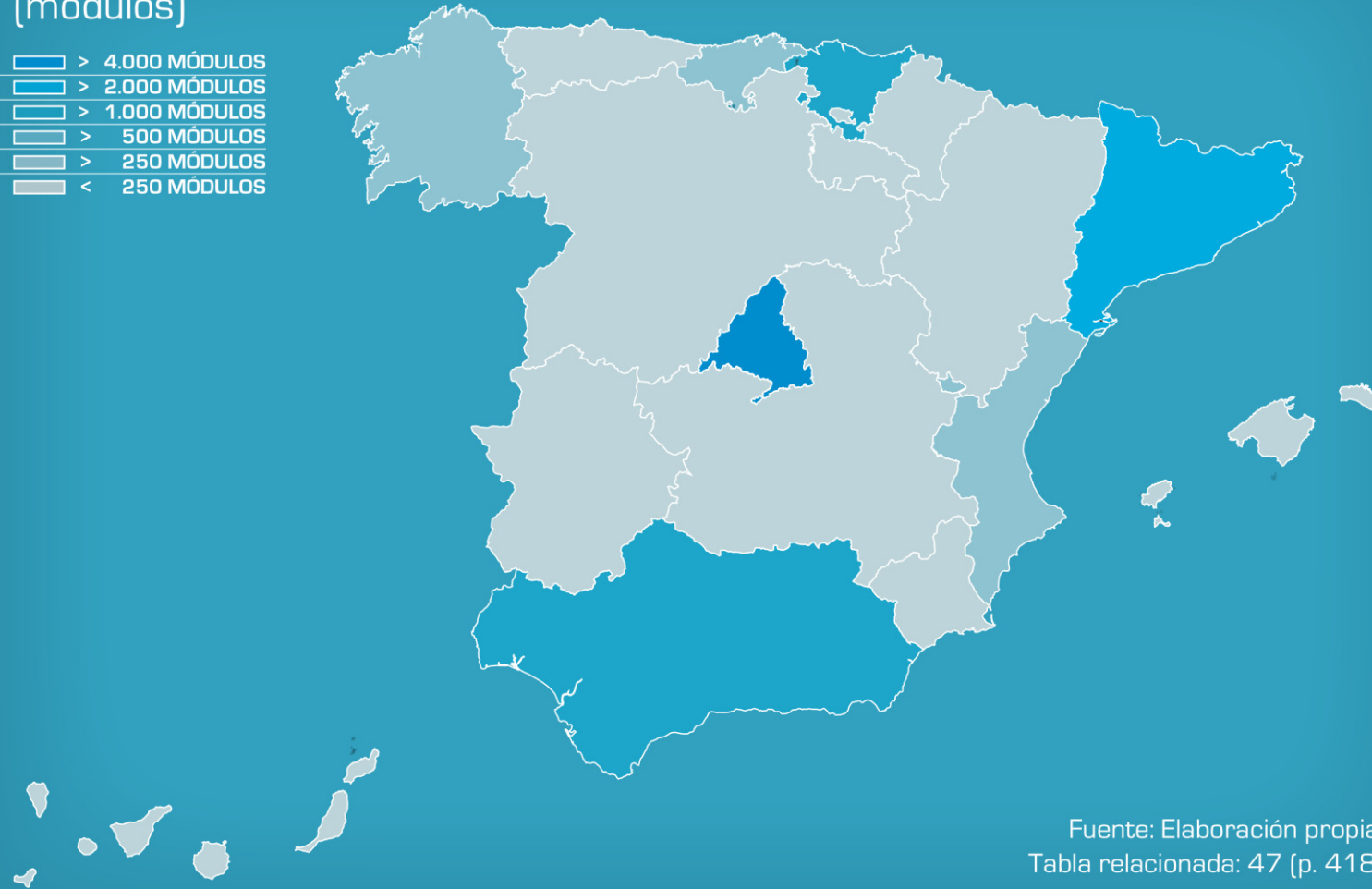
- > 5.000 MÓDULOS
- > 2.000 MÓDULOS
- > 1.000 MÓDULOS
- > 500 MÓDULOS
- > 250 MÓDULOS
- < 250 MÓDULOS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 47 (p. 418)







Economía (módulos)

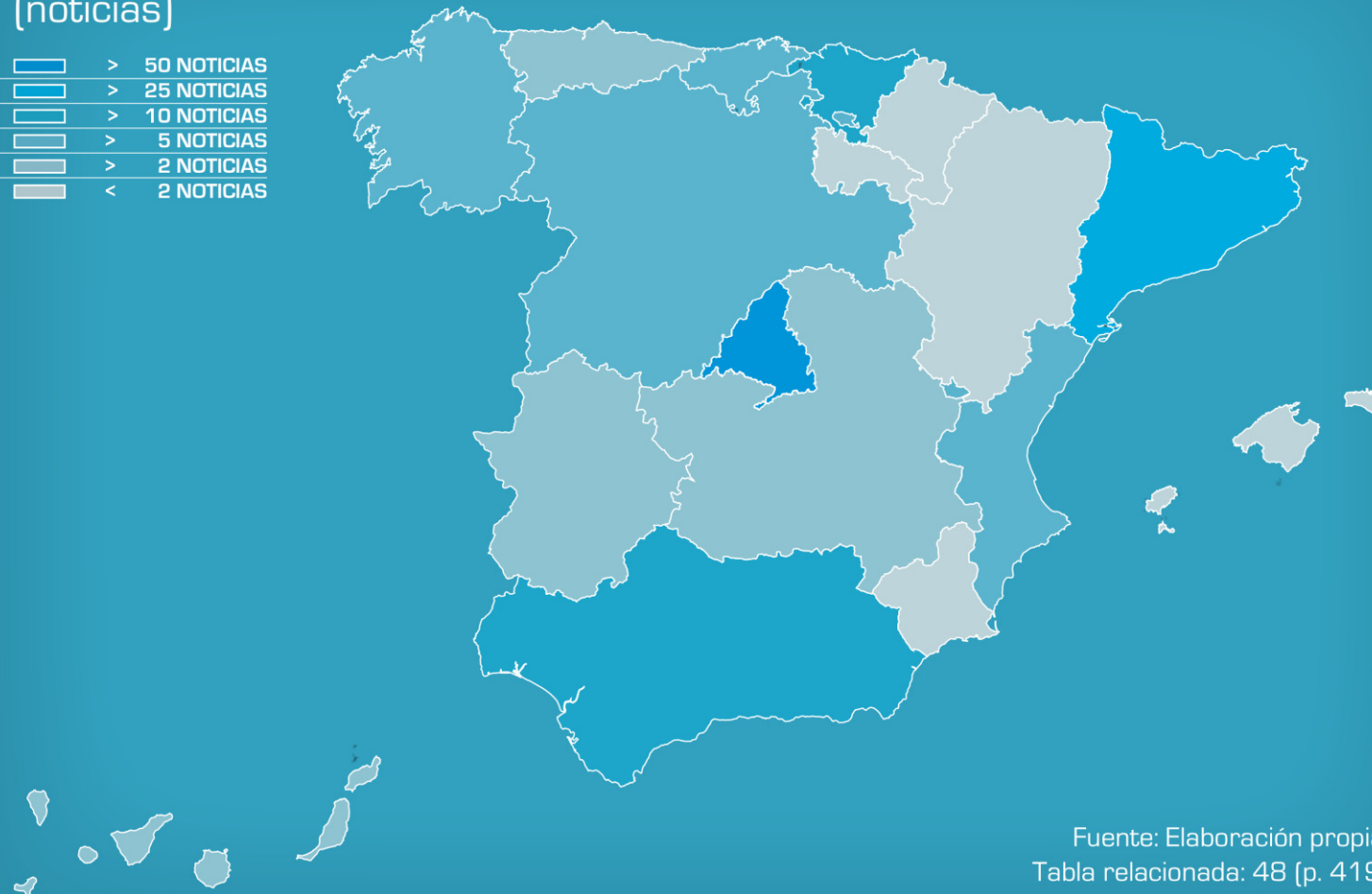
- > 4.000 MÓDULOS
- > 2.000 MÓDULOS
- > 1.000 MÓDULOS
- > 500 MÓDULOS
- > 250 MÓDULOS
- < 250 MÓDULOS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 47 [p. 418]

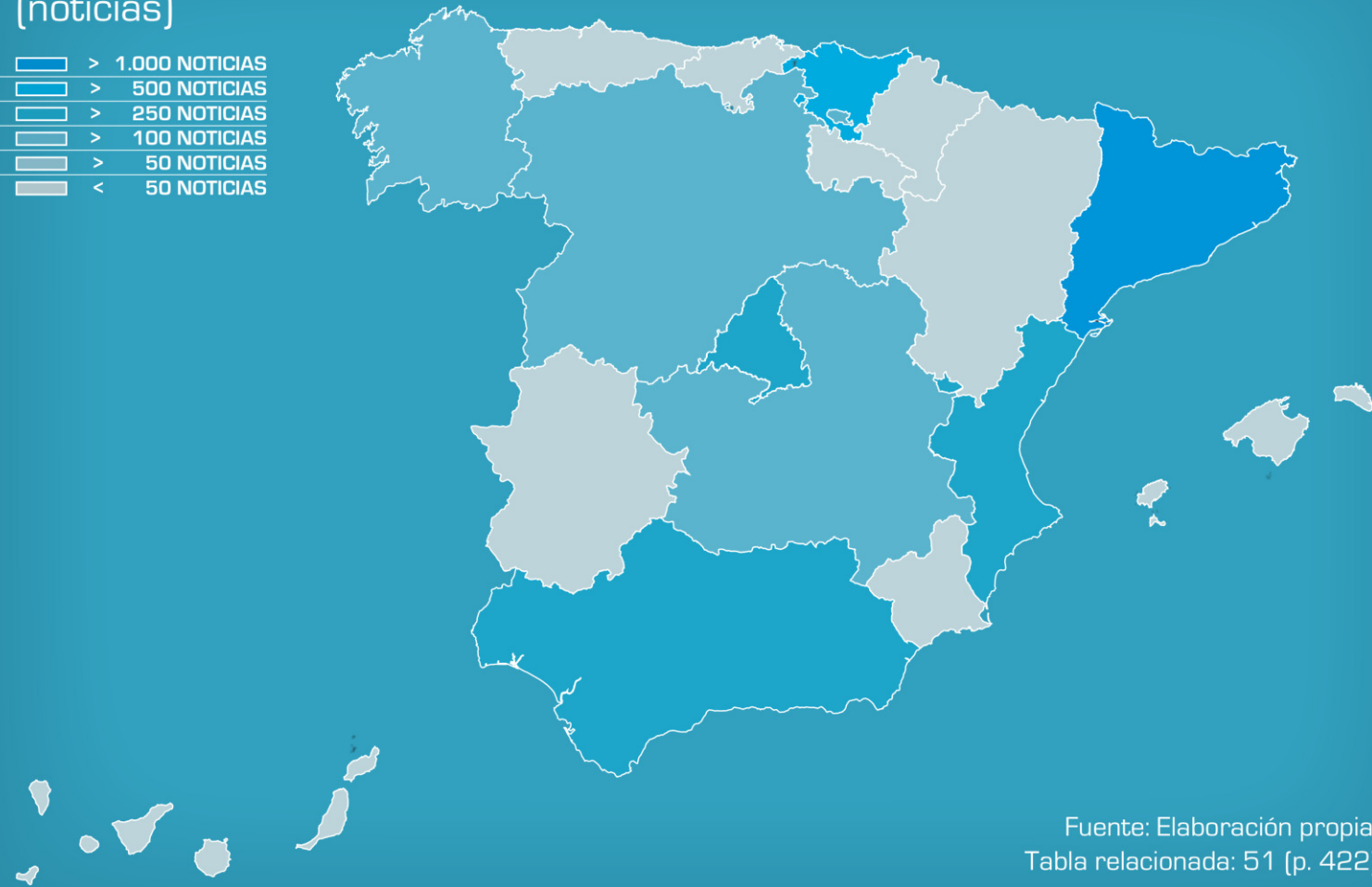
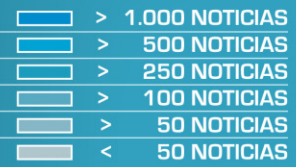
Economía El Mundo (noticias)

	>	50 NOTICIAS
	>	25 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	>	5 NOTICIAS
	>	2 NOTICIAS
	<	2 NOTICIAS









Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 48 (p. 419)

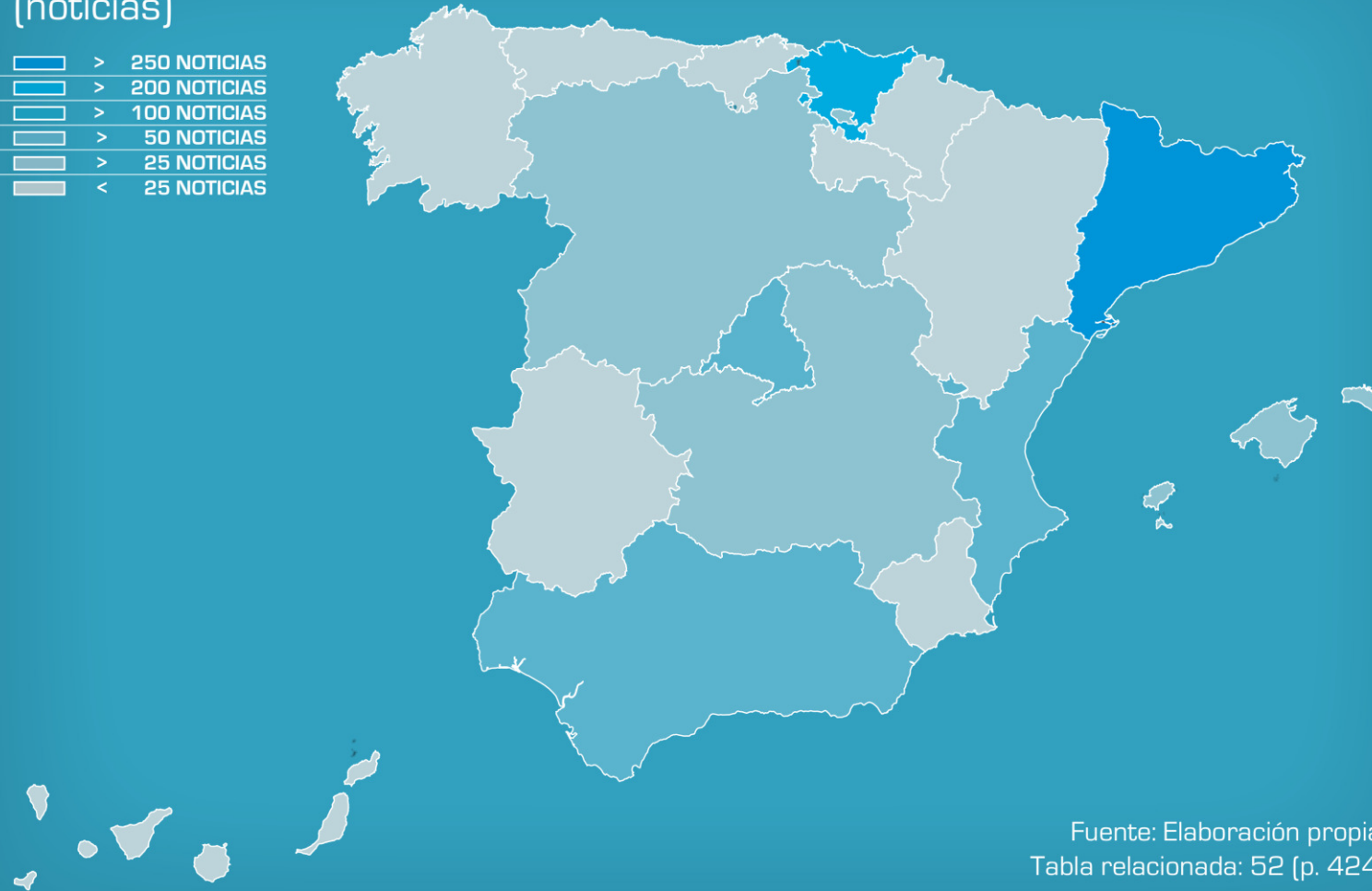
España (noticias)



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 51 (p. 422)

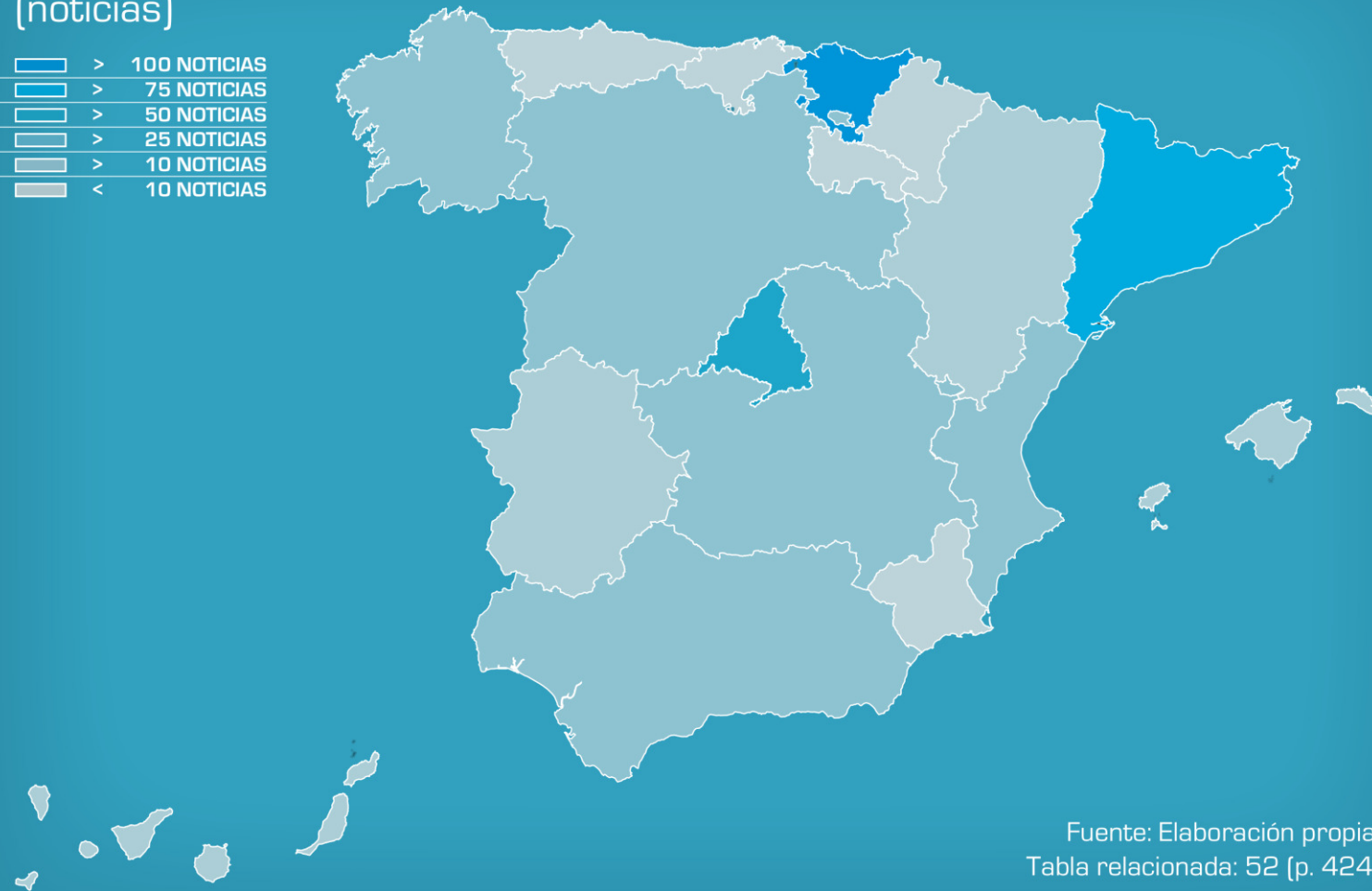
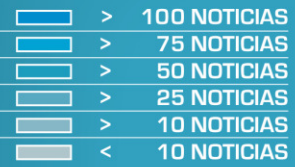
España El Mundo (noticias)

	> 250 NOTICIAS
	> 200 NOTICIAS
	> 100 NOTICIAS
	> 50 NOTICIAS
	> 25 NOTICIAS
	< 25 NOTICIAS









Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 52 (p. 424)

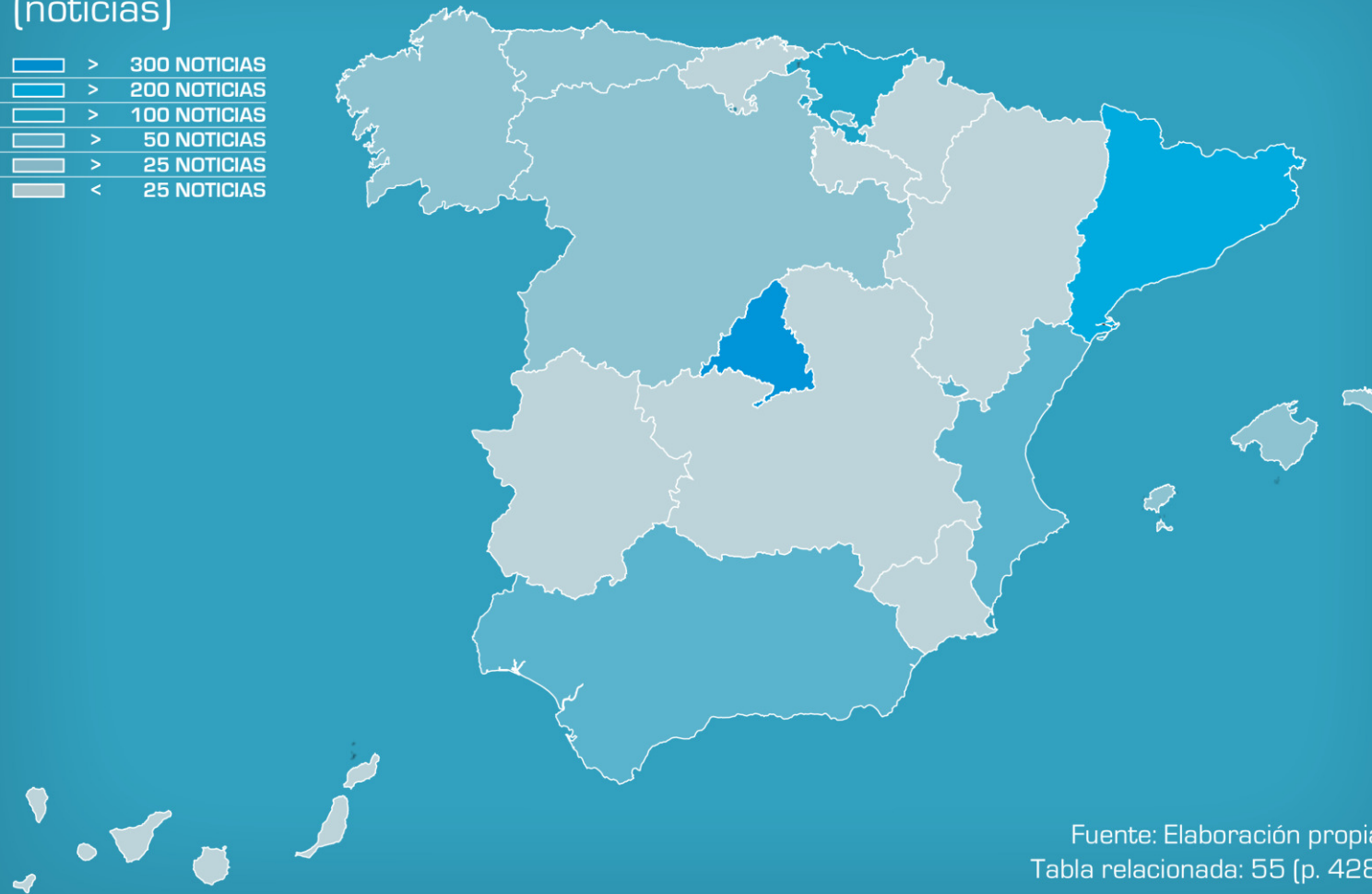
España elmundo.es (noticias)



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 52 (p. 424)







Portada (noticias)

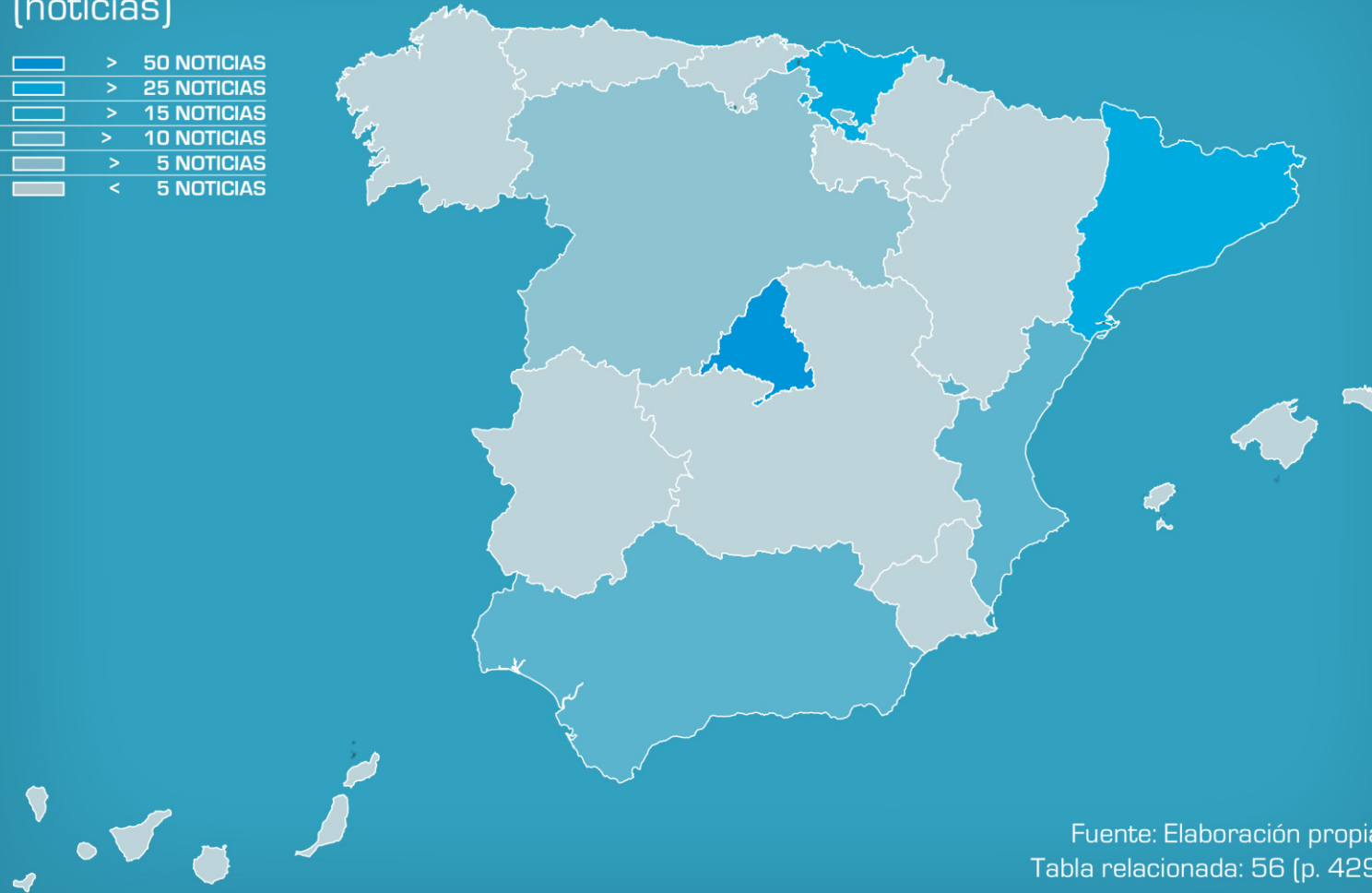
	>	300 NOTICIAS
	>	200 NOTICIAS
	>	100 NOTICIAS
	>	50 NOTICIAS
	>	25 NOTICIAS
	<	25 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 55 (p. 428)







Portada El Mundo (noticias)

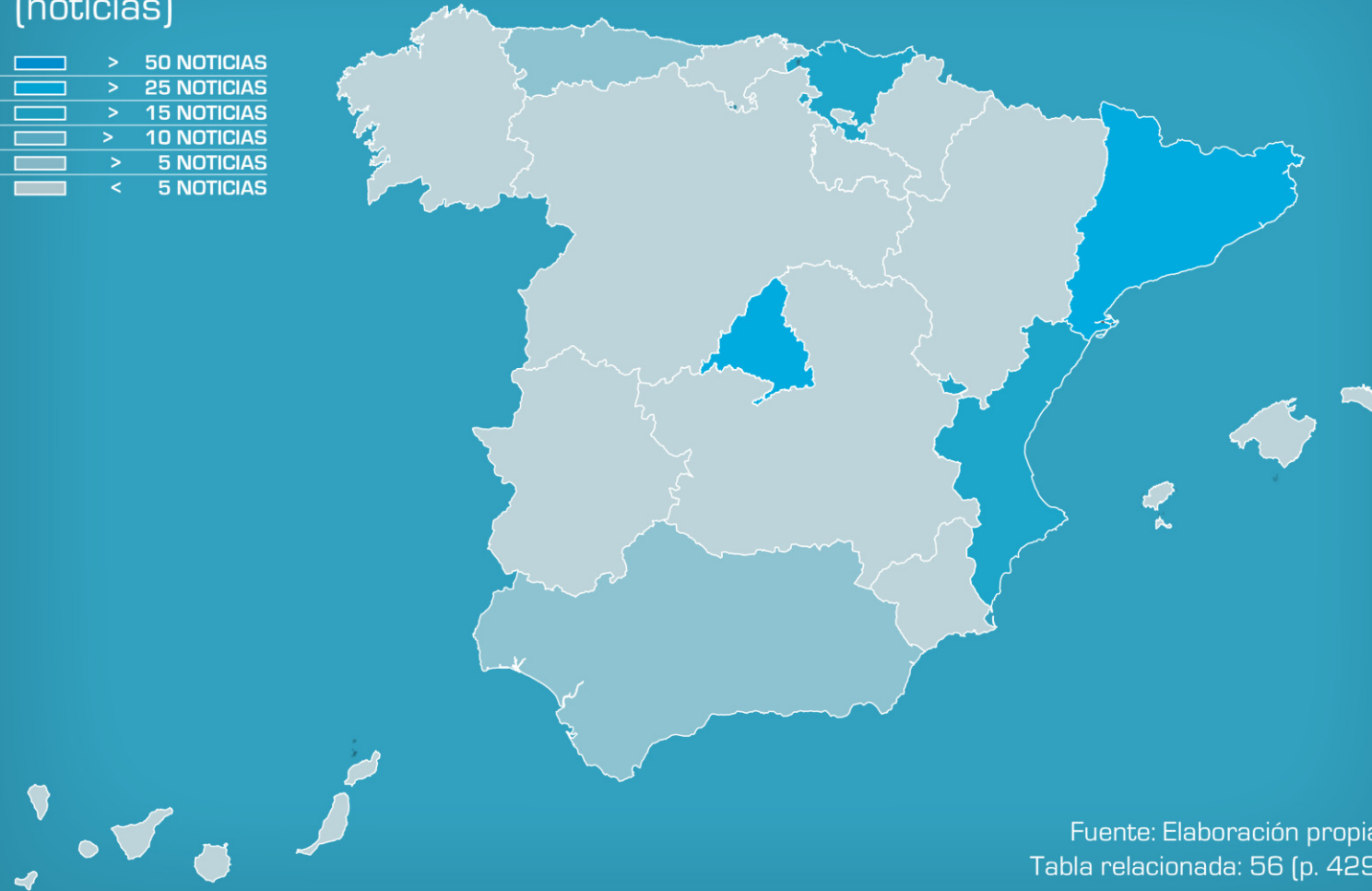
	>	50 NOTICIAS
	>	25 NOTICIAS
	>	15 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	>	5 NOTICIAS
	<	5 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 56 (p. 429)







Portada El País (noticias)

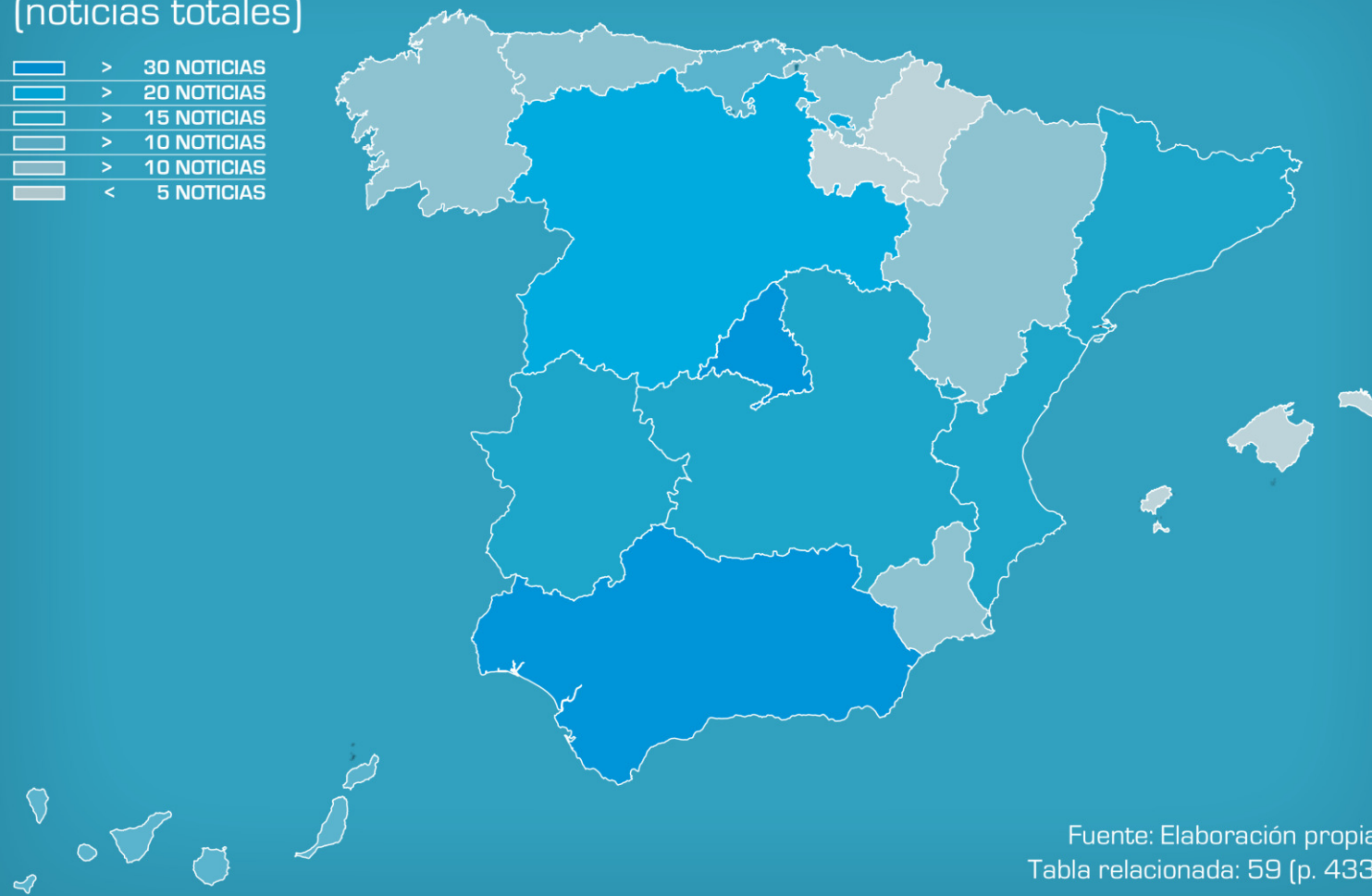
	>	50 NOTICIAS
	>	25 NOTICIAS
	>	15 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	>	5 NOTICIAS
	<	5 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 56 (p. 429)

Ciencia [noticias totales]

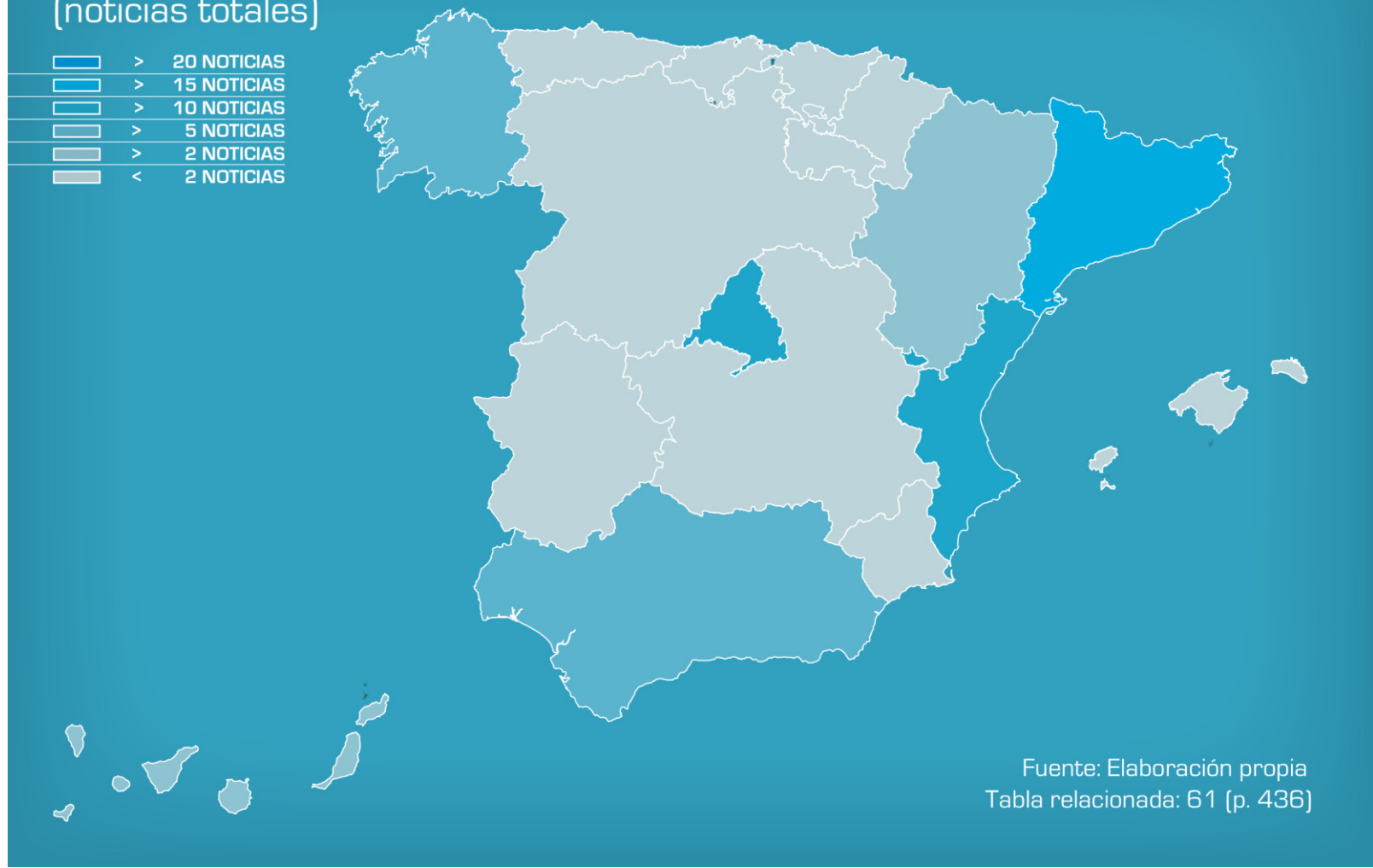
	>	30 NOTICIAS
	>	20 NOTICIAS
	>	15 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	<	5 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 59 (p. 433)

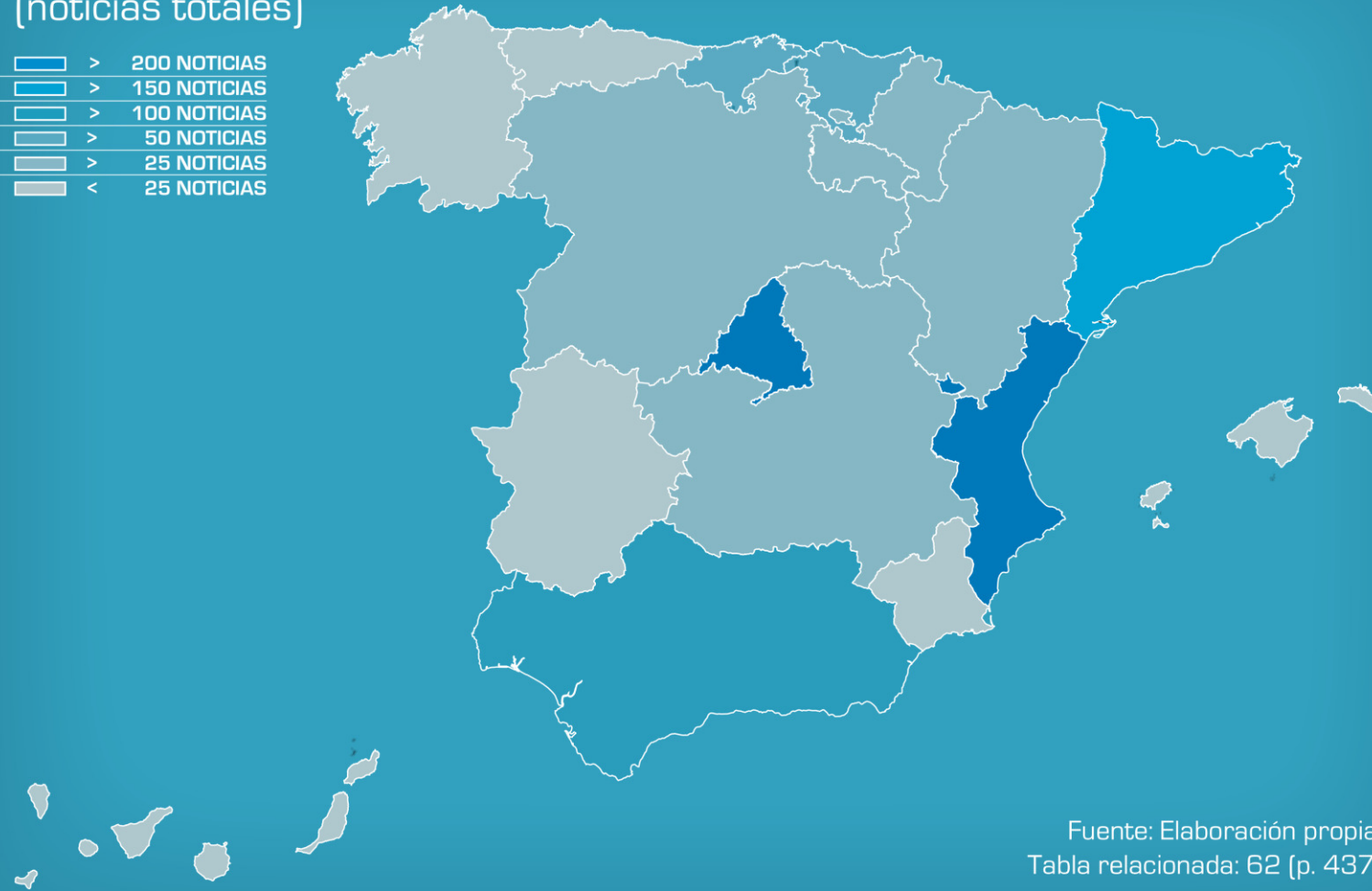
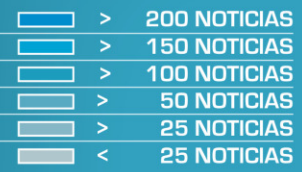
Salud (noticias totales)

- > 20 NOTICIAS
- > 15 NOTICIAS
- > 10 NOTICIAS
- > 5 NOTICIAS
- > 2 NOTICIAS
- < 2 NOTICIAS



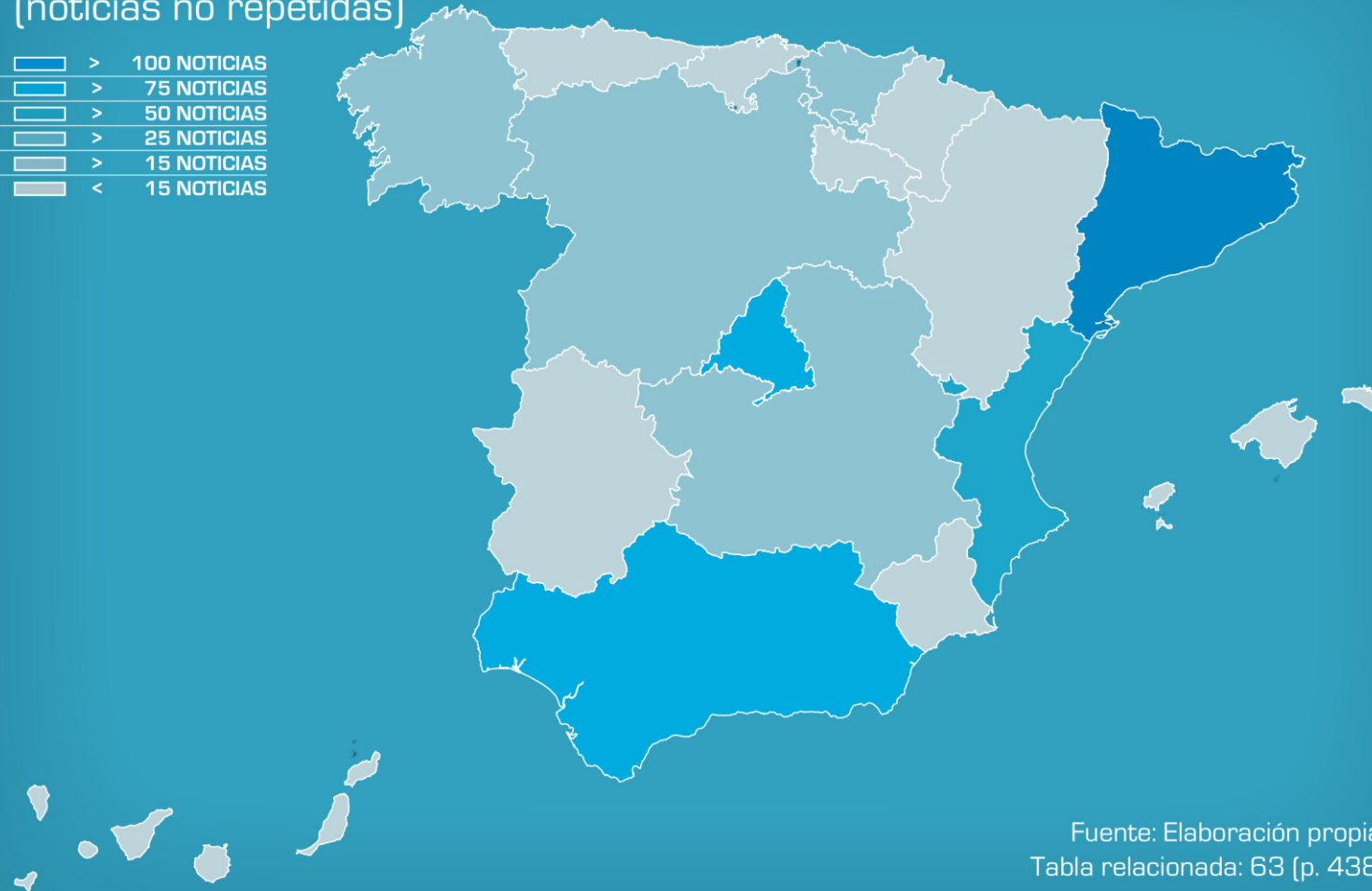
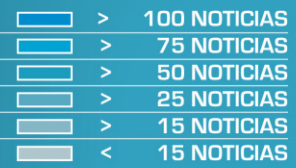
Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 61 (p. 436)

Sociedad (noticias totales)








Sociedad

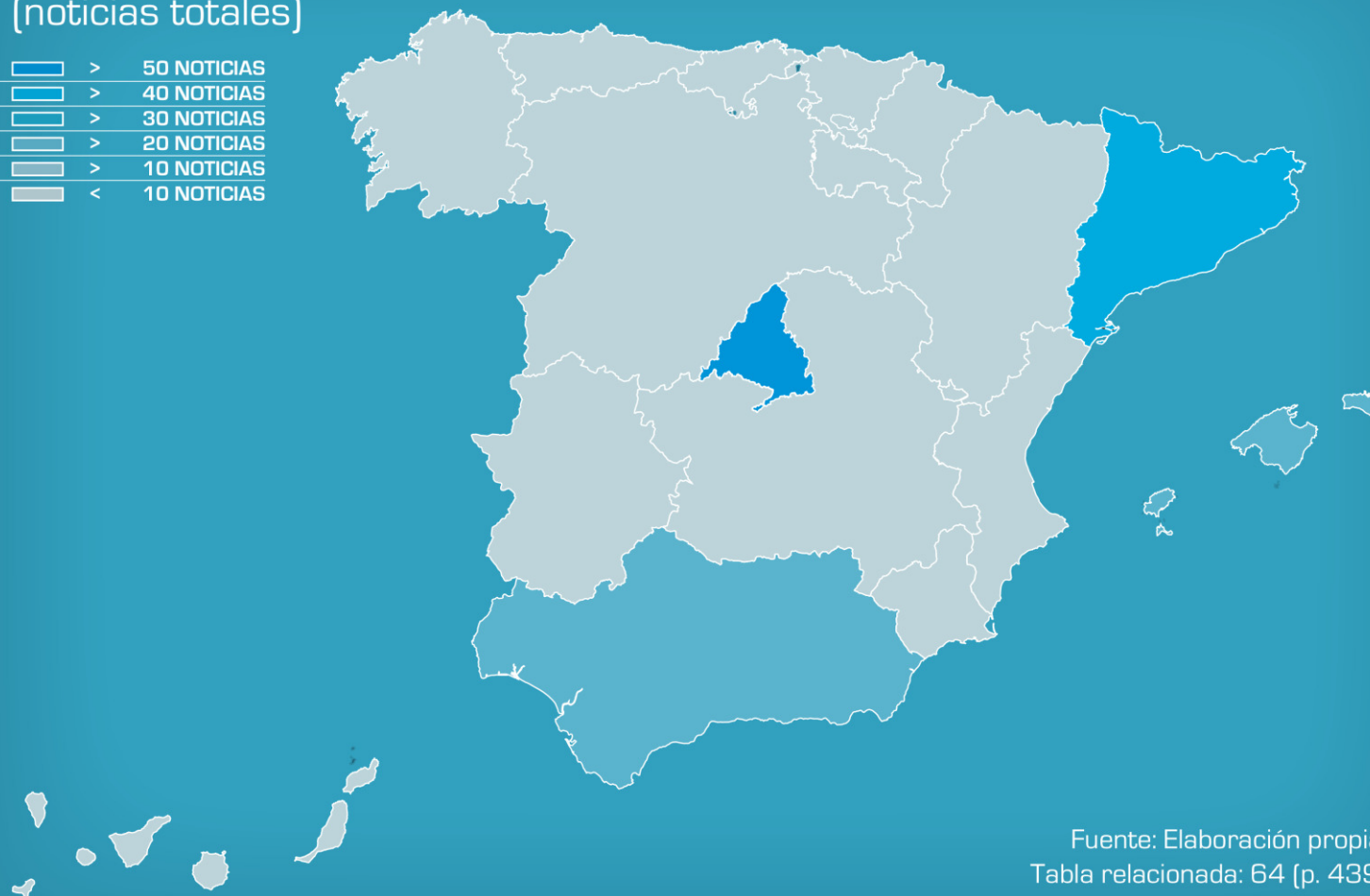
[noticias no repetidas]



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 63 (p. 438)

Solidaridad (noticias totales)







	>	50 NOTICIAS
	>	40 NOTICIAS
	>	30 NOTICIAS
	>	20 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	<	10 NOTICIAS

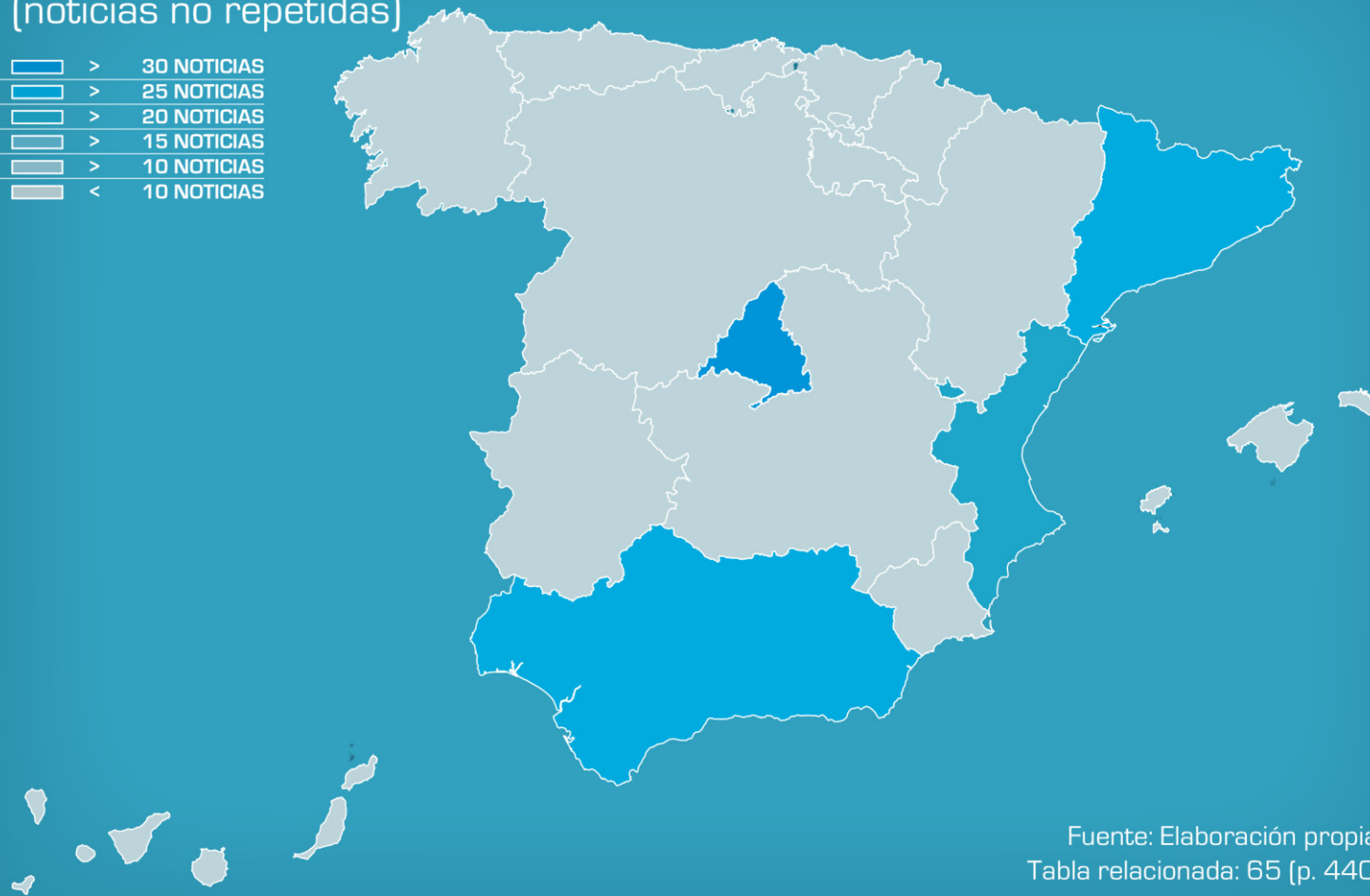


Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 64 (p. 439)

Solidaridad

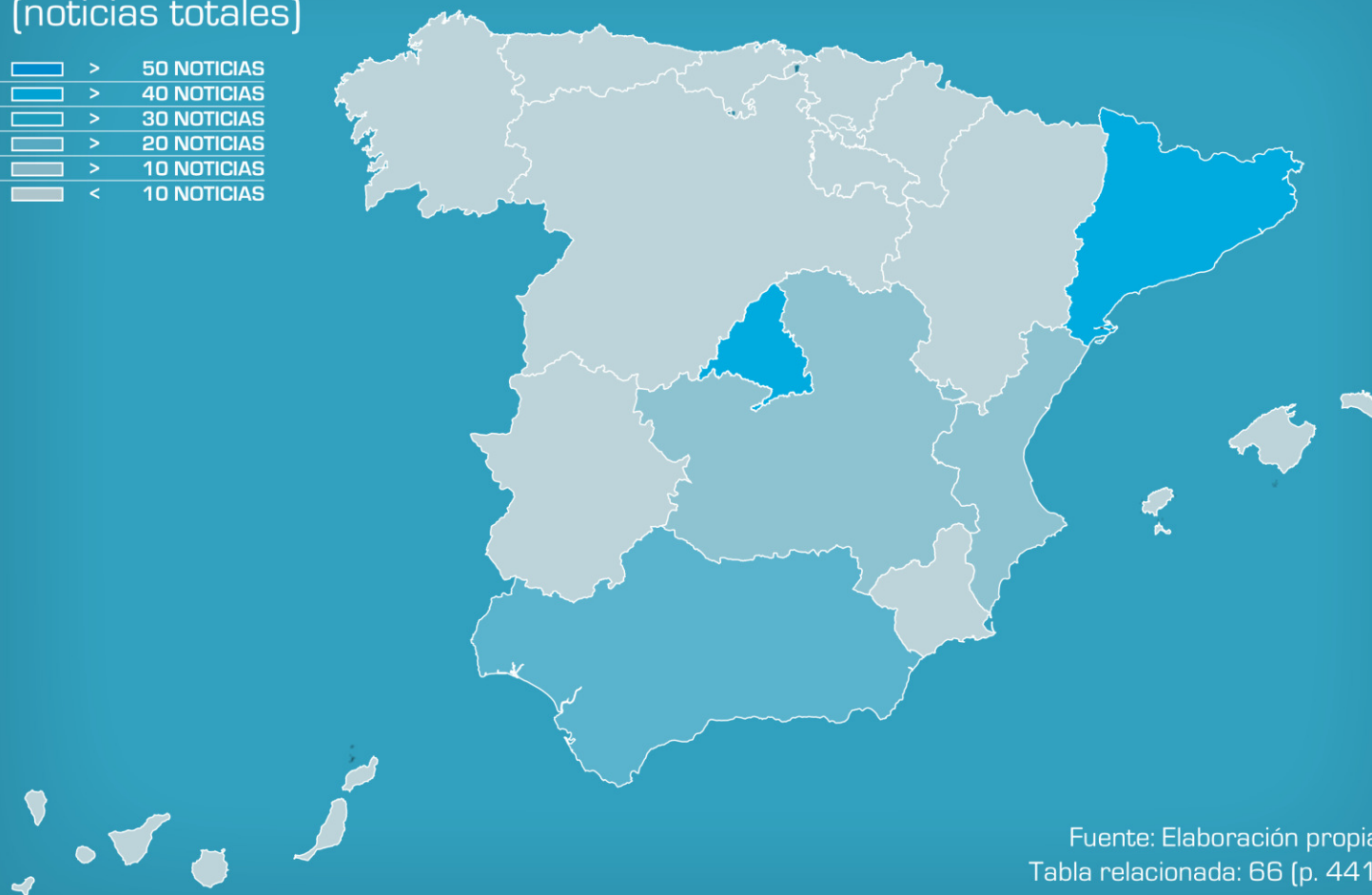
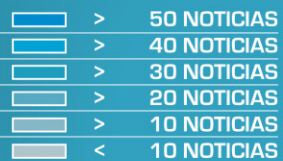
(noticias no repetidas)

	>	30 NOTICIAS
	>	25 NOTICIAS
	>	20 NOTICIAS
	>	15 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	<	10 NOTICIAS









Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 65 (p. 440)

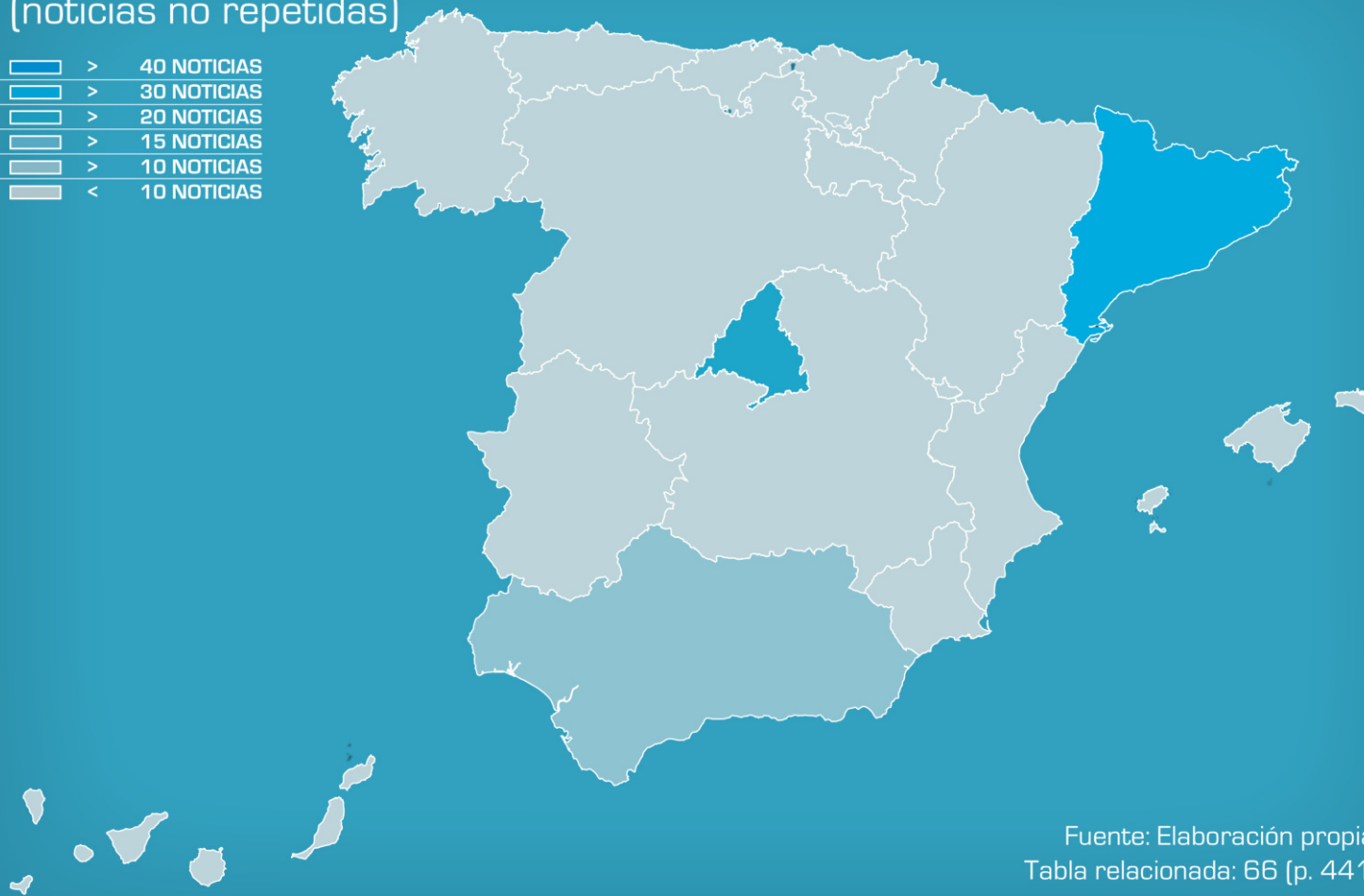
Tecnología (noticias totales)



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 66 (p. 441)

Tecnología (noticias no repetidas)

	>	40 NOTICIAS
	>	30 NOTICIAS
	>	20 NOTICIAS
	>	15 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	<	10 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 66 (p. 441)

The relationship between media salience of the Spanish Autonomous Communities, regional pride and other social indicators.

Introduction and conclusions (English version)

[Doctoral thesis]

[Roberto Gelado Marcos]

[Director: Dr. D. Pedro Rivas Nieto]

Index

1. Introduction.....	2
1.1. History and Politics.....	4
1.1.1. An interdisciplinary perspective.....	8
1.1.2. A glance at the past, a gaze to the present.....	10
1.2. Communication and Society.....	15
1.3. A first methodological approach to media analysis.....	20
1.3.1. Content analysis applied to mass media.....	21
1.3.2. Foundations of interpretative analysis.....	24
1.3.3. News design as a weighting tool for research purposes.....	25
1.4. Study case.....	36
2. Conclusions.....	39

1. Introduction

This work of research owes its existence to various questions and a few firm convictions derived from both personal and professional experiences. Its evolution and final transformation into this book have only been possible thanks to the invaluable funding provided by the regional government of Castile and León (*Junta de Castilla y León*) and the European Social Fund, which created an undeniable bond—we could not have wished otherwise—between this project and the region of Castile and León. Indeed, far from being a problem, we regarded this relationship as an interesting starting point for a research whose key goal was to contribute actual data to what until then had been mere intuition, that is, that Castile and León did not occupy the place that it historically deserves in the current Spanish establishment. Like so many other researches, this one naturally shifted towards broader subjects, and once again, the very nature of its specific geographical focus was not a hurdle, but rather a stepping stone towards other interesting reflections.

The underlying reason for this was because, in order to prove that Castile and León was underrepresented in Spain, we necessarily needed to shift our attention towards the rest of Spain's regions in order to ascertain what exactly constituted underrepresentation. After all, if some regions were indeed suffering from underrepresentation, others were being overrepresented. Thus, the interregional scope of this study is a natural product of the evolution of a research that has pondered throughout on the roots of the very phenomena it contemplated.

The education and professional experience as a journalist of the PhD candidate was the main trigger for choosing media as the fieldwork in which to measure the peculiarities of different portrayals of Spain's autonomous regions. As suggested at the beginning of this introduction, most of these concerns on the underrepresentation of Castile and León originate from several years of observation as media consumer, researcher and practitioner. In the beginning, the research attempted to analyse different methodology approaches that might be useful for the study of media portrayals of allegedly underrepresented communities like Castile and León. While we compiled this methodological review, we also revisited the historical roots of Castile and León as well as the origins of different Spanish regions with a view to conclude, on the one hand, what was the exact meaning of "the place that should be assigned to Castile and León according to History", and on the other, to analyse the foundations of what many have called the identity issue in Spain.

1.1. History and Politics

This chapter was intended as a more than a descriptive support for the contextualisation of the social-media phenomenon that we were attempting to analyse. In fact, we have contemplated social communication throughout as a complex, holistic and interdisciplinary phenomenon whose analysis must originate from different fields of knowledge and so avoid reductionism. At an early stage, when the scope was limited to Castile and León, we thought it necessary to dig into the roots of the very phenomenon we were studying—the alleged underrepresentation of Castile and León—, by reviewing the works of those that had joined both ends of the equation: Castile and León and its representation in the media. The political authorities of the region actually seemed to pay great importance to the dialogue between the region and the media, and yet efforts to maximise media potential seemed to focus more on the domestic portrayal of the region rather than on how Castile and León was regarded in other Spanish regions, a perspective we found far more interesting (and revealing).

A first incursion into the existing literature on the topic provided one clear yet unsurprising conclusion: there was, as a general rule, a lack of studies devoted to the issue. Few researches focused on Castile and León's current exposure in the media, and recent literature offered vague explanations on the alleged irrelevance of an autonomous region that, at its origins, was the very same inspiration for a then prominent political project called Spain.

By the time we had completed this first historical review, the development of the methodology began to suggest the necessity to link the media portrayal of

Castile and León with that of the other Spanish autonomous regions. The aim was to establish a comparison between them that could enable us to conclude whether this was indeed a case of underrepresentation or not, as well as what autonomous regions were affected and to what extent. The sparse results obtained during the historical review of the dialectics between Castile and León and the media, along with the fact that the research started to call for broadening of its geographical scope, led us to clarify several aspects: on the one hand, that the necessity to widen the geographical scope in the study case should affect the perspective of the historical contextualisation too, as it could no longer only circumscribe to Castile and León; on the other hand, that the initial question of whether Castile and León was underrepresented in the media or not, required an answer that could not be uniquely descriptive. Even though this was an acceptable approach, we believed that the size and aspirations of a doctoral thesis should provide more than a mere description of a phenomenon, no matter how interesting this might be in the light of the aforementioned scarce literature (or lack thereof). Furthermore, as the study clearly belongs to the field of social communication and commits to an interdisciplinary perspective, it seems quite logical not to approach different disciplines individually, but rather more adequately as intertwined fields.

To that end, we came up with the idea of not only focusing on the media portrayal of Spanish autonomous regions, but also relating these data with different social indicators that in some cases were related (to a great extent, in fact) with historical aspects. The underrepresentation of Castile and León in the media may have been mere intuition, but in truth it suggested nothing

excessively complex or difficult to prove, despite it being unprecedented. Due to this, we decided to go further and link the data that we had already compiled in our study with other available data on indicators that might somehow produce a social and political snapshot of Spain nowadays. To a certain degree, we felt that it was worth proving that not all of Spain's autonomous regions are treated equally by the Spanish national press. However, what was truly interesting and suited better our interdisciplinary approach to the analysis of social communication phenomena, was to try and explain what factors were responsible for the imbalanced media portrayal of Spain's autonomous regions. Did wealth entail better treatment? Would a larger population imply increased media coverage? Do the media favour regions with greater regional awareness?

Curiously enough, this last question led us back to consider the historical issues once again. The topic of regional awareness seemed to be related to the issue of identity, the origins of which would again necessitate an historical insight, this time with a holistic Spanish approach rather than our previous focus on the media. Identity could only be explained in full by revisiting the genesis of Spain as a nation, though the initial inclination of the study had leant towards the region of Castile and León, without losing sight of other Spanish territories that could be interesting to define what we have called "regional awareness" and, ultimately, to integrate such definition in the compared analysis between media coverage and social indicators.

After all, if we were assuming that Castile and León was no longer the prominent region it once was and were attempting to so prove it through an analysis of media portrayals, it seemed only logical to provide historical

contextualisation that would properly explain this hypothesis. Likewise, it was necessary to widen this context because the history of Castile cannot be contemplated without referring to the history of Spain, and also because the history of Spain is essentially made up by the Histories of all its regions.

It is not only that it was necessary to assess how other autonomous regions were represented in the press, in order to clearly define media underrepresentation. It is also that, if what our analysis faced was a problem of identity strength as the prevailing element for better or worse media portrayal, the study required historical fact, not only from Castile and León, but from all of Spain's regions. That was how we began to formulate specific questions: what is identity? Which were the nationalisms of Spain's regions? Where and when did they emerge? And, more importantly, why? How exactly did these identity feelings within prominently diverse regions influence Spain's political sphere in the 21st century? Indeed, a key question arose that was dwelled directly on our area of study (the media): did autonomous regions with greater regional awareness have an increased media impact? And secondly, were there other criteria (demography, geography, wealth) that significantly correlated to the amount of media coverage of Spain's autonomous regions?

The answer to these questions may not be completely straightforward. It is open for debate, and we have tried to address the issue as transparently as possible in the section devoted to the theoretical framework of this thesis, "History and Politics". The collection of thoughts and insights presented there would have been impossible to compile without access to a vast compendium of works by key authors in the field of Politics and, especially, Spanish

Historiography, such as **Claudio Sánchez-Albornoz**, **Américo Castro**, **Ramón Menéndez Pidal**, **José Ortega y Gasset**, **Juan Linz** and, of course, the most prominent academic in Spanish Historiography from a regional Castile-and-León perspective, professor **Julio Valdeon**, an undisputed expert, sensible counsellor and indispensable source of inspiration during the first stages of this doctoral thesis. In order to properly examine all of these works, the guidance and advice of the director of the thesis, **Dr. Pedro Rivas Nieto**, was of course essential, and so too were those of his contacts in Latin American universities, such as professors **Tomas Pérez Vejo** and **Carlos Alberto Patiño**, and in Spanish universities, such **Ángel Rivero**.

Similarly, though abandoning a purely regional perspective for a wider context called Spain (far more relevant in Universal History), this work of research also owes its existence to the indispensable help of the director of the research stay of the PhD candidate in the Faculty of Sociology of Cambridge University, **Dr. Thomas Jeffrey Miley**, who also made it possible to contact professors **John B. Thompson** and **David Lehman**, from Cambridge University.

1.1.1. An interdisciplinary perspective

This section of the History chapter namely combines elements from History and Anthropology, as the analysis itself not only relates to historical fact but also to the constant and inevitable dialogue between History and other social and anthropological manifestations. As regards History specifically, we opted for the “perspective of historical disciplines themselves studied through modern criteria”, that is, aiming to achieve scientific status, as the new History “has freed

from the old antithesis between the ‘nomothetic’ and the ‘idiographic’, that is, it is not limited to the accumulation of facts that happened in the past; it studies human communities rather than individuals” (Rivas, 2011:19). This approach becomes especially relevant as the thesis has been clearly developed within the field of social investigation and it has, therefore, a sociological bond; something that fits in perfectly with **Barracough’s** (1981:345) perspective, who is of the opinion that this new History does not differ much from Sociology. Thus, History no longer is a mere accumulation of data, but a thoughtful contextualisation and interpretation of data in order to identify the key aspects that enable us to abandon the view of History as a chain of isolated events and regard it as the intertwined manifestation of people’s lives. However, although there have been sociological, economic and anthropological approaches to the study of History, we have not ignored (doing so would only have damaged the quality of the research) “the classic deductive character of History (...) as History is, as **Frédéric Mauro**¹ said, the projection of social sciences to the past” (Rivas, 2011:20).

Data gathered for this History chapter have been presented according to the descriptive-interpretative method because, as indicated earlier, it aims to go beyond mere narration of events and provide a (framed) meaning to historical events. We should not forget that this chapter exists to provide the necessary contextualisation for the analysis of a social media phenomenon that is analysed in the study case. That is why the descriptive-interpretative method, one of the most frequently used in the field of social sciences (**Sierra**, 1988-34) fits the needs

¹ Quoted in **Davies** (1965:3)

of our research and provides a framework that ultimately enables us to better explain the current situation in Spain.

1.1.2. A glance at the past, a gaze to the present

The section devoted to History and Politics starts as a series of historical reflections on Spain's regions from a Castile-and-León perspective, with which we have tried to analyse a region we believe is not unaffected by change. Moreover, by means of the accounts of prominent academics on historical events, it is our purpose to observe the evolution of such an emblematic land from its very foundation to its establishment as an autonomous region following the Spanish Transition to Democracy in the 20th century.

To this end, in the first pages of the History section, we revisit the birth of the territory currently known as Castile and León in order to deal with the key events of its prolific and long History. A History that gained momentum as the Reconquista evolved, but also one that, at its very conception—a centuries-long conception—occurred slowly because the Reconquista itself was, as **Ortega y Gasset** laments, slow too. These initial stages are worth noting, because it is here that the distinguishing features (with all due precaution when using this term) of the peoples of León, at first, and then Castile, were shaped.

One of our main hypothesis, supported by the interpretation of Castilian History made by prominent academics, suggests that Castilian identity becomes somewhat diluted as soon as an entirely larger version of Castile emerges, i.e., Spain. Or perhaps, rather than diluted, Castilian identity blends in with the newly born Spanish identity. For this reason, it is worth researching how a land

that once was nothing but a territory conquered by Muslim peoples, finally showed the necessary strength and entrepreneurship to become the natural leader amongst all of the peninsular realms, and succeeded in uniting them under one common mission: the so-called Reconquista. We analyse, for example, Count Fernán González key role in transforming Castile into a leading nation, and we therefore revisit earlier stages when the Astures and then the Leoneses led the Reconquista, while Castile slowly morphed into a powerful territory centuries later.

Indeed, many of the issues concerning the identity of the Spanish peoples that arise mainly during the 19th century are connected to historical events that occurred centuries before, and we review them in this historical analysis from a Castile-and-León standpoint. It would be impossible to understand why the peoples of León were so strongly opposed to the idea of one single region together with Castile during the Spanish Transition to Democracy without observing each of these two peoples' features, as **Valdeón** has done. It is also interesting to understand historical fact with a view to detecting the extent to which a nationalist claim is based on truth or myth. For instance, **Valdeón** (perhaps the most celebrated academic on the history of Castile and León), concludes his analysis by defending that, natural differences notwithstanding, Castile and León's 750 years of common History could be essentially labelled as exemplary and fraternal.

The same applies to other regions in Spain. If historical review can provide better understanding of a current landscape, it can also reveal how historical events were often distorted in an attempt to highlight and underline the

differences between regions, even if this contradicts the general view on what was essentially a fraternal History among Spain's different territories. For this reason, we have paid especial attention to the historical accounts by **Sánchez Albornoz** or the aforementioned **Ortega y Gasset**, who state that the larger the common project, the wider the awareness on collective identity². Indeed, if something remains clear in Spain's History it is that, without hindrance to each region's unique features, it was individuality that turned the debate on identity into a fertile ground for opportunistic politicians seeking to feed off the exaltation of differences. It is essential, therefore, not to lose sight of the fact that certain crucial aspects were willingly rewritten by a peripheral nationalist historiography, and that is exactly what we wish to underline throughout this chapter.

It is also true that —we discuss this too—the attempt at unifying all of the peninsular peoples, a crusade ultimately led by the Catholic Monarchs, caused a certain degree of social bitterness amongst certain groups that generally distrusted homogenisation because they believed it could ultimately lead them to lose their very own distinctive features. However, many historians (maybe more than those who defend the former theory) acknowledge that the Catholic Monarchs were, above all, heads of State who saw a larger potential in uniting booming realms, and who showed themselves highly sensitive to the peculiarities of all those included in the broader context of a unified nation.

² These words evoke those of **Renan** (1887:4-5) in the preface of the famous conference “What is a nation?” (included in *Discours et conférences*) he gave in 1882: “The man does not belong to his language or his race; he just belongs to himself, as he is a free being, a moral being. Beyond language, race, natural borders, geography, we put peoples' consent (...) For us, a nation is a soul, a spirit, a spiritual family. It results, in the past, from memories, sacrifices, glories, often duels and shared grieves; and, in the present, from a will to keep living together. What constitutes a nation (...) is having done great things in the past and a will to keep on doing them in future”.

A clear indicator is that Castilians in particular, and the Spanish, in general, displayed nothing but contempt at the delusions of grandeur of the successor, Charles I. This lack of confidence resulted in what was termed the Revolt of the Comuneros (1520-21), an episode that is widely regarded today as a key chapter in the history of Castile and León. We carefully examine it in order to separate truth from what became pure mysticism around the figure of the Comunero. Is it at all reasonable that the Comuneros should be Castile and León's most emblematic characters? Do the region's citizens regard them as symbols? Were their ideals directly related with their land of origin or rather with the exaltation of some of the region's features as responsible for laying the foundations of Spain? We address all of these questions in this History subchapter.

However, on the subject of the Catholic Monarchs, we mentioned that there is a general consensus among historians as to their being sensitive leaders who respected their peoples' singularities. It would be quite bold, therefore, and perhaps foolishly ignorant from an historical point of view, to affirm that the peoples that became part of Spain felt in any way oppressed or uncomfortable in this new context.

Notwithstanding—here we return to **Ortega's** notion of the importance of being part of an attractive common project—, along with the imperial decline of Spain came the emergence of centrifugal forces that still live on today in many respects. It should be noted that centrifugal will derives from decline and not the other way around, and to this effect, we try to provide as much historical support as possible. Paraphrasing **Ortega y Gasset** again, it was not that singularities

were removed but rather that a then thriving Spain grew weaker due to a certain willingness to remain unique in some regions, and it happened to coincide with the decline of Spain as the prevailing power in Europe.

These centrifugal forces saw the central establishment as a scapegoat (as well as Castile, as an embodiment of its power, whether real or not), and their influence spread rapidly as from the 19th century onward. For this reason, we have devoted a long section to that period and we attempt to connect it with earlier historical facts in order to produce a storyline that might help explain the reasons why this situation ultimately arose.

The history of Spain from that moment on is not only turbulent but also fascinating, especially from the identity perspective that we prioritise in this thesis. If **Ortega y Gasset** complained earlier about the slowness of the Reconquista—an enterprise that literally spanned over centuries until it was finally complete—the end of the 19th century and the whole 20th century were witness to a frantic succession of events that we have tried to analyse in full in this work.

We have also paid special attention to this specific period of History because it seems to be the most direct precedent of the territorial model we currently have in Spain: the autonomous regions. Much of what happened during the Spanish Transition to Democracy was directly related to issues that remained unaddressed during the four decades of Franco's dictatorship. Indeed, a large number of them were linked to, as we have pointed out before, even earlier chapters in History. As a result, we aim to reaffirm the relevance of this historical

study as the basis from which we would be able to analyse properly the regional system that is the very framework for the study case in this thesis.

1.2. Communication and society

Analysis of History as a key element for understanding the current identity framework in Spain was not the only focus of the theoretical framework for this thesis. As mentioned at the beginning of the introduction, this thesis focuses on the phenomenon of social communication and tries to link historical observations with the way in which regional communities are portrayed in the media. To this end, we had to introduce two compulsory fields of analysis and a third one that joined the other two.

First, we had to analyse thoroughly the phenomenon of mass communication, since the study case aimed at one such specific phenomenon: mass media (represented in the study case as printed press and digital press). In order to achieve this, we first discussed the importance of mass media in the creation of collective images. The goal was to justify the relevance of studying media as a mechanism that would assess the regional importance of a specific autonomous region within an interregional context. In turn, to so measure the phenomenon, we had to explore the origins and relevance of media in current society; therefore, this second part of the theoretical framework deals also with the characterisation of mass communication from a theoretical perspective and through a brief history of mass media.

In the first part of section on “Communication and society”, we indicate that the regional Government of Castile and León acknowledges media as a key

player in the shaping of public opinion. We then revise the central ideas presented by prominent academics such as **Denis McQuail**, **Frank Böckelmann** and, especially, **John B. Thompson**, whose works are invaluable references to any researcher wishing to comprehend the phenomenon of mass communication. **Thompson's** most emblematic work, "Media and modernity" was essential in clarifying the fundamental features of mass communication.

As we said earlier, the theoretical focus also hinges upon a brief historical review that identifies the main milestones in the evolution of a phenomenon that recently boomed, but whose foundations were laid over centuries. It is worth noting the intervention of key figures such as **Gutenberg**, **Jeremy Bentham**, **James Mill**, **John Stuart Mill**, **Joseph Pulitzer** or **William Randolph Hearst**. The support of historical analysis from a descriptive-interpretative approach is of the utmost importance for the compilation of this interdisciplinary portrayal so that the reader in turn may adequately contextualise the object of our study.

The second field of interest that required theoretical examination was public opinion. As this thesis is rooted in the conviction that the social perception of autonomous regions was, to a great extent, linked to media portrayal, there were two issues to consider: first, what this mass media portrayal was exactly, and second, what was understood as "social perception". This vague notion led us to one of the most studied phenomena of the 20th century: public opinion. Hence, the theoretical framework of the thesis had to define and characterise the complex and attractive phenomenon of public opinion. The works of **Walter Lippmann**, **Niklas Luhmann**, **Jurgen Habermas**, **Otto Baumhauer**, **Elisabeth Noelle-Neumann**, **Denis McQuail**, **Sven Windahl**

and, especially, of professors **José Luis Dader** and **Cándido Monzón** were essential. Likewise, the advice of the first director of this project, **Dr. Pilar Pérez Herrero**, was paramount in the planning of this chapter.

The section devoted to public opinion begins with an analysis of the different approaches to the idea of public opinion, extracted from **Monzón's** quintessential "Public opinion, political communication". From there onwards, we try to define the phenomenon itself by means of metaphors uttered by the likes of **Paudioleau, Tönnies, Lippmann** or **Monzón** himself, as well as of the theoretical postulates of authors like **Habermas, Baumhauer, Speier, Sprott, Rovigatti** o **Noelle-Neumann**. We deal with the socio-political functions of public opinion too, especially those suggested by **Dader** in his fundamental "The journalist in the public space", as well the ones by **Noelle-Neumann**, compiled by him in the same book. Further on, we review the principal ways of measuring public opinion, as one in particular (the barometers of the CIS) is later used in the study case.

Additionally, many of the abovementioned authors contributed significantly to the study of relations between media and public opinion. The research on the effects of media on the social tissue was of particular interest to this thesis because it shed light on both the relevance of the alleged influence between one and the other, and on the ways in which this influence might be exerted. It therefore ultimately helped us to transfer this entire theoretical framework to our study case.

As a result, we also examined the fundamental theories of different stages during the 20th and 21st centuries, and separate paradigms were discussed. The

diachronic review allowed us to relate some of the theories' postulates with the data obtained in the results of the study case.

The review of the dialectics between media and public opinion opens with a description of the theories of direct impact and with a few mentions to authors who, out of conviction in the validity of the "stimulus-response" model, defended a unidirectional perspective that emphasised powerful media influence on public opinion. We therefore refer to the studies by **Lasswell** on ideological pervasion or propaganda, studies by **Bernays, Watson and Mayo** on the pervasive capacity of commercial advertising, and finally, studies by **Burguess** and the Payne Foundation (a crossroads for other prominent academic authorities such as **Blumer** or **Charters**) on the influence of the film industry on young people and children.

Afterwards, we go on to dissect the main theories on the period of limited effects that spans for around two decades, and is discussed in postulates such as **Triandis's** selective exposition and perception, or in the two-step influence by authors such as **Katz, Lazarsfeld, Berelson, Tarde** and **Gaudet**.

From the transition theories, which span from mid-1960s to mid-1970s, we move on to explore the diffusion models, the transitive model and the information search paradigm. Among the diffusion models, it is worth noting the multiple-step diffusion model by **Kraus** and **Davis**, the diffusion of innovations by **Rogers** and **Shoemaker**, the knowledge gap theory by **Tichenor, Donohue** and **Olien**, and the J-curve model by **Greenberg**. From the transitive model there ensued the study of the transactional theory of **Kraus** and **Davis**, the theory of individual differences by **De Fleur** (reformulated by **Comstock et al.**).

As regards the information search paradigm, we have focused on the functional inventory theory by **Charles Wright**, the uses and gratification theory by **Katz, Blumler** and **Gurevitch**, the model of undisputed effects by **Chaffee** and the historicist model by **Carey**.

Finally, we deal with the reinterpretation of the direct effect theories, which spans from the end of the transition period (mid-1970s) to the present day. Two key theories seem to capture the undivided attention of the experts on media and public opinion during this period: the spiral of silence (**Noelle-Neumann**), and the agenda-setting (**McCombs** and **Shaw**). Our analysis pays special attention to these two interpretations, not only because they are the most widespread and accepted nowadays, but also because their postulates seem to back the relevance of certain methodological avenues we have adopted in this thesis, such as the thematic analysis model. Besides, they provide interesting standpoints from which we may analyse the data obtained in the results of the study case.

The “Communication and society” section ends with an analysis of the two Autonomic Barometers published by the Spanish Centre for Sociological Research (in 2005 and 2010). Here, all credit is due to **Dr. Enric Martínez-Herrera**, lecturer in Political Science at the Pompeu Fabra University, for his inestimable assistance and who also, on being informed of the nature and goals of this thesis, insisted on an exhaustive revision of the aforementioned studies, the most ambitious projects on regional issues every attempted by the CIS. The analysis was useful for two reasons: on the one hand, the CIS’s barometers revealed many connections between the History and Politics, and the

Communication and Society sections; and, on the other, they provide scientific data with which to measure variables, which would otherwise have been impossible given the logistic limitations of this thesis. Here we obviously refer to regional awareness, since measuring such a complex variable would have been extremely difficult without data available from these two studies.

Alongside the analysis of Autonomic Barometers, we wished to add our own contribution rather than limiting ourselves to reproducing the data of an existing study. As a result, in section 2.2.4.3 we establish a comparison between questions on regional awareness that appear in both of the 2005 and 2010 studies. We compared the evolution of Spanish public opinion on issues like: “The meaning of Spain”, “The Spanish pride”, “The regional pride”, “The importance of regional leaders”, or “Spanish pride versus Regional pride”. Many of these simple formulations recalled significant questions that we had already discussed in the “History and Politics” section, and at the same time, they seemed to touch upon other aspects debated in the review of public opinion and the media.

1.3. A first methodological approach to media analysis

The study of social communication phenomena, in general, and more specifically, of mass media, has been approached from different methodological postulates along History. As a general rule, we can distinguish two perspectives: one of them focuses on obtaining quantifiable results that other researchers can reproduce if they apply the same methodology; the other warns of the complex nature of social phenomena, and suggests going beyond what is easily quantifiable in order

to concentrate on other aspects that are often disregarded with closed analysis models. Content analysis is, in this sense, one of the most popular techniques, though also a recurring point of discussion between quantitative and qualitative researchers on its characteristics, requisites and potential.

1.3.1. Content analysis applied to mass media

Although many authors believe that the golden age of content analysis came in the form of studies attempting to prove the influence of propaganda in social media as rigorously as possible (around the time of the Second World War), it was in fact far earlier, in 1910, that **Max Weber** already suggested in a conference at the German Association of Sociology the creation of a new Sociology of the Press on the basis of quantitative textual analysis (cf. **Deacon et al.** 1999:116).

The contribution of **Lasswell** (1927) to the study of war texts is also interesting, though we must go as far back as the 1950s to find the first attempt at understanding the concept of content analysis. It was **Berelson** (1952: 147), in this case, who defined it as a research technique that aspires to a quantitative description of the manifest content of communications. A few years later, **Stone et al.** (1966:5) insisted on the systematic and objective nature of content analysis. In the 1990s, **Berger** (1991:25) defined content analysis as a Research Technique based on measuring the quantity of something (violence, negative portrayals of women, etc.) in a representative sample of some mass media. And, in similar terms, **Slater** (1998:235) points out that the key objective of content analysis is to

control interpretation in order to shift researches towards the more scientific approach of “counting things”. Within this quantitative aspiration, a special mention should be made to **Neuendorf**, as she bluntly states that content analysis is, above all else, a systematic technique based on a scientific method that summarises the information of a series of messages and lies (**Neuendorf** 2002:10).

Authors such as **Deacon et al.** (1999:115) point out that the existence of content analysis with not even a hint at evaluation, as **Berelson** seems to suggest, is “highly questionable”. Similarly, **Altheide** introduces some qualitative nuances by stressing the importance of understanding latent meanings (as quoted in **Cea D’Ancona**, 1996:352). Before him, however, in the 1980s, a visionary of research methodology in Social Sciences, **Krippendorff**, wrote that content analysis was at a crossroads and that it remained to be decided where to go from there. Years later, he still insisted on the crossroads theory:

“In the first edition of Content Analysis, published in 1980, I suggested that content analysis was at a crossroads. Content analysis at that time had a choice: They could continue their shallow counting game, motivated by a journalistic fascination with numbers and a narrow conception of science in which quantitative measurement provides the only evidence that counts (**Lasswell**, 1949/1965b), or they could refocus content analysis methods on social phenomena that are both generated by and constituted in texts and images and, hence, need to be understood through their written and pictorial” (**Krippendorff**, 2004:xiv).

However, a few years earlier, **Holsti** (1969:2) had already formulated several questions that content analysis could answer. Two of these were especially interesting: “What is said?” (Evaluation of content and description of the tendencies it produces) and “How is it said?” (A study of formal, rhetorical and stylistic techniques used in the text in order to achieve its goals). More recently, **Deacon et al.** (1999:116) have added that the natural environment for

content analysis is “communication and cultural studies”. That is the reason why, they continue, we have seen lately a profusion of studies that used content analysis in different fields related to communication and cultural studies: pieces of news, advertising, cartoons, entertaining genres in TV (films, sitcoms, talk shows), magazines, video clips, etc.

If in the 1970s the clash between quantitative and qualitative paradigms marked the development of Sociology, the goal now should not be the imposition of one paradigm over another, but to try and find how best to complement one with the other (cf. **Cea D’Ancona** 1996:46-7, **Deacon et al.** 1999:114, and **Williams et al.** 1988:47). Because, as pointed out by **Duke and Mallette** (2004:1), quantitative and qualitative foci must not be mutually exclusive within one research. Indeed, many authors defend that is impossible to determine *a priori* if one approach (qualitative or quantitative) is better than the other (cf. **Ackroyd y Hughes**, 1992:30). For that reason, as stated before, many methodologists have endorsed lately a combination of techniques aimed precisely at complementing the weaknesses of some with the strengths of others (cf. **Kumar**, 1999:12).

In our study case, we decided to adopt this double approach for the content analysis technique: on the one hand, we assume the importance of providing a quantitative basis for the analysis of the press; on the other hand, we have also found it interesting to go beyond mere quantification and analyse media contents paying attention to distinguishing features of mass communication in general, and more specifically, those of the digital and printed press. In order to do so, we have opted for an implementation of a thematic

analysis. We start off with content analysis (a technique consisting of questioning the content of a text in order to obtain the answers we wish to extricate), and later complement it with an interpretative analysis on raw data from the previous stage.

It becomes apparent, therefore, that the thesis makes a pledge towards a complex understanding of the communication phenomenon. We try to explain it quantitatively, through content analysis, whereby we mean to quantify the media coverage of Spain's autonomous regions as well as the topics in which they appear. But we also provide a qualitative approach by interpreting how these contents associations work.

1.3.2. Foundations of interpretative analysis

Neuendorf (2002) acknowledges that there is a significant group of qualitative analysis techniques that might be applied to the study of media messages and should not be included in the scope of content analysis as such. To that effect, **Obradors Barba** (2007:218) warns that “we cannot reject the analytical efficiency of qualitative methods” which she terms simply as “the hermeneutical gaze”. Among these other techniques, **Neuendorf** (2002) lists, quoting **Hijmans** (1996) and **Gunter** (2000), rhetorical analysis, narrative analysis, discourse analysis, interpretative analysis, critical analysis and normative analysis. Under interpretative analysis, the researcher must be a tireless observer, ready to interpret texts and provide data comparisons in order to establish theories about his object of study. While interpretative analysis finds its roots in scientism, we

should not forget that it is still in the qualitative approach that the analyst must continuously discover and review new incoming data (Neuendorf, 2002:6).

Reguillo (1998:36) defends interpretative analysis in social research because, obvious though it may seem, “data do not ‘speak’, we make them speak”. Interpretative analysis has an immanent quality, which leads us to the object of study itself (written texts, audiovisual material, etc.) and its intrinsic features, when applied to communications. But there also exists a “transcendent analysis” that “pays attention to the relation between the object and the social world it interacts with”; in other words, it provides a framework that other less flexible research perspectives usually don’t (quoting **Reguillo** again, we have tried to “break with naïve empiricisms”). Interpretative analysis turns the researcher into “his or her own hermeneutical machine”: he or she is ultimately the one who interprets and offers his or her knowledge and skills (**Mejía Araúz**, 1998:36).

If interpretative analysis was intended as a complement to the quantitative data obtained when analysing topics, it also became necessary to fine-tune the analysis of the amount of media coverage by means of a new model that took into consideration the distinguishing features of the press.

1.3.3. News design as a weighting tool for research purposes

As mentioned previously, the study case for this thesis focuses on the analysis of printed and digital press, through which we attempt to examine, on the one hand, how Castile and León and the other Spanish autonomous regions are

portrayed in the national press and, on the other hand, the relation between regional feelings of identity and regional media salience.

These two aspects share a new link now: the quantification of the presence of Spain's different autonomous regions in the press. Quantitative measuring of the presence in the media is without doubt an invaluable indicator for the purposes of the analysis of media portrayal. However, as we pointed out above, the circumstances surrounding our specific object of study require us to go one step beyond mere quantitative filters. For instance, a news item that only appears inside the newspaper is not as important as another that appears on the cover. The same logic applies to the impact of a given text depending on its positioning on the page itself, or whether it is accompanied or not by an image.

Unfortunately, many of the bibliographical sources on news design that we consulted at this stage share a common conclusion: "there were scarce rigorous and systematised studies to formulate a solid and consistent theory on visual communication and graphic design, and this makes it difficult to provide a scientific, more objective, assessment of visual messages in many disciplines. Also, news design is somewhat lacking in a normative basis that can guarantee satisfactory results in the current analysis of the press" (**Suárez Carballo**, 2008:13).

Notwithstanding, as remarked by **Suárez Carballo** (2008:51) himself, there seems to be a certain degree of consensus among experts in graphic design on the notion that there exists a visual syntax that may be analysed in objective terms. Along these lines, **Munari** (2000:19) points out that it would be desirable

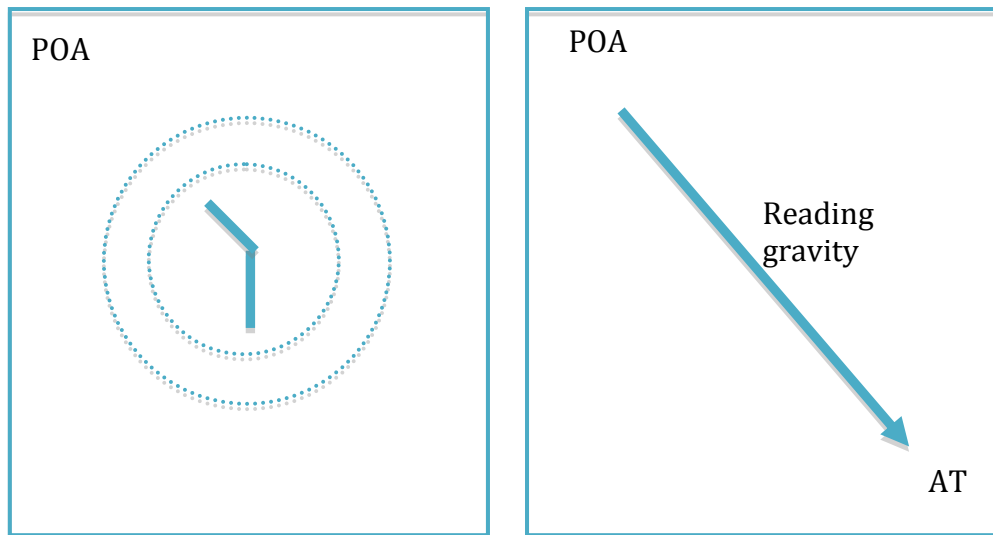
that “the image³ used is legible by, and for all in the same manner, as there is no visual communication but visual confusion in any other case”. Assuming that a specific newspaper page structuring does not produce a univocal meaning, but rather something that is “negotiated” (**Arfurch et al.**, 1997:14), we cannot completely rule out the idea that a news designer is a producer of meaning, someone who “writes” visual/verbal documents and adapts them to the structure of a newspaper cover or page (**Lupton**, 1993:23).

Should we accept that newspaper design is a producer of meaning (cf. **Contreras** and **San Nicolás**, 2001:59), there immediately arises a crucial question: is there a fixed guideline that defines the way in which readers behold a newspaper page? As **Zorrilla** (1997) says, there are two main opposed schools of thought that interpret the reader’s behaviour when contemplating a newspaper page: the one believes that the reader adheres to set of rules when reading a newspaper page, whereas the other defends there is a process of “negotiation”.

Along these lines, **Arnold** warns that if the human body cannot fight gravity, so too does the human eye subject to reading gravity. In other words, if the news designer immediately draws the reader’s attention to the centre of the page, it will be very difficult for him to bring the reader back to the upper part of the page, as the reader’s eyes will naturally move downwards (because of reading gravity). The same reasoning applies if the designer tries to make the reader “go back” to the left. The 10.30 Formula is a representation of the Gutenberg diagram

³ **Suárez Carballo** points out that what the Image Theory says regarding images has to be equally applied to news design. In other words, the pages of a newspaper work as images for Image Theory purposes, because “within the study of news design, a formal analysis of a newspaper page must be approached with similar postulates and rules as those used for visual messages of related disciplines” (**Suárez Carballo**, 2008:49).

that recommends that the news designer should start building the page from the POA (Primary Optical Area), that is, the point where the hands of the clock point to 10.30 (cf. **Zorrilla**, 1997:60).



10.30 Formula and Gutenberg diagram. Source: Zorrilla (1997:61) and Arnold (1986:36)

The second school of thought on reading itineraries on newspaper pages proposes that the “physical attributes of visual elements contribute to establish movements and ocular directions around the newspaper page” (**Suárez Carballo**, 2008:168).

One of the most prominent figures of those who oppose **Arnold's** (1986) postulates is **Mario García** (1993:138), who defends that the reader does not have a previous itinerary in mind before viewing the page. **García's** statements are backed by the research of American behavioural psychologist **B.F. Skinner**, who proved that, on a blank page with a single dot on it, viewers tend to focus on the dot. Moreover, given a blank page with two dots, readers' eyes moved between these two foci of attention (visual impact centres, paraphrasing **García**). Oddly enough, however, should more visual impact centres be added, the effect of

attraction would weaken rather than become stronger (cf. **García**, 1993:138). It is because of this that authors such as **Costa** (1991) warn that “the amount of original elements conveyed must be compatible with the readers’ attention capacity”⁴.

This second approach would lead us to a more likely scenario, bearing in mind that the guidelines by which information reception and processing occur through visual stimuli do not seem to be fixed or unalterable. In fact, it seems that the emission-reception process bears a closer resemblance to a negotiation in which meaning is visually built “through different attention foci based on formal characteristics”(Suárez Carballo, 2008:168).

But, as **Zorrilla** remarks, two seemingly opposed theories such as **Arnold’s** Gutenberg diagram and **García’s** visual impact centres may not be that dissimilar after all. We may accept, as **Zorrilla** (1997:63) does, that “there is a kind of preset reading itinerary” that is a direct consequence, among other things, of the way in which the average reader learns to see since he or she is a child. Consequently, we may also accept that even on a blank page the (Western) reader will first look at the upper left section. Likewise, if there is only one visual impact centre, this will be the reader’s itinerary point of departure, even if it is located in one of **Arnold’s** fallow corners. This third approach is also supported by the empirical data provided by German news designer **Norbet Küpper** (1990), whose research focused on the reader’s behaviour with relation to newspaper pages. In his conclusions, he draws a hybrid model of sorts between **Arnold’s** and

⁴ Quoted in **Suárez Carballo** (2004:281).

García's postulates, resulting from the conclusions to the questions posed by his research: Does the reader start to read from some a specific spot? Can we talk about fixed itineraries in the reader's eye movement? Are some foci more appealing than others? Does the length of a news item have any bearing on the rate at which it is read?

The most relevant of **Küpper's** conclusions (that are at the same time closely linked to the object of study in this thesis) may be summarised as follows:

- Readers always start their visual itinerary from a specific spot, but that spot doesn't always remain the same. It is usually a large picture or headline (36 pt. at least, according to **Küpper** [1990:4]).
- **Küpper's** experiments proved that over 80% of the readers would first look at the pictures. **Küpper** (1990:4) explains this by suggesting that pictures can be processed much more quickly by readers and require less of an effort to do so. Nevertheless, regardless of the underlying reasons, **Küpper** proves that they firmly capture the reader's attention (cf. also **Elosúa**, 2000:189-90). Logically, then, if the news designer attaches an image to a specific item of information, he is quite likely trying to draw the reader's attention towards that specific piece. Incidentally, **Küpper** (1990:4) concludes that "readers read stories with illustrations more frequently than stories with none at all".
- The majority of the readers will look at the headlines, which is important to determine the specific weight we may assign to headlines as compared with other features of the news story.

- Can we predict with all certainty whether a story will be read? Actually, as we may appreciate in the table below, **Küpper** (1990:6) explains that readability hinges upon many factors (cf. also **Suárez Carballo**, 2008:170), not only on page location.

Positive influences	Negative influences
Significant elements that attract the reader's attention (pictures, large headlines)	No significant elements to attract the reader's attention (no pictures, small headlines)
Short stories	Long stories
Fragmentation of news (headings and subheadings)	No fragmentation
Lightening texts by means of graphics or illustrations	No lightening texts by means of graphics or illustrations
Interesting topics	Relatively uninteresting topics
Well-written headlines	Unclear headlines

Table 1. Influences in newspaper readability. Source: Küpper (1990:7)

Thus, we may talk of a moderately predictable visual itinerary that readers adhere to when confronted with newspaper pages, as well as patterns: as a general rule, the reader's attention will shift from larger to smaller text, so he or she will usually focus first on pictures, then on headlines and, finally, on the texts themselves. **Küpper** (1990:7) thereby derives that in most cases, the first three or four elements that capture the reader's attention remain constant, although he rejects the notion that the readers behave always in the same manner when confronted with a newspaper page⁵.

⁵ **Vilches** (1998:63) similarly writes that "visual pictures stimulate the observer to organise their reading much as the conductor of an orchestra arranges a score. The signs remain the same, but conductors interpret scores differently".

Additionally, the Internet introduces new elements that should be taken into account for research purposes. First of all, the production surrounding Internet media features a set of distinct peculiarities that don't exist in the printed press, and it therefore requires a slightly different approach.

On the one hand, the need to endlessly update content forces one to reconsider time criteria. We do not only have one edition to choose from for the purposes of systematising future analysis (as there may be several in one day), but we must also reconsider the importance of the location on webpage. We wish to imply by this that location has no relevance at all, but its importance is somewhat affected by the peculiarities of digital media: location on the page is not always as much the product of thoughtful assessment as it usually is in printed publications. Here, mere immediacy prevails (**Salaverría and Cores**, 2005:151, and **Palomo Torres**, 2005:187).

Digital newspapers benefit also from other tools that printed papers do not possess. These distinguishing features do not only affect the final product (which is clearly different, as we will see), but also the way in which that product must be studied. As with the printed press, it is essential to understand the tools that digital newspapers employ to prioritise stories for their readers. In this regard, the notions of **López García et al.** (2005:46) on hypertextuality, multimediality and interactivity were of particular significance.

If **Küpper's** studies were a key milestone to our approach on the printed press, digital media requires a close acquaintance with eyetracking studies. These will help determine recurrent patterns in the reader's eye movements in front of

the computer screen. Already when we discussed readers' visual itineraries on written newspaper page, we listed several aspects that cause the eye to shift towards different foci of attention. Digital media produces similar patterns, though in this case there are several advantages to its study, as it is much easier to set up research devices on a computer screen without excessively altering the surrounding environment (one of the main hurdles of eyetracking techniques applied to the printed press, as they required heavy hardware that considerably modified the conditions in which a newspaper is usually read).

When studying visual itineraries in digital media, cameras and other hardware may easily be set up within the computer screen itself allowing readers to surf the Internet as they usually do in their daily lives. One of the most interesting studies that used the eyetracking technique on cybermedia was completed jointly by the Poynter Institute, the Estlow Center for Journalism & New Media and the private company Eyetools, in 2003. Among the most remarkable conclusions, we may highlight the following:

- a) The upper left area is more visually prominent than any other part of the screen. The standard visual itinerary could be illustrated as follows:
- b) Dominant headlines capture readers' attention, especially if they are located in the upper left section of the screen.
- c) Pictures (contrary to the findings of eyetracking studies on the printed press in 1990) are not the reader's usual starting point when viewing websites. The visual weight of pictures is, therefore, less important in the digital press, where text prevails. This doesn't mean that pictures

as a block. Underlining headlines breaks headline-blurb unity too, and the reader will again skip the blurb.

- f) Lower parts of the webpage (especially those that require scrolling) had lesser visual and cognitive impact. Again, this doesn't mean that contents beyond the upper left part of the page are necessarily overlooked⁶. Furthermore, the study shows that the reader's eye would occasionally hover over these lower areas. Why? Because the viewer will often scroll down to skim the contents of that area. At this stage, the eye hardly stops at all at the headlines, so items positioned that far down have one chance at being read, i.e., the headline must be attractive enough to capture the reader's attention.

Due to all of the above, we chose to develop two models of newspaper analysis: one for the printed press and another for the digital media. We took postulates from Image Theory and Perception Psychology applied to news design and used them to take into account several aspects that might have been disregarded by a merely quantitative approach. The model is fully detailed in the third chapter (Methodology) of the thesis.

⁶ **Arnold** (quoted by **Whitbread**, 2001:162) talked about the aforementioned "fallow corners", areas that the eye seldom rests upon. But even **Arnold** clarified that this did not imply that all of the content located here was meant to remain unseen. Rather, it was a warning for news designers: if they wished to highlight certain items of news, they must simply avoid "fallow corners".

1.4. Study case

After reviewing the relevant literature that could enlighten our research questions, we put forth an interregional comparative study case that would explore media coverage of Spain's autonomous regions in both the printed and digital national press during 2010. Our main goal was to define media coverage itself in order to assess whether some autonomous regions were actually being underrepresented and, if so, to what extent. There was a special emphasis on Castile and León, as this is a study based on this particular autonomous region and it was conducted by a regional researcher and financed by the regional government. At the same time, nonetheless, the review of academic literature has definitely taken our scope to an interregional level, in order to answer all of the questions that naturally arose during the development of the study.

The main objectives were set in two main scenarios: regional and national. At a regional level, we aimed to quantitatively determine Castile and León's media salience in the national press as well as to define whether the characterisation of Castile and León in the regional news was predominantly negative or not. At a national level, our main goal was to discover whether there was a relation between media salience of Spain's autonomous regions and the extent to which their regional awareness was awoken. Secondly, and with a view to pondering how relevant the correlation between the variables of "media salience" and "regional awareness" were, we set several objectives that linked the former with other such variables as "demography", "surface", "wealth index", "productive potential" or "editorial competency".

Later on, we designed a methodological approach according to the necessities we had spotted while outlining the research goals. We also ensured that it should be fundamentally supported by the literary methodological review that we have also discussed in this introduction. We chose content analysis from a quantitative perspective (amount of news and number of modules devoted to each autonomous region) and a semiquantitative perspective⁷ (topics and adjusted measurements considering the elements of news design). An elaborate version may be found in the methodology chapter.

Moreover, the study case did not only focus on the analysis of the results of media coverage of Spain's autonomous regions in the national press, but also on the correlations of these data with other interesting indicators we gathered from INE's (Spanish National Institute of Statistics) and CIS's vast databases. At this stage, we had already analysed in full detail the two Autonomic Barometers of 2005 and 2010, which authors like **Enric Martínez**—whom we personally consulted on the matter⁸—described as the best snapshot of Spain's autonomous state of affairs. Thanks to the correlations between data from these two Barometers and the data of media coverage from our own study, we could answer the hypothesis about alleged relations between regional awareness and media salience.

The fundamental basis behind this doctoral thesis is to make a humble contribution to the debate of regionalism and identity from a mass media

⁷ We consider this second approach as semiquantitative because it includes a qualitative part in developing the models of analysis. However, once we have agreed on the adequacy of those models, data collection becomes a purely quantitative process.

⁸ We also consulted Martínez's (2002) paper on nation-building processes promoted by regional governments.

perspective. What is exhibited here is by no means undisputed truth and neither do we wish it to be so. It is, we hope, the product of an exhaustive and comprehensive work that has strived to be as forthcoming as possible. What ensues was born with a clear intention to generate further debate rather than discourage it, in the firm conviction that scientific knowledge in general, and specifically social scientific knowledge, is built upon the foundations of observation, interdisciplinary analysis and hard work.

2. Conclusions

What follow are some of the conclusions that can be drawn from this doctoral thesis. We have tried to formulate them in a clear and concise manner so they can be easily understood.

1. Identity is an elusive concept, but it seems to be quite present in current Spanish social imaginary. Significantly enough the two main projects that the Spanish Centre for Sociological Research (Centro de Investigaciones Sociológicas, hereinafter CIS) has devoted to the study of the Spanish Autonomous Communities from 2005 have mainly focused on this issue. Therefore, identity can be, essentially, something changing and chimerical, but few doubt that it has been one of the most discussed topics within Spanish public opinion in recent History.
2. Identity has no natural features, nor is it something static or uniform, as seems to be suggested by certain peripheral nationalisms, but something that has been fed from several sources along the course of History and has adapted its form to different standards. Thus, language, religion or territory can be praised as some kind of difference, but sharing common projects are more often decisive in defining peoples' will to stand together around some notion of identity. It is from this consensus on common goals where identity elements reinforce such will, which does not have to be necessarily predominant within the group.
3. Renowned historians agree that Castile has played a central role in developing the Spanish political project. First, because it soon took charge

of the Reconquista process following a short period of Astur and Leon leadership. But also because it knew how to integrate the other Christian kingdoms scattered around the Iberian Peninsula into that common project called Reconquista.

4. By the end of the XV Century and the dawn of the new century a new paradigm comes up, and Castile, the natural leader of the newborn Hispania, has to reconsider its position and even its own personality. Once the Reconquista is over, peninsular kingdoms melt into one realm (excepting Portugal, but it will join later) while a New World is discovered. All of which is interpreted as a godly sign to back the emerging realm that has finally, eight centuries later, put an end to the Muslim occupation of the Iberian Peninsula.

The coronation of King Charles I takes Castile physically away from its monarch for the first time ever, and this lays the foundations of the first identity crisis of the region, as two clearly opposed parties faced each other. On the one hand, those Castilians who want to come back to a time when kings were approachable, as it had always been the case in Castile History, especially under the rule of the Catholic Monarchs; on the other, Charles I, the new king who believes Castile is only one more territory within his imperial project. What collides here is the notion of what must inspire the country: those Castilians who rebel against their king in the Revolt of the Comuneros (1520-21) see Castile as a realm that must focus on its own land; whereas what Charles I is proposing is a new common goal for them all: the biggest Empire the world has ever known. The defeat

of the Comuneros in Villalar certifies the transition to the former shared goals (Reconquista and unification of peninsular kingdoms) to a new common project of imperial glory that goes beyond the borders of the Iberian Peninsula.

At that moment, a process of dilution of the Castilian status begins because once it had led the Reconquista, but now it was just one more territory of the new Spanish imperial enterprise. What is more, as Castile had inspired what Spain is now, the Castilian identity starts to overlap with the whole notion of Spain and Spanish identity to the point that, with the passing of time, both will look like identical issues. Castile, at the indisputable core of the formation of the Spanish identity, loses its own identity, as stated by **Linz**, in the process.

5. As the XIX century is the period when Romanticism reaches its height, and being nationalism as we know it today a romantic cause itself, we can easily understand why nationalism arises in peripheral Spain, but not in Castile: there are no Castilian politicians willing to play the victim and rewrite History (the importance of leaders has been reemphasised through the comparison of the Autonomous Barometers, which verify that the presence of strong regional leaders favours the identification of the citizens with the region), nor there was a situation of popular support against a hypothetical centripetal oppressive force. If Castile created Spain, there is nothing dumber, as **Azaña** used to say, than anti-Spanish Castilian nationalism. And if it appeared at some point of History, it looks more like a defensive reaction against the proliferation of peripheral

nationalisms, especially in the Basque Country and Catalonia, where History seems to be rewritten at will. This happens, amongst other reasons, because, as pointed out by **Ortega y Gasset**, when the common project is ambitious and peoples have enough reasons to feel proud of being part of it, no centrifugal forces can crack it. But when pessimism and disillusionment spread, voices claiming to get away from the oppressor centre proliferate. We must remember, in this respect, that the end of the XIX century was marked in Spain by the huge disappointment provoked by the loss of the last colonies. Nothing but a symbol, maybe, but an undeniable reaffirmation that the Empire, staggering during the last centuries, had finally collapsed. That, along with the breeding ground of national romanticisms, gave a boost to protests in the periphery that blamed the centre –Castile itself, though Castile was just a symbolic centre by then– for their misfortune and that started to demand their own way to solve things, even if in order to do so they had to falsify History.

6. The Spanish transition to democracy tried to recover some of the identity issues that had been postponed for forty years after the end of the Civil War (1936-39). The idea was to acknowledge distinguishing features of different regions within Spain, even if they had been artificially amplified by men willing to rewrite History according their own personal interests, with the conviction that in doing so, the centralist allergy of certain regions of peripheral (and insular) Spain would stifle. What came next, however, was a reaction by the rest of Spanish regions claiming for their own distinguishing features or reacting in a defensive manner. That gave

way to a free-for-all model (what in Spanish was called “café para todos”, ironically emphasising the Governments’ will to please everyone) which, in the end, has proved to be a completely ineffective solution. If we assume that regional identity hinges upon exalting differences, the disintegration potential is unlimited.

7. The autonomy process brewed in the Transition has not served to revitalise the Castilian regional pride, which had step aside in the past in order not to collide with the Spanish pride (a much more undisputed truth of history).

The Castilian identity has not even emerged in a defensive way, as it somehow did during the Spanish Second Republic (1931-1936). Maybe the reason for that is not to be found in the past, but in the present days of an uninhabited, scattered, barren and barely industrialised region with gigantic unemployment rates and scarce symbolic elements to inspire pride among their citizens. Comparative analysis of Autonomic Barometers I and II certify that, as Castile and Leon shows modest regional pride rates (even when not confronted to Spanish pride) compared to other autonomous communities.

8. Notwithstanding, current opinion polls contradict peripheral nationalism postulates in two ways: on the one hand, identities are not exclusive –on the contrary, one, two, or even more identities often coexist within the same individual causing no fuss at all–; on the other hand, an overwhelming majority of Spanish citizens ratify their inclination to this

dual model by which they feel proud of both their region and their country.

A conclusive proof for this is that when regional pride does not collide with Spanish pride (that is, when you are not forced to choose just one of them), Autonomic Barometers I and II by the CIS show high levels of support for both prides in most autonomous communities in Spain (rates around 90% of support). The levels decline when the question forces the interviewee to choose between two identities, but such collision resides more in the type of answers provided by the pollster than in an inner trouble on the part of the interviewees for being proud of their region and their country at the same time.

9. The analysis of media coverage of the Spanish autonomous communities in 2010 shows that there is an informative elite monopolised by Madrid and Catalonia, followed by a group of three regions composed by the Basque Country, Valencia and Andalusia that also receives a relevant share of media attention, though comparatively much smaller than the former. The other twelve communities receive undoubtedly much less media coverage in the national press. Castile and Leon is the most important of the less important communities from a media coverage point of view. However, the gap –in absolute terms– between this third group (the one composed by the twelve less exposed communities) and it is much wider than the one between the first (Madrid and Catalonia) and the second group (the Basque Country, Valencia and Andalusia).

10. An adjusted measurement of media coverage also establishes three main groups, though composed by different communities. The first one includes three communities: Catalonia, Madrid and the Basque Country, all of them ranging around the same amount of media attention. The second one is composed by Valencia and Andalusia, with a share of about a third of the media coverage (adjusted measurement) received by the communities of the first group. The last group, headed again by Castile and Leon, comprises the other twelve Spanish communities, which hardly receive half the coverage of those included in the second group and a sixth of the media attention devoted to Catalonia, Madrid and the Basque Country.
11. The results of media coverage vary slightly depending on the focus used to assess it (printed or digital press, publication, sections...); but, as a general rule, the three groups mentioned above persist in almost all possible cases. If we examine the cover of the publications studied, for instance, we can ratify the theory of the three main groups, though it widens the gap between the more represented communities and the rest.
12. The correlation between the data on the exaltation of regional pride, obtained in the Autonomic Barometers of the CIS, and the data of media coverage of the autonomous communities, obtained in the study case, prove a significant link between both variables, which lead us to verify the hypothesis that communities that express their regional pride more actively (positively –praising distinguishing features or supporting

- nationalist parties– or negatively –labelling Spain as an oppressor force–) receive more media attention.
13. There are also relevant correlations between media coverage of the autonomous communities and rates of income, production, population and editorial activity (especially these last three). Therefore, most subhypothesis have been confirmed: communities with more inhabitants, production, income or population rates are more likely to receive more media attention.
 14. On the contrary, the subhypothesis suggesting that the autonomous community of Castile and Leon appeared more often associated to negative issues has to be rejected, as data prove that positive topics associated to the region prevailed in media discourse during 2010.
 15. Once it has been proved that the media portrayal of autonomous communities in Spain is clearly unbalanced from a quantitative point of view, we can state that media are contributing, whether that is intentional or not, to widen the gap between Spanish autonomous communities. Even if they do not intend to do so, the Spanish media is amplifying the discourse of distinguishing features brewed in different political spheres, especially that of peripheral nationalism. **Noelle-Neumann** had already suggested that consonance, accumulation, omnipresence and climate of opinion were crucial factors to understand how public opinion worked. So Noelle-Neumann's spiral of silence theory supports our previous formulation: by producing, on a more or less uniform basis and through different media, an unbalanced portrayal of different Spanish regions only

more imbalances emerge. The spiral of silence theory can be also applied to the expression of nationalism itself in terms of avoiding isolation. If individuals tend to perceive that exclusive nationalism is the prevailing form of expression of public opinion, maybe those who do not interpret identity in this exclusive way silence their own opinions in order not to be socially rejected.

16. An underrepresentation of certain communities in the discourse of the Spanish press means, paraphrasing **McCombs** and **Shaw**, that these regions are being taken out the media agenda, and therefore, to a greater extent, of the public agenda because, as **Cohen** (1963:13) said, media may not be “successful much of the time in telling people what to think but it is astonishingly successful in telling its readers what to think about” (cf. also **Iyengar** and **Kinder**, 1998:188). Giving an oversized salience to certain regions or silencing topics related to others is, thus, lead to a widened gap between Spanish autonomous communities and further exaltation of the so-called distinguishing features, though that may not be the original –or primordial- intention of news editors.

As a result of that, the results of this research are supported by the two more relevant public opinion theories nowadays: the **agenda-setting** and the **spiral of silence**, which, as we have seen, can be easily applied to the results we have obtained in the thesis.

From the conclusions listed above we can formulate three ideas to summarise the work of this doctoral thesis:

- The Spanish printed and digital press provides an unbalanced portrayal of Spanish autonomous communities. Catalonia, the Basque Country and Madrid monopolise an overwhelming majority of media attention.
- The aforementioned conclusion, along with theories of media impact listed above, suggest that an unbalanced portrayal of Spanish regions in the Spanish press widens the gap between them by excessively increasing the salience of some of them and silencing what happens in others.
- Correlations between media coverage and statistic data about the Spanish autonomous communities suggest that the press prioritise those regions with a higher regional awareness and cover more issues related to more populated, richer or more productive regions. Therefore, the Spanish press does not promote balance but inequalities between regions, because poorer, less populated or less productive regions are being progressively silenced from the public sphere by limiting their salience in the mass media.

As a result of those three ideas, one may wonder about the role that the media should play in shaping current public spheres. We have seen that many experts in public opinion defend that the media deeply influence their audiences, but in many cases that influence is not even sought. This can also be deduced from the results of the study case of this thesis: maybe the printed and digital media studied here do not deliberately prioritise communities that praise their distinguishing features the most as a part of a centrifugal strategy. Quite likely, too, those journalists are not consulting demographic or wealth indicators prior

to their selection of one piece of news about one autonomous community or another. But the important thing is that the data collected in this study clearly prove that communities with a higher degree of regional awareness appear more in the press, and those with a higher demographic or economic weight also receive a better coverage, quantitatively at least. Such an imbalance may promote a feeling of displacement amongst those communities that do not feel so well-covered, and History shows us that this country is almost as acquainted with peripheral nationalism as with defensive ones. Solution, as suggested by History itself too, lies in integrating the diversity rather than praising distinguishing values and promoting dilution. Newspapers must be aware that even if they do not intend to do so, the effects of their unbalanced portrayal in the audience are true.

We should recall here the affiliation of this research to a number of publications considered to be relevant for the reasons explained in the methodological chapter. In like manner, the study has focused in a very specific period of time, 2010, in order to keep the project within reasonable boundaries of feasibility. This might be interpreted as a limit and it is indeed, because the portrayal of press performance along one single year does not allow us to extrapolate the results to other media and time contexts. That is why we have tried to apply the results only to the humble scope of that year.

Nevertheless, the time limitation can be also interpreted as a starting point for future investigations. In this respect, one of the strong points of the study is the proposal (and use) of different tools of analysis aimed at satisfying different needs of different research approaches. Those who interpret social

communication as a phenomenon that must be measured quantitatively can make the most of the different mechanisms we use to measure news and modules that we explained in the methodology chapter and then applied to the study case.

Those who see the phenomenon of social communication as something that can only be interpreted with tools that escape mere quantitative measurements will have found it useful the models of adjusted analysis through which we have tried to systematically extract data from different media (printed and digital press) taking into account several aspects (news design tools, location on page, etc.) that go beyond a mere quantitative approach of number of news or modules.

Therefore, it might be interesting for future researches to analyse the phenomenon analysed in this thesis from different time perspectives. It would be interesting to assess, for instance, if this unbalanced portrayal of different autonomous communities happened in the past too, or if it will continue in the future. Whoever wants to deepen the analysis of such a fascinating phenomenon will not have to start from scratch. Even if the models of analysis suggested in this thesis are not, as we said before, close –thus can be corrected, expanded and improved– they can definitely be a useful tool to begin with for future studies. Researchers willing to widen the present time scope of this analysis have also a modest contribution to their work through the data collected in 2010, which can be used for comparisons and other research purposes: here they will find references to a compilation of more than ten thousand pieces of news along a whole year, later analysed through the different models suggested.

Likewise, it might be interesting to widen the research beyond the scope of the four media studied in this thesis (that we chose –as explained in the methodology chapter– for their impact on national audiences). It could also be interesting to compare data from printed and digital press with others from television or radio, in order to assess if they also underrepresent some regions or, on the contrary, provide a fairer portrayal of them all.

In like manner, future researches may focus on the topic analysis we have only applied to Castile and Leon. One of our subhypothesis stated that there was a predominant negative portrayal of the region and data have proved the contrary. Notwithstanding, this rejection (which we find interesting too, as the implications are relevant too) should not discourage researchers to test that same hypothesis in other autonomous communities. What we tried to deduce from such a statement –should we have succeeded to prove it– was that a predominantly and recurrently negative characterization of a region could encourage inhabitants from other regions to praise their distinguishing features (that is, to claim they were different to those badly portrayed), an interpretation that lead us again to studies on stereotypes by **Noelle-Neumann**. That the subhypothesis was not true in the case of Castile and Leon does not mean that it should be abandoned when applied to other regions. To sum up, it would be highly interesting to apply this same topic analysis to other autonomous communities. Whoever wants to start this task can also make the most of the topic analysis model we have developed here, which, like the others we have mentioned before, can be corrected, expanded and improved, though it is already a starting point for anybody.

La relación de la visibilidad mediática de las Comunidades Autónomas con la conciencia regional y otros indicadores sociales.

Análisis comparativo de la repercusión mediática de las regiones españolas y estudio temático de la cobertura periodística de Castilla y León en la prensa nacional

[Tesis doctoral]

[Roberto Gelado Marcos]

[Director: Dr. D. Pedro Rivas Nieto]

Agradecimientos

A Pedro Rivas, por entenderme, más allá de esta tesis.

A Jeff Miley, por su generosidad y su inspiración.

A Enric Martínez, por su facilidad para ponerme siempre sobre la pista correcta.

A Pilar Pérez, por acompañarme durante los primeros años del camino.

A José David Urchaga, por su paciencia metodológica.

A David Senabre, por confiar en mi capacidad investigadora.

A John B. Thompson y David Lehmann, por sus consejos.

A la Universidad Pontificia, la Junta de Castilla y León y el Fondo Social Europeo por hospedar y financiar este proyecto.

A Pedro Sangro, por ser mi mejor mentor personal y profesional.

A mi familia, amigos y compañeros de café de todos estos años, por estar ahí siempre.

Índice

1. Introducción.....	7
1.1. Historia y política.....	9
1.1.1. Una perspectiva interdisciplinar.....	14
1.1.2. Una mirada al pasado y al presente.....	15
1.2. Comunicación y sociedad.....	21
1.3. Un primer acercamiento metodológico al análisis de los medios.....	28
1.3.1. El análisis de contenido aplicado a los medios de comunicación.....	29
1.3.2. Fundamentos del análisis interpretativo.....	33
1.3.3. El diseño periodístico como herramienta de ponderación.....	35
1.4. El estudio de caso.....	48
2. Marco teórico.....	51
2.1. Historia y política. Reflexiones históricas sobre las regiones españolas desde una perspectiva castellanoleonésa.....	52
2.1.1.1. El germen de Castilla y León.....	56
2.1.1.2. La unión de reinos.....	64
2.1.1.3. El Reinado Católico.....	69
2.1.1.4. El alzamiento comunero.....	76
2.1.1.5. Después de la Comuna, el Imperio.....	87
2.1.1.6. La decadencia del imperio.....	96
2.1.1.7. El siglo XX. La transición y el sentido autonómico.....	105
2.1.1.8. De la transición a hoy.....	109
2.1.1.9. Reflexiones finales a la luz de los episodios históricos revisados.....	127
2.2. Comunicación y sociedad: medios, opinión pública y conciencia regional.....	142
2.2.1. Los medios de comunicación.....	142
2.2.1.1. Introducción. La importancia de los medios en la creación de imágenes colectivas.....	142
2.2.1.2. Teoría y breve historia de la comunicación de masas.....	146
2.2.2. La opinión pública.....	155
2.2.2.1. Perspectivas de análisis del fenómeno de la opinión pública.....	156
2.2.2.2. Hacia una definición del concepto de opinión pública.....	159

2.2.2.3. Funciones sociopolíticas de la opinión pública.....	166
2.2.2.4. Medición de la opinión pública.....	170
2.2.2.4.1. Encuestas.....	170
2.2.2.4.2. Barómetros.....	174
2.2.2.4.3. Análisis de contenido y otros métodos de medición	181
2.2.3. El papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública. Teorías sobre el impacto.....	182
2.2.3.1. Primera etapa: Teorías del impacto directo (1920-1940).....	184
2.2.3.1.1. Metáforas del impacto directo: la aguja hipodérmica y la bala.....	187
2.2.3.2. Teoría de los efectos limitados (1940-1960).....	189
2.2.3.2.1. Teoría de la exposición y percepción selectiva.....	191
2.2.3.2.2. Teoría de la influencia en dos pasos.....	193
2.2.3.2.3. Otros factores intermediarios relevantes y críticas a las teorías de efectos limitados.....	195
2.2.3.3. Teorías de transición (mediados de los 60-mediados de los 70)	198
2.2.3.3.1. Modelos de la difusión.....	199
2.2.3.3.2. Modelo transitivo o de reconversión.....	205
2.2.3.3.3. Paradigma de la Búsqueda de Información.....	206
2.2.3.4. Reinterpretación del efecto directo (mediados de los setenta-hoy).....	208
2.2.3.4.1. La espiral del silencio.....	213
2.2.3.4.2. Tematización y agenda-setting.....	217
2.2.4. Estudios sociopolíticos sobre la identidad regional en la España actual.....	232
2.2.4.1. Barómetro Autonómico I.....	232
2.2.4.1.1. ¿Qué significa España para los españoles?.....	234
2.2.4.1.2. El orgullo de ser español.....	238
2.2.4.1.3. El orgullo regional.....	242
2.2.4.1.4. ¿Región o nación?.....	246
2.2.4.1.5. Sentimiento español frente a sentimiento regional.....	248
2.2.4.1.6. Conclusiones generales del Barómetro Autonómico I.....	254
2.2.4.2. Barómetro Autonómico II.....	256

2.2.4.2.1. Grado de autonomía.....	257
2.2.4.2.2. ¿Qué significa España para los españoles?.....	260
2.2.4.2.3. El orgullo de ser español.....	263
2.2.4.2.4. El orgullo regional.....	266
2.2.4.2.5. Las relaciones con el Gobierno central.....	270
2.2.4.2.6. Sentimiento español frente a sentimiento regional.....	275
2.2.4.2.7. El impacto del nacionalismo.....	280
2.2.4.2.8. Conclusiones generales del Barómetro Autonómico II.....	282
2.2.4.3. Comparación y evolución entre los dos barómetros autonómicos.....	283
2.2.4.3.1. ¿Qué significa España para los españoles?.....	284
2.2.4.3.2. El orgullo de ser español.....	291
2.2.4.3.3. El orgullo regional.....	295
2.2.4.3.4. El peso de los líderes regionales.....	300
2.2.4.3.5. Sentimiento español frente a sentimiento regional.....	304
2.2.4.3.6. Conclusiones.....	307
2.2.5. Castilla y León en los medios. Una revisión bibliográfica.....	310
2.2.6. Otros estudios sobre Castilla León, medios e identidad regional.....	313
3. Estudio de caso.....	317
3.1. Planteamiento de objetivos.....	324
3.2. Hipótesis de investigación.....	326
3.3. Diseño metodológico y análisis propiamente dicho.....	333
3.3.1. Análisis de la prensa impresa. Definición del universo de análisis.....	334
3.3.1.1. Selección, partiendo de esa población, de una muestra adecuada.....	335
3.3.1.2. Elección y definición de las unidades de análisis....	339
3.3.1.3. Medición de la presencia.....	342
3.3.1.4. Medición de la presencia matizada.....	343
3.3.1.5. Medición de la caracterización.....	344
3.3.2. Análisis de cybermedios. Definición de la población de análisis.....	345
3.3.2.1. Selección, partiendo de esa población, de una muestra adecuada.....	346
3.3.2.2. Elección y definición de las unidades de análisis....	347

3.3.2.3. Medición de la presencia en la prensa digital.....	350
3.3.2.4. Medición de la presencia matizada en la prensa digital.....	351
3.3.2.5. Medición de la caracterización en la prensa digital.....	352
3.3.3. Enunciado y justificación de categorías de temáticas recurrentes.....	353
3.3.4. Modelo de ponderación de las noticias en la página de periódico y justificación.....	373
3.3.5. Propuesta y justificación de un modelo para el análisis ponderado de las noticias en cibermedios.....	377
3.3.6. Elementos de medición. Un resumen breve.....	383
3.4. Resultados.....	389
3.4.1. Análisis cuantitativo por número de noticias, módulos y módulos ponderados.....	391
3.4.1.1. Resultados totales por número de noticias.....	391
3.4.1.1.1. Resultados por número de noticias en prensa impresa.....	394
3.4.1.1.2. Resultados por número de noticias en prensa digital.....	397
3.4.1.2. Resultados por espacio (módulos).....	400
3.4.1.3. Resultados ponderados.....	407
3.4.2. Resultados por secciones.....	415
3.4.2.1. Cultura.....	415
3.4.2.2. Economía.....	421
3.4.2.3. España.....	425
3.4.2.4. Portada.....	431
3.4.2.5. Ciencia.....	436
3.4.2.6. Salud.....	438
3.4.2.7. Sociedad.....	440
3.4.2.8. Solidaridad.....	442
3.4.2.9. Tecnología.....	444
3.4.3. Correlaciones entre la cobertura mediática y otros datos autonómicos.....	446
3.4.3.1. Repercusión mediática y regionalismo.....	449
3.4.3.2. Repercusión mediática y población.....	459
3.4.3.3. Repercusión mediática y superficie.....	461
3.4.3.4. Repercusión mediática y densidad de población... ..	463
3.4.3.5. Repercusión mediática y nivel de renta.....	465
3.4.3.6. Repercusión mediática y capacidad productiva.....	467
3.4.3.7. Repercusión mediática y producción editorial.....	468

3.4.4. Análisis de las temáticas empleadas en Castilla y León.....	470
4. Conclusiones.....	486
5. Índice de tablas, cuadros y gráficos.....	500
6. Bibliografía.....	505

1. Introducción

La presente tesis nace, a partes iguales, de bastantes interrogantes y de alguna que otra fuerte convicción arraigada en un cúmulo de experiencias profesionales y personales. Que se haya llegado a convertir en el volumen que el lector tiene hoy en sus manos solo ha podido ser posible por la indispensable financiación de la Junta de Castilla y León y el Fondo Social Europeo, lo cual creó de entrada un vínculo inevitable –porque, entre otras razones, tampoco se quería evitar– del proyecto con la región castellanoleonesa. Aquello, lejos de ser un problema, supuso un interesante punto de partida para una investigación cuyo objetivo fundamental era aportar datos tangibles a la mera intuición de que Castilla y León no ocupaba el lugar que por Historia merecería en el panorama español actual. Como sucede en muchas investigaciones, de manera muy natural, el proyecto fue demandando que el objeto de estudio se expandiese a ámbitos superiores. De nuevo, empezar con un enfoque geográfico limitado no sólo no fue un obstáculo sino que acabó convirtiéndose en plataforma de despegue hacia otras reflexiones interesantes.

Porque demostrar que Castilla y León se halla infrarrepresentada en el concierto español requería indefectiblemente que la mirada se volviese hacia el resto de regiones españolas para definir qué constituía tal infrarrepresentación, ya que en un entorno de retratos desiguales quien está menos representado lo está, indefectiblemente, por oposición a otro u otros que ocupan una posición de prevalencia. La aspiración interautonómica de este estudio, pues, es un producto

natural de la evolución de una investigación que nunca renunció a acudir a la raíz de las preguntas que se le iban planteando.

La elección de los medios de comunicación como campo de pruebas para medir las peculiaridades de los diferentes retratos ofrecidos sobre las autonomías españolas obedece, esencialmente, a la formación docente y a la experiencia profesional del doctorando, inmersas ambas de lleno en el mundo de la comunicación en general y del periodismo en particular. Muchas de las inquietudes surgidas en torno a la infrarrepresentación de Castilla y León provienen, como dejábamos entrever al comienzo de esta introducción, de años de observación como consumidor, estudioso y profesional de los medios de comunicación. La convicción de que los medios influyen de manera muy potente en la elaboración de imágenes colectivas también sustentaba la apuesta por debatir la presencia de Castilla y León en el entorno nacional en función de su retrato mediático.

Sobre esta base inicial, el primer paso de la investigación consistió en realizar una primera aproximación a las diferentes metodologías que pudieran resultar relevantes a la hora de realizar un análisis del retrato mediático de Castilla y León. Al tiempo que se hacía esta revisión metodológica, también se realizó un repaso por las raíces históricas de la comunidad de castellanoleonesa y por el origen de las diferentes regiones españolas con vistas, por un lado, a saber qué habría de entenderse exactamente por “el papel que debería corresponderle a Castilla y León” y, por el otro, para analizar los fundamentos de lo que muchos han dado en llamar la cuestión identitaria en España.

1.1. Historia y política

Nunca se entendió el capítulo de Historia y Política como un apoyo meramente descriptivo a la contextualización del fenómeno socio-mediático que se trataba de analizar. Antes bien, esta tesis siempre ha considerado la comunicación social como un fenómeno complejo, holístico e interdisciplinar cuyo análisis ha de beber de diferentes campos del conocimiento para evitar reduccionismos. En un primer momento, cuando el campo de estudio seguía circunscrito a la comunidad de Castilla y León, se entendió que era necesario buscar en las raíces del fenómeno mismo, indagando entre las obras que pusieran en relación los dos términos de una ecuación que poco a poco iba tomando cuerpo: Castilla y León, y su representación en los medios.

Desde las esferas políticas regionales se podía ver que la dialéctica entre la comunidad y los medios era algo a lo que se le concedía gran importancia, si bien los esfuerzos por aprovechar el potencial de los medios parecían preferir volcarse de puertas para adentro que indagar en el modo en el que la comunidad era vista desde otras regiones españolas; una perspectiva, a nuestro juicio, mucho más interesante.

Un primer repaso a la literatura escrita al respecto arrojó una evidente – que no sorprendente– conclusión: la escasez de títulos sobre la materia era la norma predominante. Eran contados los estudios actuales que se habían realizado sobre la presencia de Castilla y León en los medios y difusas las explicaciones que se ofrecían desde la literatura reciente sobre la hipotética pérdida de peso específico de una comunidad que, en su génesis, se presumía inspiradora de una realidad política de la talla histórica de España.

Por su parte, el desarrollo del apartado metodológico empezaba a sugerir la necesidad de poner en relación el retrato mediático de Castilla y León con el de las otras autonomías españolas a fin de establecer una comparación cabal que permitiera decir con propiedad si, efectivamente, se daba la hipotética infrarrepresentación y, en caso afirmativo, en qué medida.

Los pobres resultados obtenidos en el repaso histórico sobre la dialéctica entre Castilla y León y los medios de comunicación, unidos al hecho de que la investigación empezaba a exigir que el marco geográfico se ampliase, permitió clarificar varios aspectos. Por un lado, que la ampliación del marco geográfico del caso de estudio habría de afectar también a la perspectiva con la que se tendría que abordar la contextualización histórica. Por el otro, que la idea inicial de analizar si Castilla y León estaba infrarrepresentada en los medios o no se movía exclusivamente en un territorio descriptivo. Y, aún siendo éste perfectamente tolerable, se entendía que un trabajo de la dimensión y las aspiraciones de una tesis doctoral debería aportar algo más que la mera descripción de un fenómeno. Esto era así por más que tal demostración fuera interesante a la luz de la escasa bibliografía existente y de las más que relevantes implicaciones que tendría la constatación de tal fenómeno, que hasta entonces se había movido en el terreno de las meras intuiciones que todo el mundo da por sabidas pero nadie se detiene a demostrar. Es más, siendo éste un trabajo que se circunscribe claramente en el ámbito de la comunicación social, y apostando por la perspectiva interdisciplinar de la que se hablaba antes, lo más lógico parecía no tratar los diferentes campos como compartimentos estancos, sino interrelacionados.

Así fue como se concibió la idea de no sólo estudiar el retrato mediático de las comunidades autónomas, sino ponerlo en relación con diversos indicadores sociales que, en ciertos casos, tenían que ver también, y mucho, con cuestiones históricas. La infrarrepresentación mediática de Castilla y León era una mera intuición, sí, pero honestamente no plasmaba una idea excesivamente compleja y, haciendo un ejercicio más de sinceridad, demasiado difícil de demostrar, por más que nadie lo hubiera hecho antes. Por ello se decidió dar un paso más y poner en relación los datos que se obtuvieran en el estudio de la representación mediática con otros indicadores que pudieran radiografiar, en cierto modo, la realidad social y política de nuestro país.

Era valioso, en fin, demostrar que no todas las comunidades autónomas reciben el mismo tratamiento por parte de los medios de comunicación españoles de ámbito nacional; pero resultaba mucho más interesante aún, y encajaba mejor desde esa perspectiva interdisciplinar, tratar de explicar qué factores estaban relacionados con estos desequilibrios en la cobertura mediática. ¿Se trata mejor a las comunidades más ricas? ¿Tienen más peso las comunidades con más población? ¿Influye el hecho de tener una conciencia regional más o menos desarrollada para que los medios nacionales presten más atención a una comunidad en concreto?

Esta última pregunta nos devolvió a la arena histórica. El tema de la conciencia regional parecía estar íntimamente relacionado con la cuestión de las identidades, y la génesis de este fenómeno requería de nuevo una revisión de la historia, esta vez en clave española y no limitada a la perspectiva de los medios de comunicación, como se había hecho previamente en el estudio de la literatura

publicada sobre medios y Castilla y León. La identidad solo se podía explicar remontándose a la génesis de la nación española, si bien la filiación inicial a Castilla y León que se advertía al comienzo de esta introducción hicieron que el recorrido histórico tuviera una ligera inclinación hacia estas tierras. Todo ello, por supuesto, sin descuidar cuestiones relativas a otros territorios españoles que podrían resultar de interés para la definición posterior de lo que habíamos dado en llamar “conciencia regional” y su futura integración en el análisis comparado entre la conciencia regional y otros indicadores de interés.

Por otra parte, si se afirmaba que Castilla y León no era ya la comunidad relevante que un día fue y se trataba de probar eso a través del retrato que de ella ofrecían los medios, parecía cabal enraizar esa situación actual en un contexto histórico anterior. De aquel interés radical volvió a surgir la necesidad de ampliar el estudio a un ámbito superior que al concebido originariamente, porque no se puede entender la Historia de Castilla sin la Historia de España y porque la Historia de España se asienta indefectiblemente sobre las Historias de todos los pueblos que la componen.

No era ya solo que para calcular qué suponía una infrarrepresentación mediática fuera necesario evaluar cómo se representaba a otras comunidades. Es que si lo que se planteaba era un problema de la fortaleza identitaria como elemento prevalente de una mayor o menor representación mediática, resultaba indispensable acudir a la Historia, y no solo a la de Castilla y León, sino a la de todos los pueblos que integran la realidad española. Así, comenzaron a concretarse algunas de las preguntas formuladas de manera genérica con anterioridad: ¿Qué era la identidad? ¿Qué eran los nacionalismos de los pueblos

que configuraban España, dónde y cuándo surgieron y, sobre todo, por qué? ¿Qué influencia tenían los sentimientos identitarios en la prevalencia de unas regiones sobre otras en el contexto de la realidad política de la España del siglo XXI? Y, más ceñido a nuestro entorno de estudio, los medios de comunicación, empezó a consolidarse como pregunta central la siguiente: ¿tenían más repercusión mediática las autonomías con un sentimiento identitario más desarrollado? Y, secundariamente, ¿había otros criterios (demográficos, geográficos, de riqueza, etc.) que estuvieran correlacionados con la cobertura mediática ofrecida a las comunidades autónomas?

La respuesta a muchas de esas preguntas no es tajante y se presta más bien a un constante debate que se ha tratado de reflejar con la mayor honestidad posible en el epígrafe del marco teórico que lleva por título, como este subepígrafe introductorio, “Historia y Política”. Ninguna de las disertaciones que allí se incluyen habría sido posible sin el acceso al ingente trabajo acometido durante décadas por autores clave en el campo de la política y, sobre todo, de la historiografía española como **Claudio Sánchez-Albornoz**, **Américo Castro**, **Ramón Menéndez Pidal**, **José Ortega y Gasset**, **Juan Linz** y, por supuesto, el maestro entre maestros de la historiografía española desde una óptica castellanoleonesa, el profesor **Julio Valdeón**, indiscutible eminencia, sensato orientador e inspiración indispensable en los albores de esta tesis doctoral.

Para el estudio de todas estas obras resultó fundamental, por supuesto, el consejo del director de esta tesis, el profesor **Pedro Rivas Nieto**, así como de sus contactos en universidades iberoamericanas, como los profesores **Tomás Pérez Vejo**, **Carlos Alberto Patiño** y españolas como **Ángel Rivero**. Del mismo modo,

que esta tesis haya abandonado su perspectiva inicial regional para auparse a una realidad superior, la española, mucho más convincente, no habría sido posible sin la indispensable ayuda del director de la estancia de investigación del doctorando en la Facultad de Sociología de la Universidad de Cambridge, **Thomas Jeffrey Miley**, al que también se ha de agradecer que facilitara el contacto con los profesores **John B. Thompson** y **David Lehmann**, de la misma universidad.

1.1.1. Una perspectiva interdisciplinar

La perspectiva interdisciplinar desde la que se ha abordado el estudio del apartado histórico combina principalmente elementos de Historia y Antropología, pues el análisis se refiere a elementos históricos, sí, pero en su dialéctica constante e inevitable con distintas manifestaciones antropológicas. En lo que a la parte histórica en concreto se refiere, se ha optado por “la perspectiva propia de las disciplinas históricas estudiadas con criterios modernos”, esto es, plasmando una aspiración de adquirir un estatus científico, puesto que la nueva historia “se ha liberado de la vieja antítesis entre lo “nomotético” y lo “idiográfico”, es decir, no se limita a acumular hechos ocurridos en el pasado y estudia las comunidades humanas y no al hombre individual” (**Rivas**, 2011:19). El enfoque cobra especial relevancia por cuanto nuestra tesis en sí se adscribe claramente en el campo de la investigación social y, por ende, tiene una vinculación sociológica; algo que encaja a la perfección con la perspectiva de **Barraclough** (1981:345), para quien esta nueva Historia no se diferencia tanto de la Sociología. No se trata, pues, de una mera acumulación de datos, sino de una adecuada contextualización e interpretación de los mismos con el objetivo de

facilitar las claves que no hagan de la Historia una concatenación de hechos aislados, sino la manifestación interrelacionada de las vidas de las gentes. No obstante, pese a que se han aplicado enfoques sociológicos, económicos y antropológicos para el estudio de la Historia, no se ha dejado de lado, porque hacerlo habría mermado la calidad de la investigación, “el carácter deductivo clásico propio de la Historia (...) pues no en vano la historia es, como afirmaba **Frédéric Mauro**¹, la proyección de las ciencias sociales en el pasado” (**Rivas**, 2011:20).

Los datos de este apartado histórico se han presentado ajustándose, por último, al método descriptivo-interpretativo, pues el fin, como se ha señalado anteriormente, trascendía el mero relato de hechos y aspiraba a dar un sentido a los acontecimientos históricos. No hay que olvidar que la razón de ser de este apartado histórico no era otro que proporcionar una necesaria contextualización para el análisis del fenómeno socio-mediático que habría de acaparar el estudio de caso. Por ello el método descriptivo-interpretativo, uno de los más empleados en el área de las ciencias sociales (**Sierra**, 1988:34) se ajusta perfectamente a las necesidades de nuestra investigación, ya que permite proporcionar sentido al contexto con el que se trata de explicar mejor la situación actual.

1.1.2. Una mirada al pasado y al presente

El epígrafe dedicado a Historia y Política arranca, así, con una serie de reflexiones históricas sobre las regiones españolas desde una perspectiva castellanoleonesa. El objetivo es abordar el estudio de la región desde una óptica que, lejos de

¹ Citado por **Davis** (1965:3).

considerarla como un ente inmutable, se presta a analizar, a través del relato de los muchos estudiosos que de esta Historia han sido, la evolución que tuvo tan emblemática tierra desde los albores de su fundación hasta su asentamiento como comunidad autónoma después de la Transición a la democracia, ya en el siglo XX.

Así, nos remontamos en la apertura del subepígrafe histórico a los orígenes de los territorios que actualmente se conocen como Castilla y León para abordar los sucesos fundamentales de una Historia fecunda y prolongada, que hizo más rápida su marcha a medida que se aceleró la Reconquista, pero que en sus inicios –y sus inicios fueron siglos– fue tremendamente lenta porque el proceso reconquistador, como se quejara amargamente **Ortega y Gasset**, también lo fue. No es baladí dedicar espacio al análisis de cómo se gestan estos comienzos, puesto que es aquí donde arranca la configuración de la personalidad leonesa, primero, y castellana, después, con todas las precauciones que hablar de algo así ha de implicar.

Argumentaremos, precisamente, en una de nuestras tesis centrales, que se apoya también en la interpretación que de la historia castellana han hecho muchos estudiosos de la materia, que existe una dilución de la identidad de esta tierra bajo el paraguas de un proyecto superior que ella misma forjó: el español. Y precisamente para ello es necesario saber cómo un territorio, Castilla, que en un principio no era sino tierra conquistada por los musulmanes acabó teniendo el vigor y el carácter emprendedor suficiente como para erigirse en líder natural de los reinos peninsulares en esa empresa que se dio en llamar Reconquista. Veremos, por ejemplo, el papel fundamental del Conde Fernán González en la

vitalista constitución de Castilla como líder natural; y no podremos explicar tal cosa sin repasar el modo en el que los astures acabaron legando su testigo reconquistador a un pueblo, el leonés, a cuyo abrigo fue creciendo el castellano durante varios siglos.

Muchos de los acontecimientos relacionados con la identidad de los pueblos españoles que eclosionan fundamentalmente a partir del siglo XIX tienen, en parte, sus raíces en algunos de los fenómenos históricos sobre los que posaremos nuestra mirada en este repaso historiográfico del pasado español desde una perspectiva castellanoleonesa. Resulta imposible, por ejemplo, entender el fuerte rechazo que suscitó entre los habitantes de León la posibilidad de que se formara una comunidad autónoma conjunta con Castilla sin remontarse a la Historia y al estudio de las distintas personalidades de estos dos pueblos. Y resulta también interesante echar raíces sobre la Historia para desmontar algunas de las tergiversaciones que de ella se han hecho para exaltar diferencias que, de facto, no han sido sino engordadas con el tiempo y las perspectivas interesadas. No hay que olvidar, por ejemplo, que el propio **Valdeón**, quizá la autoridad más eminente en el estudio de la Historia de estas tierras y estas gentes, acaba concluyendo que pese a las diferencias, los 750 años de historia castellanoleonesa son, esencialmente, de fraternidad modélica.

Y lo mismo se puede afirmar para otras regiones de la geografía española. Si el repaso histórico nos ha de servir para entender mejor el panorama actual, también nos resultará de utilidad para ver el modo en el que se ha distorsionado la Historia para situar el debate en nuestros días en unos términos de exaltación de la diferencia interregional que poco o nada se corresponden con la que

también fue historia esencialmente fraterna de los distintos territorios de España. En este sentido, hemos prestado especial atención en el repaso histórico a voces como las de **Sánchez Albornoz** o el propio **Ortega**, para quien la grandeza del proyecto común tiene mucho que ver con la adhesión a la identidad². Porque si la historia de España deja algo claro es que, sin negar las particularidades de cada región, sí fue el particularismo el que acabó desviando el debate hacia páramos que sólo podían resultar fértiles para políticos ventajistas que hicieron de la exaltación de la diferencia un modo de vida. Conviene, pues, repasar algunos puntos cruciales que la historiografía nacionalista periférica no ha dudado en reescribir y así hemos intentado dejar constancia de ello en el repaso histórico.

Cierto es, y de ello daremos cuenta también, que el intento unificador de los pueblos peninsulares, cuyo último asalto acometieron los Reyes Católicos, suscitó cierto escozor social entre determinados grupos recelosos de que la homogeneización pudiera acabar difuminando las particularidades de cada tierra. Sin embargo, son muchos los historiadores que reconocen en la figura de los monarcas católicos a dos jefes de Estado que supieron ver el mayor potencial de una unión de reinos pujantes y que, en buena medida, demostraron también una elevada sensibilidad hacia las peculiaridades de aquellos que se iban abrigando bajo el manto común.

² Vienen muy al caso las palabras que **Renan** (1887:4-5) escribe en su obra *Discours et conférences* como prefacio a su famosa conferencia “¿Qué es una nación?” de 1882: “El hombre no pertenece ni a su lengua ni a su raza; no pertenece más que a sí mismo, pues es un ser libre, un ser moral. Por encima de la lengua, de la raza, de las fronteras naturales, de la geografía, ponemos el consentimiento de los pueblos [...] Para nosotros una nación es un alma, un espíritu, una familia espiritual; resulta, en el pasado, de recuerdos, de sacrificios, de glorias, con frecuencia de duelos y de penas comunes; en el presente, del deseo de continuar viviendo juntos. Lo que constituye una nación [...] es haber hecho grandes cosas en el pasado y querer hacerlas en el porvenir”.

Prueba de ello es que la llegada de su sucesor, Carlos I, desató recelos por parte de castellanos, en particular, y españoles, en general. Aquello acabó derivando en lo que hoy conocemos como la Revuelta de las Comunidades. Es éste un episodio que hoy se entiende central en la historia castellanoleonese y sobre él nos detendremos también para estudiar qué hay de cierto y qué de místico en él. ¿Tiene sentido que hoy se celebre esta festividad? ¿Sienten los castellanoleoneses a los comuneros como símbolos? ¿Lo fueron solo de Castilla? ¿Tenían que ver sus ideales con la tierra, con la exaltación de una diferencia regional del territorio que sembró la base de España? Las respuestas a todas estas preguntas se debaten también en este subepígrafe histórico.

Pero, volviendo a los Reyes Católicos, hablábamos de que muchos historiadores coinciden en señalar que fueron, ante todo, monarcas con sensibilidad para respetar las particularidades. Ante tal certeza, sería atrevido, y desde un punto de vista histórico encerraría tal vez cierta ignorancia también, asegurar que los pueblos que pasaron a integrar España se sintieron oprimidos o incómodos bajo el nuevo seno que los acogía a todos.

Sin embargo, y aquí volvemos también al concepto de **Ortega** de la importancia de sentirse involucrado en un proyecto común atractivo, el declive imperial español sí trajo consigo la emergencia de fuerzas centrífugas que, en muchos sentidos, aún hoy perduran. Pero debe quedar claro, y así trataremos de exponerlo con la mayor claridad y respaldo historiográfico posible, que es el afán centrífugo el que sigue al declive, y no al revés. Volviendo a **Ortega**, no es que se silenciaron las particularidades, sino que la España robusta empezó a adelgazar por el afán particularista de algunos territorios, cosa que se produjo

fundamentalmente a partir del declive español como potencia dominante en el concierto europeo.

El vigor de las fuerzas centrífugas que encontraron en el poder central, y en Castilla como personificación (ya fuera real o de tradición) de tal autoridad, es un fenómeno que se expandió con rapidez, como decíamos, a partir del siglo XIX. Por ello también dedicamos un extenso apartado a tal período, que tratamos de enlazar con las semillas históricas precedentes para establecer un hilo argumental que permita explicar de manera razonada por qué se llegó a aquella situación.

La Historia de España a partir de aquel momento no sólo es convulsa, sino también fascinante, especialmente desde la perspectiva identitaria que tanto nos interesa para esta tesis doctoral. Si antes **Ortega** se quejaba de la parsimonia con la que transcurrieron los siglos reconquistadores, el final del XIX y todo el siglo XX transcurren en un frenesí de acontecimientos que hemos querido explorar con el mayor detalle posible en este trabajo.

También hemos prestado especial atención a este momento de la Historia porque parece de justicia considerarlo como el más directo antecedente del modelo territorial que tenemos en la actualidad, el sistema de las autonomías. Mucho de lo que ocurrió en la Transición tenía que ver con los capítulos que la dictadura franquista apartó durante cuatro décadas. Y mucho de esos asuntos pendientes, como hemos venido señalando, tenían fuertes lazos con el pasado más remoto. Por eso nos reafirmamos en la pertinencia de este estudio histórico como base que permita analizar con adecuada justicia el sistema autonómico en el que se circunscribe, como no podía ser de otra manera, el análisis de caso.

1.2. Comunicación y sociedad

El análisis de la Historia como elemento fundamental de la comprensión del marco identitario actual en la España de las Autonomías no fue el único punto de paso obligado del marco teórico. Como comentábamos al principio de esta introducción, la presente tesis se encuadra ineludiblemente en el fenómeno de la comunicación social e intenta trazar puentes entre las observaciones históricas realizadas y el modo en el que se retrata a las distintas autonomías en el discurso periodístico. Este planteamiento obligaba a añadir dos campos de análisis de exploración obligada en el marco teórico y un tercero que ponía en relación a los dos primeros.

En primer lugar, había que desmenuzar el fenómeno de la comunicación de masas, por cuanto el estudio de caso tenía como objeto de análisis una manifestación de tal fenómeno como eran los medios masivos (representados en el estudio de caso a través de dos soportes: la prensa impresa y la prensa digital). Para ello se realizó primero una breve disertación sobre la importancia de los medios de comunicación de masas en la creación de imágenes colectivas que trataba de justificar la validez del estudio de los medios como mecanismo para evaluar el mayor o menor peso de una región en un concierto interautonómico. Pero sin duda, para ponderar adecuadamente el fenómeno había que entender el origen y el peso que los medios de comunicación tienen en la sociedad actual, y por ello esta segunda parte del marco teórico se ocupa también de caracterizar la comunicación de masas desde una aproximación teórica al fenómeno y a través también de una breve historia de los medios de masas.

Esta primera parte del epígrafe de “Comunicación y sociedad” arranca, precisamente con el reconocimiento por parte del gobierno regional de Castilla y León del papel crucial de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública, y a partir de ahí se enlaza con las ideas fundamentales de diversos autores, en especial **Denis McQuail**, **Frank Böckelmann** y sobre todo **John B. Thompson**, cuyas obras son referencias ineludibles para cualquier investigador que trate de comprender el fenómeno de la comunicación de masas. Precisamente la emblemática obra de éste último “Los media y la modernidad” sirvió de eje central para esclarecer cuáles eran las características fundamentales de la comunicación de masas.

El enfoque teórico se apoya también, como decíamos, en un sucinto recorrido histórico que señala los hitos principales en la evolución de un fenómeno cuya eclosión es relativamente reciente, pero cuyas bases se remontan a una tradición de siglos en la que intervienen nombres clave como **Gutenberg**, **Jeremy Bentham**, **James Mill**, **John Stuart Mill**, **Joseph Pulitzer** o **William Randolph Hearst**. En este sentido el apoyo en la Historia desde una perspectiva descriptiva-interpretativa resulta de nuevo de gran interés para completar ese retrato interdisciplinar que se estima tan necesario para que el lector disponga de herramientas suficientes para contextualizar el objeto de estudio.

El segundo campo de interés que exigía una exploración teórica era el fenómeno de la opinión pública. Asentándose como lo hacía la presente tesis en la convicción de que la percepción social de las comunidades autónomas a los ojos de los ciudadanos de todo el país tenía que ver, en buena medida, con el retrato que de éstas se hacía en los medios, y perfilado ya lo que entendíamos por

medios de comunicación de masas, era necesario concretar a qué se hacía alusión con aquello de “percepción social”. Y aquel concepto vago nos remitía ineludiblemente a uno de los fenómenos más estudiados a lo largo del siglo XX: la opinión pública. Por ello el marco teórico se adentró también en la definición, primero, y la caracterización, después, de un fenómeno tan complejo como atractivo: la opinión pública. Tal labor habría sido imposible sin los exhaustivos trabajos de **Walter Lippmann**, **Niklas Luhmann**, **Jurgen Habermas**, **Otto Baumhauer**, **Elisabeth Noelle-Neumann**, **Denis McQuail** y **Sven Windahl** y, sobre todo, los profesores **José Luis Dader** y **Cándido Monzón**, sin cuya labor compiladora hubiera resultado mucho más complicado clarificar el fenómeno de la opinión pública con la exhaustividad que se desprende de sus investigaciones. Igualmente imprescindible resultó, en este apartado de la tesis, la contribución de la primera directora del proyecto, la profesora **Pilar Pérez Herrero**, cuya orientación en la planificación de este capítulo fue fundamental.

El subepígrafe dedicado a la opinión pública arranca con el análisis que **Monzón** hace en “Opinión pública, comunicación política” de las perspectivas desde las que se puede abordar tal fenómeno: psicológica, cultural, racional, publicística, elitista, institucional, etc. A partir de ahí se acomete la complicada tarea de tratar de proporcionar una definición del fenómeno, apoyándose tanto en las metáforas de autores como **Padioleau**, **Tönnies**, **Lippmann** o el propio **Monzón**, como en los postulados teóricos de **Habermas**, **Baumhauer**, **Speier**, **Sprott**, **Rovigatti** o **Noelle-Neumann**. Se tratan también en este subepígrafe las funciones sociopolíticas de la opinión pública, especialmente las formuladas por **Dader** en “El periodista en el espacio público” y a su vez, las que este autor

recoge de **Noelle-Neumann** en este mismo libro. A continuación se relatan los mecanismos fundamentales de medición de la opinión pública, por cuanto no hay que olvidar que una modalidad concreta de ellos, los barómetros, serán utilizados posteriormente en el estudio de caso. Una aclaración sobre la naturaleza de los diferentes métodos de medición de la opinión pública, su fiabilidad y su pertinencia eran, pues, absolutamente pertinentes para respaldar su utilización posterior como elemento de medición de alguna de las variables expuestas en las hipótesis del estudio de caso.

Igualmente importante fue la contribución de muchos de los autores citados anteriormente para poner en relación los dos elementos descritos anteriormente: medios y opinión pública. Las investigaciones sobre los efectos de los medios en el tejido social resultaban de gran interés para la presente tesis por cuanto podían arrojar luz en torno, primero, a la pertinencia de la relación de influencia que se estaba presuponiendo de partida y, segundo, en torno a los modos en los que podía ejercer esta influencia y su aplicación al objeto concreto de estudio de esta investigación. Así, se revisaron las teorías fundamentales de las distintas etapas que durante el siglo XX y XXI vinieron marcadas por diferentes paradigmas sobre la influencia de los medios en la opinión pública.

La pertinencia de este repaso diacrónico por las diferentes teorías que analizan los efectos de los medios de comunicación tiene su sentido, por cuanto los resultados obtenidos en el estudio de caso pueden ponerse en relación con los postulados de algunas de las teorías sobre efectos de los medios en la opinión pública que se analizan en este subepígrafe 2.2.3.

Este repaso por la dialéctica entre medios y opinión pública comienza, como no podía ser de otro modo, con las teorías del impacto directo y las menciones a los autores que, convencidos de la plena vigencia de un modelo “estímulo-respuesta”, defendieron una perspectiva unidireccional y potente de influencia de los medios en la opinión pública. Se incluyen aquí menciones a los estudios sobre la persuasión ideológica o de la propaganda de **Lasswell**, los estudios sobre la capacidad persuasora de la publicidad comercial de **Bernays**, **Watson** y **Mayo**, los estudios sobre la influencia del cine en la juventud y la infancia de **Burguess** y la Fundación Payne (que congregó a autoridades tan notables como **Blumer** o **Charters**).

A continuación se repasan las principales teorías de la etapa de los efectos limitados, cuyo recorrido temporal se extiende durante cerca de dos décadas y que alumbran teorías como la de la exposición y percepción selectiva de **Triandis** o la de la influencia en dos pasos, defendida en diferentes fases por autores como **Katz**, **Lazarsfeld**, **Berelson**, **Tarde** y **Gaudet**.

De las teorías de transición, que abarcan el periodo que va desde mediados de los 60 hasta mediados de los 70 del siglo pasado, se analizan los modelos de la difusión, el modelo transitivo o de reconversión y el paradigma de la búsqueda de información. Dentro de los primeros se incluyen: el modelo de la difusión en múltiples pasos (**Kraus** y **Davis**), de la difusión de innovaciones (**Rogers** y **Shoemaker**), del distanciamiento en los conocimientos (**Tichenor**, **Donohue** y **Olien**) y de la difusión en J (**Greenberg**). Del segundo se estudian el modelo transaccional de **Kraus** y **Davis**, la teoría de las diferencias psicológicas individuales de **De Fleur** (reformulado por **Comstock**). En lo que se refiere al

paradigma de búsqueda de la información se desmenuza la teoría del inventario funcional de **Charles Wright**; la teoría de los usos y gratificaciones de **Katz, Blumler** y **Gurevitch**; el modelo de los efectos incuestionables de **Chaffee** y el modelo historicista de **Carey**.

Por último se aborda la reinterpretación de las teorías del efecto directo, un periodo que enlaza con el final de la etapa de transición (mediados de los años 70) y que llega a nuestros días. Dos teorías fundamentales acaparan la atención de los estudiosos de la dialéctica entre medios y opinión pública: la espiral del silencio (**Noelle-Neumann**) y la agenda-setting (**McCombs** y **Shaw**). El análisis se detendrá especialmente en estas dos interpretaciones, no sólo porque son las más extendidas y aceptadas en la actualidad, sino porque sus postulados respaldan la pertinencia de ciertas decisiones metodológicas de la presente tesis, como la utilización del modelo de análisis temático, y aportan además perspectivas interesantes para el análisis de los resultados obtenidos en el estudio de caso.

El epígrafe de Comunicación y Sociedad se completa con el análisis de los dos Barómetros Autonómicos que ha publicado hasta la fecha el Centro de Investigaciones Sociológicas (en 2005 y 2010). En este punto es de rigor reconocer al profesor de Ciencia Política de la Universidad Pompeu Fabra, **Enric Martínez-Herrera**, quien, tras conocer la naturaleza de esta tesis y los objetivos que se planteaban, insistió en la necesidad de revisar exhaustivamente los dos estudios citados anteriormente, los más ambiciosos que había acometido el CIS en materia autonómica. El análisis se reveló doblemente útil: por un lado, los barómetros del CIS descubrieron numerosos puntos de conexión entre los dos subepígrafes que

le preceden en esta tesis, Historia y Política, y Comunicación y Sociedad; por el otro proporcionaron datos objetivables para medir variables que, dadas las limitaciones logísticas de este estudio, no habrían podido ser medidas de otra manera. Nos referimos, fundamentalmente, a la conciencia regional, cuya medición habría sido una tarea imposible sin los datos de estos dos estudios del CIS.

Sirva también la utilización de estos y otros datos como reivindicación de la ingente cantidad de información acumulada en centros investigadores nacionales como el INE o el propio CIS, que lejos de menoscabar el esfuerzo investigador de doctorandos y analistas del fenómeno de la comunicación social, pueden ser magníficos complementos para ampliar las miras de los datos obtenidos en investigaciones propias. Como se apuntaba anteriormente, sin los datos del CIS, pero también sin los datos sociales del INE; esta tesis no habría podido aspirar a correlacionar los resultados obtenidos sobre la cobertura de prensa con otros indicadores sociales de interés. En otras palabras, se habría quedado en una superficie descriptiva, lejos de la concepción interdisciplinar y compleja desde la entendemos que ha de interpretarse siempre el fenómeno de la comunicación social.

Además de los análisis de los Barómetros Autonómicos, se trató de hacer una aportación personal que no se limitara a reproducir los datos de un estudio preexistente. Por ello, el epígrafe 2.2.4.3. establece una comparación de las preguntas que, en torno a la conciencia regional, se mantuvieron estables en los dos Barómetros Autonómicos señalados. Así, se comparó la evolución del sentir de la opinión pública española (desgajada en datos autonómicos) en torno a

temáticas como: “El significado de España”, “El orgullo de ser español”, “El orgullo regional”, “El peso de los líderes regionales” o “El sentimiento español frente al sentimiento regional”. Muchas de estas sencillas formulaciones entroncaban con cuestiones ya debatidas en el subepígrafe de Historia y Política y estas a su vez entraban en relación con otras planteadas a propósito del estudio de la opinión pública y los medios de comunicación.

1.3. Un primer acercamiento metodológico al análisis de los medios

El estudio de los fenómenos de la comunicación social, en general, y de los medios de comunicación de masas, en particular, se ha abordado desde diferentes postulados metodológicos a lo largo de la Historia. En líneas generales, podemos diferenciar dos perspectivas: una con el enfoque puesto en la obtención de resultados cuantificables que pudieran repetirse si otros investigadores seguían el mismo procedimiento, y otra que alerta sobre la naturaleza compleja de los fenómenos sociales, que impele a trascender lo fácilmente cuantificable y aboga por tener en cuenta aspectos que a menudo quedan fuera de modelos de análisis cerrados. El análisis de contenido es, en este sentido, una de las técnicas que no sólo se ha usado con más profusión, sino que ha sido objeto de encendido debate entre cuantitativistas y cualitativistas en torno a sus características, exigencias y posibilidades.

1.3.1. El análisis de contenido aplicado a los medios de comunicación

Aunque muchos autores sitúan el auge del análisis de contenido en los estudios que, en torno a la Segunda Guerra Mundial, trataban de demostrar la influencia de la propaganda en los medios de comunicación social de una manera lo más rigurosa posible, la realidad es que muchos años antes, en 1910, **Max Weber** ya propuso en un discurso ante la Asociación Alemana de Sociología la creación de una nueva sociología periodística asentada sobre la base de un análisis textual cuantitativo (cf. **Deacon et al.** 1999:116).

En su alocución, citada por **Hardt** (1979:181-2), se preguntaba “¿dónde está el material con el que empezar unos estudios así? Pues bien, tales materiales son los periódicos en sí y, siendo más específicos, lo que haremos ahora será empezar a utilizar tijeras y compás para medir los cambios cuantitativos que han experimentado los contenidos periodísticos en la última generación”.

Igualmente interesante resulta la aportación de **Lasswell** (1927) en el análisis de textos bélicos, si bien tenemos que trasladarnos hasta los años 50 para encontrar una primera aproximación al concepto de análisis de contenido. Fue **Berelson** (1952:147), en este caso, quien lo definió como una “técnica de investigación que aspira a una descripción cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”. Años después, **Stone et al.** (1966:5) insistirán en las características de sistematicidad y objetividad del análisis de contenido. Ya en los 90, **Berger** (1991:25) definirá el análisis de contenido como “una técnica de investigación basada en la medición de la cantidad de algo (violencia, retratos

negativos de la mujer, o cualquier cosa) en una muestra representativa de algún medio de masas”. Y en parecidos términos se expresan **Slater** (1998:235), para quien el objetivo central del análisis de contenido es convertir “la interpretación en algo lo más controlable y relevante posible a fin de trasladarse rápidamente al proceso más “científico” de contar cosas” y **Riffe et al.** (1998:20), que se refieren al análisis de contenido cuantitativo como “el examen sistemático y repetible de símbolos de comunicación a los que se ha asignado valores numéricos de acuerdo con normas de medida válidas”. Dentro de esta aspiración cuantitativista, cabe reseñar también la labor de **Neuendorf**, quien destaca por encima de todo que el análisis de contenido es una técnica sistemática a la que define como “un análisis cuantitativo que sirve para resumir información contenida en una serie de mensajes y que descansa sobre la base del método científico” (**Neuendorf** 2002:10).

Autores como **Deacon et al.** (1999:115) apuntan que la existencia de un modelo de análisis de contenido que esté “completamente exento de valoración”, como parece sugerirlo **Berelson**, “es muy cuestionable”. En esta misma línea, cabe destacar el matiz cualitativo introducido por autores como **Altheide** (1987), quien resalta la importancia de la comprensión de los significados latentes (en **Cea D’Ancona**, 1996:352). Pero mucho antes, en 1980, un visionario de la metodología de investigación en ciencias sociales, **Krippendorff**, escribía ya que el análisis de contenido se encontraba en un cruce de caminos y habría de decidir por dónde quería encaminar sus pasos. Sus postulados se mantuvieron con el paso del tiempo, hasta el punto de que, años después, el investigador alemán aún insistía en la teoría de la encrucijada:

“En aquellos tiempos, los analistas de contenido tenían dos opciones: podían seguir con el sinsentido de jugar a hacer cuentas, tendencia motivada por la fascinación que en los periodistas despertaban los números, amén de una concepción muy estrecha de lo que era la ciencia, que les empujaba a afirmar que sólo la medida cuantitativa aporta pruebas fehacientes (**Lasswell**, 1949/1965b), o podían reorientar los métodos de análisis de contenido hacia fenómenos sociales que estaban generados y constituidos a la vez por textos e imágenes y que, por tanto, habían de ser comprendidos a través de sus constituyentes escritos y pictóricos.” (**Krippendorf**, 2004:xiii).

Años antes, **Holsti** (1969:2) ya había establecido distintas preguntas a las que el análisis de contenido podía dar respuesta, entre las cuales dos resultan especialmente interesantes: “¿Qué se dice?” (evaluación del contenido y descripción de tendencias generadas por el mismo) y “¿Cómo se dice?” (estudio de las técnicas y mecanismos formales, retóricos y estilísticos utilizados por el texto para conseguir sus fines). Ya más cerca de nuestros días, **Deacon et al.** (1999:116) añaden que el terreno natural del análisis de contenido es “la comunicación y los estudios culturales”. Así, prosiguen, hemos visto en los últimos años un aluvión de investigaciones que han echado mano del análisis de contenido en numerosos campos relacionados con la comunicación y los estudios culturales: noticias y actualidad, publicidad, dibujos animados, géneros de entretenimiento televisivos (películas, comedias de situación, *talk shows*), revistas, vídeos musicales, etc.

Si en los años 70 el enfrentamiento entre el paradigma cuantitativo y el paradigma cualitativo marcó el desarrollo de la Sociología, lo que ahora se debería pretender no es la imposición de un paradigma sobre otro, sino la búsqueda de una complementariedad entre ambos (cf. **Cea D’Ancona** 1996:46-7, **Deacon et al.** 1999:114, y **Williams et al.** 1988:47).

	Paradigma cuantitativo	Paradigma cualitativo
Base epistemológica	Positivismo, funcionalismo.	Historicismo, fenomenología, interaccionismo simbólico.
Énfasis	<i>Medición</i> objetiva (de los hechos sociales, opiniones o actitudes individuales); demostración de la <i>causalidad</i> y la <i>generalización</i> de los resultados de la investigación.	El actor individual: <i>descripción</i> y <i>comprensión interpretativa</i> de la conducta humana, en el propio marco de referencia del individuo o grupo social que actúa.
Recogida de información	<i>Estructurada</i> y sistemática.	<i>Flexible</i> : un proceso interactivo continuo, marcado por el desarrollo de la investigación.
Análisis	<i>Estadístico</i> , para cuantificar la realidad social, las relaciones causales y su intensidad.	<i>Interpretacional</i> , socio-lingüístico y semiológico de los discursos, acciones y estructuras latentes.
Alcance de resultados	<i>Nomotética</i> : búsqueda cuantitativa de leyes generales de la conducta.	<i>Ideográfica</i> : búsqueda cualitativa de significados de la acción humana.

Cuadro 1: Paradigmas de investigación. Fuente: Cea D'Ancona (1996:46)

Y es que, como aseguran **Duke** y **Mallette** (2004:1) los enfoques cuantitativos y cualitativos no tienen por qué ser excluyentes dentro de una misma investigación. Es más, son varios los autores que defienden la imposibilidad de determinar a priori que una de las dos aproximaciones generales a la investigación (cualitativa o cuantitativa) sea superior a otra (cf. **Ackroyd** y **Hughes**, 1992:30). Por esta razón, como se indicaba anteriormente, en los últimos años han sido numerosos los metodólogos que han abogado por la combinación de técnicas de distinta naturaleza a fin de, precisamente, contrarrestar los puntos débiles de unas con los fuertes de las otras (cf. **Kumar**, 1999:12).

En el caso de estudio que nos ocupa, se decidió adoptar una doble vertiente del análisis de contenido: por un lado, se asume la importancia de introducir una base cuantitativa al análisis, que se plasmará principalmente en la cuantificación

de productos mediáticos en función de los aspectos relevantes para el tema de estudio que nos ocupa. Por otro lado, también se considera interesante realizar también un análisis más pormenorizado de los contenidos publicados. Para ello se opta por la opción del análisis temático que, partiendo de los fundamentos del análisis de contenido (técnica dirigida, por la que preguntamos a los textos sobre aquello que queremos saber), se completa posteriormente con un análisis interpretativo que trata de dar sentido a los datos meramente cuantitativos obtenidos en los pasos anteriores. Los fundamentos del análisis interpretativo se aplicaron principalmente a la asignación de valores en función de las temáticas de los periódicos estudiados.

Como ya habíamos anticipado, la presente tesis apuesta por una comprensión compleja del fenómeno de la comunicación, a la que se intenta dar sentido por vía cuantitativa, a través de un análisis de contenido que investigue el volumen cuantitativo de las distintas coberturas a las comunidades autónomas y las temáticas empleadas, pero que también interprete el sentido de las temáticas propuestas.

1.3.2. Fundamentos del análisis interpretativo

Neuendorf (2002), cuya apuesta decidida por la vertiente cuantitativa y sistemática del análisis de contenido resulta innegable, reconoce que hay un buen ramillete de modalidades de análisis cualitativo que se pueden aplicar al estudio de mensajes mediáticos y que no han de incluirse dentro del cajón del análisis de contenido como tal. **Obradors Barba** (2007:218) recuerda, en este sentido, que

“no podemos descartar, pues, la eficacia analítica de los métodos cualitativos”, lo que la autora denomina genéricamente “la mirada hermenéutica”. Entre estas otras técnicas, **Neuendorf** (2002) recoge las siguientes, recopiladas a su vez por **Hijmans** (1996) y **Gunter** (2000): el análisis retórico, el análisis narrativo, el análisis del discurso, el análisis interpretativo, el análisis crítico y el análisis normativo.

En el análisis interpretativo, el investigador ha de adoptar el rol de incansable observador, dispuesto a establecer interpretaciones de los textos sometidos a estudio y a realizar análisis comparativos que le permitan establecer teorías sobre aquello que investiga. Si bien el análisis interpretativo toma sus raíces del cientifismo, no hay que olvidar que sigue siendo un enfoque cualitativo en el que el analista está en un estado perpetuo de descubrimiento y revisión de nuevos datos (**Neuendorf**, 2002:6).

Reguillo (1998:36) defiende la pertinencia del análisis interpretativo en las investigaciones por cuanto, por obvio que pudiera parecer, “los datos no ‘hablan’, se los hace hablar”. El análisis interpretativo tiene una vertiente inmanente; lo cual, aplicado a la comunicación nos remitiría al objeto de estudio en sí (textos escritos, piezas audiovisuales, etc.), con sus propiedades intrínsecas. Pero también existe un “análisis trascendente” que “atiende a las relaciones del objeto con el mundo social con el que interactúa”, en otras palabras, que permite asignar un valor contextual que suele escaparse a otras perspectivas investigadoras menos flexibles (“romper con los empirismos ingenuos”, en palabras de esta misma autora). En el análisis interpretativo, en fin, “el investigador es su propia

máquina hermenéutica”; es él quien interpreta y pone en liza sus saberes y sus competencias (Reguillo, 1998:36).

Si el análisis interpretativo se pensó como complemento de los datos cuantitativos obtenidos respecto a las temáticas, el análisis del volumen de la cobertura también se quiso matizar aplicando (sobre la cuantificación de noticias y módulos) un modelo de análisis propio que tuviera en cuenta elementos diferenciales del producto periodístico. Así pues, la indagación metodológica hubo de adentrarse también en la exploración del diseño periodístico como fuente de elementos inherentes al producto mediático que permitieran ponderar más adecuadamente el objeto estudiado.

1.3.3. El diseño periodístico como herramienta de ponderación

La presente investigación centra su caso de estudio en el análisis de periódicos impresos y medios digitales; a través de los cuales trataremos de analizar, por un lado, cómo se retrata a Castilla y León y al resto de comunidades autónomas españolas en las páginas de la prensa nacional y, por el otro, la relación entre los sentimientos identitarios de las regiones y su presencia en los medios.

Estos dos ejes sobre los que orbita la investigación tienen un nexo de unión: la cuantificación de la presencia de las distintas comunidades autónomas en los medios. La medición cuantitativa de esta presencia pasa por ser, indudablemente, un indicador de gran valía para elaborar este retrato. Sin embargo, tal y como hemos puesto de relieve unas líneas más arriba, las circunstancias de nuestro

particular objeto de estudio precisan de traspasar el mero filtro cuantitativo. En lo que a la comunicación se refiere, hay elementos importantes en la producción periodística que se escapan a la mera cuantificación de noticias publicadas o de módulos dedicados a un determinado tema. Piénsese, por ejemplo, que no es lo mismo que una pieza aparezca en portada que en páginas interiores; y lo mismo sucede con la variación del impacto del texto en función de su ubicación en la página o de si va acompañado de una imagen o no.

Lamentablemente, muchas de las fuentes bibliográficas sobre diseño periodístico consultadas a este respecto llegaban a la misma conclusión: “La escasez de estudios rigurosos y sistematizados en la formulación de una teoría sólida y consistente de la comunicación visual y del diseño gráfico dificulta una evaluación científica, más objetivable, de los mensajes visuales en muchas de sus disciplinas. También en el diseño de periódicos se aprecia cierta ausencia de base normativa que garantice resultados satisfactorios en el marco de los soportes periodísticos impresos actuales” (Suárez Carballo, 2008:13).

Sin embargo, y pese a todo, como señala el propio **Suárez Carballo** (2008:51), sí parece haberse generado un consenso entre los académicos del diseño gráfico en torno a la idea de que “existe una sintaxis visual que es posible objetivar”. En esta línea, **Munari** (2000:19) señala que sería deseable que “la imagen utilizada³ sea legible por y para todos y de la misma manera, ya que en

³ **Suárez Carballo** apunta que lo que se dice en la Teoría de la Imagen al respecto de las imágenes ha de ser aplicable igualmente al diseño de periódicos en forma de páginas. En otras palabras, las páginas de periódico han de funcionar a efectos de Teoría de la Imagen como imágenes, pues “dentro del estudio del diseño periodístico, el análisis formal de la página de un diario debe poder abordarse desde presupuestos y reglas similares a los que configuran los mensajes visuales de disciplinas afines” (Suárez Carballo, 2008:49).

otro caso no hay comunicación visual, sino confusión visual”. Y es que el significado que se persigue con una determinada disposición en la página no es, como ningún significado, unívoco, sino más bien “algo que se negocia, producto de una significación que el texto (imagen) propone y la apreciación que realiza el destinatario o receptor” (**Arfurch et al.**, 1997:14). Pero, pese a todo, no parece descabellado pensar que el responsable del diseño periodístico de la portada es un productor de significado, alguien que “‘escribe’ documentos verbales/visuales adaptándolos, dándoles tamaño y estructura, y editando imágenes y textos” (**Lupton**, 1993:23)⁴.

Aceptado este rol del diseñador periodístico como creador de significado (cf. **Contreras y San Nicolás**, 2001:59), una pregunta crucial surge de inmediato: ¿existe una pauta fija que defina el modo en el que los lectores se enfrentan a la página de periódico? Como advierte **Zorrilla** (1997) existen dos corrientes fundamentales que interpretan los recorridos del lector por la página en sentido opuesto: una, según la cual el lector seguiría pautas fijas de lectura a la hora de enfrentarse a una página de periódico, y otra que habla de un proceso de “negociación” del lector con la página.

Arnold advierte, igualmente, de que lo mismo que al cuerpo humano no le gusta luchar contra la gravedad terrestre, al ojo no le gusta ir contra la gravedad de lectura. Eso implica que si el diseñador atrae rápidamente la atención del lector hacia el centro de la página, le costará mucho conseguir que después

⁴ En una línea muy similar, **Frascara** (1999:24) escribe que “una página de diario, más allá de los mensajes verbales que incluye, constituye un meta-mensaje visual, no verbal, simbólico y básico, que enmarca la experiencia verbal, la condiciona, le da un “tono”, estableciendo una experiencia que es a la vez afectiva y cognitiva” (cf. también **Satué**, 1988).

vuelva hacia la parte superior, pues su tendencia natural (por influjo de la gravedad de lectura) será la de irse hacia abajo. Lo mismo sucede si se obliga al lector a “retroceder” hacia la izquierda. Por su parte, la Fórmula de las 10.30 sería la aplicación directa del Diagrama de Gutenberg al diseño periodístico. Así las cosas, el diseñador debería empezar a construir la página por el PAO, que coincide con el punto en el que la aguja de las horas señala las 10, y continuar en el sentido de las manecillas del reloj (cf. **Zorrilla**, 1997:60).

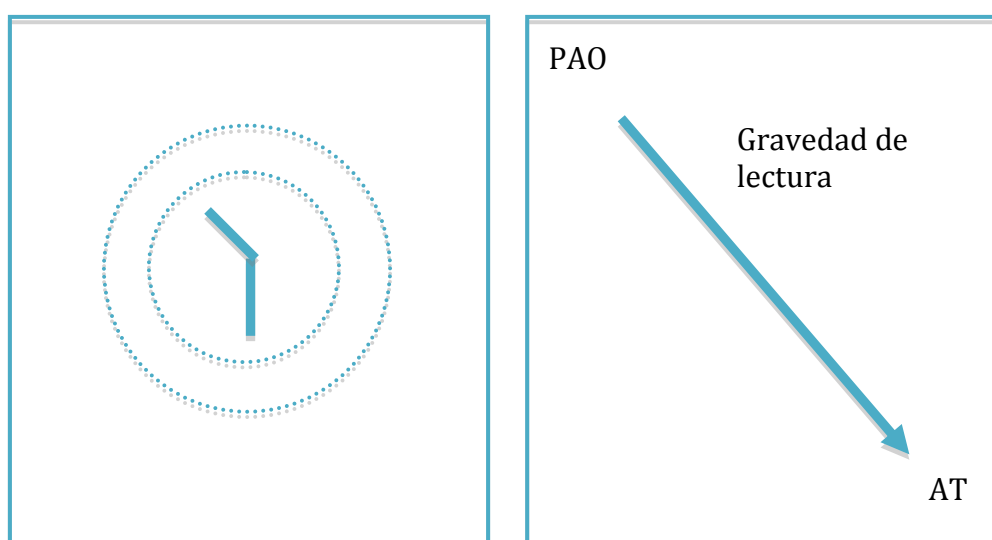


Gráfico 1. Fórmula de las 10.30 y Diagrama de Gutenberg. Fuente (Zorrilla, 1997:61 y Arnold, 1986:36)

La segunda corriente teórica sobre itinerarios lectores ante la página de periódico defiende que son “los atributos físicos de los elementos visuales los que contribuyen a establecer los movimientos y direcciones oculares dentro de la página” (**Suárez Carballo**, 2008:168). Uno de los principales defensores de la teoría opuesta a los postulados de **Arnold** (1986) es **Mario García** (1993:138), para quien “el lector no tiene un itinerario antes de comenzar su viaje a través de la página”. **García** apoya sus aseveraciones en las investigaciones del psicólogo conductista norteamericano **B.F. Skinner**, quien demostró en sus experimentos que, ante una página en blanco con un solo punto, el ojo humano se siente

atraído por el punto. Más aún: si se enseña una página en blanco con dos puntos, el ojo se mueve entre esos dos focos de atención (centros de impacto visual, en la terminología de **García**). Curiosamente, si se sigue aumentando el número de centros de impacto visual, no se consigue atraer más al lector, sino debilitar el efecto de todo el conjunto (cf. **García**, 1993:138). Por esta razón, autores como **Costa** (1991) advierten de la necesidad de que “el número de elementos originales transmitidos sea compatible con la capacidad de atención de los receptores” (citado en **Suárez Carballo**, 2004:281).

Esta segunda opción habilitaría un escenario que parece más probable si se tiene en cuenta que las pautas de recepción y procesamiento de la información a través de estímulos visuales no parecen estar sometidas a normas fijas e inmutables. Antes bien, parece más lógico pensar que el proceso de emisión-recepción se asemeja más a una negociación en la que el texto se construye visualmente “por medio de diferentes focos de atención basados en características formales” (**Suárez Carballo**, 2008:168). Teniendo en cuenta, además, que en esta parte de la investigación lo que se trata de desentrañar es la postura ideológica del editor, se consideró más pertinente adscribirse a la segunda corriente, en la que se trata de evaluar con más precisión y rigor los intentos de focalización por parte de los periódicos a la hora de disponer de una u otra manera las informaciones.

Según **Zorrilla** dos teorías aparentemente antagónicas como el diagrama de Gutenberg de **Arnold** (1986) y los centros de impacto visual de **García** (1993) pueden, en el fondo, no ser tan distantes. Se puede aceptar, escribe **Zorrilla**

(1997:63) que “existe una especie de camino de lectura prefijado” producto, entre otras cosas, del modo en el que el lector ha aprendido a ver desde niño. Se puede aceptar incluso que, ante una página en blanco, el lector (occidental) mire primero la parte superior izquierda. Del mismo modo, no parece nada descabellado pensar que, si en la página sólo hay un centro de impacto visual, éste será el que llame la atención del lector, por más que esté emplazado en uno de los rincones estériles de **Arnold**.

Esta vía posibilista cuenta, además, con el respaldo empírico de los datos obtenidos por el diseñador alemán **Norbet Küpper** (1990) en su experimento sobre el comportamiento de los lectores frente a la página de periódico. En sus conclusiones, **Küpper** traza un modelo híbrido entre las posturas defendidas por **Arnold** y aquellos que apostaban por un lector de periódicos con una mirada menos encorsetada, como **García**.

El propósito original de aquel estudio era arrojar algo de luz sobre distintas cuestiones que afectaban a la labor profesional de **Küpper** como diseñador de periódicos, algunas de las cuales ya se han adelantado anteriormente: ¿Existe un punto de entrada en la página para el lector?, ¿Se puede hablar de rutas fijas en el movimiento ocular del lector frente a la página de periódico? ¿Existen focos atencionales con más poder visual que otros? ¿Influye la extensión a la hora de leer una pieza informativa?

Las conclusiones más relevantes (y relacionadas con el objeto de estudio de la presente investigación) a las que llegó el diseñador alemán se pueden resumir en los siguientes apartados:

- Sí existe un punto de entrada en la página; pero, al contrario de lo que afirmaba **Arnold**, no es siempre el mismo. Antes bien, el punto de entrada suele coincidir con una imagen de grandes dimensiones o un titular de gran tamaño (mínimo 36 puntos, dice **Küpper** [1990:4]).
- Más del 80% de los lectores se fijan en las imágenes de las páginas de periódico. Esto se debe, según **Küpper** (1990:4) a que el lector puede procesarlas de manera mucho más rápida y con menor esfuerzo que los textos. Sea como fuera, desde un punto de vista práctico, **Küpper** constata que la presencia de imágenes atrae fuertemente la atención sobre la parte de la página en la que están ubicadas (cf. también **Elosúa**, 2000:189-90), de lo que se colige igualmente que si el editor añade una imagen a una determinada información, es bastante probable que esté tratando de atraer la atención del lector sobre esa pieza en concreto de una manera especial. De hecho **Küpper** (1990:4) acaba sentenciando a modo de resumen que “artículos con ilustraciones se leen mucho más frecuentemente que artículos sin imágenes”.
- La mayoría de los lectores lee los titulares. Esto resulta importante para determinar el peso específico que debería tener el análisis de titulares con respecto al del artículo completo en las páginas sometidas a estudio en la presente tesis.
- ¿Se puede predecir que un artículo va a ser leído y otro no? En realidad, explica **Küpper** (1990:6), el hecho de que un artículo se lea o no obedece a la confluencia de varios factores (cf. también **Suárez Carballo**, 2008:170), no sólo la posición en la página, como se puede ver en el siguiente cuadro.

Influencias positivas	Influencias negativas
Poder de atracción (ilustración o titular de gran tamaño).	Sin poder de atracción (ninguna ilustración, titular muy pequeño).
Artículo corto.	Artículo largo.
Titulillos (fragmentación de la información).	Ningún titulillo.
Aligeramiento del bloque redaccional con gráficos o ilustraciones.	Ningún aligeramiento del bloque redaccional con gráficos o ilustraciones.
Tema interesante.	Tema relativamente poco interesante.
Titular bien redactado.	Titular redactado de forma poco clara

Cuadro 2. Influencias positivas y negativas en la lectura de periódicos. Fuente: Küpper (1990:7)

Se puede hablar de un itinerario moderadamente regular del lector en la página en cuanto a que obedece a unas determinadas pautas: por lo general, se va de lo más grande a lo más pequeño, lo que lleva a que el lector se dirija primero a las imágenes, posteriormente a los titulares y, finalmente, a los textos de las informaciones que le interesan. En este sentido, **Küpper** (1990:7) concluye que en la mayoría de los casos, las tres o cuatro primeras fijaciones del lector sobre la página son siempre las mismas, si bien rechaza que exista un patrón inmutable de comportamiento delante de la página de periódico⁵.

Por otra parte, el consumo de medios de comunicación en la Red planteaba también diferencias sustanciales respecto al soporte impreso. Esto abría nuevos desafíos metodológicos que debían resolverse antes de empezar a analizar los textos del caso de estudio. En primer lugar, las circunstancias que rodean a la

⁵ En una línea similar a la de **Küpper, Vilches** (1998:63) escribe que “la imagen visual estimula al observador para que organice su trabajo de lectura de modo parecido a como una partitura musical se presenta ante un director de orquesta. Los signos están allí pero cada intérprete tonaliza y temporaliza su propia música”.

producción de los medios de comunicación en Internet crean peculiaridades que no existen en la prensa impresa y que deben ser contempladas y analizadas de una manera diferente a la escogida para investigar el soporte impreso.

Por un lado, la constante renovación de contenidos hace que se pierda una referencia temporal. En este sentido, cabe destacar que el problema no radica sólo en qué edición escoger para analizar, sino en otro derivado de la inmediatez inherente al medio digital: ¿hasta qué punto se puede evaluar la presencia de una noticia en una u otra parte de la página como un elemento importante de asignación de importancia si los cambios son constantes a lo largo del día? Esto no significa, a priori, que la ubicación en la página no tenga ninguna importancia; tan solo que ésta ha de ser matizada en función de las peculiaridades del medio digital: la posición en página aquí no siempre es fruto de una sesuda valoración, como sí suele ocurrir en las ediciones de papel, sino que a menudo lo que prima es, sencillamente, la inmediatez (**Salaverría y Cores, 2005:151**, y **Palomo Torres, 2005:187**).

Los periódicos digitales cuentan, además, con otras herramientas que los hacen manifiestamente diferentes al medio impreso. Estas características diferenciales no sólo afectan al producto final (evidentemente distinguible, como veremos), sino también al modo mismo de abordar su estudio. Al igual que sucedía con la prensa impresa, es imprescindible entender con qué herramientas cuentan los periódicos digitales para priorizar ante los ojos de sus lectores unas piezas frente a otras. En este sentido, resultan especialmente interesantes los

conceptos de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad que proponen **López García et al.** (2005:46).

Por otro lado, si en el caso de la prensa impresa destacáramos investigaciones como la de **Küpper**, en el caso de los cibermedios es obligada la alusión a los estudios de *eyetracking* o de recorrido de ojo, que tratan de explorar la ruta visual lector ante la pantalla de ordenador. Ya en el apartado destinado al diseño de periódicos impresos avisamos sobre la importancia de debatir si realmente existía o no una ruta prefijada, o si existían condicionantes que empujasen al ojo en una u otra dirección. En los medios digitales sucede algo parecido, si bien el estudio de las trayectorias oculares cuenta con ciertas ventajas. La fundamental: al leerse el periódico digital sobre un monitor o interfaz digital similar, las posibilidades de investigar los movimientos del ojo o los clics del ratón sin cambiar sustancialmente las condiciones de recepción incrementan exponencialmente.

En el caso citado anteriormente de **Küpper**, el investigador alemán señalaba precisamente cómo la mayoría de estudios realizados previamente para averiguar los itinerarios visuales del lector de prensa impresa requerían de un instrumental tan aparatoso que arruinaba irremisiblemente las condiciones de la recepción. En los medios digitales este problema no existe, ya que se pueden introducir cámaras u otros dispositivos en el mismo monitor y conseguir que el lector navegue de la misma manera que lo haría si no estuviese siendo sometido a estudio. Una de las investigaciones más interesantes de *eyetracking* aplicado a cibermedios fue el realizado por el Poynter Institute, el Estlow Center for

Journalism & New Media y la firma Eyetools en 2003. Entre las conclusiones más destacables de esta investigación se pueden citar las siguientes:

- a) La zona superior izquierda de la página tiene mayor preponderancia visual que otras partes de la pantalla. El recorrido visual estándar sobre la página de un cibermedio sería, según el estudio del Poynter Institute, el reflejado en la figura 2.
- b) Los titulares dominantes de la página suelen llamar la atención, sobre todo cuando se encuentran en la parte superior izquierda.
- c) Las fotografías (al contrario de lo que se descubrió en los estudios de rastreo de ojo aplicados a prensa escrita en 1990) no son el punto habitual de entrada en la página. El peso visual de la imagen, por tanto, es menor en prensa digital, donde prevalece el texto, que en prensa escrita. Esto no quiere decir que las imágenes no tengan ninguna importancia en prensa digital; es más, el mismo estudio desvela que, cuanto más grandes son las fotos, más tiempo se detiene el ojo del lector a explorarlas.
- d) Las tipografías pequeñas favorecen el enfoque; las grandes, el escaneo. En otras palabras, si bien los titulares dominantes suelen llamar la atención (como punto de entrada en la página), no la mantienen demasiado tiempo. Después de centrarse en esos puntos de mayor tamaño, el ojo busca tipografías más pequeñas en las que detenerse.
- e) Titular y *blurb* (párrafo de entrada a la noticia que aparece en la página de inicio) tienden a ser vistos como una unidad sólo cuando comparten la misma extensión en el ancho de la página. Cuando el titular es más

ancho que el blurb, los lectores tienden a leer sólo el titular y saltarse el *blurb* porque no los perciben como un bloque. El subrayado de los titulares rompe también la unidad del bloque titular-*blurb* y provoca que el receptor lea el primero y no el segundo. Esto se debe al fenómeno de la ruptura visual: elementos como un filete, un subrayado, o el mero hecho de desequilibrar el ancho de dos elementos, por más que el emisor los entienda como parte de un bloque, desalientan al lector a mirar más allá de las rupturas visuales.

- f) Las partes inferiores de la página (especialmente aquellas que requieren de *scroll*) tienen un impacto visual y cognitivo mucho menor. De nuevo, esto no significa que los contenidos que estén ubicados en estas partes de la página estén desahuciados de salida⁶. Es más, el estudio demuestra que en algunos casos el ojo del lector sí se detiene en estas posiciones bajas de la página. ¿Por qué? Con frecuencia los receptores siguen bajando el *scroll* para realizar una lectura exploratoria de lo que hay. En esta fase, los ojos apenas se detienen en los titulares, con lo cual la única posibilidad de que una historia situada en la parte baja de la página capte la atención del lector es, precisamente, un titular suficientemente llamativo⁷.

⁶ **Arnold** (citado por **Whitbread**, 2001:162) hablaba ya en sus teorías sobre la página de periódico de los llamados “fallow corners” (literalmente “rincones estériles”), hacia los que el ojo rara vez acudía. Pero el propio **Arnold** ya comentaba entonces que eso no condenaba inevitablemente a todo contenido dispuesto en estas partes de la página; más bien se trataba de una advertencia al diseñador sobre el énfasis especial que habría de poner si quería llamar la atención sobre algo situado en esas partes de la página.

⁷ Las conclusiones originales pueden consultarse en <http://www.poynterextra.org/eyetrack2004/main-spanish.htm> (última consulta: enero 2011).

1.4. El estudio de caso

Después del recorrido bibliográfico que trató de dar una primera respuesta a algunas de las inquietudes con las que se partía en esta investigación, se propuso un estudio de caso comparativo interautonómico que explorase la cobertura concedida a las diferentes comunidades autónomas españolas en la prensa digital e impresa de ámbito nacional durante el año 2010. El objetivo era definir, por un lado, la cobertura mediática para evaluar si, efectivamente, había desequilibrios mediáticos entre las distintas comunidades autónomas y, en caso afirmativo, ponderar su medida. El criterio guía continuaba siendo Castilla y León; no en vano, sigue siendo éste un estudio realizado principalmente en esta comunidad, por un investigador castellanoleonés y con financiación del gobierno regional de esta autonomía. Pero, al mismo tiempo, la exploración bibliográfica nos había hecho ya apostar de manera irrenunciable por un enfoque interautonómico para dar respuesta no sólo a las cuestiones que se habían planteado inicialmente, sino a las que habían ido surgiendo de manera natural a partir de esas primeras inquietudes.

Se plantearon los objetivos de investigación en torno a dos ámbitos principales: regional y nacional. En lo referente al aspecto regional, se pretendía, por un lado, determinar cuantitativamente la repercusión mediática de Castilla y León en la prensa nacional y, por el otro, definir si la caracterización a través de las temáticas asociadas a Castilla y León en la prensa nacional es predominantemente negativa. En el ámbito nacional, el objetivo principal consistía en determinar si hay relación entre la repercusión mediática de las comunidades autónomas y su grado de exaltación de la conciencia regional.

Secundariamente, y con vistas también a ponderar la fortaleza de la correlación que se estableciese entre las variables “repercusión mediática” y “conciencia regional”, se propusieron objetivos que ponían en relación la primera con otras variables como “demografía”, “superficie”, “nivel de renta”, “capacidad productiva” o “nivel de publicaciones editoriales”.

A continuación se trazó un diseño metodológico en consonancia con las necesidades planteadas en la determinación de objetivos y sustentado en buena medida en el repaso metodológico que ya se ha adelantado al principio de esta introducción. Se determinaba para el análisis de contenido tanto una medición cuantitativa (volumen) como semicualitativa⁸ (temáticas y ponderación a través del diseño) de la repercusión mediática y para todos esos pasos se establecía un proceder metodológico distinto, que se especifica con más detalle en el apartado dedicado a la Metodología.

Además, como se apuntaba anteriormente, el estudio de caso se centró no sólo en el análisis de los resultados de la cobertura mediática de las comunidades autónomas en la prensa nacional, sino en las correlaciones de estos datos con otros indicadores de interés obtenidos a partir de las bases de datos del INE y del CIS. De éste último se había analizado ya a fondo los dos Barómetros Autonómicos realizados en 2005 y 2010, considerados por autores como **Enric Martínez**, a quien se consultó personalmente sobre este asunto⁹, como la mejor radiografía de múltiples cuestiones relacionadas con el autonomismo en España.

⁸ Este segundo enfoque, el de las temáticas y la ponderación a través del diseño se considera semicualitativo puesto que incluye una parte cualitativa en la elaboración de los modelos de análisis, si bien la recogida de datos una vez aceptado el modelo es eminentemente cuantitativa.

⁹ Del que también se ha consultado su artículo sobre construcción de identidades regionales a través de los gobiernos autonómicos (**Martínez**, 2002).

Gracias a las correlaciones establecidas entre las respuestas a algunas de las preguntas de estos Barómetros y los datos de cobertura mediática obtenidos en el análisis propio se consiguió dar respuesta a las hipótesis planteadas sobre las relaciones entre conciencia regional y repercusión mediática.

El objetivo último de esta tesis es, en fin, realizar una modesta contribución al debate sobre el regionalismo y el sentido identitario desde una perspectiva de la comunicación de masas. Lo que aquí se plantea no son, ni aspiran a serlo, verdades irrefutables, sino más bien el producto de un exhaustivo trabajo que ha procurado realizarse con la mayor honestidad posible. Todo lo que se propone a continuación nace con la intención de abrir debates más que cerrarlos, en la convicción de que el conocimiento en las ciencias en general, y en las ciencias sociales, muy en particular, es algo que se construye sobre la base de la observación, el análisis interdisciplinar y el trabajo arduo.

2. Marco teórico

Resulta imprescindible bucear someramente en el estudio de las raíces históricas de España en general y de la región castellanoleonesa en particular, en aras de esclarecer cómo se había llegado al momento actual de reivindicaciones regionalistas por parte de varias autonomías. Huelga decir que no es éste el objeto principal del estudio en el que nos embarcamos, por lo que no era nuestra intención ni elaborar nuevas teorías acerca de las raíces históricas del Estado español ni de la región castellanoleonesa ni competir con historiadores cuya capacitación en estas lides nos excede sobradamente. Antes bien, el capítulo que aquí comienza responde a una honesta –y como tal, ineludible, por somera que obligadamente haya de resultar– curiosidad investigadora cuyo principal objetivo es reconocer lo que historiadores y filósofos puedan haber aportado ya al debate de la cuestión de España y Castilla, a fin de, eludir en la medida de lo posible ese aluvión de “ideas sobre el pasado nacional que hoy viven alojadas en las cabezas españolas” y que “son ineptas y, a menudo, grotescas”, según **Ortega y Gasset** (1921:149); a fin, en suma, de superar “ese repertorio de concepciones, no sólo falsas, sino intelectualmente monstruosas” que “es precisamente una de las grandes rémoras que impiden el mejoramiento de nuestra vida”¹⁰ y contextualizar lo más adecuadamente posible, y en lo que a este estudio se refiere, la cuestión de la identidad castellanoleonesa en el marco mediático actual.

¹⁰ En esta misma línea, escribe **Santos Juliá** (2009:25) a sus lectores al comienzo de su *Hoy no es ayer*, que no es su intención tampoco “hurgar de nuevo en la vieja herida del dolor de España para buscar sus raíces y proponer algunos remedios, sino, por el contrario, tratar de transmitirles una buena noticia: que parece haber sonado el fin de la representación desdichada de nuestro pasado, que se acabó el fracaso de España como paradigma de nuestra historia”.

2.1. Historia y política. Reflexiones históricas sobre las regiones españolas desde una perspectiva castellano-leonesa

Cuando **Thompson** (2001:178) hablaba de la escasez de estudios referidos a la cultura castellano-leonesa, en oposición a otras regiones de la actual España que sí han sido investigadas con mayor entusiasmo, sin duda obviaba (o, simplemente, constataba la falta de más iniciativas similares) el ingente trabajo de autores que, como **Orduña, Almuiña, Berzal de la Rosa, Casanova y Todolí, De Blas Guerrero, Díez Espinosa, Esteban de Vega, Morales Moya, Galindo, Gautier-Dalché, Gracia Cárcamo, Haliczzer, López Castellón, Maravall, Moreno Hernández, Palomares, Pérez, Ramírez Estévez o Serrano**, consagraron una parte más o menos importante de su labor investigadora a desentrañar los entresijos de esta tierra centenaria. Su trabajo y el de otros autores es sin duda muestra no sólo del interés que despierta la región en sí, sino de su fecundo pasado, aún presto a interpretaciones que asienten con más claridad su lugar en la Historia y el presente.

Si recordamos, como creemos que conviene, que el enfoque de esta tesis es doble, por un lado un análisis comparado del tratamiento mediático de las distintas comunidades autónomas que configuran el reparto territorial de España en la actualidad, en especial en su relación con las identidades regionales; y, por el otro, el especial énfasis sobre el caso castellanoleonés, la necesidad de una revisión histórica se hace patente. Porque no siempre España ha sido así, ni tampoco Castilla y León ha surcado su historia centenaria como un ente inmutable que ha llegado intacto a nuestros días. Si uno de los valores en liza es

el elemento identitario, resulta imprescindible explorar cómo se forjaron estas identidades desde su gestación. El propósito no es otro más que extraer conclusiones que ayuden a contextualizar, de un lado, y a comprender mejor, de otro, un estudio, el comparativo entre coberturas mediáticas e identidades regionales, que de otra manera tal vez se podría prestar a conclusiones precipitadas o a encendidos debates con escaso peso.

Nos serviremos de pistoletazo de salida para este análisis histórico de la obra que otros autores de referencia en estas lides como son **Aróstegui, Blanco, Delibes, García Simón, Mangas, Ortega Valcárcel, Rodríguez Sánchez, Valdeón, y Yun Casalilla** acometieron en 1995 bajo el título “Historia de una cultura”. Con este libro se propusieron poner nombre a los elementos diferenciales que hacían del acervo castellano-leonés un peso suficientemente interesante como para ser reivindicado por sus gentes. “No se trata, en absoluto, de hacer de la Historia un arma política –asunto de lamentable actualidad en la España de los últimos años –, escribía **García Simón**, (en **Aróstegui et al.**, 1995:11), sino de esclarecer con rigor lo que pudo ser y, al iluminarlo, mostrar por qué somos lo que somos y no otra cosa; y, sobre todo, por qué debemos defendernos del olvido de la memoria o del uso interesado de la Historia, para poder encarar nuestra propia existencia presente, para afrontar nuestro porvenir”.

El antiguo Presidente de la Junta de Castilla y León **Juan José Lucas**, en una línea similar a la del propio **García Simón**, defendía en esa misma obra que la necesidad de elaborar una obra así se debía fundamentalmente a las falsas asociaciones que se han hecho en torno a Castilla y León y que,

sorprendentemente, se han hecho un hueco en el imaginario colectivo. “Castilla y León”, escribe **Lucas** (en **Aróstegui et al.**, 1995:7), “evoca enseguida, a la mayoría de los españoles, una parda meseta de nuestra Península, vertebrada por el Duero y sus afluentes. Una inmensa llanura sin rocas ni árboles”. Una descripción que, por otra parte, bien recuerda a la que de Castilla hace **Ian Gibson** (1993:11) en su *España*: “Áspera lo es (la España interior), sin duda. ¿Quién podría olvidar la primera visión de las áridas llanuras de Castilla la Vieja, justo al norte de Burgos? (...) La meseta se extiende hasta donde alcanza la vista. Podría estar uno en África. ¡Qué desolación!”¹¹:

Ya más cerca del ámbito de la política, Lucas habla de la concepción que tiene mucha gente de que los castellanoleoneses impusieron un modelo de Estado centralista, frente a las opciones más federales defendidas por otras regiones de la periferia (geográficamente hablando) de la península. **Valdeón** (1984:18) añade, además, que la “condena radical y la denigración sistemática” de Castilla y León ha solido venir de la mano de estas regiones periféricas más que de la propia Castilla. Sea como fuere, lo importante es que, como concluía Lucas, “las ideas preconcebidas no suelen responder a la realidad”.

La cuestión de la identidad¹² regional ha centrado también los análisis de buena parte de la literatura consagrada a Castilla y León. Uno de los principales problemas que tiene Castilla y León a la hora de reivindicar su identidad parece ser, paradójicamente, la falta de raigambre histórica de tal sentimiento en una

¹¹ **Gibson** (1993:14) también defiende páginas después que “Castilla puede, en justicia, ser considerada la cuna de la nación española, y merece ser mucho mejor conocida por los turistas”.

¹² Y aquí tal vez convenga recordar que, como bien afirma **Pérez Vejo** (2001:61), “las identidades colectivas son objetos simbólicos, contruidos en momentos históricos concretos y fruto de condiciones históricas determinadas”.

comunidad “en la que quizás predomine la afirmación de una identidad a nivel comarcal o provincial” (**Rodríguez**, 2007:107), pero no tanto la regional. La temprana identificación que desde pronto existió entre lo castellano (y secundariamente lo castellano-leonés) con lo español puede ser una de las respuestas que expliquen este fenómeno, según señalan varios autores, como el propio **Rodríguez** (2007:108) o **Thompson** (2001:191), quien habla de una “relativa debilidad del sentimiento castellano de identidad, situado entre el patriotismo local y su inmersión en el seno de un sentimiento nacional español más amplio”. **Elliott** (2002:76), a quien homenajea el propio **Thompson** en el libro referenciado anteriormente, no es tan tajante. Para el hispanista inglés “la posibilidad de una ‘España’, a pesar de estimular la lealtad en ciertos contextos, permaneció en un plano muy distante¹³ en comparación con las realidades más inmediatas de Castilla o Aragón”.

Efectivamente, esta disolución de la identidad castellana dentro del paraguas español no siempre se dio de la misma manera. Entre otras cosas, porque España como realidad, geográfica al menos, no empezó a darse de una forma siquiera remotamente similar a como la entendemos hoy hasta el siglo XV. Del mismo modo, el fenómeno de Castilla y León no sucede aisladamente en la Historia, sino que sus designios aparecen indisolublemente unidos a los de todo el panorama peninsular. Por eso hay que investigar qué fue y qué queda de lo que fue originariamente España para entender qué fue, qué es hoy y qué puede ser mañana Castilla y León. Resulta por ello conveniente realizar un repaso a la

¹³ El marco temporal en el que se sitúa **Elliott** al realizar esta afirmación está próximo al final del siglo XV.

génesis de lo que hoy conocemos como España para contextualizar más adecuadamente el peso o la personalidad que, primero León y Castilla por separado, y posteriormente como Reino unido, desarrollaron durante esos primeros años de existencia protonacional.

2.1.1. El germen de Castilla y León

Los orígenes de Castilla y León se encuentran indisolublemente ligados a la Reconquista, pues fue a raíz de ella cuando estas tierras y sus gentes empezaron a adoptar un papel capital en el devenir de lo que hoy conocemos como España. Además, es “la continuada lucha fronteriza que mantienen los castellanos con la Media Luna, con otra civilización”, escribe **Ortega** (1921:36), la que “permite a éstos descubrir su histórica afinidad con las demás Monarquías ibéricas, a despecho de las diferencias sensibles: rostro, acento, humor, paisaje”. En una línea similar, la historiografía nacionalista española liberal encabezada por autores como **Modesto Lafuente** recalca, efectivamente, que la Reconquista fue el primer gran hecho histórico de la nación española, por cuanto ponía de manifiesto que entre sus pueblos había más en común que lo que los separaba¹⁴. Como afirma **Rivas** (2012:145), parafraseando a **Marías**, existe un elemento diferencial entre otros países europeos y España, ya que mientras los primeros lo son o lo han sido, en su mayoría, porque la Historia “les ha llevado

¹⁴ “En medio de esta diversidad de tendencias y de genios se conserva siempre un fondo de carácter común, que se mantiene inalterable a través de los siglos, que no bastan a extinguir ni guerras intestinas ni dominaciones extrañas, y que anuncia habrá de ser el lazo que unirá un día los habitantes del suelo español en una sola y gran familia, gobernada por un solo cetro, bajo una sola religión y una sola fe”. (**Lafuente**, 1889:V)

irremisiblemente a serlo, España optó por serlo y “persistió en esa decisión sin desmayos”¹⁵. Bastante de aquella firme orientación occidental tuvo que ver con la inquebrantable voluntad de castellanos y leoneses¹⁶.

Todo empieza con el proceso de colonización del Valle del Duero que impulsan los reyes astures en su afán por revertir el proceso conquistador musulmán. Así, a finales del siglo VIII comenzó un proceso colonizador que no llegó hasta la margen superior del río Duero hasta entrar casi en el año 900, momento en el que la progresión se detuvo, en buena parte por la reacción de Al-Ándalus, que no quería permitir una expansión tan fácil hacia el Sur (**Valdeón**, 1995:206).

Por todas estas razones, la conquista y colonización de la cuenca del Duero no concluyó hasta el siglo XI. Existen divergencias entre historiadores sobre la naturaleza del valle que poblaron los reconquistadores. Hay quien afirma, como **Sánchez-Albornoz**, que el valle estaba esencialmente despoblado; mientras que otros, como **Barbero y Vigil**, niegan tal extremo y afirman que, aunque poco poblado, sí había gente habitando los territorios reconquistados.

La diferencia no es baladí, ya que los historiadores de la primera vía defienden que, como afirmó **Sánchez-Albornoz** (1958:24), la despoblación permitió que el territorio empezara a construirse desde cero y, en plena sociedad feudal europea, alumbró un “islote de hombres libres en un mar feudal”. Esta condición de hombres de carácter libre de Castilla emerge en oposición al

¹⁵ La cita está extraída de **Marías** (1966:269).

¹⁶ Como afirma el propio **Rivas** (2012:146), “la voluntad y la vocación son dos de los factores que forjan proyectos, y permiten hacerlos realidad”.

feudalismo imperante en otras regiones: “Porque Castilla fue desde sus orígenes un pueblo de pequeños propietarios libres se alzó pronto con la dirección política de España, pues en la historia siempre, siempre, siempre, han acabado por colocarse a la cabeza de los grupos humanos aquéllos en los que ha sido más densa la masa de quienes eran dueños de sus propios destinos en la vida de la economía y del derecho” (**Sánchez-Albornoz**,1958:21).

Barbero y Vigil, para quienes las instituciones feudales van más allá de las relaciones feudo-vasalláticas, sí entienden que en aquellas incipientes tierras castellanoleonesas existió el feudalismo, en parte porque se prorrogó “la trayectoria de dependencia del campesinado, patente en la época visigoda”¹⁷. **Pastor** (1980:9), en una línea similar, escribe: “Muchos historiadores (...) han considerado a estas comunidades de aldea (...) como formas socioeconómicas y jurídicas que estaba “fuera” y en oposición a la feudal. Nosotros pensamos que ellas *forman parte* de la formación económico-social feudal, que representan una forma subordinada (o secundaria) de la misma, pero que son, por lo tanto, parte de ella”.

Existiría, por último, una “tercera vía” encabezada por autores como **Mínguez**, que no compartirían plenamente las teorías de la despoblación enunciadas por **Sánchez-Albornoz**, pero para quien, al menos durante unos primeros años, sí se pudo hablar de la importancia radical de “un nuevo campesino independiente y propietario de sus medios de producción” (**Valdeón**, 1995:208). De ser así, habrá de concederse un importante carácter pionero a los

¹⁷ Citado en **Valdeón**, 1995:208

terrenos de la actual Castilla y León en lo que se refiere a los modos de la explotación de la tierra, lo cual establece un primer contraste con el mito de región anquilosada históricamente con el que algunos se refieren a la actual comunidad castellanoleonesa. Con todo, el propio **Mínguez** advierte que este “islote de hombres libres” fue un espejismo que acabó derrumbándose ante la corriente dominante de feudalismo que invadía toda Europa; en el caso particular de los territorios reconquistados por efecto de las fuertes presiones de la aristocracia y la Iglesia (**Valdeón**, 1995:210).

Otro aspecto importante de la Historia de aquella incipiente España en el umbral del año mil eran las características sociales que existían entre los territorios del futuro reino común. Por un lado, el aplastante predominio de lo rural hizo que, de modo natural, al “descender” el proceso de Reconquista los reyes astures decidieran ubicar su centro de operaciones en León, un núcleo urbano singular y prácticamente único en toda la zona, con las excepciones, a menor nivel, de Zamora y Burgos (**Valdeón**, 1995:2010). Pero no tardaron, a raíz de este ruralismo y de la propia influencia astur, en surgir las primeras diferencias entre los territorios de León y de Castilla.

Los leoneses, al albur del fuero juzgo, eran un pueblo encerrado en su ruralismo, pese a lo cual **Keane** (2009:178) reconoce el nacimiento del parlamentarismo en la península ibérica en el reino de León a finales del siglo XII¹⁸. Los castellanos, en cambio, pese a ser un condado dependiente del reino leonés, que pasó a vertebrar el proceso de reconquista, “no querían saber nada del

¹⁸ Cf. también **Rivas** (2012:150)

Fuero Juzgo que se aplicaba en León” (Valdeón, 1995:214). Precisamente ésta empieza a ser una de las características definitorias de Castilla, el afán “por superar en su propio corazón la tendencia al hermetismo aldeano, a la visión angosta de los intereses inmediatos que reina en los demás pueblos ibéricos” (Ortega, 1921:35). Según algunos autores, durante muchos años persistió esta “voluntad autonomista de Castilla con respecto al centralismo regio, encarnado en la corte leonesa” (Valdeón, 1995:215), lo cual también pondría en entredicho, en esencia, las acusaciones de centralismo instaladas en el subconsciente colectivo de las regiones periféricas, pues desde su mismo embrión, Castilla trató de sacudirse el poder centralista, representado en aquel entonces por el Reino leonés. Fruto de aquella resistencia, además, logro adquirir una posición de preponderancia en los años siguientes.

Con todo, **Valdeón** aboga por una mayor prudencia al evaluar, a la luz de los datos historiográficos más recientes, estas presuntas disonancias entre ambos reinos. En última instancia, defenderá **Valdeón** (1995:22), “por encima de las diferencias se hallaba la colonización del valle del Duero. Así las cosas cabría decir, utilizando un símil de la biología, que había diferentes especies, pero dentro de un género único”.

Lo interesante, efectivamente, es que poco a poco las tierras de lo que hoy componen la Comunidad Autónoma de Castilla y León adoptaron un rol capital en la consecución de la Reconquista y la consiguiente vertebración de España. Si primero fueron los reyes astures los que reivindicaron la herencia gótica, poco después el centro de poder se trasladó hacia el reino leonés, que no sólo

manifestó una voluntad imperialista, sino también “su aspiración hegemónica sobre otros príncipes de la Hispania cristiana” (**Valdeón**, 1995: 278). Y, finalmente, esta “tradición visigoda-astur-leonesa” viró hacia un nuevo eje, el de Castilla, que se erigió en el líder de la Reconquista y, por ende, de la incipiente formación de la nueva España. Como escribe **Castro** (1949:14), “apretujada entre la embestida islámica y la ambiciosa presión de Francia, Castilla desarrolló una existencia de enérgico y hábil esgrimidor”. Pero, ¿cómo consiguió llegar a esta posición dominante?

Como se adelantaba anteriormente, Castilla fue adquiriendo un estatus que en la época llegó a verse como independiente gracias, sobre todo, a la figura del habilidoso conde **Fernán González**. Con todo, si bien es cierto que su destreza política le permitió actuar en ocasiones con independencia del Reino de León, como bien recuerda **Valdeón** (1995:216), en ningún momento dejó de considerarse **González** vasallo del rey leonés. Sea como fuere, pocos años después, entre el 1035 y el 1037, Castilla sí adquirió una entidad regia que equiparó su posición a la del Reino de León. “El nacimiento de Castilla, cuyos límites nunca se precisan”, suscribe precisamente **Pellistrandi** (2005:63-4), “se inscribe en el contexto de la flaqueza del poder real leonés y de la emancipación de un margen territorial más controlado. Su historia debe ser escrita en consonancia –incluso a veces en concurrencia– con la de León, de la cual es inseparable”.

En *La España invertebrada*, **Ortega** destaca sin ambages esta misma habilidad política de los castellanos. “Desde un principio, se advierte que Castilla

sabe mandar¹⁹. No hay más que ver la energía con la que acierta a mandarse a sí misma. Ser emperador de sí mismo es la primera condición para imperar a los demás” (**Ortega y Gasset**, 1921:35). Es curioso, en cualquier caso, cómo, sobre la base de un mismo veredicto, dos prohombres como **Ortega y Gasset** y **Sánchez-Albornoz**, que tanto han reflexionado sobre la historia de Castilla, difieren, de fondo, en las características de lo que gestó su grandeza. **Sánchez-Albornoz** siempre ha resaltado esa condición de hombres libres como elemento diferencial²⁰, mientras que para **Ortega y Gasset** es ese “saber mandar” innato que no tiene que ver con la calidad humana ni intelectual de quienes saben desarrollar ese poder. De hecho afirma **Castro** (1949:275) que España (y germen de tal sentimiento fue, sin duda, Castilla) “nunca planeó su existencia con vistas a un futuro de realizaciones materiales, sino con la mira puesta en una eternidad celestial o de fama imperecedera”.

Frente a Castilla recuerda **Ortega** que hubo grandes civilizaciones en la Historia que no supieron mandar, como la griega, y prueba de ello fue su incapacidad para extender sus dominios como sí lo hicieron otros grandes imperios como Roma o la propia Castilla. Incluso, la crítica velada de **Sánchez-Albornoz** al feudalismo²¹ es, en sí, un argumento absolutamente contrapuesto a

¹⁹ Cf. también **Pellistrandi** (2005:65).

²⁰ No en vano parece ésta una condición indispensable para entender la obra del historiador en esa clave sugestiva que interpreta **Morales** (2005:44) y que sirve para que siga “vigente su intento de construir una visión global de la historia española y su propósito de contribuir a una España tolerante”.

²¹ “Lo he dicho y lo he escrito muchas veces: Castilla fue un islote de hombres libres pequeños propietarios en el mar del Occidente feudal y lo fue incluso dentro de la España cristiana, donde Galicia estuvo dominada por grandes señores laicos y eclesiásticos, Aragón fue tierra de campesinos de condición servil o señorial y Cataluña vivió incluso en la órbita del puro feudalismo franco” (**Sánchez Albornoz**, 1958:21). Cabría preguntarse sí, aceptando los planteamientos de **Sánchez Albornoz** sobre el feudalismo catalán y, siguiendo la lógica de **Ortega y Gasset** de que el feudalismo precisamente ayudaba al enraizamiento del sentimiento nacionalista, se podría colegir que fue ésta una de las bases del potente sentimiento nacionalista catalán que catalizó posteriormente en el siglo XIX.

los planteamientos de **Ortega**, mucho más propenso a exaltar los valores del poder feudal. Al escaso arraigo del feudalismo atribuye el filósofo, precisamente, el escaso sustrato nacionalista español en comparación con otros pueblos europeos de mayor tradición feudal como Francia o Inglaterra:

“Es un grandísimo error suponer que fue un bien para España la debilidad de su feudalismo²². (...) En Francia hubo muchos y poderosos (feudales); lograron plasmar históricamente, saturar de nacionalización hasta el último átomo de masa popular. Para esto fue preciso que viviese largos siglos dislocado el cuerpo francés en moléculas innumerables, las cuales, conforme llegaban a madurez de cohesión interior, se trababan en texturas más complejas y amplias hasta formar las provincias, los condados, los ducados. El poder de los “señores” defendió ese necesario pluralismo territorial contra una prematura unificación en reinos.” **Ortega y Gasset** (1921:157-8)²³

Ortega también habla de otros factores al margen de la tradición feudal, como las diferencias de carácter entre los distintos pueblos godos que penetran en la Europa Occidental, en especial entre los visigodos y los francos. Los primeros, pobladores de la Hispania post-romana, fueron uno de los pueblos godos que más contacto tuvo con la Roma decadente y **Ortega** (1921:158) los considera “extenuados, degenerados” y desprovistos “de esa minoría selecta”, lo cual explica que sean barridos tan fácilmente por un simple “soplo de aire

²² **Menéndez Pidal** (1957a:71-2) no coincide plenamente con esta premisa: “Se ha señalado como gran desgracia de España el no haber tenido feudalismo, esto es, falta de una nobleza fuerte y emprendedora. Pero si no hubo multitud de estados feudales hubo variedad de reinos que más libremente pudieron desarrollar su personalidad y desparramarse en las actividades más dispersas (...) No hubo señores poderosos, pero hubo reyes coexistentes que llegaron a competir en empresas cuales ningún duque feudal podía soñar”.

²³ **Juliá** (2009:34) habla de un arco de transformación en el pensamiento de **Ortega**, que en su juventud “creyó que la anormalidad de la historia de España podía remontarse unos cuantos lustros y que era cosa, por así decir, pasajera; luego **Costa** le convenció de que España llevaba ya dos siglos decayendo, más tarde, cuando llegó a su primera madurez, Ortega intentó demostrar que la decadencia afectaba a toda la Edad Moderna, pero al final, un “mayor estudio y reflexión” le enseñó que la decadencia española no fue menor en la Edad Media que en la Edad Moderna, lo cual le llevó a la conclusión, literalmente insostenible para cualquiera que no sea filósofo, de que toda la historia de España era la historia de una decadencia”. Las críticas de autores como **Maravall** a la interpretación decadente del devenir histórico de España tenían un blanco claro, **Ortega**, pues el filósofo madrileño “cada cuatro o cinco años ampliaba en uno o dos siglos el no ser de España” (**Juliá**, 2009:35). Con todo, **Juliá** (2009:36) reconoce que el propósito del filósofo madrileño no parecía ser tanto inventar la inexistencia de España, sino proclamar su reconstrucción: “españoles, no tenéis Estado, clama (**Ortega**) desde *El Sol* a mediados de noviembre de 1930, reconstruido”.

africano”. Curiosamente, la invasión musulmana no llegó a traspasar la frontera pirenaica, a cuyo otro lado se asentaron sobre la Galia post-romana los francos, pueblo para **Ortega** mucho menos maleado que los visigodos y, a su vez, pleno de fuerza, cuyos rasgos vitales se aprecian aún en la herencia francesa de hoy en día.

Volviendo al germen castellanoleonés, el caso es que el estatus regio de Castilla se adquirió por la vía de los enlaces matrimoniales, y también el primer intento de conciliación política de ambos reinos llegó por esta vía. Primer intento porque, como bien comenta **Valdeón** (1995:217) “la historia política de los siglos XI y XII nos ofrece un continuo zigzagüeo entre la unidad de Castilla y León y la separación de los reinos”, plasmada por ejemplo en la negativa de los leoneses de acompañar al rey de Castilla en la batalla de las Navas de Tolosa, una ausencia que “no obedecía a un supuesto abandono del espíritu reconquistador de los leoneses, sino simplemente al enfrentamiento de su rey, Alfonso IX, con respecto al monarca castellano, Alfonso VIII” (**Valdeón**, 1995:224).

2.1.2. La unión de reinos

Las figuras de dos monarcas que **Valdeón** (1995:234) califica de “excepcionales”, **Fernando III**²⁴ y **Alfonso X** no sólo cerraron las heridas abiertas durante dos siglos de separación para alumbrar definitivamente un reino conjunto, sino que proyectaron la dimensión internacional del nuevo Reino. “A esa Castilla, que era

²⁴ Que trató de uniformar los dispersos textos jurídicos castellanos, que **Tomás y Valiente** (1981:46) consideraba marcados por un acentuado “localismo jurídico”, para “establecer un texto de derecho local lo más uniforme posible en las nuevas ciudades conquistadas” (**Orduña**, 2009:44)

ya el reino más extenso y poblado de los cuatro que compartían entonces el ser de España”, escribe **Suárez Fernández** (2000:29), “Alfonso quiso entregarle una misión y una conciencia”²⁵. Castilla se convirtió en una referencia no sólo de la España de la Reconquista, sino de todo el continente, en buena medida gracias a las aspiraciones imperialistas que albergaba el rey **Alfonso X**, no sólo desde un punto de vista político, sino también cultural. No en vano a aquel rey se le apodó “El Sabio”.

A raíz de la nueva unión comenzó una andadura que **Sánchez-Albornoz** describió como “750 años de historia fraterna y unida”²⁶, en el que se desdibujaron las posibles diferencias entre castellanos y leoneses que se enumeraron y que ya **Valdeón** ha rebajado al nivel de “matices”.

“La supuesta diferenciación entre una Castilla más popular y un León más señorializado” **Valdeón** (1995:238), predicada de los tiempos aurales de ambas sociedades, ¿siguió vigente después del año mil? Todo lo contrario. Cada día se aproximaban más las realidades sociales de ambos territorios. Así lo entiende, al menos, **Orduña** (1986:17-8) quien sostiene igualmente que “tampoco es cierta la diferenciación entre los dos reinos, pues a partir de 1230 se borra la institucional, pero muy anteriormente los nexos de unión y las identidades eran mucho mayores que lo que les separaba”. El propio **Valdeón** (1995:238) argumenta que había paralelismos, por ejemplo, en la imparable expansión de la nobleza

²⁵ “La misión era indudablemente el paso al otro lado del mar (...) - Y la conciencia fue expresada por medio de la *Crónica general*, que estaba todavía en su primera fase de redacción cuando el monarca falleció. En ella se recogía (...) el elogio del suelo de España, la creación de la monarquía visigoda, su pérdida y ahora la restauración” (**Suárez Fernández**, 2000:29).

²⁶ Palabras de **Sánchez Albornoz** en 1980, con motivo del 750 aniversario de la coronación de **Fernando III** (citado en **Valdeón**, 1995:236).

magnaticia, que presenciaron León y Castilla por igual, el despegue de la burguesía, similar en tierras de ambos reinos como Burgos, León, Zamora, Osma, Segovia o Salamanca o la progresiva dependencia en la que fueron incurriendo los labriegos. Con **Alfonso X** sí se impulsaron diversas políticas de índole centralista²⁷, la más importante quizá la unificación de las Cortes de León y de Castilla. Sin embargo, tal intento “no suscitó la menor resistencia” (**Valdeón**, 1995:239), de lo que se deduce que la andadura común del nuevo Reino estaba asumido por sus gentes, y de buen grado, además; algo que no se dará en otras cuestiones del ataño del ya reino unido, como se verá más adelante.

Otras iniciativas encaminadas a consolidar la identidad de las gentes castellanoleonesas partían del uso mismo de la lengua común, el castellano. **Alfonso X** era conocedor del potencial de una herramienta así. Por un lado, identificaba a la monarquía castellanoleonesa con una lengua propia, lo cual resaltaba las características identitarias; pero además se la identificaría con la lengua del saber y contaría con otras ventajas adicionales, como la de permitir que algunas gentes recelosas del latín por su vinculación férrea con el catolicismo se sintieran más cómodas usando la nueva lengua del reino. Escribe **Castro** (1949:233) que el hecho de que “Castilla hubiera uniformado su lengua, quizá antes de poseer una literatura²⁸, mucho más que las regiones contiguas de León y Aragón” no hace sino revelar “firme voluntad de acción, urgencia por crear enlaces y trabazones sociales, no compatibles con un habla movediza y

²⁷ No en vano **Morales** (2005:23) afirma sin dudar que “Alfonso X supone un momento decisivo” en la historiografía castellana, pues con él el “concepto de Castilla como Estado, coexistente y en conflicto con una visión patrimonial de aquélla se impone sobre las aspiraciones nobiliarias”.

²⁸ Se sirve aquí el historiador de un estudio de **Ramón Menéndez Pidal** sobre las primeras manifestaciones del castellano en los siglos X y XI.

anarquizada”. Algo que, por cierto, entronca con ese “saber mandar” del que hablaba **Ortega**, por cuanto el temprano arraigo lingüístico del castellano, según **Castro**, induce a “pensar en la existencia de una clase dirigente con prestigio bastante para hacerse imitar”. Por cierto, que ha sido **Castro** duramente criticado por emparentar con los judíos el nacimiento de la lengua castellana, pues, según **Sánchez-Albornoz** (1958:276), “han rechazado esta tesis hebraístas y romanistas”²⁹.

También habría de hablarse de una preponderancia del Reino castellanoleonés en materia jurídica, especialmente por oposición a lo observado en los pueblos de Aragón. Mientras en el segundo se descubre una “territorialización” legislativa, en el primero “sus monarcas disponían de instrumentos de homogeneización jurídica, lo que en definitiva redundaba en beneficio del fortalecimiento de su propio modelo de gobierno” (**Valdeón**, 1995:279). Algo parecido sucedía con respecto al poder político: en Aragón se estilaba una tradición pactista que confrontaba con el “poderío real absoluto” de los monarcas castellano-leoneses; algo que se explicaba por la diferencia de peso que tenía la aristocracia en ambos reinos: mientras que en Aragón los nobles habían obtenido del monarca muchos de sus privilegios, en Castilla, aun siendo la nobleza importante, reconocía el yugo monárquico con menos ambages (**Valdeón**, 1995:280).

²⁹ No será la única crítica que verterá **Sánchez Albornoz** a la obra de su otrora colega **Américo Castro**, a quien acusa de despreciar deliberadamente instrumentos ineludibles para el trabajo del historiador moderno, como la consideración de los condicionantes geográficos o económicos en la reconstrucción de la historia de los pueblos (cf. **Sánchez Albornoz**, 1958:245-77).

El caso es que el Reino de Castilla y León era ya por aquella época, como afirmaba **Sánchez Arévalo**, el “primero y principal” de la España peninsular, tanto por motivos geográficos como por razones históricas³⁰. Como escribe **Valdeón** (1995:278) “los reinos de Castilla y León constituían, por decirlo en términos metafóricos, el tronco de un frondoso árbol, en tanto que los otros núcleos políticos de Hispania eran simplemente sus ramas”. “Es ‘toda España’”, escribe **Morales** (2005:22) y en ella Castilla, centro referencial de los demás reinos –descendientes todos de un tronco común, la dinastía de Sancho III–, encarna el proyecto nacional de común conciencia de unidad”. **Ortega** (1921:36) compara, en este sentido, la amplitud de miras de Castilla³¹ con las de Aragón, si bien acaba dando prioridad a la primera por cuanto la sensibilidad exterior de esta última se veía “contrarrestada por el defecto más opuesto a esa virtud: una feroz suspicacia rural (...) un irreductible apego a sus peculiaridades étnicas y tradicionales”. Esta dialéctica entre la amplitud de miras y la cerril interpretación de la Historia se ha dado incontables veces entre los pueblos españoles. **Salvador de Madariaga**, por ejemplo, replicó una vez a **Landaburu** su ignorante y ventajista hermenéutica del hecho vasco afirmando que “los vascos son los más españoles de todos los españoles. Con los burgaleses son los padres del lenguaje de Castilla y, en realidad, los padres de los castellanos... Cuando se pobló Castilla, vencidos los moros, vascos fueron los más de sus pobladores, y vascos también los de Aragón”; una postura que también ha defendido **Sánchez Albornoz**: “A

³⁰ **Haliczer** (1987:25) señala, además, que los estragos de la peste en Aragón durante el siglo XV favorecieron el desarrollo de Castilla como potencia primordial de aquella incipiente España.

³¹ Una hermenéutica, por cierto, muy similar a la de **Castro** (1949:28) quien, con ese estilo quizá más literario que histórico, escribe que “Castilla sintió la ineludible necesidad de salir al mundo; con paso y voz firmes se enfrentó a quienes pretendían amenguar su dignidad”.

través de Castilla, a cuya generación contribuyeron, los vascones han proyectado su espíritu y su temperamento hacia Hispania y hacia todos los pueblos hispanos, y por eso España y lo español pueden ser pensados desde el País Vasco”³².

2.1.3. El Reinado Católico

Una vez consolidada la unión de los reinos de Castilla y de León, la ascensión al trono de la dinastía de los Trastámara acabó haciendo derivar las miras expansionistas, de manera natural, hacia otros territorios peninsulares. Años más tarde, otro miembro de esta dinastía ascendía al trono de Aragón, lo cual sentó las bases de un futuro enlace con la corona de Castilla (Valdeón, 1995:262). Tal cosa sucedería en 1469, con la unión en matrimonio de **Isabel de Castilla** y **Fernando de Aragón** en Valladolid. **Ortega y Gasset** (1921:36) celebra también el que Castilla lograse “conquistar para sus fines el espíritu claro, penetrante de **Fernando el Católico**”, a quien considera inspirador, junto a **César Borgia**, de **Nicolás de Maquiavelo** (Ortega y Gasset, 1921:39. Y si a Maquiavelo se le considera esencial para entender el Estado moderno, ese que **Linz** (1973:33), parafraseando a **Weber**, define como una “institución esencialmente postfeudal”, cabe colegir que Castilla también hizo acopio de buenas dosis de modernidad.

El reinado de los Reyes Católicos supuso para Castilla un periodo de paz y estabilidad después de la convulsa etapa de **Enrique IV**, amén de la consecución de diversas empresas de relevante calado, tanto en el ámbito peninsular (fundamentalmente, la caída del reino nazarí de Granada) como internacional (con el descubrimiento de las Indias Occidentales). “El tiempo de los Reyes

³² Ambas citas están extraídas de **Seco Serrano** (1994:100).

Católicos”, escribe **Rivas** (2012:149), “(...) supuso el surgimiento de una fórmula pionera de organización del poder público en la península ibérica en el tránsito del mundo medieval al mundo moderno, que permitió la hegemonía hispánica en Europa durante los siglos XVI y XVII”.

Sin embargo no todos los ciudadanos castellanos y leoneses abrazaron la causa unionista con Aragón sin ambages. Como explica **Thompson** (2001:182), las posiciones fueron mucho más variadas de lo que la historiografía tradicional española ha hecho ver. Existió, por supuesto, y parafraseando a **Corominas**, un “imperialismo castellano” de corte más bien excluyente; si bien habría que debatir si su volumen de adhesiones representaba un reflejo significativo de la realidad social de la región en aquellos tiempos. **Linz** (1973:47) entiende, en este sentido, que “el retraso en la construcción del estado español durante el periodo de máximo esplendor, el prestigio de sus reyes y el influjo de la riqueza procedente de América, dificultó la tarea durante el periodo de decadencia. El retraso, a su vez, fue el resultado del temprano éxito de Castilla, de la necesidad de ir despacio, teniendo en cuenta los problemas de los territorios “extra” que tenía la corona española en Italia y en Centroeuropa y que se hubieran visto amenazados por estos cambios institucionales”³³.

Las aspiraciones imperialistas³⁴, loadas desde la óptica historiadora de autores de referencia como **Valdeón** o **Sánchez-Albornoz** e incluso de filósofos que, como **Ortega**, valoraban el anhelo universalista de trascender las propias

³³ El propio **Rivas** (2012:150) reconoce que “la tensión entre centralización y resistencia a acatarla fue constante en la monarquía hispánica, y sólo se suavizó en el siglo XVIII, cuando acabó la Guerra de Sucesión”.

³⁴ **Morales** (2005:24) se refiere, parafraseando a **García de Santamaría**, **Sánchez de Arévalo**, **Valera**, **Palencia** o **Bernáldez**, a una Castilla ““providencialmente’ abocada a un destino imperial”.

limitaciones para emprender empresas mayores también tenían su contrapunto negativo. Como explica **Elliott** (2002:69), “la ambición dinástica, derivada del profundamente enraizado sentimiento europeo de familia y patrimonio, entorpeció las tendencias unitarias y amenazó constantemente –debido a la continua persecución de adquisiciones territoriales – con diluir la cohesión interna que con tanto esfuerzo se estaba logrando”.

Para **Thompson** (2001:182), una opción que sí despertaba más simpatías en aquellas tierras castellanas fue la del “hispanismo castellano” confederal, defendido por una larga serie de humanistas, intelectuales y administradores. Esta propuesta de estructuración política y social del nuevo territorio emergido de la Reconquista aceptaba la convivencia y la integración bajo un mismo manto político, con un justo reparto de beneficios y obligaciones, así como el mantenimiento de una independencia de las leyes y costumbres de cada una de las partes, lo cual iría muy en consonancia con las tesis de **Seco Serrano** (1994:108) de que “en su momento cenital, jamás intentó Castilla un asimilismo excluyente con respecto a las tradiciones culturales e históricas de los pueblos peninsulares”. Por último existiría, según **Thompson** (2001:182) “un antihispanismo castellano, una especie de ‘separatismo castellano’ para el que la pertenencia fortuita a un mismo señor no implicaba obligación común”, sino que abogaba más bien por una coexistencia de reinos autosuficientes, si bien su impacto fue notablemente menor.

El de los Reyes Católicos fue un reinado que se apoyó en la experiencia del “laboratorio de acción política autoritaria y centralista” de la Castilla de los siglos

XIV y XV (**Valdeón**, 1995:280). Si antes hablábamos de una contraposición en el modo de entender la política en Aragón y en Castilla que otorgó una posición de preponderancia a este último reino, la unión de Isabel y Fernando entendió que para sentar las bases de su Hispania habría de seguirse un modelo centralista más parecido al de Castilla, lo que refrendaba la antedicha posición de predominio. Escribe, en este sentido, **Castro** (1949:25), que “lo primero que sorprende al observador es que, ya en la primera mitad del siglo XV, los castellanos sintieran la necesidad de definir a España”, lo cual también redundaba en esta temprana identificación de Castilla con el ideal español. Todo esto lleva a autores como **Valdeón** (1995:280) a defender que “el matrimonio de Fernando e Isabel puso los cimientos de la reconstrucción de la perdida unidad de Hispania. Y lo hizo, al menos en teoría, sobre la base de la igualdad de las dos coronas que entraban en juego, Castilla y Aragón. Pero a la hora de la verdad Castilla pesó más”.

Y lo hizo tanto por razones históricas (los Trastámara eran una dinastía procedente de Castilla) como político-militares, puesto que la mayoría de los logros conseguidos durante el Reinado Católico se llevaron a cabo en la parte castellana, y no aragonesa. “La genial vulpeja aragonesa”, sentenciaba **Ortega y Gasset** (1921:36-7) “comprendió que Castilla tenía razón, que era preciso domeñar la hosquedad de sus paisanos e incorporarse a una España mayor. Sus pensamientos de alto vuelo sólo podían ser ejecutados desde Castilla, porque sólo en ella encontraban nativa resonancia”.

Pero, como anticipábamos antes, tales afirmaciones están lejos de generar un consenso. La realidad, según otros autores, no fue tan simple, tal y como se ha venido explicando según las tesis de **Thompson**. El hispanista inglés **Elliott** (1984:11) coincide en señalar que “el fallo del enlace original, que demostró ser sólo una unión dinástica, se agravó a medida que avanzó el siglo XVI (...) En la teoría, las coronas de Castilla y Aragón estaban unidas en igualdad de condiciones; los nativos de cada una de ellas tenían el mismo derecho de ser atendidos por su rey. En la práctica, la igualdad no sobrevivió a la muerte de Fernando el Católico”³⁵. **Ford** también se refiere a esta debilidad estructural al afirmar que “España es hoy lo que siempre fue, un puñado de menudos cuerpos atados por una soga de arena, a los que, al faltarles la unión, les falta también la energía”³⁶.

Y en cierto modo, si asumimos que las identidades se refuerzan en parte por la oposición a una alteridad a la que contraponerse, podría afirmarse perfectamente que durante mucho tiempo Aragón representó sin duda la némesis de Castilla³⁷. A pesar de los esfuerzos propagandísticos por eliminar estas diferencias después del enlace de los Reyes Católicos, existen vestigios históricos que demuestran que esta unión de coronas no sólo no limó las asperezas preexistentes, sino que además aceleró “el nacimiento de un sentido mucho más

³⁵ **Rivas** (2012:150) añade que el “modelo se mostró débil cuando hacían falta respuestas rápidas a problemas urgentes”

³⁶ Citado en **Gibson** (1993:18).

³⁷ “La imagen dominante”, escribe **González Antón** (2002:101), “es la de la separación neta y hasta el enfrentamiento inevitable entre reinos. Los pactos repetidos entre castellanos y aragoneses para repartirse Navarra y hacerla desaparecer como reino son una prueba elocuente y especialmente antipática de la competencia por engrandecer el propio reino; lo mismo el continuo vaivén de la frontera castellano-navarra durante más de doscientos años. Incluso tras consolidarse las fronteras entre Coronas, la pugna entre Aragón y Castilla se mantiene cuando intentan tallarse sus respectivas zonas de influencia en la costa africana”.

positivo de la conciencia protonacional castellana” (**Thompson**, 2001:186). El propio **Thompson** recalca cómo, durante aquellos años, el lenguaje de las Cortes experimenta ciertos sesgos curiosos, como el empleo de una oposición entre “estos” y “aquellos” reinos, así como el empleo más profuso de las palabras “Castilla” y “castellanos”.

Este deseo de diferenciación (“desagrado castellano por su asociación con la Corona de Aragón”, en palabras de **Thompson**) prosiguió incluso durante el reinado de Carlos V. Ejemplos de esta animadversión a lo largo de la Historia hay varios: por ejemplo, la petición número 42 de 1532 a las Cortes solicitaba que la posesión de beneficios eclesiásticos en Castilla se restringiera especialmente a “los naturales nacidos y criados de padre y madre” en los reinos aragoneses y navarros, por ser éstos “distintos y apartados” y tener sus propios fueros.

En parte esto redundaba en la idea anterior: que la unión de Castilla y Aragón –que incluía las tres coronas de la confederación aragonesa: el reino de Aragón, el principado de Cataluña y el Reino de Valencia, con sus tres instituciones distintivas– no fue una “unión de iguales”, como afirmaba **Linz** (1973:38), aunque en realidad ya lo había dicho antes **Elliott**. Este problema se puso aún más de manifiesto en cuanto el centro de atención de Castilla se volvió hacia el Atlántico, porque “la federación cántalo-aragonesa, orientada hacia el Mediterráneo, de espíritu comercial y mirada cosmopolita, tenía poco en común con una Castilla cuya organización social se espoleaba con las necesidades de la guerra de cruzadas y cuyos horizontes mentales se habían visto limitados por siglos de aislamiento político y cultural. La grieta entre ambas se hacía aún mayor

por sus tradiciones e instituciones políticas” (Elliott, 1984:6). El propio Elliott (1984:8) critica también que no hubiese aspiración de que la unión fuese de iguales después. Para él el paradigma fue la conquista de América, cuya explotación se asumió de manera lógica como tesoro de Castilla, en el que Aragón no tuvo nada que ver. Por eso, precisamente, la caída de las colonias fue algo que tocó mucho más de cerca de castellanos que a aragoneses, a los que Elliott considera que se dejó fuera del proyecto porque, como había sucedido con otros territorios peninsulares, Castilla y Aragón no se unieron como iguales, sino que más bien Aragón se anexionó como un nuevo territorio de Castilla.

Thompson (2001:188) también reconoce que “esta identidad explícita y protonacional de la “gran” Castilla era, sin embargo, un sentimiento reciente, dudoso y relativamente débil, que reaccionaba, en gran medida, ante una amenaza sentida al futuro independiente del país, como en 1473 y 1518”. Del mismo modo, no existía en Castilla “el apoyo jurídico e institucional” que sí había en los reinos aragoneses. En parte, esa ausencia de respaldo legislativo e institucional se debía a que Castilla ya era de por sí un marasmo de reinos y monarquías previas. Si a esto le añadimos la ausencia de “personalidad política, jurídica, cultural e histórica diferenciada” (Thompson, 2001:189) provocada principalmente por la política casi de tierra quemada que se adoptó en la conquista y repoblación, amén de la constante flexibilidad de las fronteras derivada del proceso mismo de Reconquista, hacían que el sentimiento castellano excluyente no contase con demasiados visos de prosperar.

Otro problema para la reivindicación de Castilla como región más allá del gran proyecto, nacional primero (Reyes Católicos) e internacional después (**Carlos I**) era que no se articulaba en torno a una gran urbe (como sí lo hacía, por ejemplo, Cataluña con Barcelona, Aragón con Zaragoza o Valencia con la ciudad homónima) (**Thompson**, 2001:190). **Castro** (1949:275) también incide en este factor al señalar que “Castilla careció de capital fija, y su corte errabunda peregrinaba de ciudad en ciudad; faltaba un sentimiento de dinastía nacional”.

2.1.4. El alzamiento comunero

Pese a que no existiese un núcleo urbano predominante en aquella poderosa Castilla, su tradición era fuertemente urbanita, como ya hemos visto. Es por ello que no deja de ser curioso que, como escribe **Lucena Giraldo** (2006:62), paradójicamente, “la riqueza de las tierras ‘por descubrir y por ganar’ que su trabajo y fortuna habían otorgado al monarca colaboró en la liquidación de la revuelta comunera por Carlos I y con ella de la libertad de las ciudades de Castilla”. Y es que poco duró el periodo de paz y tranquilidad de los Reyes Católicos en el seno del Reino de Castilla. Si bien, como se había apuntado antes, siempre existieron divergencias entre castellano-leoneses y aragoneses, hasta el punto de observarse ciertos ejemplos casi de segregacionismo, lo cierto es que la tónica dominante en los pueblos de la península bajo el gobierno de los Reyes Católicos fue la unidad y la concordia.

Sin embargo, a la muerte de **Fernando**, la posterior subida al trono del **Carlos I** introduce lo que **Santos Juliá** (2005:28) denomina “anomalía inducida

por un príncipe extranjero”³⁸. Tal fue así que la coronación desató una marejada de inconformismo en un Reino de Castilla acostumbrado a una relación más directa con sus dirigentes regios, que no entendió el gobierno en la distancia que pretendió llevar a cabo en un principio el emperador germano, ni tampoco los costosos gravámenes que para la tierra vertebradora de España suponían las andanzas imperiales de su nuevo monarca.

Respecto a estas demandas de los comuneros, **Maravall** (1963:51) escribe que lo que se reclama es “que el gobernador o lugarteniente sea natural porque conozca mejor las cosas del reino y pueda ser amado y respetado de los pueblos, tesis que se extiende a todos los oficios públicos”. **Berzal de la Rosa** (2008:51) también se hace eco de varias muestras de descontento producidas por el hecho de que el monarca no acabe de entender los usos y costumbres castellanas por no ser oriundo del lugar. En una línea similar, **Martínez Peñas** (2007:204) resalta este factor de importancia capital para los comuneros al señalar que el religioso fray Juan “apoyó las demandas de los comuneros, pero al saber que la intención de Carlos era regresar a Castilla y gobernar personalmente el reino, no mediante personas interpuestas, pasó a apoyarle decididamente”. Sin duda, la presencia física del rey y su familiaridad con los usos y costumbres castellanas, fue un caballo de batalla, al menos iniciático, para los comuneros.

³⁸ Pese a acuñar el término, **Juliá** (2009:37) expresa su admiración por autores que, como **Azaña**, no veían tal rupturismo entre los Reyes Católicos y su nieto. “(**Azaña**) percibía, a pesar de las Comunidades, de la pérdida de libertades de Castilla y del injerto imperial austro-alemán, una más gruesa línea de continuidad entre Isabel y Fernando y su nieto Carlos”. De hecho, en la edición que **Juliá** hace de los discursos del presidente republicano, asegura que lo que **Azaña** (2004:86) deseaba en verdad es “una Convención que enviara al patíbulo a los herederos de esa ‘dinastía extranjera, canónica, despótica, papal’ que hace cinco siglos liquidó las libertades de Valencia y de Castilla”.

“Frente a un Carlos rey de dos países, los comuneros idealizan a la figura de Fernando como prototipo de rey nacional”, escribe **Pipitone** (2003:85), y todo ello desencadena en el episodio de la revuelta comunera, que se celebra hoy como fiesta regional de la Comunidad Autónoma de Castilla y León. En este sentido, resulta de obligada lectura el libro *Los comuneros: de la realidad al mito*, donde **Berzal de la Rosa** (2008:311) desgrana la relación del movimiento comunero, ese “epicentro dramático del episodio histórico devenido en mito”, con la cuestión identitaria regionalista en la autonomía castellano-leonesa. Según este autor, la diferencia principal en el proceso de construcción identitaria entre Castilla y León y otras comunidades radica en la falta de tradición existente en nuestra región, algo que ya señalaba **Beramendi** (1984) y que se discutirá más en profundidad a medida que el repaso histórico se vaya acercando a nuestros días.

Berzal de la Rosa (2008:311) se apoya para esta comparación en “el mimetismo que algún autor ha establecido entre la fiesta de Villalar y la Diada catalana”. **Sánchez Badiola** (2010:207) también emplea ese mismo término, “mimetismo” para interpretar la festividad de Villalar en clave de adaptación castellana de la Diada catalana. **Anguera** (2008:215) redonda en el paralelismo al señalar que Cataluña no era la única tierra que conmemoraba una derrota, ya que lo mismo sucedía con los comuneros de Castilla. **Gibson** (1993:219) cuenta que el 11 de septiembre de 1714, día de la rendición de Barcelona a las tropas de Felipe V, la fecha que se conmemora la Diada, “ha quedado tan grabada en el subconsciente catalán como 1492 en el de los sefarditas”.

Que en Castilla y León se recuperara el mito de los Comuneros ya en el siglo XX no es, según **Berzal de la Rosa**, baladí; por cuanto en una comunidad en la que no abundan los referentes simbólicos, aquellos que se opusieron al centralismo del gobierno absolutista estaban llamados a ocupar un lugar de privilegio en una escena de reivindicaciones identitarias³⁹. De hecho, desde aquellos que trataron de instaurar Villalar como el eje vertebrador de la identidad castellanoleonesa, no se deja de reivindicar aquella derrota como el momento histórico a partir del cual Castilla y León perdió su espacio diferencial (y sus libertades⁴⁰) para quedar sometida bajo el yugo centralista español (encarnado en el Emperador **Carlos I** de España y V de Alemania⁴¹). Porque hubo dos caballos de batalla del regionalismo villalarista: democracia⁴² y autonomía⁴³. El propio **Azaña** (2004:261), que con frecuencia aludía en sus discursos al referente comunero, alababa el carácter democrático de las Cortes de Castilla y su

³⁹ Como afirma **Pérez Vejo** (2001:64), “el gran éxito de la nación estriba en su capacidad mitogénica, en su capacidad para convertir la propia historia de la comunidad en un mito omnicomprendido que da sentido a las vidas individuales, tal como los grandes mitos religiosos lo habían hecho en el pasado”.

⁴⁰ “La derrota de las Comunidades”, escribe Morales (2005:25), “simboliza, ya desde el siglo XVIII (León de Arroyal), las libertades castellanas perdidas”.

⁴¹ Cf. también **Pietschmann** (1992).

⁴² Escribe **Maravall** (1963:45) que “las Comunidades significan más bien un primer conato en la sustitución de la democracia corporativa medieval, por la democracia estatal moderna, una democracia que entonces asume ya un carácter protonacional”, si bien habría que aclarar que este carácter protonacional no se aplica de forma exclusivista a Castilla, sino a Castilla como germen de España. Los castellanos de la época comunera no quieren tales mejores democráticas para sí, sino para el proyecto conjunto que han aglutinado los Reyes Católicos para toda la península. Si proseguimos la muy recomendable lectura de **Maravall** (1963:52), comprobamos que, efectivamente, ese y no otro es el sentido de tal sentimiento protonacional: “Se trata de mantener la autonomía y peculiaridad del grupo, que sólo se reconoce cuando es gobernado por sus propios naturales, porque cada uno de éstos es parte del grupo y, por pertenecer sustancialmente a él, puede conocer sus condiciones y carácter: tener en cuenta “la condición del reino” es la idea que va imponiéndose.”

⁴³ Respecto a la autonomía, escribe **Maravall** (1963:87) que, precisamente, “es éste (el del término “Comunidades”) un matiz semántico de la palabra que hay que tener en cuenta, porque tuvo que estar presente en los sublevados contra **Carlos V**, cuando tan unánimemente echaron mano de tal término para designar con él su movimiento subversivo: no tener que obedecer a Rey ni señor, esto es, asumir su propio gobierno.”

urbanismo, así como la tentativa comunera de introducir modos de gobierno de mayor filiación democrática⁴⁴.

Sin embargo, insiste **Berzal de la Rosa**, todo esto pertenece a la recreación de un ideario más mitificado que real. Si volvemos la vista hacia estudios más concienzudos sobre el origen de la revuelta comunera (apenas estudiada y ni siquiera mentada por obvias razones centralistas durante la etapa del franquismo), nos encontramos con que estudiosos tan respetados como **Pérez (1999)**⁴⁵ remarcan más bien las motivaciones socio-económicas como trasfondo de las revueltas, algo que poco tendría que ver con el barniz nacionalista con el que se ha intentado lustrar Villalar en las últimas décadas. Pese a que no es un episodio histórico que reseñe profusamente en su *España en su historia*, **Américo Castro (1949:276)** también afirma que “la Guerra de las Comunidades (1520-1521) tuvo como principal motivo la exigencia de que se restableciera la situación que el pueblo había conocido bajo aquellos monarcas, sobre todo en materia de impuestos”, enfatizando por tanto el cariz económico que tuvo aquel levantamiento.

Volviendo a **Pérez (1999)**, su análisis documental del levantamiento comunero llega a cuatro conclusiones fundamentales: el movimiento comunero es (1) esencialmente “centro-castellano” y (2) urbano⁴⁶ (**Maravall, 1963:32**) pero con pronto acomodo entre las clases rurales por el sentimiento antiseñorial, tiene

⁴⁴ **Azaña** realiza estas afirmaciones, por ejemplo, en su discurso “El genio político de Castilla y los destinos de la República”, pronunciado el 14 de noviembre de 1932.

⁴⁵ Citado en **Berzal de la Rosa (2008:320)**

⁴⁶ **Kamen (2004:81)**, en su revisión histórica de la Inquisición española, se refiere a la rebelión comunera como “una lucha confusa y compleja librada en parte por las oligarquías urbanas contra la autoridad real” y, si bien lo oligárquico se presta a severas matizaciones, lo urbano parece aglutinar suficiente consenso entre los autores consultados.

(3) un programa político fundamentalmente revolucionario (especialmente para la época) y (4) se basa en el intento de limitar el poder arbitrario (absolutista) de **Carlos I**. En algunos casos, y especialmente a medida que la solución a la revuelta se dilata en el tiempo, con la consiguiente radicalización de un buen número de facciones comuneras, las demandas de limitación del poder regio son mayores⁴⁷. La derrota de Villalar habría estado propiciada, según Pérez, por la alianza entre la nobleza y la monarquía, los dos estamentos⁴⁸ que claramente más tenían que perder con aquella revuelta.

Valdeón (1995:292) incide en el carácter castellano, aunque se reconoce la presencia minoritaria de otras ciudades fuera de este ámbito en la sublevación. Al igual que **Maravall** (1963), también destaca Valdeón el carácter esencialmente urbano del movimiento comunero, con las clases dirigentes de las ciudades al mando de la revuelta. No obstante, autores como **Pérez** (1999:59) han subrayado la presencia de las “capas medias” en el alzamiento y, con el paso del tiempo, una mayor involucración de las clases populares⁴⁹. En esta misma línea, **Valdeón** (1995:293) reconoce que en sus escritos, Maldonado, uno de los líderes comuneros, identificaba claramente dos bandos, “por una parte los nobles, los

⁴⁷ **Maravall** (1963:147) cuenta que “la Junta, con sus propios actos, demuestra que lo que pretende es cambiar el estatuto del poder real y someterlo a ciertas limitaciones. En esto hay declaraciones de comuneros exaltados, como las de un dominico segoviano que confiesa que el fin es despojar al Rey de su autoridad y corona real, remediar los abusos y después, si se le considera ‘hábil para gobernar’, devolverle la corona con ciertas condiciones”.

⁴⁸ “Una guerra, pues, contra los nobles y contra los elementos oficiales”, escribe **Maravall** (1963:237).

⁴⁹ **Maravall** (1963:239) también resulta clarificador en este punto al encontrar un sentido lógico a esta participación de las clases populares: “Era ilusión de la gente popular que seguía el movimiento, nos dice Maldonado, aliviar la pobreza de los miserables y por eso llamaban “santa” a su Junta. Esta hubiera querido establecer una medida de mayor justicia, una proporción equitativa, igualadora, entre los poderosos y los pobres, y ello explicaría la triple acusación que, según el propio autor, los realistas, al recuperar Tordesillas, lanzaban contra los insurgentes: querer igualar las fortunas, anular a la nobleza y derribar la monarquía”.

mercaderes y el alto clero, por otra los artesanos y ‘la confusa multitud del pueblo’”.

Con todo, **Valdeón** se muestra también reacio a identificar en la revuelta comunera un sentimiento nacionalista de tipo identitario regionalista. Como **Maravall** (1963), **Valdeón** afirma que aquello respondía más a una hostilidad hacia los dispendios imperiales de **Carlos I⁵⁰** y hacia el mero hecho de que el nuevo Rey no estuviese de manera permanente en la corte de sus abuelos que a ciertas ínfulas protonacionales. Tal y como escribe **Menéndez Pidal** (1957b:78) “Castilla necesita un rey que la defienda, no puede imitar a esas ciudades inermes, a esas repúblicas que desconocen lo que es honra y necesitan tomar suizos a sueldo”.

Y es que, como señala **Gautier Dalché** (1979:461), pese a haber experimentado un aparente distanciamiento, entre los siglos XI y XIV, con el surgimiento de las ciudades, la relación entre el monarca castellano y su pueblo, siempre fue estrecha: “El poder de los soberanos no fue nunca puesto en tela de juicio por las comunidades urbanas, ni siquiera en los momentos en que fue más débil y más discutido”. No parece, pues, que se pueda entender el fenómeno de la insurrección comunera bajo el prisma regionalista, pues no se trataba de una exaltación de las virtudes propias en contraposición a lo ajeno. En este sentido, el propio **Maravall** (1963:38) advierte del “tipo de evolución en Castilla, según el

⁵⁰ Unos dispendios que, según **Gispert y Prats** (1978:216), acabaron arruinando al país: “A partir de la victoria real (en Villalar), la monarquía absoluta fue prepotente en Castilla, con el apoyo de la aristocracia, convirtiendo las Cortes en un dócil instrumento a su servicio, dispuestas siempre a secundar la costosa política imperial de los Austrias, que acabaría arruinando el país.”

cual las ciudades, aún en los momentos y casos de mayor autonomías, están y se sienten ligadas como partes a un todo político que las trasciende”⁵¹.

Sea como fuere, por encima de todo, **Valdeón** (1995:294) destaca que el legado de los Comuneros, si bien no es representante de ningún sentimiento nacional⁵², sí ha pasado a la Historia por ser una lucha más de las que se libraron en Europa para la obtención de mayores libertades, una empresa a la que Castilla, más vinculada al centralismo por algunas de las razones que hemos visto en este repaso histórico, no suele ser asociada en el imaginario colectivo⁵³, especialmente fuera de sus tierras y de sus gentes. De hecho en el fervor republicano de **Azaña** (2004:196), siempre pareció subyacer una admiración a los comuneros, como comentábamos antes. Solo así se explica que reprochase al resto de España que creyeran que Castilla hubiera confiscado o agredido “las libertades de nadie. Quien ha confiscado y humillado y transgredido los derechos o las franquicias o las libertades de más o menos valor de cada región ha sido la monarquía, la

⁵¹ Poco después **Maravall** (1963:39) refuerza su teoría señalando “la actitud de las ciudades comuneras, en cuyas peticiones apenas sí se halla referencia a las franquicias y privilegios de cada lugar, mientras que se presta una principal atención a los problemas del Reino”.

⁵² Pese a lo afirmado por **Gispert** y **Prats** (1978:217), para quien el fracaso de los inspiradores de las Comunidades “fue una derrota para Castilla y para el incipiente nacionalismo castellano que representaban los comuneros”. Como se ha visto, asociar comuneros a nacionalismo castellano resulta una patente tergiversación de la nomenclatura, pues si algo se ve en los comuneros es una aspiración de extender sus ideales (la hegemonía de la que hablaba **Maravall**) a todo el territorio ibérico, no de diferenciarse de sus convecinos.

⁵³ El propio **Azaña** (2004:196) insistía en la pertinencia de recordar “que las ciudades castellanas en el siglo XVI hicieron una revolución contra el rey cesáreo, contra la majestad nueva, desconocida de España, y esta revolución puede tener dos caras: o bien se admira más en ella el último destello de un concepto político medieval, o bien se advierte en ella, y se admira más, la primera percepción de un concepto de las libertades del Estado moderno, que nosotros hemos venido ahora a realizar. Porque aquellas ciudades castellanas, sublevadas contra el César, reunieron unas Cortes revolucionarias y redactaron una Constitución revolucionaria, que elevaron al rey como suma de sus aspiraciones, y es una cosa que emociona, que profundamente emociona el espíritu de un ser español, leer en aquel texto constitucional frustrado, además de las máximas de buen gobierno, sugeridas por el buen sentido natural de las cabezas claras, de que hablaba el señor Ortega ha poco, los preceptos garantizadores de la libertad individual, que en todo el siglo XIX no hemos sabido consignar en una Constitución ni mucho menos cumplir”.

antigua Corona, en provecho propio, no en provecho de Castilla, que la primera confiscada y esclavizada fue precisamente la región castellana”⁵⁴.

Ramón Menéndez Pidal (1958:82) también defendió el valor libertario y radicalmente modernizador que tuvo la rebelión comunera, bajo cuya superficie “hervía el propósito, no de conservar libertades amenazadas, como se dice, sino de innovar fundamentalmente la constitución de España”. En términos similares, **Maravall** (1963:18) recalca este carácter extremadamente moderno de las reivindicaciones comuneras, con un régimen de opinión que la hizo diferir de raíz con las revueltas gremiales de la baja Edad Media⁵⁵. El sentimiento comunero reflejó, según **Thompson** (2001:183), un deseo de autosuficiencia que, hasta la llegada de **Carlos I**, fue compartido tanto por Castilla como por Aragón y puesto de manifiesto por personajes tan relevantes de la Historia castellana como **Isabel la Católica**, **Cisneros** o **Vitoria**. Aquel deseo de autosuficiencia tenía, efectivamente, mucho de económico. No en vano, Castilla tuvo que aportar en los siglos venideros (especialmente entre el XVI y el XVII) ingentes cantidades de impuestos destinados a la defensa de los intereses de los Habsburgo en Italia, Flandes y Alemania.

Tales sangrías económicas eran precisamente los motivos por los que buena parte de la opinión castellana recelaba del imperialismo español y prefirió,

⁵⁴ Y, si uno hace caso a **Carr** (2009:451) cuando afirma que la “creencia en la hegemonía forastera y egoísta de ‘Castilla’, ejercida a costa de la vitalidad catalana, era y es una de las raíces psicológicas del catalanismo”, se entiende la encendida pugna contra el mito que realiza **Azaña**.

⁵⁵ **Maravall** (1963:69) destacará, más adelante, que “frente al caduco ecumenismo medieval, un sentimiento de hegemonía, típicamente moderno, se da en la base de las reivindicaciones comuneras.”

hasta la imposición del yugo imperial por parte de **Carlos I**⁵⁶ (nieto de los Reyes Católicos y, a la sazón, monarca por la incapacidad de su madre **Juana**⁵⁷), un modelo en el que los impuestos de cada Reino se destinasen a sufragar los gastos de ese mismo Reino.

Llegados a este punto, no se puede dejar de reflexionar, como también lo hace **Thompson**, sobre cómo el imaginario colectivo que incluso perdura en nuestros días, especialmente allí donde el nacionalismo periférico encuentra mejor acomodo, tiende a afirmar que el imperialismo no sólo fue algo esencialmente castellano, sino que aprovechó el impulso económico de la periferia en su propio beneficio. Se da por sentado que los problemas de la imposición de la monarquía absoluta española se dieron fundamentalmente en los territorios que integraban el Reino de Aragón. No en vano, buena parte de su raigambre nacionalista parte del mismo hecho –o creencia– de que tal monarquía se instauró a instancias castellanas para explotar a la periferia con el fin de instaurar el ideario, la legislación y las costumbres castellanas. Esto no es del todo cierto.

Siempre existió, como se ha visto en las figuras de **Alfonso X** y en la génesis misma del estado castellano, un ansia por mandar y por extender los dominios. Pero la admisión de un modelo absolutista de gobierno no sólo no contó con el beneplácito mayoritario de la sociedad castellana, sino que fue ésta y

⁵⁶ Un Rey, **Carlos I**, que, como escribe **Castro** (1949:276) “no logró ocupar el lugar prestigioso de sus abuelos, y nadie deseó nunca seriamente retornar a su reinado”.

⁵⁷ A la que, a su vez, los Comuneros trataron infructuosamente de atraer hacia sus reivindicaciones, hasta el punto de que **Adriano de Utrecht** avisó en repetidas ocasiones a **Carlos I** de que una sola firma de su madre suscribiendo las reivindicaciones de los comuneros podía dejarle a él sin el Reino de Castilla (**Aram**, 2001:220-7).

no otra la que se levantó en armas contra una idea, la de **Carlos I**, que ni siquiera se habían atrevido a plantear con tal crudeza sus abuelos, los Reyes Católicos. Sin llegar a los extremos planteados por **Thompson** (2001:185), para quien la resistencia que se encontró **Carlos I** no solo no fue puntual, sino que fue la respuesta lógica a un “separatismo profundamente arraigado y una tendencia constante dentro de Castilla a negar su adhesión no sólo a la monarquía más extensa sino, lo que resulta más extraordinario, a la misma idea de España”, sí se puede afirmar a la luz de las fuentes historiográficas consultadas que los Comuneros también representaban a una parte de Castilla que no era plenamente favorable a la expansión imperialista que, vista con perspectiva, parecía su destino natural.

No resulta tan extraordinario pensar en esta oposición castellana a la monarquía y a la idea misma de España si se tiene en cuenta la rivalidad histórica existente entre los reinos de Castilla y Aragón, ya glosada anteriormente. Ciertamente que los Reyes Católicos trataron de paliar esta animadversión no sólo con su enlace matrimonial, sino sentando las bases de una futura cooperación mutua dentro del paraguas de una corona común (eso sí, con dosis de independencia muy superiores a las establecidas posteriormente por su nieto rey). No es menos cierto tampoco que, a la muerte de **Isabel**, no fueron pocos los castellanos que recelaron de las regencias de **Fernando de Aragón**. Hubo quien incluso llegó a dudar de que ese estado de sometimiento de súbditos castellanos al rey aragonés pudiese convertirse en insostenible.

Por estos y otros hechos hubo, ya en la Era Moderna, quien criticó a los Reyes Católicos por haber sentado las bases de un regionalismo disgregador con una unidad que no fue tal, pues “cada pueblo se conservó como era: con sus mismos usos, con su propio carácter, con sus leyes, con sus tradiciones diferentes y contrarias” (Cánovas, 1910:23)⁵⁸.

2.1.5. Después de la Comuna, el Imperio

Rodríguez (1995:301) señala que una de las grandes victorias de la revuelta comunera, a pesar del ajusticiamiento de sus principales líderes, fue que Carlos I siempre tuvo muy presente aquel levantamiento. Por una parte, para intentar que no volviese a suceder. Por otra, porque también entendió que no podía desoír todas las peticiones de sus súbditos. No todos piensan igual. Uno de los grandes estudiosos del fenómeno comunero, Maravall (1963:156), por ejemplo, considera que los ideales comuneros desaparecieron de un plumazo: “Precisamente porque la rebeldía planteó decididamente el problema de la potestad real y afectó al meollo de la misma, el fracaso de aquélla fortaleció la posición del soberano y, después de Villalar, quedó expedito el camino hacia el absolutismo monárquico en España”. “Cabe preguntarse, por ejemplo, ¿qué hubiese sido de Castilla, si la guerra de las Comunidades hubiese tenido otro desenlace?”, se cuestionan, en este sentido, Gispert y Prats (1978:126).

⁵⁸ En su lectura de Cánovas, Cirujano et al. (1985:137) coinciden en señalar que, para el político conservador malagueño, “el germen de la disgregación lo encontraba en el reinado tan mitificado por otros autores, en los mismos Reyes Católicos, que unieron las coronas, pero no realizaron la unificación y centralización necesarias para llevar a España al rango de primera potencia de manera perenne.”

Ortega (1921:35-6) prefiere destacar de esta etapa imperial que sucede a la caída del movimiento comunero el “genio nacionalizador” de Castilla, por ser ésta “la primera en iniciar largas, complicadas trayectorias de política internacional (...) Las grandes naciones no se han hecho desde dentro, sino desde fuera; sólo una acertada política internacional, política de magnas empresas, hace posible una fecunda política interior, que es siempre, a la postre, política de poco calado”.

Menéndez Pidal (1957b:86) añade, además, que “sin las comunidades, el poderoso emperador jamás hubiera visto llover de todas partes las recias palabras que le llamaban a continuar la obra tradicional de España”. Encontramos aquí una diferencia radical de concepciones. **Cánovas** culpaba de la decadencia española “a la falta de ‘unidad civil y política’, a ese provincialismo que a la mínima ocasión se seguía manifestando en pleno siglo XIX y que hacía mella incluso entre las filas liberales, sobre todo entre los progresistas” (**Cirujano et al.**, 1985:137). Para **Ortega y Gasset**, en cambio, los imperios no han de abolir las peculiaridades de las tierras asumidas. Entra aquí en liza su concepto de “proceso incorporativo”. Poniendo el ejemplo de su admirada Roma, **Ortega** (1921:16) explica cómo “La Roma total no es una expansión de la Roma Palatina, sino la articulación de dos colectividades distintas en una unidad superior”. El ejemplo se puede aplicar, y de hecho **Ortega** lo hace, al caso español:

“Entorpece sobremanera la inteligencia de lo histórico suponer que cuando de los núcleos inferiores se ha formado la unidad superior nacional, dejan aquéllos de existir como elementos activamente diferenciados. Lleva esta errónea idea a presumir, por ejemplo, que cuando Castilla reduce a unidad española a Aragón, Cataluña y Vasconia, pierden estos pueblos su carácter de pueblos, distintos entre sí y del todo que forman. Nada de esto: sometimiento, unificación, incorporación, no significan muerte de los grupos como tales grupos; la fuerza de independencia que hay en ellos perdura, bien que sometida; esto es, contenido su poder centrífugo por la energía central que los obliga a vivir como partes de un todo y no como todos aparte” **Ortega y Gasset** (1921:18).

El problema, prosigue el filósofo, no es tanto, como denuncia **Cánovas**, el no silenciamiento de la diferencia, sino la incapacidad de manejarla en beneficio del todo, lo cual deriva en el peor mal de cualquier pueblo compuesto por varias sensibilidades: el particularismo⁵⁹. El término también aparece recogido en la obra de **Fusi** (2001:104) para referirse a aquello que, junto a “circunstancias políticas y sociales específicas prepararon el camino para la aparición de dichos nacionalismos (catalán, vasco y gallego)”. En su famosa aserción de que Castilla hizo a España y Castilla la deshizo, **Ortega** (1921:52) alaba que Castilla consiguiese trascender su propio particularismo y tuviese la clarividencia suficiente como para invitar al resto de pueblos peninsulares “para que colaborasen en un gigantesco proyecto de vida común”, en el que se proponen grandes y sugestivas empresas, se apuesta por la modernidad jurídica, moral y social y, sobre todo, se “impone la norma de que todo hombre mejor debe ser preferido a su inferior, el activo al inerte, el agudo al torpe, el noble al vil”. Metafóricamente, **Azaña** (2004:259) reproduce la misma idea en su discurso “El genio político de Castilla y los destinos de la República” pronunciado en la ciudad de Valladolid el 14 de abril de 1932. En él afirma que “la Castilla histórica ha perdido su propia sustancia personal derramándola por toda la Península y por todo el mundo”. Trascendiendo, en fin, su particularismo. Esto está también muy relacionado con el análisis que hace **Menéndez Pidal** de la obra del historiador liberal **Modesto Lafuente**. A la loa de éste último hacia la figura de los Reyes Católicos (“la anarquía social de antes desaparece “como por encanto” y el cuerpo cadavérico de la nación se hace un cuerpo robusto y brioso”), **Menéndez Pidal**

⁵⁹ Un término que **Linz** (1973:63) emparenta con el ya usado por **Talcott Parsons** en Sociología.

(1957a:45) añade, muy en la línea de **Ortega**, que “no hubo tal instantaneidad en la mudanza, no hubo tal resurrección taumatúrgica, ni tal encanto de magia al subir las escaleras del trono los Reyes Católicos; lo que hubo fue una labor pertinaz de rectificación, de la cual fue parte muy importante, ya dijimos, la instauración de la justicia”. No en vano, el propio **Menéndez Pidal** (1957a:47) llega a destacar, como hace **Ortega**, el fenómeno de la selección de los mejores recordando que “la selección era para ella (**Isabel la Católica**) una ineludible norma de conducta, lo mismo en lo pequeño que en lo grande”. Sin embargo, prosigue en su razonamiento **Ortega** (1921:52-3), todo esto se quiebra, sin apenas notarse, en los siglos venideros⁶⁰.

“A primera vista nada ha cambiado, pero todo se ha vuelto de cartón y suena a falso. Las palabras vivaces de antaño siguen repitiéndose, pero ya no influyen en los corazones: las ideas incitantes se han tornado tópicos. No se emprende nada nuevo ni en lo político, ni en lo científico, ni en lo moral⁶¹. Toda la actividad que resta se emplea precisamente “en no hacer nada nuevo”, en conservar el pasado –instituciones y dogmas–, en sofocar toda iniciación, todo fermento innovador. Castilla se transforma en lo más opuesto a sí misma: se vuelve suspicaz, angosta, sórdida, agria. Ya no se ocupa en potenciar la vida de las otras regiones; celosa de ellas, las abandona a sí mismas y empieza a no enterarse de lo que en ellas pasa⁶².”

⁶⁰ **Ortega** establece como marca del principio de la decadencia el reinado de **Felipe II**.

⁶¹ Es curioso que este mismo discurso se adopte también con agrado desde la perspectiva nacionalista periférica a la que, como se ve más adelante, **Ortega** también critica. Escribe **Gracia Cárcamo** (2009:207) que “no es casual que el tópico de una España proclive a tolerar a los mendigos y a la holgazanería no falte en alguno de estos autores (historiadores nacionalistas vascos), lo que por cierto concordaba con la visión que tenían las elites políticas vascas de la época”.

⁶² Este análisis coincide plenamente con el realizado por **Menéndez Pidal** (1957a:37) años después al hablar del carácter español: “El español propende a no sentir la solidaridad social sino tan sólo en cuanto a las ventajas inmediatas, desatendiendo las indirectas, mediatas o lejanas. De ahí bastante indiferencia para el interés general, deficiente comprensión de la colectividad, en contraste con la viva percepción del caso inmediato individual, no sólo el propio sino igualmente el ajeno”. Todo ello redundante, a su vez, en la “manifiesta debilidad del espíritu asociativo en España. Los beneficios que la cooperación puede acarrear se sienten más confusamente que las ventajas de la suelta acción individual, aunque ésta ofrezca a la larga menos resultados. La simple convivencia llega a mirarse como algo estorbo por las necesarias limitaciones que exige: cada uno quiere obrar ‘a sus anchas’, sin tener en cuenta a su vecino” (**Menéndez Pidal**, 1957a:65-6).

También recuerda el filósofo, no obstante, que “si Cataluña o Vasconia hubiesen sido las razas formidables que ahora se imaginan ser⁶³, habrían dado un terrible tirón de Castilla cuando ésta comenzó a hacerse particularista, es decir, a no contar debidamente con ellas. La sacudida en la periferia hubiera acaso despertado las antiguas virtudes del centro y no habría, por ventura, caído en la perdurable modorra de la idiotez y egoísmo que ha sido durante tres siglos nuestra historia”.

Pero Castilla, insistimos, no siempre fue ese poder centralista y, según **Ortega**, particularista⁶⁴. Al menos, no unívocamente. Es más, Castilla no fue siempre imperial, ni tampoco esencialmente centralista. Si lo empezó, de alguna manera, a ser fue, precisamente, a raíz del fracaso de una revuelta, la Comunera, que puso en jaque al protoimperio español y que, a la postre, acabó significando la absorción de lo castellano bajo el manto de lo español. Como bien afirman

⁶³ Estas palabras de **Ortega y Gasset** recuerdan indefectiblemente a la reflexión que **Menéndez Pidal** (1957a:85) hace sobre el auge nacionalista experimentado al albur de la Segunda República, con la aprobación de los estatutos catalán, vasco y gallego. Escribe el historiador: “Una voluptuosidad desintegradora quería estructurar de nuevo a España como el que estructura el cántaro quebrándolo contra la esquina para hacer otros tantos recipientes con los cascotes. Se incurría en las mayores anomalías históricas para constituir estos pedazos, para separar lo que siglos conocieron siempre unido. Los vascos de las tres vascongadas, por ejemplo, separándose hasta de sus vecinos los vascos de Navarra, querían vivir solos, cuando siempre vivieron fraternalmente unidos a Castilla; invocaban una lengua y una cultura propias; pero ¿qué cultura es la vasca, sino inseparablemente unida a la castellana para gloria de ambas?, cuando el vasco no empezó a ser escrito hasta el siglo XVI y para contadísimas materias; cuando si **San Ignacio** no hubiera pensado en castellano más que en vasco, jamás hubiera podido concebir sus *Ejercicios espirituales*, ni hubiera sido Ignacio universal, sino un oscuro Íñigo, perdido en sus montes nativos; cuando si **Elcano** no llevara un nombre castellano y no guiara una nave de nombre castellano al servicio de ideales fraguados bajo la hegemonía castellana, no hubiera concebido otra empresa marítima que la de pescar en el golfo de Vizcaya”.

⁶⁴ “Yo, castellano por los cuatro costados”, proclamaba **Azaña** el 17 de julio de 1931 (2004:106), “castellano de esta raza, dura y obstinada y, al parecer, intransigente y tiránica, de Castilla, siento que para nuestra grandeza, para nuestro porvenir, lo que hace falta en la Península no es uniformidad ni opresión, ni tiranía, sino amplísima libertad para que los caballos de esta cuadriga que es la Península española se lancen a una carrera sin límites, y no habrá mayor gloria para la República que haber contribuido en las Cortes Constituyentes a la elaboración de esta nueva España, basada en los antiguos principios de libertad, porque no podemos ser, a título de patriotismo, los herederos de la absurda política de los reyes tiranos, ya sean austriacos, ya franceses, que han modelado la Península sobre un ejemplo que no es nuestro, sobre una tradición que no es nuestra, matando y desarraigando los principios liberales de los pueblos ibéricos, sobre los cuales nosotros queremos constituir los fundamentos indestructibles de la República Española”.

Cirujano et al. (1985:131) el reduccionismo centralista y absolutista⁶⁵ asociado habitualmente a esta región no refleja más que “el tópico de Castilla, cuna de la unificación estatal”, lo cual no acaba sino “confundiendo la tarea e intereses de unos grupos dominantes con las esencias que de forma idealista se adjudicaban a todo un pueblo como el castellano”.

Sea como fuere, Castilla, que hasta entonces había sido motor y cabeza visible de la nueva Hispania⁶⁶ empezó a experimentar una paulatina pérdida de relevancia castellana en el concierto general español⁶⁷. A partir de este momento, Castilla se vuelve tolerante con la “*borgoñización*” de la Corte y el absentismo sistemático de su Rey, bases sobre las que se sienta su nuevo rol imperial, fundido con el de la empresa misma de España. “Castilla”, escribe **Rodríguez** (1995:305-6), “que había reclamado de su rey no ser considerada en el contexto general del Imperio un reino de segunda fila, tardó tiempo en acomodarse al rompecabezas imperial, pero acabó incorporándose a la idea de que el Imperio era la misma cosa que Castilla.”

A mediados del siglo XVI se inicia lo que **Thompson** denomina hispanización de Castilla, por la que el castellano medio empieza a identificar plenamente su castellanía con su españolía. “Pasaron siglos: Castilla se hizo España”, escribe en esta misma línea el regeneracionista **Juan Costa**⁶⁸. “En aquellos momentos”, explica **Thompson** (2001:190), “los castellanos no hablan ya

⁶⁵ Escribe **Gracia Cárcamo** (2009:201), en este sentido, que “Castilla –más que España, en su conjunto – era vista como el mundo del absolutismo por excelencia”.

⁶⁶ Esa Castilla que había marcado, en palabras de **Morales** (2005:21) una “historia *castellana* o *castellanizante* de España”.

⁶⁷ **Gutiérrez Nieto** (1973:57-8) considera incluso que los Comuneros marcan el principio del declive mismo de España.

⁶⁸ Citado en **Morales** (2005:41).

de Castilla cuando quieren decir España, hablan de España cuando quieren decir Castilla”. Prueba de ello es también “la ausencia total de historias de Castilla, que contrasta con la oleada de historias y crónicas españolas producidas entre otros por **Florián de Ocampo, Pedro de Medina, Garibay, Ambrosio de Morales y Mariana** entre las décadas de 1540 y 1580” (**Thompson**, 2001:191).

Aquella temprana identificación (¿absorción?, se pregunta Thompson) le valió a Castilla ser la referencia indiscutible de la nueva potencia imperial en ciernes, pero también le hizo desprenderse de aquello que pudiera serle exclusivo para favorecer la defensa del ideal superior a cuya causa se había entregado: lo español. **Represa** (1983:64)⁶⁹ señala, en este sentido, que el proceso de absorción de la conciencia castellana bajo el ideal español prosiguió durante los siglos posteriores, lo que explicaría también en parte esta hipotética falta de sentimiento regionalista-nacionalista. Dicho de otro modo, si los nacionalismos se oponen a algún tipo de poder⁷⁰ que reprime sus deseos expansionistas, autonomistas o independentistas, la reivindicación nacionalista castellana se volvería hasta cierto punto incongruente, por cuanto sería revolverse contra sí misma; o más bien, contra su creación: España⁷¹. “Tras la derrota de los comuneros, que hizo inviable una Castilla independiente”, escribe **Moreno Hernández** (2009:108), “el reino se disuelve, convertido a la misión imperial de

⁶⁹ Citado en **Thompson** (2001:192).

⁷⁰ “La exaltación patriótica se acentúa ante hechos colectivos que para los historiadores corroboran el sentimiento de unidad nacional. Y esto ocurre, sobre todo, por oposición a otros pueblos, sea para defenderse de agresiones externas, sea para extender los intereses nacionales en otros territorios.” (**Cirujano Marín** et al., 1985:189)

⁷¹ El propio **Azaña** (2004:217) defendería en el debate sobre el Estatuto de Cataluña del 27 de mayo de 1932, en una línea similar, que “las preocupaciones de Castilla no son de orden regional, sino del orden del Estado, y el mayor desatino y la mayor profanación que se podría hacer en España, sería, por espíritu de oposición, poner frente al regionalismo o al nacionalismo catalán u otro cualquiera, un regionalismo o un nacionalismo castellano. La mezquindad sería para hacer época, porque equivaldría a destruir la personalidad de Castilla, y a obligarla a dimitir su papel histórico”.

Carlos V, versión ampliada de la Castilla fundada por Fernando III y remozada por los Reyes Católicos”.

Yun Casalilla (1995:350), en su análisis de la Castilla de los siglos XVII y XVIII, corrobora una preocupante pérdida de energías por parte de la región que había inspirado España y habla ya de “la necesidad de regeneración de un cuerpo cada vez más carcomido por el deterioro de las costumbres”. **Morales** (2005:25) afirma tajantemente que “la Castilla del siglo XVII fue la de los arbitristas, un país decepcionado que trata de indagar qué es lo que ha fallado y cuáles son los remedios”. Todo ello corroboró la noción anteriormente citada de un desplazamiento del peso político, social, económico y hasta cultural de Castilla hacia otras partes de la península, algo que se produce porque, como señala **José Luis Martín**⁷², Castilla “se identifica con la monarquía o con el Estado español⁷³; mientras los demás reinos, basándose en el pactismo, en los acuerdos medievales entre el rey y el reino, se inhiben en las empresas de la monarquía que no les afectan directamente”. **Tomás y Valiente** también incide en la misma idea al afirmar que “cuando en el siglo XVII, exhaustas ya las gentes pecheras de Castilla, la Monarquía trató de obtener el apoyo militar y financiero de los otros reinos de España, estos se escudaron en sus barreras institucionales para resistir frente a la política real⁷⁴”.

Sin embargo, lo más notable de la Castilla de esta época es, según **Yun Casalilla** (1995:376) no su desplazamiento de los focos de interés, sino la escasa reacción que a ello hubo desde los diferentes estratos de la sociedad castellana.

⁷² Citado en **Morales** (2005:25).

⁷³ A partir, como vimos, del aplastamiento de la revuelta comunera.

⁷⁴ Citado en **Suárez y Andrés-Gallego** (1991:376).

En suma, pasados apenas dos siglos, la Castilla que se levantó en armas contra su rey para exigir una posición capital dentro del imperio emergente se había convertido ahora en una masa acrítica que no era capaz siquiera de articular sus protestas por cauces medianamente organizados más allá de esporádicos “movimientos antifiscales contra medidas concretas” identificables por “su carácter localizado y la carencia de vinculaciones entre ciudades como había ocurrido a principios del siglo XVI” (**Yun Casalilla**, 1995:377).

Una de las razones que evidencian, si bien no justifican por sí solas, la incapacidad para articular movimientos de protesta de cierta entidad ha de encontrarse también en la paulatina pérdida de relevancia de las Cortes de Castilla, lo cual no es baladí si tenemos en cuenta que **Juliá** (2009:26-7), parafraseando a **Martínez Marina**, señala que gracias precisamente al vigor de las Cortes, Castilla comienza no sólo a ser nación, sino a ocupar un lugar “muy señalado entre las más cultas y civilizadas”. Poco a poco, el órgano que había aglutinado las protestas populares contra el Rey en 1521 se vio desplazado hasta convertirse en una institución “cada vez más molesta e inoperante, no sólo para el Rey, sino incluso para las oligarquías de las ciudades que no dudaron en apoyar su desaparición en 1665” (**Yun Casalilla**, 1995:377). Todo ello hizo que la relación de los súbditos castellanos con el Rey no estuviera canalizada, como antes, a través de un organismo intermedio, por lo que se propició una relación mucho más directa, que a su vez promocionaba una identificación no tanto con los territorios castellanos como hubiera podido suceder en la España de los Reyes Católicos, sino con el Imperio Español en su conjunto. “Una nueva etapa en la Historia de España y, por tanto, en la de Castilla y León, estaba a punto de nacer”,

escribe **Yun Casalilla** (1995:381). “Hoy, cuando los historiadores intentamos explicarlo todo en función del pasado más cercano, la conclusión es ineludible: Castilla no volvería a ser la misma y su presencia en España habría de cambiar de forma radical (...) Para entonces, Castilla, a base de participar en el poder estaba perdiendo fuerza y su personalidad, la del reino en su conjunto y también la de esta región, estaba cambiando de forma acelerada”. Como escribiría **Maetz** (1898) en su artículo “La meseta Castellana”, Castilla necesitaba modernizarse, salir de su secular aletargamiento⁷⁵.

2.1.6. La decadencia del imperio

Según **Elliott** (2002:225), “el verdadero problema de Castilla” a estas alturas de la Historia “estribaba no en la relajación moral y de las costumbres” (como apuntaba de manera más o menos implícita **Ortega**), “sino en el desacertado uso de la riqueza”. “Parece claro”, prosigue **Elliott** (2002:226-7), “que a partir del año 1590 nos encontramos con una crisis de confianza en Castilla, ocasionada por una rápida sucesión de desengaños políticos y catástrofes económicas (...) Esta nueva sensación de incertidumbre coincide con un periodo de suma dificultad económica, que venía afectando con anterioridad al norte de Castilla y ahora ya empezaba a generalizarse”.

La visión de **Elliott** sobre el declive de la Castilla formidable que había sido el germen de uno de los mayores imperios alumbrados por la civilización occidental, al que dedica un capítulo entero de su obra de referencia *España en Europa*, señala a la escasa capacidad de maniobra de una comunidad que vio en el

⁷⁵ Citado en **Serrano** (1995:424).

descubrimiento de América una especie de refrendo divino⁷⁶ a su labor imperialista. “Lo que verdaderamente pone a prueba a una sociedad”, sentencia **Elliott** (2002:235) es su capacidad de adaptación, y fue en esto en lo que la Castilla del siglo XVII fracasó⁷⁷.

El hispanista inglés también señala al asunto de la identidad de Castilla en contraste con las regiones de la periferia española para referirse a las revoluciones que se propagaron por los territorios de media Europa en la década de 1640. Curiosamente, apunta **Elliott** (2002:194), y pese a que se daban condicionantes de descontento social y político en Castilla como para que “hubiera sucumbido a su propia versión de la Fronda o de la Guerra Civil Inglesa”, y pese a que sí se dieron tales protestas en Cataluña, Portugal y, en menor medida, Andalucía, en Castilla no se dio nada de aquello. Se daban las “precondiciones, pero sin la rebelión subsiguiente” (**Elliott**, 2002:195). En realidad, pese a que los condicionantes se dieran, una exploración de la historia de España a mediados del siglo XVII desde una perspectiva comparada con otras coronas del continente como la que realiza el propio **Elliott** puede ayudar a entender por qué finalmente no se produjo esta rebelión. La lealtad pudo ser uno de estos factores⁷⁸. “La falta de instrumentos poderosos de represión” pudo ser, paradójicamente, otra causa; ya que, aunque a priori dejara a la capital, Madrid, expuesta a más rebeliones, la

⁷⁶ **Elliott** habla del “milagro de las Indias” para explicar las raíces de esta Castilla que no supo maniobrar política y económicamente ante la adversidad. Para **Gibson** (1993:43), “la plata y el oro americanos, que parecían inagotables, mantuvieron boyante la economía española durante un siglo, propiciando una engañosa apariencia de gran prosperidad”.

⁷⁷ Sobre el derrumbe colonial español, añade **Carr** (2009:43) que “intrusos y contrabandistas habían convertido en pura ficción el armazón del monopolio castellano reduciendo a España a conservar la vaca, mientras Europa la ordeñaba”.

⁷⁸ “Es muy posible que el hecho de rebeliones en tantos territorios que debían obediencia a su rey contribuyera a reforzar entre los castellanos, por vía de reacción, su propia imagen de pueblo cuya fidelidad no desfallecía” (**Elliott**, 2002:204)

realidad fue que la ausencia de violencia oficial pareció no engendrar violencia rebelde. Un ejemplo, como bien cita el propio **Elliott** (2002:204) fue que “las rebeliones urbanas de Andalucía a finales de la década acabaron sencillamente sin más, sin necesidad de recurrir a la represión”. Por otro lado, la incógnita dinástica desatada en Francia a la muerte de Luis XIII no era comparable a la de los Austrias en España, que en Felipe IV tuvieron “un elemento vital de continuidad y estabilidad en tiempos potencialmente turbulentos”⁷⁹ (**Elliott**, 2002:206).

También menciona **Elliott** un aspecto que se trajo a colación anteriormente: el progresivo debilitamiento de las Cortes regionales⁸⁰: “Las Cortes de Castilla, aunque nominalmente estaban en posición de hablar a nivel nacional de un modo en que el *Parlement* de París no podía, adolecían de otras limitaciones que disminuían seriamente su eficacia como órgano de protesta” (**Elliott**, 2002:207). La destitución del **conde-duque de Olivares**, por último, frenó por completo cualquier pretensión rebelde que hubiera podido llegar desde las elites. Pese a que tras su caída siguieron manteniéndose varios aspectos de su régimen, cundió la noción de que no había revolución que hacer porque ésta, en cierto modo, ya se había producido con la caída del propio conde duque, que no sólo había desaparecido del panorama nacional sino que, además, había quedado

⁷⁹ “No hubo minorías de edad reales que provocaran intrincadas cuestiones sobre distribución de poder, y la muerte en 1646 del príncipe heredero Baltasar Carlos supuso una amenaza a largo plazo para la supervivencia de la dinastía, más que una crisis inmediata. Como resultado, no hubo pretexto constitucional para organizar un asalto al sistema” (**Elliott**, 2002:206).

⁸⁰ “En los primeros años de oposición a Olivares, las Cortes de Castilla mostraron no ser lo suficiente fuertes y resueltas como para lograr establecer sobre bases sólidas la idea de una relación contractual firme entre rey y reino; y aún hubo menos oportunidades de lograrlo durante la década de 1640, una vez que las Cortes habían sido debilitadas por las medidas de Olivares contrarias a ellas y que la corona había hecho el útil descubrimiento de que podía sortearlas por completo estableciendo negociaciones directas con cada uno de los ayuntamientos” (**Elliott**, 2002:209)..

completamente desacreditado⁸¹. “No había necesidad, por lo tanto, de que la elite castellana lanzara más desafíos contra el gobierno en los años inmediatamente posteriores a Olivares. Había otros modos para, con menor grado de confrontación, asegurarse lo que quería” (Elliott, 2002:211). Y pese a todo, “Castilla pudo a la larga haber salido perdiendo, más que ganando, de la pasividad con que respondió a los retos de la década de 1640”, afirma Elliott (2002:213), porque se dibujó un escenario en el que el Rey y los poderosos “coexistieron sobre la base de una dependencia mutua que excluía cambios innovadores”⁸².

En 1707 el Rey Borbón **Felipe V** emprendió la iniciativa de unificar el desperdigado cuerpo jurídico existente en los distintos territorios de España sentando sus bases principalmente sobre la tradición de Castilla. Pero aquello no tenía nada que ver en absoluto con la preponderancia castellana de otros tiempos, sino más bien con que en Castilla se contaba con un régimen más articulado desde tiempos inmemoriales que en otras regiones. No obstante, aquella decisión se interpretó desde muchos otros territorios como un intento de imposición por parte de una Castilla sobrerrepresentada políticamente para su repercusión real en el devenir del país en otros ámbitos (fundamentalmente

⁸¹ Elliott (2002:211-2) recuerda la diferencia sustancial que hubo en este punto con Francia, donde **Richelieu** cayó pero no desapareció, como prueba la presencia de su sucesor electo, **Mazarino**, “un recordatorio constante” para los franceses de que la figura de **Richelieu** seguía, en cierto modo, presente.

⁸² “Como fuerza potencial para los cambios, la corona quedó inmovilizada por el peso muerto de los poderosos. Ellos, a su vez, dependían hasta tal punto de la corona para cargos, favores y concesiones que les protegieran de los tiempos económicamente difíciles, que no tuvieron ni el deseo ni la capacidad de emprender nuevos caminos. El resultado fue medio siglo de estancamiento e inercia.” (Elliott, 2002:213).

económico), lo cual acabó alimentando el sentimiento anticastellanista de otros territorios⁸³.

Paradójicamente, Castilla se vio no sólo desplazada de los centros económicos⁸⁴ y culturales por la absorción que de ella hizo el Imperio español, sino que además se vio confrontada a otros territorios por entonces más prósperos, que interpretaron el uso de su legado por parte del nuevo rey como una injerencia en sus usos y un intento de imposición. Como bien resume

Valdeón:

“Mientras Ortega afirmaba que Castilla había deshecho a España, Sánchez-Albornoz opinaba que había sucedido exactamente lo contrario, España había deshecho a Castilla. Pero los dos maestros partían de una misma premisa: “Castilla hizo a España” (...) Al sostener que Castilla hizo a España también puede entenderse que se trata de poner de manifiesto simplemente su protagonismo histórico en el proceso articulador del conjunto de los territorios de Hispania. Ese indiscutible protagonismo, añadimos nosotros, ha tenido su contrapunto en la gestación de la imagen de centralismo agobiante y opresivo sobre el resto de España que con tanta frecuencia se ha lanzado sobre Castilla” **Valdeón** (1995: 278).

Todas esas diferencias se aparcan a principios del XIX, puesto que “pocas veces se ha manifestado en la Historia el sentimiento de exaltación nacional –la afirmación unánime de lo que todo un pueblo siente, en solidaridad cerrada frente a la amenaza exterior – como en la gravísima coyuntura española de 1808” (**Seco Serrano**, 2000:215). La presencia de un enemigo exterior, que más adelante se mencionará en la explicación del tardío despegue del nacionalismo español en relación con otros estados europeos que estaban configurando su Estado-nación,

⁸³ “Tanto hay que lamentar”, escribe **González Antón** (2002:114), “la inveterada tendencia castellanocéntrica de gran parte de la historiografía general española como que otras historiografías particulares, marcadas o no por la pasión nacionalista –la catalana, en particular– hayan desconocido y hasta ocultado de manera consciente el sentimiento natural hispánico de los cronistas e historiadores propios que hacían o recogían opinión, o de los monarcas medievales”.

⁸⁴ Resultan, en este sentido, especialmente esclarecedoras las reflexiones de **Sánchez Albornoz** (1958:245) sobre “las dificultades que el suelo castellano ha opuesto a la industrialización de Castilla”, muy en consonancia con las pronunciadas por **Menéndez Pidal** (1957a:14), parafraseando a **Unamuno** sobre “el espíritu áspero y seco de nuestro pueblo, sin transiciones, sin términos medios, está en conexión íntima con el paisaje y el terruño de la altiplanicie central, duro de líneas, desnudo de árboles, de horizonte ilimitado, de luz cegadora, clima extremado, sin tibiezas dulces.”

despertó ese elemento solidario que **Weber** define indispensable para la exaltación de la nación. Se puede entender la agresión francesa de 1808 como una manifestación de primer orden de la nación española, fundacional incluso si se quiere (**Tusell**, 1999:99), por cuanto los pueblos que convivían en el lado hispano de la península se unieron sin paliativos para expulsar al forastero. “Los españoles en masa”, diría Napoleón años más tarde de su derrota, “se comportaron como un hombre de honor”⁸⁵.

Pero pronto regresó la fractura y el debilitamiento de la idea nacional, fundamentalmente por el enfrentamiento de la periferia contra la idea centralista que volvió a encarnarse, le gustase o no, en Castilla. El conflicto centro-periferia se hizo especialmente patente en el enfrentamiento carlista (**González Antón**, 2002:493), que hundía sus raíces en la llegada al trono de la dinastía borbónica a comienzos del siglo XVIII. Al morir Fernando VII sólo con descendencia femenina, los carlistas reclaman el trono para **Carlos María Isidro**, hermano del rey, y muchos nacionalistas periféricos se ponen de parte de éste en la convicción de que **Isabel**, la hija de **Fernando VII**, no les devolvería los fueros que les había retirado **Felipe V** y que el propio **Fernando VII** se había empeñado en liquidar definitivamente para unificar las costumbres y las leyes en todo el Reino.

Castilla, nuevamente, volvió a encarnar, como decimos, el centralismo que sirvió de base a la que oponerse a muchos nacionalismos periféricos, especialmente tras las repetidas derrotas del carlismo. A este respecto, añade **Gracia Cárcamo** (2009:199), que “no deja de ser significativo que la visión de

⁸⁵ Citado en **Seco Serrano** (2000:216).

Castilla/España como ‘el otro’, por decirlo con una expresión cómoda y menos problemática, se acentuara en sus rasgos negativos en aquellos escritores que más necesidad tenían de negar su “parte castellana” para afirmar su vasquidad”⁸⁶. **Pellistrandi** (2005:70-1) califica de anacronismo esta alergia de la periferia a los supuestos intentos de imponer una historia castellanista para el conjunto del país. Para la defensa de su tesis esgrime que “aunque el desarrollo de los sentimientos regionalistas lleve consigo un proceso de reformulación de la historia de España, estos fenómenos son más bien contemporáneos de los años 1880-1900, es decir, treinta o cuarenta años después de la publicación de las primeras historias nacionales”⁸⁷.

Ese es precisamente uno de los factores que explican el escaso despegue del regionalismo castellano. Más que no haber figuras aglutinadoras de la causa castellana, que las hubo⁸⁸, no hubo personajes que seleccionaran de manera ventajista episodios de la historia (por cuanto las égidas nacionalistas son en buena parte algo inventado con selecciones, cuanto menos discutibles, de la historia⁸⁹) que invitaran a reformular la escritura del pasado⁹⁰ de España en clave

⁸⁶ Se refiere **Gracia Cárcamo** (2009:199-200), entre otros, a autores como **J.J. Landázuri** o **F. A. Aranguren** y **Sobrado**, cuyo desconocimiento del euskera se sublimaba en una negación de la historia castellana o de los vínculos de las tierras vascas con este pasado castellano.

⁸⁷ **Bilbao Henry** (2010:64) sitúa, por ejemplo, el origen del castellanismo en el Pacto Federal Castellano de 1869, “firmado por representantes y delegados de diecisiete provincias, que propugnaba la unificación de las actuales cinco comunidades autónomas de raíz castellana: Cantabria, Castilla y León, Castilla-La Mancha, La Rioja y Madrid, así como de diversas comarcas que no pertenecen a dichas comunidades autónomas pero han pertenecido históricamente a Castilla”.

⁸⁸ **Núñez Seixas** (1993:120) explica, por ejemplo, que sí que hubo algunas voces que reclamaron en este siglo de nacimiento de los nacionalismos un lugar para la reivindicación de la identidad nacional castellanoleonés, sobre todo burgueses dedicados al comercio, desencantados con la escasa defensa que de sus intereses hizo la Restauración. (cf. **Galindo**, 1984; y **Palomares**, 1985).

⁸⁹ En este sentido, resultan especialmente reveladoras las reflexiones de **Menéndez Pidal** (1957a:80-1) sobre los sesgos históricos (esos que dice **Azaña** [2004:218] que “han servido a algunos para hacer sonetos cursis”), algunos devenidos en la omisión directa de fenómenos probados (léase el Compromiso de Caspe) o el empleo de terminologías deliberadamente difusas (“llamar ‘Confederación catalano-aragonesa’ a lo que siempre se llamó simplemente reino de Aragón”), que la historiografía nacionalista catalana realizó para exaltar el hecho diferencial catalán. Como bien resume el propio **Menéndez Pidal**,

de exaltación de la diferencia castellana⁹¹. Si la identidad nacionalista se estaba empezando a forjar en los estertores del siglo XIX, como ya adelantaba **Pellistrandi**, no hubo quien se decidiera a encabezar el espíritu disgregador desde Castilla, o al menos no en la medida que sí se dio en otras regiones españolas.

“dejando cuestiones de nomenclatura, no cabe pensar que la historia de Cataluña viene equivocada y mal hecha desde hace ocho siglos, sino que son los nacionalistas quienes la escriben equivocadamente desde hace cuarenta años; son ellos los que entienden mal a Cataluña, y no **Ramón Berenguer IV** ni los compromisarios de Caspe; son los separatistas los que pugnan con la Historia al querer vivir solos, “¡Nosaltres sols!” cuando Cataluña jamás quiso vivir sola, sino siempre unida en comunidad bilingüe con Aragón o con Castilla”. En una línea similar, y respecto a la cuestión lingüística, escribe **Menéndez Pidal** (1957a:84-5) que “el nacionalista pretende sacudir el peso de la Historia y someter su idioma nativo a una violenta acción descastillanizante, queriendo suprimir el natural y universal fenómeno lingüístico de los préstamos (...) Todo es abultar artificialmente los “hechos diferenciales”, violentar la naturaleza, tomar el idioma como instrumento de odios políticos, cuando lo es de fraternal compenetración, profanar el natural amor a la lengua materna inoculándole el virus de la pasión invidente”.

Otros autores más modernos han incidido en la misma idea con palabras similares. **Laínz** (2004:99), por ejemplo, refiriéndose al caso vasco, escribe que “si de enfrentamientos señoriales como el señalado entre **Tello** y su hermano **Pedro** sacan los nacionalistas de hoy la conclusión de que la España medieval era un mosaico particularmente desarticulado, tendrían que compararlo con, por ejemplo, la Francia de aquellos mismos tiempos, en la que hubo que promover importantes iniciativas para que las permanentes guerras privadas no destruyeran el reino”. Y más allá de retorcer la Historia para, parafraseando a Sherlock Holmes, conseguir que acaben encajando en las teorías nacionalistas, **Laínz** menciona casos que contradicen la tan manida teoría del hecho diferencial, como aquella investigación que determinó que los pobladores pasiegos de Cantabria (un grupo históricamente tendente a la endogamia) estaban genéticamente más próximos de daneses y polacos que de sus convecinos no pasiegos, por no hablar ya del resto de españoles. “¿Habrán de tener derecho a su propio *ámbito pasiego de decisión* y, por lo tanto, a independizarse de España?”, se pregunta **Laínz** (2004:360) con socarronería para acabar corroborando su conclusión de que “el desprecio al conocimiento es esencial para construir una opción política basada en el nacionalismo” (**Laínz**, 2004:97).

⁹⁰ El propio **Carlos Garaikoetxea**, primer lehendakari desde la aprobación del Estatuto de Guernica y posterior fundador de Eusko Alkartasuna, reconocía estas distorsiones en una de las entrevistas que **Francisco J. Satué** (2005:344) incluye en sus *Secretos de la Transición*, que “en muchas ocasiones se han podido hacer interpretaciones más o menos voluntaristas, por emplear un eufemismo, también; pero también es cierto que en teoría, y tirando de ellos, pues sí que había un campo muy amplio, y que quizá, quizá habría servido, y así lo pensamos con sinceridad en su momento, para engarzar en el sistema jurídico-político del Estado, con sus especificidades, fieles por una parte a una tradición histórica, al País Vasco”.

⁹¹ Se hablaba antes de la negación de Caspe y otras distorsiones del nacionalismo catalán, pero el nacionalismo vasco también ha estado plagado de distorsiones. Una de las más palmarias, quizá, fue la afirmación que hizo **Xabier Arzallus**, que defendió en el Congreso de los Diputados que la soberanía originaria de los vascos se remontaba a 1839. **González Antón** (2002:646) considera estas declaraciones como una “tergiversación –ya que no cabe sospechar ignorancia– en la línea de la más rancia ortodoxia aranista. El supuesto autogobierno de las Provincias hasta esa fecha no había sido en ningún caso de ‘los vascos’, sino de las viejas y reducidas oligarquías caciquiles que mantenían a las gentes modestas en un subdesarrollo secular (...) [hay testimonios suficientes] de liberales y progresistas navarros y vascos de que los principios de la Constitución de 1837 (...) suponían ya mayor liberación social y modernización política, frente a los resabios feudales del sistema foral arcaico. Incluso antes, en 1834, el Ayuntamiento de San Sebastián decía refiriéndose a los fueristas: ‘Bien pueden estos encomiar las instituciones en que fundan su poder...; ellas no nos dan más derechos políticos que a los otros españoles; ellas no garantizan la libertad civil, ellas limitaban a una clase privilegiada el gobierno de la provincia.’”.

2.1.7. República y dictadura en el siglo XX

La falta de articulación que se mencionaba anteriormente condenó al movimiento regionalista castellanoleonés a un estado de subdesarrollo⁹² plasmado, por ejemplo, en el hecho de que no se constituyeran partidos regionalistas sólidos a comienzos del siglo XX. Si la fragua de un ideario regionalista o nacionalista en torno a un engranaje político se articula en torno a “un proyecto capaz de ilusionar y unos líderes”, que en Castilla no llegara a producirse “no es por falta de líderes, ni mucho menos por incapacidades (ahí están amplias listas de políticos castellanos con proyección nacional: **Alba, Royo, Silió**, etc.), sino porque faltó ese proyecto político-social” (**Almuiña**, 1991:426).

Beramendi (1984) incluye a la región castellanoleonesa, de hecho, en el grupo de autonomías cuyos escasos vestigios de nacionalismo se limitan a imitar obras, historias y modos de otros consolidados como el catalán o el vasco, como si las tentativas regionalistas no hubieran hecho sino plasmar aquello que **Azaña** (2004:262) tanto temía cuando afirmaba que “lo más absurdo que podría hacerse en Castilla sería oponer a un regionalismo otro regionalismo; a un nacionalismo, otro”⁹³. Otro autor de su tiempo, **Unamuno**, llegó a declarar también que el

⁹² En este sentido, **Gispert y Prats** (1978:123) afirman tajantemente que “no ha existido un movimiento regionalista castellano, leonés, extremeño, murciano o canario. Incluso, sin apurar la expresión, no lo hubo asturiano. Todo se ha reducido hasta hace poco, a personajes aislados, con preocupaciones e iniciativas regionales en el orden cultural, político y económico, hechos relacionados indirectamente con el tema o instituciones locales –a veces con raigambre histórica – cuyo papel ha tenido según cómo un carácter regionalista”

⁹³ “¿Qué tenéis que ver vosotros con los nacionalismos?” le preguntaba **Azaña** (2004:262) a su audiencia vallisoletana durante su discurso “El genio político de Castilla y los destinos de la República”. “Yo soy castellano, pero soy español, o si me lo permitís, no soy más que español, y vosotros estáis obligados a no ser más que españoles, y si no lo entendéis así, yo no intervengo para nada en vuestra política”.

castellanismo no era más que una “pura negativa, o un simple anticatalanismo”⁹⁴, un extremo que admite, aunque con matices, **Orduña** (1986:III-3⁹⁵)⁹⁶.

Almuiña (1991:419) recuerda que al comienzo de la Segunda República hubo una oposición predominante en tierras castellanas hacia la aprobación de los Estatutos autonómicos, en especial el catalán (conviene aquí recordar las palabras de Azaña con las que se vio anteriormente que el presidente de la República trataba de abordar este problema), con figuras destacadas como **Antonio Royo Villanueva** o **Julio Senador Gómez**. Sí que existió, escribe **Almuiña** “en Castilla, en los primeros meses de la República, una corriente federalista-nacionalista, con no demasiado eco”⁹⁷, ciertamente, que pretende resucitar la ‘nación castellana’, recogiendo la herencia decimonónica”⁹⁸. Pero hay que tener en cuenta el carácter de las personalidades a las que nos referíamos anteriormente. A **Senador Gómez** uno de los mayores estudiosos de su obra, **Andrés de Blas Guerrero** (2009:297), lo califica como un intelectual “que tiene una pésima impresión de la condición humana. Y tiene el relativo buen gusto de no exceptuar a sus paisanos del juicio general que le merecen los hombres de su tiempo. Sus complejas relaciones de amor y odio hacia Castilla le permitirán, sin menoscabo de ocasionales y poco justificadas alabanzas a la inteligencia de las

⁹⁴ Citado en **Orduña**, (1986:114). **Almuiña** (1991:418), parafraseando el artículo de **Robledo** “L’actitud castellana enfront del Catalanisme”, se hace eco también de tal teoría.

⁹⁵ “Ya hemos visto que las reacciones opuestas a la actitud de **Macià** y los catalanistas, durante los primeros días republicanos, no se hicieron esperar en Castilla y León, dando lugar a una campaña que serviría de catalizador para dar paso a múltiples manifestaciones afirmadoras de la conciencia regional castellana y a la demanda de autonomía también para Castilla” (**Orduña**, 1986:207).

⁹⁶ **Tusell** (1999:117) habla de una herencia de confrontación que hunde sus raíces en 1898: “En ese momento los nacionalismos de creación romántica preexistentes –el español y los periféricos – se reafirmaron y se convirtieron en excluyentes, los unos con respecto a los otros, engendrando reacciones antitéticas en sus competidores”.

⁹⁷ Por aquello que comentábamos de la ausencia de líderes aglutinadores como sí lo fue **Royo** en la defensa visceral de la unidad española frente al auge de los estatutos.

⁹⁸ Esa que hacía alusión a una serie de particularidades económicas e intelectuales (con especial inciso en los juegos florales y los Ateneos) y que recoge **Orduña** en su obra *El regionalismo en Castilla y León*.

gentes de Castilla, presentar un cuadro desolador del paisaje y paisanaje castellanos, un paisanaje, sospecha en algún momento bajo la influencia de su admirado Pompeyo Gener, acaso definitivamente embotado por la ausencia de argón en el aire de la meseta o por la pobreza en fosfatos del suelo castellano”. Y sobre **Royo Villanueva, Tusell** (1999:145) escribe que “logró toda su fortuna política, que le hizo figurar a la cabeza de la candidatura de derechas de Madrid en 1936, a base de la beligerancia anticatalanista”. No parece, pues, que de estos líderes del regionalismo castellano surgieran potentes loas que exaltaran, para bien, lo distintivo de Castilla; y mucho menos que encerrasen un potencial diferenciador o incluso disgregador.

En el fondo parece haber cierto consenso (con excepciones como la de **Orduña**, que más que negarlo, lo matiza) en torno a la idea de que todas estas iniciativas regionalistas castellanas no son sino una réplica⁹⁹ “maciana” a lo castellano¹⁰⁰. Incluso antes, durante la dictadura de Primo de Rivera, se lanza la idea de una Unión Patriótica Castellana de la mano de **Ángel Herrera**, que servirá de base para la futura CEDA (**Almuiña**, 1991:421). Pero **Linz** (1973:33) aconseja, además, ponderar todos los regionalismos (él no habla del castellano) de la época republicana en su justa medida. El historiador español recuerda que, pese a que “el Estado ha estado y está expuesto a crisis graves”, la Historia demuestra que la ruptura total nunca ha sido una opción ni siquiera remota, “incluso en periodos de Guerra Civil como el que se produjo entre 1936 y 1939, ya

⁹⁹ **Almuiña** (1991:421) lo etiqueta, precisamente, como un nacionalismo “mimético y defensivo” páginas después.

¹⁰⁰ Viene a decir, pues, en el fondo **Almuiña** lo mismo que **Beramendi**: que los defensores de la nación castellana, por ser esta una idea tan contra-natura, más que apoyarse en un entramado de ideas propias reaccionaban contra lo que veían como una agresión rupturista reafirmando (y copiando al mismo tiempo) ante aquellos mismos que criticaban.

que el conflicto se centró más en el control del estado más que en su propia existencia”.

Después de las tensiones vividas durante la época republicana, con posturas como la de **Azaña** más próximas al entendimiento a partir del reconocimiento de las particularidades y otras más temerosas de los dislates nacionalistas¹⁰¹, como la de **Royo**, el Franquismo (**Gibson**, 1993) apartó la problemática regionalista¹⁰². Eso no quiere decir que no se debatiera sobre la importancia de Castilla en la forja de España; todo lo contrario: desde las más altas esferas del poder franquista se recuperaron las figuras de los Reyes Católicos como impulsores del país. Pero también hubo incluso quien, como **Florentino Pérez-Embid**¹⁰³ supo distanciarse de la fanfarria del régimen para dar “otra descripción de la identidad nacional en la que, desde la periferia y con intención integradora, el protagonismo de Castilla en la forja de lo español quedase más nítida y verazmente perfilado” (**Cuenca**, 2001:43). Pero, en líneas generales, parece aceptado que el franquismo “dio argumentos indeseables a los nacionalismos interiores y dejó una herencia de confusión no menos indeseable a todos los españoles” (**González Antón**, 2002:614)¹⁰⁴.

¹⁰¹ En este sentido, escribe **Linz** (1973:71) que “si **Azaña** hubiera contribuido sólo a poner sobre el tapete la cuestión catalana podría haber recibido un apoyo más fuerte, pero sus políticas antimilitaristas y, sobre todo, anticlericales suscitaron una profunda oposición que la derecha expandió de manera inevitable a la cuestión catalana”.

¹⁰² “Durante el franquismo se reprimieron los movimientos regionalistas”, escribe **Soto** (1998:61), “siendo el nacionalismo español uno de los argumentos centrales de la dictadura para justificar su existencia”.

¹⁰³ Siempre dentro del régimen; no en vano, como bien dice **Santos Juliá** (2009:63), **Pérez-Embid** no dejaba de ser un personaje del régimen sin especial apego por la democracia.

¹⁰⁴ En una línea similar, **Tusell** (1999:139) afirma que el régimen franquista favoreció la radicalización de un nacionalismo ya claramente esbozado.

Linz (1973:103) señala que, pese a que pueda parecer que el experimento franquista tuvo éxito a la hora de controlar la fuerza centrífuga de la periferia del Estado español y unirla en un país que al cabo de un tiempo experimentó un desarrollo económico, “hay demasiadas señales de que demasiados de los problemas del pasado, especialmente el relativo a integrar a la periferia, continúan sin resolverse”. En una línea similar, y refiriéndose al caso franquista, **Sánchez Prieto** (2001:153) recuerda que “una dictadura congela los problemas, pero no los soluciona”. Algunos van más allá y afirman que “la identidad unicultural impuesta por el régimen militar erosionó profundamente la legitimidad del nacionalismo español” (**Balfour y Quiroga**, 2007:11).

En 1971 se crea la Mancomunidad de Castilla a propuesta de once diputaciones: León, Zamora, Salamanca, Santander, Burgos, Logroño, Soria, Segovia, Ávila, Valladolid y Palencia. Sin embargo, el propósito era más bien “afianzar la política regional ante problemas específicos y comunes. Era una Mancomunidad de necesidades y no de planteamientos contrarios al centralismo político” (**Fernández**, 2008:133).

“España es hoy”, escribía **Linz** en la antesala de la nueva era democrática (1973:99), “el Estado para todos los españoles, un estado-nación para una gran parte de la población, y sólo un estado pero no una nación para importantes minorías”¹⁰⁵.

¹⁰⁵ Aquí es importante tener en cuenta las diferenciaciones entre Estado y nación que se pueden estudiar, por ejemplo, en la obra de **Weber**. Básicamente, la principal diferencia que existe entre los dos es que el primero es una “organización política obligatoria” cuyo “personal administrativo ostenta con éxito el monopolio del legítimo uso de la fuerza a la hora de poner en marcha su legislación” (**Weber**, 1968a:358), una unidad civil soberana, en suma, cuyos orígenes se remontan al Renacimiento (**Heller**, 1947); mientras que el segundo se sitúa, según el propio **Linz** (1993b:359) “en la esfera de los valores”,

2.1.8. De la transición a hoy

Con la muerte del dictador y el advenimiento del sistema democrático impulsado por la Transición, “los resurgentes nacionalismos” (Julia, 2009:288) empiezan a hacerse notar, con manifestaciones especialmente multitudinarias en Cataluña (Julia, 2009:297) y País Vasco (Soto, 1998:62). El Estado comienza a virar entonces a los postulados posibilistas de Azaña¹⁰⁶, que acaban fraguándose principalmente a través del sistema electoral de proporcionalidad corregida (la Ley D’Hondt) y de la implantación de un poder descentralizado administrativa y legislativamente “desconocido hasta ese momento en España” (Soto, 2008:64). Esto era así “hasta el punto de que las comunidades autónomas del País Vasco, Cataluña y Galicia –las que tenían “hechos diferenciales” con respecto a las

por cuanto hace factible “esperar de ciertos grupos un sentimiento específico de solidaridad frente a otros grupos”, como afirma Weber (1968b:921).

“El problema nace”, apunta Pérez Vejo (2001:59) de que el concepto de nación “está lastrado por un prejuicio ideológico, achacable en parte a la propia ideología nacionalista, pero no sólo, que consiste en atribuir a las categorías sociales un carácter natural y ahistórico. Frente a esto, es preciso reivindicar el carácter histórico y circunstancial”. En una línea similar, Tusell (1999:23) escribe que “la idea de Nación retorna porque se transfigura y, hasta cierto punto, significa cosas distintas en tiempos sucesivos”.

¹⁰⁶ A quien no se podrá acusar de falta de agallas políticas. En sus discursos como presidente de la República hacía gala de su apuesta por el entendimiento mutuo entre los distintos pueblos del país. A los catalanes les trataba de sacudir los prejuicios centralistas que vertían sistemáticamente hacia Castilla y en Castilla, como ya vimos antes, trataba de ahuyentar los temores hacia el autonomismo. Este es un extracto, por ejemplo, de su discurso “El genio político de Castilla y los destinos de la República”, pronunciado en Valladolid el 14 de noviembre de 1932: “Lo que yo sostengo es que oponiéndose a una política de autonomías en España en nombre de ese pretendido espíritu castellano, lo que se hace es calumniar a Castilla y dar la razón a los que han atacado el centralismo español atribuyendo preponderancias injustas a la propia Castilla” (Azaña, 2004:259).

Aquel discurso se complementaba extraordinariamente con el españolismo catalanista de Francisco Cambó, que llegó a afirmar en las Cortes republicanas de 1934: “Lo que nosotros queremos en definitiva es que todo español se acostumbre a dejar de considerar lo catalán como hostil; que lo considere como auténticamente español; que ya de una vez para siempre se sepa y se acepte que la manera que tenemos nosotros de ser españoles es conservándonos catalanes; que no nos desespañolizamos ni un ápice manteniéndonos muy catalanes; que la garantía de ser nosotros muy españoles consiste en ser muy catalanes. Y por lo tanto debe acostumbrarse la gente a considerar ese fenómeno del catalanismo no como un fenómeno antiespañol, sino como un fenómeno españolísimo” (citado en Seco Serrano, 2000:234-5). Macià y otras figuras más incendiarias del panorama catalanista, obviamente, no pensaban lo mismo. Y todo ello hace recordar las conclusiones finales de Martínez Herrera (2002:447), para quien “habida cuenta de que es posible tener varias identidades, la creciente identificación con las nacionalidades no tiene por qué implicar una pérdida de identificación con la comunidad política total en términos absolutos”.

demás, como una lengua vernácula propia¹⁰⁷ además del español- adquirirían tal nivel de autogobierno que la Constitución preveía que pudieran llegar a tener, conforme avanzaran los años y el sistema se consolidara, sistema fiscal propio y policía propia.

El motivo de tales concesiones fue, probablemente, dar satisfacción a los territorios de España perjudicados por el régimen anterior -en realidad, no más que otros que no tenían nacionalismo- y demostrar la verdadera vocación democrática tanto del legislador como de la sociedad española, que querían hacer ver que en España la democracia admitía no sólo la crítica sino la diatriba y la acción demoledora, más próxima a una modalidad más procedimental -como Estados Unidos- que militante -como Alemania o Francia-.” (Rivas, 2012:172).

En 1976 nacen en suelo castellanoleonés dos iniciativas de corte regionalista, el Instituto Regional Castellano-Leonés, cuyo objetivo era “erradicar el abandono y el subdesarrollo regional” y la Alianza Regional de Castilla-León, con “un carácter más institucional, buscando una ‘conciencia regional’”. Pese a

¹⁰⁷ En este sentido es interesante la reflexión que hace **Linz** (1985) sobre el primordialismo, es decir, aquellos hechos diferenciales que pueden reivindicar la nación en el sentido weberiano de solidaridad con respecto a otros grupos que no los poseen. En un artículo posterior a su célebre “From primordialism to nationalism”, **Linz** (1993b:363) defiende que “la identidad primordial basada en el lenguaje y en la ascendencia puede ser fuerte, pero no genera una identidad nacional exclusiva y, mucho menos, una demanda de construcción de un Estado-nación. Parece más bien como si los nacionalistas extremistas (se refiere el autor en este párrafo al País Vasco español y francés) hubieran intentado abandonar los hitos primordiales como base de la identidad nacional para reclamar una base más territorial, que incluiría también a aquellos que no comparten esas características primordiales”. Este giro del primordialismo al territorialismo les sirve a los nacionalistas, además para solventar otro problema: el de aquellos que, pese a compartir los rasgos identitarios primordiales, no se sienten nacionalistas. **Pérez Vejo** (2001:45) ya había señalado a estos últimos como contradicción esencial del nacionalismo de corte primordialista: “El problema es que esta acumulación cuantitativa (de rasgos diferenciales) no supone, en la práctica, un índice de nacionalidad creciente. Grupos humanos que aúnan todos o la mayoría de los criterios que permitirían definirlos como una nación carecen por completo de cualquier conciencia nacional, y viceversa, grupos que no poseen la mayoría o incluso ninguno de los mismos tienen una alta conciencia regional”, lo que explicaría el giro que, según **Linz**, están adoptando los nacionalismos desde su primordialismo fundacional a un territorialismo más objetivable (y también más contradictorio con el elemento sentimental [**Tusell**, 1999:90] que parecía estar en el corazón de la exaltación nacional). Estos temas también han sido debatidos más recientemente por **Rivero** (2011).

todo, no había afán disgregador, pues la cabeza visible de Alianza Regional, **Dionisio Llamazares**, “reconocía que esta región siempre había creído en la unicidad de España” (**Fernández**, 2008:133).

La consecuencia inmediata del reconocimiento, estatutos mediante, de los hechos diferenciales de ciertas regiones fue que en el resto se dispararon las demandas autonomistas, en una mimesis muy similar a la que ya se había comentado para otros procesos históricos anteriores. “Las demás regiones españolas no quisieron verse relegadas”¹⁰⁸, escribe **Gibson** (1993:20-1), así que se acogieron “al derecho constitucional de formar, también ellas, comunidades autónomas. Finalmente, tras un intenso tira y afloja, el país plasmó su actual configuración, de tal manera que España se ha convertido en una nación casi federal, dividida en diecisiete comunidades autónomas, cada una de ellas con su propio Parlamento”. La “revolución territorial” (**Blanco Valdés**, 2005:215), se convirtió en “la dinámica general de la transición” (**Esteban de Vega**, 2009:329), algo que se popularizó mediante la expresión, más informal, de *café para todos*¹⁰⁹.

Escribe **Linz** (2008:274) que el intento por paliar la asimetría¹¹⁰ se plasmó en el esfuerzo de la UCD “por difuminar el tema regional en Cataluña y en el País Vasco”, para lo cual “adoptó la dinámica de estimular las aspiraciones de autonomía en las regiones que tradicionalmente no habían planteado tales

¹⁰⁸ **Juliá** (2009:208) señala, en este sentido, que fue la restauración de la Generalitat y del Consejo Vasco lo que “despertó en otras regiones movimientos a favor de la autonomía que el Gobierno intentó canalizar procediendo a la constitución de órganos preautonómicos”.

¹⁰⁹ Sin embargo, aquello, lejos de generar un consenso, también suscitó suspicacias sobre la pertinencia del modelo implantado; algunas de las cuales llegan hasta nuestros días. Autores como **Fernández** (2008:127), por ejemplo, califican de “paso político atrevido el de UCD al generalizar el proceso autonómico al conjunto de España”.

¹¹⁰ **Tusell** (1999:248), que en líneas generales puede ser entendido como un defensor de la vía asimétrica, reconoce que “gran parte de los conflictos nacionales se basan en el deseo de reconocimiento de la diferencia”.

demandas”¹¹¹. El intento, en el fondo, bien podía ser lograr incrementar los niveles de identificación de estas regiones con España como resultado del descarte de las políticas de represión y la apuesta por un reconocimiento institucional de las regiones (**Martínez Herrera**, 2002:431). Sin embargo, hoy no resulta descabellado afirmar que “tal estructura federal, lejos de haber sido capaz de acallar la preexistente reivindicación identitaria, la ha impulsado, dándole un vuelo y unas pretensiones que sencillamente no tenía cuando el proceso descentralizador se inició hace dos décadas y media”.

La transformación que sufre España a partir de 1975 es tal que el país aparece, en ocasiones, “más como una entidad política multinacional que como un verdadero Estado nacional” (**Fusi**, 2001:93). Y, del mismo modo, el empeño por integrar a los nacionalismos indujo, en parte, al olvido de la nación española¹¹², como empezaron a advertir personalidades de la talla de **Julían Marías**, discípulo de **Ortega** (**Sánchez Prieto**, 2001:158), quien, como **Blanco Valdés** (2005:59) observó con preocupación que, bajo la eufemística y simpática fórmula dialéctica del *café para todos* se gestaba un proyecto desigual y asimétrico¹¹³.

¹¹¹ **Linz** (2008:275) concluye, en este sentido, su artículo “De la crisis de un estado unitario al Estado de las autonomías” que esta fórmula era un campo abonado para “ineficiencias, estancamientos y duplicaciones de costes”, un entorno en el que “la sensibilidad política de los gobiernos regionales recién establecidos en las zonas de nacionalidades ocasionará conflictos que sólo serán susceptibles de resolución por el Tribunal Constitucional, con el retraso subsiguiente”. Visto desde la distancia, la previsión ha resultado de una audacia impresionante, teniendo en cuenta que **Linz** publicó ese artículo en 1985.

¹¹² Parafraseando a **Botti** (1993:317-23) escriben los historiadores **Balfour** y **Quiroga** (2007:40), en una línea muy parecida, que “durante la transición a la democracia se dio una especie de parálisis lingüística, una inhibición colectiva en virtud de la cual los términos ‘España’ y ‘nación española’ rara vez eran empleados por políticos, medios de comunicación o académicos. En su lugar se empleaban eufemismos tales como ‘este país’ para hacer referencia a España”.

¹¹³ “La aprobación de los denominados *Acuerdos Autonómicos firmados por el Gobierno de la Nación y el Partido Socialista Obrero Español el 31 de julio de 1981*, abrieron la puerta al *café –descafeinado*, es

Hubo, además, altas cotas de indefinición que fueron resolviéndose sobre la marcha, pese a lo cual estudiosos del proceso como **Soto** (1998:21) se resisten a emplear la palabra “improvisación”¹¹⁴. Sea como fuere, lo cierto es que no existió, por ejemplo, “un plan de organización final del Estado”, por lo que “se produjeron notables vacilaciones a la hora de definir los límites territoriales de algunas de estas autonomías”. Por ejemplo, hubo fricciones entre Navarra y País Vasco porque la segunda quería que la primera le fuese reconocida como provincia propia, a lo que los navarros se negaron acogiendo a la condición de Comunidad Foral (si bien no se descartaba su futura incorporación a la comunidad vasca). Lo referente a Castilla también planteó bastantes problemas en la delimitación. Por un lado, hubo que decidir si Madrid se integraba o no en Castilla-La Mancha (finalmente se resolvió crear dos comunidades). Se debatió también con viveza el estatus de Cantabria y La Rioja (que finalmente se erigieron en comunidades uniprovinciales, como Madrid), por su pertenencia histórica a Castilla la Vieja.

Y hubo verdaderas fricciones, como sucedió entre País Vasco y Navarra, con las provincias de Segovia y León, que no querían ser asumidas por la Comunidad de Castilla y León. El caso de la segunda fue especialmente notable. Durante los meses posteriores a la muerte del dictador, las autoridades leonesas mantuvieron contactos tanto con representantes de las organizaciones

verdad, (...) – para todos los territorios a los que de forma tan impolítica había pretendido recortárseles, hasta su propia negación, el derecho a la autonomía constitucionalmente proclamado. Unos territorios que, sólo por eso, pudieran quizá denominarse –no, claro está, sin ironía – *los 13 del patíbulo*” (**Blanco Valdés**, 2005:62).

¹¹⁴ Pese a que, páginas después, el mismo autor llega a escribir que el proyecto político reformista (que fue el que acabó imponiéndose de la mano de **Suárez**, “fue constituyéndose de forma lenta y su puesta en práctica tuvo un alto nivel de improvisación” (**Soto**, 1998:30).

castellanas que se mencionaban anteriormente (Alianza Regional y el Instituto Regional) como con instituciones asturianas. Se entendía que León bebía de ambas tradiciones. No en vano se apoyaban, además de en su relación histórica, irrefutable, con Castilla, en “el proyecto de división territorial del país realizado por el antiguo Ministerio de Planificación y Desarrollo, en el que las provincias de León y Asturias pasaban a considerarse como región *astur-leonesa*” sobre una “idea de complementariedad (climática, geográfica, económica...” entre las dos regiones. De hecho se manejó la idea de construir una Mancomunidad fuerte entre las tres (Castilla, León y Asturias) “solicitando conciertos económicos y descentralización administrativa *‘al estilo de Cataluña’*, un referente de buena gestión”¹¹⁵ (Fernández, 2008:133-4). Una encuesta realizada por el Diario de León a 422 leoneses en 1977 revelaba que no existía precisamente consenso en torno a la configuración territorial que se debía adoptar y, además, no era mayoritaria la fórmula que acabó sellándose. Las cuatro opciones más votadas fueron, por este orden: Una única provincia de León¹¹⁶ (36,3%), una comunidad compuesta por León, Zamora y Salamanca¹¹⁷ (29,4%), una comunidad compuesta por León y Asturias¹¹⁸ (12,3%) y, finalmente, una comunidad compuesta por León y Castilla¹¹⁹

¹¹⁵ Enlaza Fernández (2008:134) esta idea con otra que ha estado en la raíz misma de esta tesis: “Sin duda, se dejaba sentir por estas latitudes la punzada del olvido secular con respecto a otras regiones más prósperas”.

¹¹⁶ Fernández (2008:135), que maneja la citada encuesta en su estudio sobre la Transición en León, explica que, por comarcas, la opción de crear una única provincia leonesa con León en solitario “era la opción más deseada en la Montaña, Páramo, Bierzo y Cabrera” y sus simpatizantes eran en su mayoría votantes de UCD, PSOE y PCE.

¹¹⁷ “La elección de León Zamora y Salamanca resultaba más deseable en el alfoz de León, Maragatería y Tierra de Campos. Gustó más en León y Ponferrada y menos en pueblos inferiores a 7.000 habitantes”. El electorado partidario de esta opción era mayoritariamente de UCD (Fernández, 2008:135).

¹¹⁸ “León con Asturias fue respaldado en la capital y, sobre todo, la Montaña”, además de “en Ponferrada, León y pueblos de más de 7.000 habitantes. Su definición se correspondía con el electorado de PSOE y PCE” (Fernández, 2008:135)

¹¹⁹ “La unión de León con Castilla resultaba apoyada por Maragatería y Tierra de Campos, pero casi nada por la Montaña y la capital. De El Bierzo recibía un apoyo normal y en el Páramo se mostraron en contra” (Fernández, 2008:135).

(11,1%)¹²⁰. No deja de ser curioso que, además de no ser Castilla y León para los leoneses entrevistados por el Diario de León en 1977 más que la cuarta opción más apetecible cuando la pregunta se formulaba de manera positiva (¿Qué fórmula le gustaría más?), era la menos deseada cuando se enunciaba de manera negativa (¿Qué fórmula le gustaría menos?): León y Castilla era elegida como la comunidad menos apetecible por el 26,1% de leoneses, seguida de León y Galicia (21,6%) y León y Asturias (12,1%). Las fórmulas de León como provincia única y de la comunidad de León, Zamora y Salamanca despertaban menos recelos, con porcentajes de rechazo de en torno al 5%. Sobre la primera opción, **Linz** (2008:204) considera que “un renacimiento del viejo reino de León no resultaba atractivo debido a la falta de buenas comunicaciones y de un centro hegemónico, así como a su relativamente pequeña población”.

Paradójicamente, y pese a que la mayoría de los leoneses no la consideraba apetecible, sí eran mayoría los que la veían como la opción más posible (35,3%), lo cual redundaba en el sentimiento de imposición que pudo anidar entre estas gentes. Tal vez por eso el 15 de marzo de 1978 se celebró una manifestación multitudinaria (4.000 personas según fuentes oficiales, 20.000 según los participantes) en contra de la inminente unión de León con Castilla en la nueva autonomía. Finalmente, en junio de 1978 se le concedió la preautonomía a una Castilla y León formada por Ávila, Burgos, León, Logroño, Palencia, Salamanca, Santander, Segovia, Soria, Valladolid y Zamora. “Las grandes perdedoras eran Logroño, Santander y León, que pretendían una preautonomía unilateral cada

¹²⁰ Otras opciones que se planteaban eran: una comunidad compuesta por León y Galicia (2,8%) o directamente no tener autonomía (0%).

una”¹²¹, comenta **Fernández** (2008:137), quien se pregunta también si no fue suficiente el porcentaje de leoneses que se inclinaban por la tesis uniprovincial para responderse inmediatamente después que “más bien se trató de un pacto político de alturas, de una conveniencia territorial global” (**Fernández**, 2008:141). Meses después, el Tribunal Supremo y el Constitucional emitió sendas sentencias favorables a la incorporación de Segovia y León a la comunidad autónoma de Castilla y León (**Soto**, 1998:100), culminando un proceso que, según **Linz** (2008:204), “la unidad histórica de Castilla, que durante siglos no ha encontrado expresión política, se rompiera”.

Al hilo de las tensiones anteriores, **Juliá** (2009:298) señala que “la forma puramente pragmática de atender las demandas autonómicas de todas las regiones dejó pendiente para después de la Constitución un cúmulo de problemas que acabarían por empañar el éxito obtenido por el Gobierno en sus tratos con los nacionalismos históricos”. En el fondo, esa pátina de improvisación (o de precipitación, según **Fernández**¹²²), en el caso del autonomismo, venía de las propias diferencias entre los distintos partidos que estaban cocinando el asunto. Como escribe **Soto** (1998:60), “mientras que AP proponía una simple descentralización administrativa, EE y ERC exigían el derecho de autodeterminación, al igual que el PSOE (...) El PCE recogía (...) una posición cercana a la de los nacionalistas catalanes y apoyaba ‘el inalienable derecho de los pueblos a decidir libremente sus destinos’. Por último, UCD mantenía una posición confusa (...) acabando por aceptar las propuestas de **Manuel Clavero**,

¹²¹ Curiosamente, fue sólo esta última, León, la única de las tres con aspiraciones uniprovinciales que se quedaría sin su propia autonomía, pues Santander y Logroño las acabaron consumando

¹²² “Otra cosa fue la precipitación con que se llevó el proceso de reajuste, del centralismo franquista a la autonomía para todos” (**Fernández**, 2008:128).

que generalizaba el sistema autonómico”¹²³. Pero si algo tenía claro Adolfo Suárez, que asumió el liderazgo político del proceso de transición, era que había que resistir las presiones estatutarias que llegaban, fundamentalmente, desde Cataluña, hasta que se celebraran las primeras elecciones (**Linz**, 1993a:157)¹²⁴. Tal vez por ello el propio **Linz** (1993a:161) sigue defendiendo que, pese a los momentos difíciles y los “fallos ocasionales” del proceso de configuración autonómica, Suárez obtuvo “un éxito inesperado en las condiciones más difíciles”.

En 1978 se aprueba la Constitución Española, con el autonomismo como uno de sus tres pilares fundamentales, junto a la implantación de un Estado social y democrático de derecho y la Monarquía parlamentaria. El consenso en torno al Estado de las Autonomías fue total entre todos los partidos políticos a excepción de los nacionalistas vascos, que consideraron insuficiente el tratamiento de los Derechos Históricos en la Disposición Adicional Primera (**Soto**, 1998:79)¹²⁵, que, entre otras cosas, no recogía la denominación de nación para las tierras catalanas y vascas. Este fue también uno de los caballos de batalla de la modificación del Estatuto de Autonomía catalán en 2006, que en su preámbulo manifestaba que Cataluña era una nación. El Tribunal Constitucional, ante el recurso presentado por diputados del Partido Popular, mantuvo la definición de Cataluña como nación pero constata su ineficacia jurídica y

¹²³ Esta amplitud de posicionamientos también aparece mencionada en la obra de **Fernández** (2008:127), quien señala que, si bien **Suárez** se oponía “al tratamiento diferencial de los hechos diferenciales”, o al menos así lo ha hecho constar **Herrero de Miñón**, “liberales y democristianos profesaban un vago federalismo”; mientras que los “socialdemócratas y figuras precedentes del franquismo eran centralistas”.

¹²⁴ **Linz** (1993a:158 y 160) fundamenta esta convicción de Suárez en la importancia de no presentar la transición como un proceso rupturista para tratar de soliviantar lo menos posible a los grupos afectados.

¹²⁵ A esto precisamente se refiere **Linz** (2008:163) cuando habla de la “persistente ambivalencia en la actitud de aquellos nacionalistas que aceptan la autonomía otorgada por la Constitución pero rechazan la Constitución en que aquella se fundamenta”. Y no es que él mismo pretenda ser ambiguo: para zanjar cualquier confusión con respecto de a quiénes está señalando, en la frase siguiente, **Linz** afirma claramente que se está refiriendo a “la posición del PNV”.

recuerda que el término tiene el significado que el artículo 2 de la Constitución recoge para *nacionalidad*, por lo que no se puede cuestionar la “indisoluble unidad de la Nación española, patria común e indivisible de los españoles”¹²⁶. En realidad la ambigüedad venía de base, ya que la propia Constitución engendró un mejunje terminológico: por un lado reconocía la antedicha “indisoluble unidad de la Nación española” pero después estipulaba el derecho a la autonomía de las “nacionalidades y regiones que la integran”. El término, como bien resume **Martínez Herrera** (2002:432) no ha sido “abrazado por la mayoría de actores centrales. Incluso quienes alaban el ‘Estado de las Autonomías’ como un gran logro (p.ej. el Rey) tienen grandes dificultades a la hora de hablar de ‘multilingüismo’ y, más concretamente, de ‘nacionalidades’ (ver **Vallés**, 1992; **Maddens y Van den Berghe**, 2001)”.

Blanco Valdés (2005:45) habla de “redacción sintácticamente atormentada” del precepto de la Constitución “que se fundamenta en la insoluble unidad de la Nación española, patria común e indivisible de todos los españoles, y reconoce y garantiza el derecho a la autonomía de las nacionalidades y regiones que la integran y la solidaridad entre todas ellas”. **Balfour y Quiroga** (2007:91), de modo quizá más condescendiente, califican de “proeza de ingeniería semántica y consenso político” la Constitución de 1978, que “llevó a la difusión de la idea de que los diferentes mitos e imaginarios del nacionalismo español y de los nacionalismos subestatales podrían llegar a coexistir”. Más adelante no son tan benévolos: “Y es que bajo la retórica de la corrección constitucional

¹²⁶ Declaración de la que **Tusell** (2009:169) afirma que “viene a ser una especie de exorcismo, porque no contiene ni mandato ni prohibición algunos”.

descansan muy distintas concepciones de nación e identidad, basadas en lecturas dispares del pasado. La Constitución es lo suficientemente amplia o ambigua en sus definiciones como para permitir que algunos de esos significados contradictorios coexistan o cuanto menos se dejen entrever en el texto” (**Balfour y Quiroga**, 2007:92).

Sea como fuere, los autores coinciden en señalar que “la palabra clave aquí es ‘nacionalidades’ (**Tusell**, 1999:170), una de las fórmulas controvertidas del texto constitucional” (**Balfour y Quiroga**, 2007:100). En la Unión Soviética estalinista el término se utilizaba de manera indistinta con el de nación (**Brubaker**, 1996), y de hecho **Peces Barba**, uno de los padres de la Constitución, escribió el 17 de junio de 2005 en El País que “nacionalidad no es algo distinto a nación”.

Así pues, aquel vocablo deliberadamente ambiguo “se convirtió en un versátil instrumento semántico susceptible de ser utilizado en las negociaciones como baza favorable a uno u otro partido político” (**Balfour y Quiroga**, 2007:101). **Camilo José Cela**, que calificó la distinción entre nacionalidades y regiones como “tempestades en vasos de agua” o **Julián Marías**¹²⁷, que advirtió de las “suspicias y desconfianzas” que podía generar la ambivalencia terminológica fueron algunas de las personalidades de la cultura de la época que se unieron a la polémica.

El resultado, con el paso del tiempo, es que, como observa **Martínez Herrera**:

¹²⁷ Sobre la palabra “nacionalidades”, **Marías** anticipó que sería un “semillero de graves problemas” **Tusell** (1999:171).

“Pese a que los ayuntamientos, las comunidades autónomas y el gobierno central conforman en su conjunto el Estado, la percepción de los ciudadanos puede tender a separar cosas atribuibles a entidades anidadas de aquellas de las cuales las primeras son un elemento constituyente (ver **Lawler**, 1992). Esta predisposición puede verse reforzada por el lenguaje de los medios de comunicación y de los líderes políticos, que parecen banalizar el término ‘Estado’ hasta confinarlo en una categoría residual. Además, tanto los nacionalistas jacobinos españoles (**Moreno Fernández**, 1997:109) como los nacionalistas periféricos están de acuerdo en una cosa, aunque por motivos enfrentados: que la comunidad política española *está* representada por la administración central. Mientras que la descentralización no puede existir sin una organización política superior y la descentralización es una característica básica del Estado español, puede darse que la gente sea tan miope como para no percatarse de que es el sistema entero el que, de facto, permite la existencia tanto del gobierno central como de los regionales” (**Martínez Herrera**, 2002:431).

Es cierto, como afirma **Blanco Valdés** (2005:45) que “la autonomía existe como *derecho* porque se proclama la unidad como *principio* fundador de la estructura del Estado”; esto es, que la autonomía, como se había sugerido anteriormente, era un modo de reconocer lo que en el pasado fueron regímenes especiales como los fueros, todo ello tapado bajo la forma de un derecho aplicable a todas las regiones de España, pero sobre el precepto fundamental de la indivisibilidad del país. Pero la sensación que quedó con la aprobación del texto constitucional fue que la Carta Magna “no fue ni mucho menos clara ni dio la sensación de quedar cerrada en lo que atañe a la organización territorial del Estado” (**Tusell**, 1999:166).

La generalización del sistema autonómico se desarrolló por completo, pues, entre 1981 y 1983 (**Tusell**, 1999:179). El 25 de febrero de 1983 quedaron constituidas las diecisiete comunidades autónomas que perduran en la actualidad, culminando un proceso de regionalización que, como bien recuerda **Linz** (2008:206), “sólo refleja en parte las identidades históricas”. Cinco comunidades (País Vasco, Cataluña, Galicia, Andalucía y Valencia) son consideradas hoy como “nacionalidades”, una como comunidad foral (Navarra) y

el resto, como regiones. La constitución establece autonomías *limitadas*¹²⁸ (regiones), y autonomías *plenas* (nacionalidades), aunque, como señala **Díaz Gijón** se “contempla la posibilidad de que las autonomías *limitadas* puedan acceder, con el tiempo, al nivel competencial de las autonomías *plenas*”¹²⁹ (**Soto**, 1998:100).

Linz (1993a:163) entiende que había “buenas razones” para establecer diferenciaciones entre los distintos tipos de autonomías, pero admite que el reconocimiento de los nacionalismos vascos y catalanes y la transferencia de competencias políticas, económicas y administrativas generó “un sentimiento de cierta privación en otras regiones” y la consabida “demanda de un tratamiento equiparable”¹³⁰. Según **Linz** aquí se gestó, además, gran parte de los motivos que precipitaron la caída de Suárez, puesto que, pese a que el político abulense demostró una comprensión considerable de la problemática, sus concesiones a las sensibilidades regionalistas acabaron traducándose en respeto entre el nacionalismo periférico pero no en votos a nivel nacional¹³¹.

Las comunidades se rigen desde aquel momento por su Estatuto de Autonomía, normas “que comparten una doble naturaleza, pues requieren el concurso de dos voluntades: la de la comunidad autónoma y la del Estado” (**Soto**,

¹²⁸ **Sánchez Agesta** (citado por **Soto**, 1998:100).

¹²⁹ “Deseo subrayar”, escribe **Blanco Valdés** (2005:71), “que tanto el desarrollo de los techos competenciales, como el ritmo con que se procedió a institucionalizar los sistemas organizativos de las Comunidades marchaban en la misma dirección: el de la profundización de la deshomogeneidad dentro del modelo”

¹³⁰ Años antes escribía, en una línea similar, que “la decisión, muy discutible, de permitir diferentes grados de autonomía y distintos procedimientos para acceder a esa autonomía” ha sido una de las causas de la ambivalencia del legislador, que “ha reconocido una realidad social, pero al hacerlo ha creado en las regiones una conciencia de tratamiento diferencial”.

¹³¹ “Aquí vemos”, resume **Linz** (1993a:164), “el coste de un liderazgo innovador: las innovaciones que se lograron en el pasado han tenido un impacto duradero y, en líneas generales, positivo; pero contribuyeron a la erosión del liderazgo de Suárez dentro de su propio partido y no incrementaron su estatura política a los ojos del electorado”

1998:101). Llegados a este punto, conviene recordar que, como apunta **Martínez Herrera** que estos gobiernos autonómicos surgidos al calor de la Transición no sólo trataron de ser el reflejo –incompleto según **Linz**, recordemos– de las distintas sensibilidades, sino que, en cierta medida, acabaron promoviendo (fuera aquello intencional o no) la identificación de los ciudadanos con las instituciones regionales que les gobiernan en el día a día¹³². Es más, con el paso del tiempo,

“Los ejecutivos, parlamentos y administraciones regionales han tratado repetidamente de producir identidades ‘regionales’ (**Pérez-Díaz**, 1993; **Díez Nicolás**, 1999), así como crear mayor ‘notoriedad institucional’ e ‘incrementar su prestigio político’ (**Moreno Fernández**, 1997:106) (...) Símbolos regionales como las banderas en los edificios públicos o gigantescas vallas publicitarias anunciando distintos trabajos públicos se han convertido en algo cotidiano, lo mismo que las campañas de publicidad y los eslóganes ensalzando a la comunidad autónoma y sus gentes. Muchas de las regiones tienen sus propios medios de comunicación, en especial cadenas de televisión, que usan para fomentar la conciencia regional. La socialización de nuevas generaciones también es importante, y el sistema de educación está principalmente en manos de las comunidades autónomas, con escasa intervención del gobierno central. La enseñanza de la historia regional es ahora parte del currículum y las oportunidades que esto ofrece para introducir un sesgo político a favor de las comunidades autónomas no debe subestimarse (**Hobsbawm**, 1983)”. (**Martínez Herrera**, 2092:429).

Castilla y León fue la última comunidad en ver aprobado su Estatuto de Autonomía¹³³ (**Blanco Valdés**, 2005:69). Con él se consagran “la bandera cuartelada, de honda raigambre histórica, pero común a toda la vieja Corona, si bien mantenía el llamado “Pendón de Castilla y León”, carmesí, con el escudo oficial en el centro” (**Sánchez Badiola**, 2010:208). Sin embargo, “durante toda la etapa preautonómica el regionalismo en Castilla y León tuvo un carácter muy minoritario”, explica **Esteban de Vega** (2009:329). Se formaron partidos con

¹³² De hecho **Martínez Herrera** (2002:442-3) demuestra más adelante en su análisis sobre el Estado de las Autonomías la hipótesis de que “los ciudadanos desarrollan lazos hacia las nuevas comunidades una vez que estas se ponen en marcha. Con el paso de los años, los sentimientos de identificación con las comunidades autónomas han crecido en todos los casos. Como se ha demostrado, esta tendencia aparece en datos referidos tanto a los sentimientos de pertenencia como a las preferencias sobre los tipos de organización territorial”.

¹³³ Con la salvedad de Ceuta y Melilla, cuyo estatuto de ciudades autónomas se aprobó en 1995.

cierta aceptación, como la Alianza Regional de Castilla y León y el Instituto Castellano-Leonés, pero su seguimiento se diluyó con la convocatoria de las primeras Elecciones Generales, en 1977, en las que los castellano-leoneses se decantaron de manera abrumadora por las opciones estatales de formaciones como UCD, PSOE o AP. Nuevamente, y pese a que se encontraba en la antesala de la constitución de su propio Estatuto, Castilla y León entendía mejor su responsabilidad para con el conjunto del país que la exaltación de su diferencia¹³⁴.

El otro símbolo de la autonomía castellana será Villalar que, a partir de su institucionalización como fiesta autonómica en 1986, “se convierte en santuario y referente para la izquierda y el nacionalismo castellanos”, y hace de los comuneros en auténticos “protomártires del castellanismo, y su presunta enseña, de color morado, el símbolo de su causa”¹³⁵ (**Sánchez Badiola**, 2010:207). Aquello venía de algunos años atrás, ya que “el regionalismo de los años setenta adoptó como mito movilizador a los comuneros de Castilla y su derrota del 23 de abril de 1521 en Villalar” (**Esteban de Vega y Morales Moya**, 2009:16), lo cual, como ya se explicó en el estudio del episodio comunero, no era más que una reinterpretación

¹³⁴ Aquí habría que recordar también que, como bien dice **Linz** (1993b:363), a veces “sociólogos y políticos ignoran que las identidades en el mundo moderno no son exclusivas. La gente no se identifica como catalán o español, a pesar de que, si se ven forzados a entrar en tal dicotomía, pueden, de manera más o menos reacia, tener que decir que son una o la otra. La gente tiene la capacidad de tener identidades múltiples. De hecho, hay pruebas de que pueden sentirse igual de cercanos hacia dos identidades nacionales, que pueden considerarse tan catalanes como españoles, eslovacos y checoslovacos, y tal vez croatas y yugoslavos si se les permitiese expresar tal identidad dual (...) Es esta identidad dual la que hace posible la supervivencia o la construcción de estados multinacionales”. En una línea similar, **Balfour** y **Quiroga** (2007:363) afirman que “la aceptación generalizada de las identidades triples, que engloban la identificación con la región, con España y con Europa, demuestra que la pluralidad es una realidad”.

¹³⁵ El propio **Sánchez Badiola** (2010:207) explica que el último detonante de la asociación de la memoria comunera con los partidos de izquierdas fueron “las ya anacrónicas medidas de represión ejercidas por la Guardia Civil al retirar el pendón morado que llevaban los castellanistas contribuyó a acentuar aún más la identificación entre la fiesta y la izquierda nacionalista, intelectual y política, y entre el color cárdeno y el castellanismo”.

de la historia¹³⁶ que, según **Orduña** (1986:29) “ha quedado superada ante las modernas investigaciones históricas”. “Hoy, curiosamente”, escribe **Fernández** (2008:132), “los castellanos regionalistas tratan de vincularse a esta anticipada y moderna rebelión (los Comuneros), aunque no hay duda de que durante siglos no ha habido un sentimiento castellano o leonés propiamente dicho”.

No era algo que viniera exigido desde fuera, desde el pueblo, sino más bien una acción de “élites políticas integradas en organizaciones suprarregionales”¹³⁷ (**Esteban de Vega**, 2009:330), de modo que las “concentraciones de Villalar sirvieron para dinamizar la marcha hacia la autonomía, pero no resultaron definitivas en su culminación”. La idea de un regionalismo reactivo que no sale de las bases populares también es defendida, para el conjunto del país, por **Linz** (1993a:162) en su análisis de la extensión del autonomismo a todas las regiones españolas.

Además, lejos de apagarse las tensiones entre las distintas comunidades, el paso de los años ha perpetuado algunas de las convicciones más arraigadas en muchos credos nacionalistas periféricos. En 1997, por ejemplo, 113 ayuntamientos catalanes suscribieron un manifiesto en el que acusaban a Castilla “de sostener como “nación” un “proyecto expansivo”. (**Morales**, 2005:54). Su deseo de distinción también es difícil de extinguir porque, como escribe **Blanco Valdés** (2005:73), cuando las Comunidades de *vía rápida*, en especial Cataluña y el País

¹³⁶ “Ese mito tuvo una cierta operatividad cuando se trataba de reivindicar el retorno a la democracia y el rechazo del centralismo y los comuneros castellanos podían aparecer como precoces luchadores por la libertad y la descentralización administrativa”, explican **Esteban de Vega** y **Morales Moya** (2009:16-7). “En cambio, ha resultado mucho menos útil, una vez asentada la democracia y el Estado de las Autonomías, para incentivar un sentimiento colectivo de pertenencia a una comunidad diferenciada”.

¹³⁷ Esto está en clara consonancia con los postulados de **Tusell** (1995:239), quien defiende que son más bien los intereses concretos de las clases políticas regionales lo que catapultó la formación del estado autonómico fuera de las regiones en las que las demandas autonomistas sí están en la calle.

Vasco, amplían su techo competencial, enseguida son imitadas por otras de la *vía lenta*, iniciándose así una dinámica inacabable de alejamientos y acercamientos entre unas y otras que, eso sí, tiene un único sentido: el centrífugo.

En 1985, **Linz** (2008:162-3) ya avisaba que “ningún análisis de la regionalización de España puede ignorar el hecho de que las presiones que desde finales del siglo XIX se han estado ejerciendo para cuestionar el Estado unitario provienen de los nacionalismos periféricos, cuyas demandas comprenden desde la autonomía cultural y administrativa a la autonomía política y, por último, están dispuestos a aspirar, y en algunos casos a luchar, para independizarse del Estado español. Los problemas de la distribución territorial del poder no son, por lo tanto, los de la descentralización del gobierno, como en el caso de la República Federal Alemana o de Italia”¹³⁸.

En 2003 se crea la Fundación Villalar-Castilla y León, apoyada por todos los partidos políticos con representación parlamentaria regional menos Unión del Pueblo Leonés, con objetivos fundacionales como “acrecentar el sentimiento de pertenencia de los castellanos y leoneses a una Comunidad Autónoma con

¹³⁸ En este mismo artículo de 1985, **Linz** (2008:199) anticipaba también algunas de las tendencias que veremos constatadas más adelante en esta tesis en el análisis de los Barómetros Autonómicos, por ejemplo la referente al incremento de un sentimiento nacionalista en Andalucía: “A medida que las relaciones económicas interregionales se hagan más transparentes, con nuevos procedimientos para contabilizar los ingresos y los gastos del Estado y de otros organismos públicos a nivel regional, será más difícil ignorar la posición privilegiada de regiones que, a través de algunos de sus partidos, expresaron sólo una identificación limitada con el Estado español. Ya hay signos de que podría surgir un nuevo nacionalismo de los desposeídos en zonas como Andalucía”. Párrafos después también se anticipan las tensiones que surgirán entre los hijos de inmigrantes, especialmente en Cataluña, que intenten acceder a empleos del sector terciario para los que se exija un perfecto manejo de la lengua oficial reconocida en la comunidad autónoma junto al castellano.

identidad propia en el marco de su Estatuto de Autonomía”¹³⁹ (**Esteban de Vega**, 2009:344).

En 2007 se realiza la tercera, y última hasta el momento, reforma del Estatuto de 1983, de la que **Esteban de Vega** (2009:335-6) destaca “el contraste que se detecta entre el preámbulo y el articulado”. Si el primero es de corte historicista, por cuanto en él se da “una brillante y detallada descripción de las aportaciones históricas de Castilla y León a la cultura española y universal, que evita cuidadosamente la utilización del término ‘identidad’”, en el segundo sí “se plantea la identidad regional como un elemento relevante en la configuración de la Comunidad”. Se señala la lengua castellana y el patrimonio histórico, artístico y natural como “valores esenciales para la identidad de la Comunidad de Castilla y León”¹⁴⁰. Con todo, permanece aún la idea de que “los intentos de dibujar una identidad diferencial para la Comunidad Autónoma de Castilla y León siguen también chocando con grandes problemas de definición, dada la estrecha imbricación histórica entre lo español y lo castellano-leonés” (**Esteban de Vega**, 2009:350).

De nuevo, las palabras de **Linz** adquieren cierto tono profético cuando, en 1985, se cuestionaba si regiones como Extremadura, Castilla-La Mancha y Castilla-León “podrían también desarrollar un regionalismo de los desposeídos”. La respuesta, no obstante, difería de la que se comentaba anteriormente sobre Andalucía porque “su identidad geográfica (la de las tres regiones antedichas)

¹³⁹ La Fundación se granjeó desde su nacimiento la enemistad con las instituciones leonesas y con el movimiento leonesista, por considerar estos que lo que se pretendía era diluir las diferencias entre Castilla y León (**Esteban de Vega**, 2009:347).

¹⁴⁰ Citado en **Esteban de Vega** (2009:337)

está mucho menos definida¹⁴¹, sus economías están mucho más íntimamente ligadas al centro, su identidad histórica española es incuestionable y los partidos de ámbito nacional son los electoralmente dominantes, y algunas veces están muy arraigados en la región” (Linz, 2008:201).

De lo que no cabe duda, en cualquier caso, es que, como afirman **Balfour** y **Quiroga** (2007:361), “no parece probable que los estatutos autonómicos renegociados entre 2005 y 2007 (...) ni la creación de nuevos órganos de consulta a nivel estatal vayan a conciliar las aspiraciones nacionalistas de las diferentes élites políticas y sus clientelas, ni tampoco poner fin a la dinámica del semifederalismo competitivo”¹⁴².

2.1.9. Reflexiones finales a la luz de los episodios históricos revisados

Partiendo de la base de que los pueblos refuerzan sus sentimientos identitarios cuando tienen más razones objetivas para enorgullecerse de aquello con lo que se identifican¹⁴³, el recorrido por la Historia que se ha hecho en el presente marco teórico permite trazar algunas conclusiones interesantes a la hora de contextualizar la relevancia de nuestro objeto de estudio: cómo la representación de Castilla y León en la prensa nacional puede ser un reflejo más del peso público de la Autonomía como territorio y de las características de su identidad regional.

¹⁴¹ Aquí vienen a colación todas las disquisiciones que comentábamos anteriormente sobre los problemas de definición territorial que hubo en la transición para configurar Castilla y León como autonomía.

¹⁴² Escribe **Blanco Valdés** (2005:18) que “ni siquiera esa transformación impresionante (la que se dio a partir de la Transición) ha servido para colmar las aspiraciones de quienes han convertido el no sentirse nunca satisfechos en un seguro de vida política con el tratar de mantenerse indefinidamente en el poder”.

¹⁴³ Para sostener esta tesis citaremos más adelante las palabras de **Ortega** que comparaban los designios de civilizaciones como la romana o la castellana, que mantuvieron su pujanza según el filósofo mientras a sus ciudadanos les duraron los motivos para sentirse orgullosos de la comunidad a la que pertenecían.

“Posiblemente toda identidad”, escribe **Pérez Vejo**, “incluida la personal, sea una identidad construida, inventada, la creencia en un relato”¹⁴⁴. Quizá “toda identidad es una quimera”¹⁴⁵, como suscribe **Azurmendi** (2003:17), “pero es tan necesaria para vivir como el aire”. La cuestión identitaria puede definirse por múltiples factores, y como defienden autores como **Gellner** (2006), no es algo estático e inmutable, sino que más bien suele irse adaptando al paso de los tiempos y en función de quienes sean los que lo hayan de defender.

La lengua, por ejemplo, es un motor que fomenta la expansión de las ideas y de los planteamientos políticos y sociales, como bien entendió el rey **Alfonso X** en el caso de Castilla. Esto entroncaría con el valor que le concede **Weber** (1968:922-3, citado en **Linz**, 1973:34) a la lengua como elemento relevante (que no único) de la construcción de las naciones. Sin ser idéntica una nación al hecho de que una comunidad hable una misma lengua, sí se considera a ésta un valor cultural de las masas pobladoras de un territorio.

La religión, sin ser elemento indispensable de naciones y Estados consolidados en Occidente en la actualidad, sí fue también néctar unificador en tiempos remotos. Siguiendo con **Weber** (1968:922-3), la religión es característico de un valor de unificación social vinculado al concepto de solidaridad. “El Estado español se basará en la unidad de la fe católica y mayor propagación de esta”, escribe, por ejemplo, **Menéndez Pidal** (1957a:101). **Castro** (1949:166) va más lejos al afirmar que “La creencia en la virtud “ex machina” del Apóstol permitió existir a Castilla y León y los sostuvo frente a moros y a europeos”. Este punto no

¹⁴⁴ Citado en **Ezkerra** (2001:20).

¹⁴⁵ Aludiendo al término “nación”, **Pérez Vejo** (2001:44) habla de “endeblez conceptual”.

obstante, ha sido duramente criticado por **Sánchez Albornoz**, por cuanto una cosa es ponderar en su justo término la influencia de la religión como aglutinador de conciencias identitarias y otra llegar hasta el extremo de afirmar, como hace el propio **Castro** (1949:166) desmesuras como que “a Santiago se debe el lento y tortuoso esfuerzo de la Reconquista, y la grandeza perdurable de cuanto se creó en la Península Ibérica”; por no mencionar otras estrambóticas conclusiones a las que **Castro** (1949:232) se entrega en virtud de la aceptación de esta dudosa premisa¹⁴⁶.

Lo que sí parece resultar absolutamente indispensable en la consolidación de cualquier identidad colectiva es la existencia del proyecto de vida en común, empleando la terminología de **Ortega y Gasset** (1921:25), ya que, como afirma el filósofo, “no viven juntas las gentes sin más ni más y porque sí; esa cohesión a priori sólo existe en la familia. Los grupos que integran un Estado viven juntos para algo: son una comunidad de propósitos, de anhelos, de grandes utilidades. No conviven por estar juntos, sino para hacer juntos algo”. El gran historiador y filósofo español **Pedro Laín Entralgo** (2000:252) recupera precisamente esta noción de **Ortega** de que la nación viene determinada por “un sugestivo proyecto de vida en común” para atreverse “a decir que la nación es un hecho (el hecho de aceptar gozosa o resignadamente la pertenencia a una misma comunidad

¹⁴⁶ “Si el camino de la peregrinación a Santiago hubiera entrado en España por Cataluña, y no por Navarra y Aragón, Cataluña habría tenido motivos para volverse hacia el centro de la Península, y no sólo hacia Francia o el Mediterráneo”. Con su irónica retransa habitual, **Sánchez Albornoz** (1958:275-6) escribe sobre este dislate que “(Castro) Puede seguir juzgando que Cataluña es una unidad histórica singular dentro de España porque hasta el siglo XII no la cruzó un frecuentado camino de peregrinos; cualquier mediano conocedor de los procesos genéticos de las comunidades históricas tendrá que frotarse los ojos para estar seguro de no haber leído mal”.

histórica) o la aspiración proyectiva a un modo de convivencia potencialmente sugestivo”.

Así se pueden entender bien los primeros movimientos que se dieron en los albores de la historia castellanoleonesa. En primer lugar, se explicaría fácilmente cómo Castilla acabó imponiéndose en cierto modo a un Reino, el de León, que había tenido inicialmente una mayor preponderancia al convertirse en heredero del legado astur cuando la Reconquista se encaminó hacia la Cuenca del Duero. Castilla, fundamentalmente a través del rey **Alfonso X**, consolidó la potencia de una región que impulsó un idioma fuerte, el castellano, era próspera económicamente y tenía una unidad indiscutible en torno al cristianismo. Aquello, unido a un cuerpo jurídico tan férreo como el poder del monarca, sentó las bases para que el Reino castellanoleonés se consolidara como líder de todos los pueblos de Hispania, ya que los demás no gozaban de un desarrollo equiparable en todos los ámbitos señalados.

Pronto Castilla se embarcó, además, en un proyecto común que tardaría siglos en culminar: la expulsión de los musulmanes de la península ibérica y la constitución de una nueva Hispania, de la que por supuesto ella sería líder. Como escribe **Sánchez-Albornoz** (1958:22), la dedicación a tan magna empresa fue total: “Hubo de pelearse sin descanso con el moro. Iba en esa batalla la libertad y la vida. Todos eran soldados”. Esos “ocho siglos de pelea” que forjan “el alma guerrera y caballeresca de Castilla” (**Sánchez-Albornoz** 1958:25) adquiere un barniz distinto bajo la óptica de **Ortega y Gasset** (1921:158): “Se me dirá que, a

pesar de esto¹⁴⁷, supimos dar cima a nuestros gloriosos ocho siglos de Reconquista¹⁴⁸. Y a ello respondo ingenuamente que yo no entiendo cómo se puede llamar Reconquista a una cosa que dura ocho siglos¹⁴⁹. Pese a que su perspectiva sea bastante menos enfática, no cabe duda de que el filósofo también concede, en cierto modo, una importancia radical a esta empresa común que ocupó a los reinos hispanos durante casi un milenio.

Ocho siglos de pelea o de tardanza, según se mire, en los que “Castilla entera debió soñar con la, a un tiempo fácil y difícil, conquista de la riqueza a punta de lanza y con el emigrar hacia el sur, en busca de nuevas tierras bajo nuevos soles”. Las palabras de **Sánchez-Albornoz** (1958:27) retratan, sin duda, lo que hasta entonces se parecía bastante a ese objetivo común de gentes hermanadas bajo un mismo prisma. Sorprendentemente, o quizá no tanto, cuando tal proyecto común quedó culminado los cimientos mismos de Castilla se ven resquebrajados.

¹⁴⁷ Ese “a pesar de esto” hace referencia a una crítica previa de **Ortega y Gasset** al carácter del pueblo visigodo, fácilmente arrasado por los musulmanes antes de que comenzara la empresa reconquistadora; así como a la ausencia de un sistema feudal desarrollado. “Si hubiera habido feudalismo”, escribe **Ortega** (1921:158), “probablemente habría habido verdadera Reconquista, como hubo en otras partes Cruzadas, ejemplos maravillosos de lujo vital, de energía superabundo, de sublime deportismo histórico”. **Gautier Dalché** (1979: 464), no obstante, matiza las palabras de Ortega al asegurar que simplemente hubo una traslación de elementos de importancia, ya que las ciudades adoptaron el papel crucial que en otros territorios tuvieron los señores feudales: “En un país donde las circunstancias históricas no permitieron a la nobleza acaparar en el mismo grado que en otras partes las funciones del Estado, las ciudades constituyeron, bajo la tutela a menudo lejana de la realeza, otros tantos centros autónomos de gobierno, que abarcaban a veces un amplio territorio. Lo que fue en Francia la *châtellenie*, fue el concejo en Castilla”.

¹⁴⁸ **Ortega** no es el único que interpreta el término “Reconquista” en clave peyorativa. **Gibson** (1993:27) manifiesta abiertamente que lo cita entre comillas “porque el concepto es una invención de la historiografía católica española” y menciona también a **Gala**, para quien “¡La Reconquista es una falacia y una gran mentira histórica!”.

¹⁴⁹ **Castro** (1949:47) parece compartir con **Ortega** ese deje de escepticismo hacia la supuesta gran empresa de la Reconquista al afirmar que ésta “se arrastró perezosamente durante los siglos XIII, XIV y XV, hasta que **Fernando** e **Isabel** unificaron la Península (con excepción de Portugal), y lanzaron al pueblo electrizado de España a las empresas que todos conocen”.

Tal vez los castellanos no se percataran del fin de tal horizonte común y de la necesidad de replantearse uno nuevo inmediatamente, en buena medida por el carácter unificador y el potente liderazgo de los Reyes Católicos. Pero el caso es que la llegada al poder de **Carlos I** abrió un debate sobre la esencia castellana misma, ya que de pronto el pueblo que tan gustosamente había abrazado el rol de motor económico y cultural de la nueva España se encontró con novedades insólitas.

Para empezar, que el proyecto común sobre el que se habían forjado las bases de la Hispania liderada por Castilla, la Reconquista de la parte musulmana de la Península (esa “empresa unitiva de la España total” de la que habla **Menéndez Pidal** [1957a:75]), había sido sustituido por otro, el imperialista de **Carlos I**, cuyas ventajas para Castilla no eran, de entrada, tan claras. Se pregunta **Ortega y Gasset** (1921:37), en su España invertebrada, para qué fin se logra la unidad española, “¿(...) bajo qué ideas ondeadas como banderas incitantes? ¿Para vivir juntas, para sentarse junto al fuego central, a la vera unos de otros, como viejas sibilantes en invierno?”. La respuesta que él mismo propone es, cuanto menos, controvertida: “La unión se hace para lanzar la energía española a los cuatro vientos, para inundar el planeta, para crear un Imperio aún más amplio. La unidad de España se hace para esto y por esto”. Sin embargo, el ya glosado levantamiento comunero pone de manifiesto que no todos los castellanos eran partidarios de una expansión imperial.

De hecho, el otro gran cambio que introduce la llegada al poder de **Carlos I** es el cuestionamiento de la relación que se había establecido entre Castilla y sus

reyes. Hasta Carlos I, todos los reyes castellanoleoneses habían visto en aquellos territorios su “joya de la corona” y habían hecho girar toda la política del reino en torno a ellos. Con la llegada del nieto alemán de los Reyes Católicos, aquella sensación se disipó, pues Castilla pasó a ser un territorio más dentro de los muchos y vastos que tenía aquel rey a su merced, con el consiguiente descontento de los castellanoleoneses.

Todo ello condujo, efectivamente, a un levantamiento, el comunero, en el que, si bien tal vez sea cierto como apunta **Valdeón** que no se puede hablar estrictamente de sentimiento nacionalista (o protonacionalista, en palabras de **Maravall**), sin duda alguna hubo un descontento generalizado de las gentes castellanas hacia el rey por no dar cabida al carácter predominante que para sí tenían asumido desde siglos atrás.

El levantamiento de los Comuneros fue, sin duda alguna, el primer indicador de la caída en desgracia de la imagen pública de Castilla y León, por no hablar ya del declive en el interés identitario que podrían mostrar sus gentes hacia aquellos territorios. Que la revuelta fuera sofocada y sus líderes ajusticiados no hicieron sino ahondar en esta caída¹⁵⁰. Desprovista del proyecto común que les había hecho grandes y, cada vez más desplazada de los centros económicos y culturales de la península, con el tiempo Castilla pasó progresivamente a un segundo plano en el concierto peninsular. Este fenómeno, coincide en señalar **Thompson** (2001), aceleró de una manera espectacular el cambio de rol asumido

¹⁵⁰ Como afirmaba **Bañuelos** en 1931: “Castilla deja de ser Castilla en los campos de Villalar, y el castellano deja de parecerse al antiguo castellano, coincidiendo con aquel suceso desgraciado de nuestra historia que aniquila la personalidad de Castilla” (citado en **Sánchez Badiola**, 2010:207).

por el Reino de Castilla en torno al siglo XV, cuando dejó de ser una región resistente y se convirtió en el eje aglutinador del Imperio Español.

Algo parecido sugiere **Ortega y Gasset** (1921:41) cuando explica la deriva de lo que ya era España en los siguientes términos: “Mientras España tuvo empresas a que dar cima y se cernía un sentido de vida en común sobre la convivencia peninsular, la incorporación nacional no sufrió quebranto”. De hecho, algo más adelante en su bosquejo de pensamientos históricos titulado *España invertebrada*, **Ortega** afirma que de 1580 en adelante “cuanto en España acontece es decadencia y desintegración”.

A todo ello se debe sumar, también, algo que se ha adelantado en el párrafo anterior: el progresivo solapamiento de la identidad de Castilla con la de España misma, pues no en vano, y pese a la oposición comunera en su día, España había sido la creación superior de Castilla y a la defensa de su ideal se consagraron sus ciudadanos. Sin proyecto común ni preponderancia económica ni cultural que llevarse al acervo común, es fácilmente entendible por qué las gentes de Castilla comenzaron a identificarse con un ideal, el imperial español, que sí proporcionaba razones de orgullo. “De modo paradójico”, escribirá **Linz** (2008:204) en 1985 que, “Castilla, que ha constituido el núcleo de formación de la nación española, ha perdido en gran medida su identidad en el proceso”.

Aludiendo al caso de Roma, pero siempre con Castilla de trasfondo, **Ortega** incide en lo fundamental del futuro y no del pasado¹⁵¹ en la construcción

¹⁵¹ “No basta, pues, para vivir, la resonancia del pasado, y mucho menos para convivir” (**Ortega y Gasset**, 1921:55).

de las naciones¹⁵². Roma, escribe **Ortega** (1921:25), les sonaba a todos los pueblos que caían bajo su yugo “a nombre de una gran empresa vital donde todos podían colaborar; Roma era un proyecto de organización universal; era una tradición jurídica superior, una admirable administración”. Como Castilla. Pero “el día que Roma dejó de ser este proyecto de cosas por hacer mañana, el Imperio se desarticuló” (**Ortega**, 1921:26)¹⁵³. De un modo parecido, **Kedourie** (1993:141) señala que la historia demuestra que la identidad “étnica” no es algo inerte y estable, sino que más bien se rige por la constante renovación de objetivos, compromisos y logros (**Kedourie**, 1993:70). Y en una línea similar explicaba **Elliott** (2002:76) la dialéctica entre el castellanismo o aragonesismo y el emerger de lo español: “El sentido de identidad de una comunidad no es estático ni uniforme. Una fuerte lealtad hacia la comunidad de origen –la denominada patria en el siglo XVI- no era intrínsecamente irreconciliable con el surgimiento de una lealtad hacia una comunidad más amplia, en tanto en cuanto las ventajas de la unión política fuesen consideradas –al menos por los grupos sociales influyentes – mayores que los inconvenientes”.

Junto a ello se puede pensar también que el XIX, siglo de las causas románticas y del nacionalismo entre otras muchas, no contó en Castilla con catalizadores regionalistas que sí hubo en otras comunidades¹⁵⁴, como **Sabino**

¹⁵² Como también escribe **Américo Castro** (1949:9), “la historia de un pueblo, la del hombre individuo-social, es algo que va surgiendo y mudándose en vista de las tareas que su vida le ofrece en cada momento”.

¹⁵³ **Azaña** (2004:371) se sitúa en una postura similar en su discurso “Grandezas y miserias de la política”.

¹⁵⁴ Pese a que autores como **Maravall** (1963:26) sí constaten que “en la época romántica se exalta a los Comuneros como héroes de la libertad”.

Arana¹⁵⁵ en el País Vasco, **Francesc Macià** en Cataluña, **Alfredo Brañas** en Galicia o **Secundino Delgado** en Canarias; esos hombres que¹⁵⁶, según **Ortega** (1921:30) “movidos por codicias económicas, por soberbias personales, por envidias más o menos privadas, van ejecutando deliberadamente esta faena de despedazamiento nacional, que sin ellos y su caprichosa labor no existiría”¹⁵⁷. No en vano, “la historia que cuenta el discurso nacionalista es una interminable sucesión de derrotas”¹⁵⁸ (**Juaristi**, 1997: 20)¹⁵⁹ y con frecuencia recurre a una reinterpretación “victimista” del pasado (**Reyero**, 2001:110). **Gellner** (2006:46), por ejemplo, no duda en afirmar que el nacionalismo no despierta ninguna historia antigua que permanece dormida o latente, sino que más bien la reinventa¹⁶⁰, entre otras cosas porque, como bien apunta **Linz**,

¹⁵⁵ Sobre el papel central de estas figuras, escribe **Gibson** (1993:199) que antes de **Arana**, “los vascos eran un pueblo orgulloso, desde luego, pero lejos del nacionalismo radical”. **Linz** (1973:78) afirma que el nacionalismo vasco, “mucho más que el catalanismo”, debía su carácter a la personalidad de **Arana**, hombre religioso cuyo padre, carlista, invirtió no sólo su dinero sino su reputación en la defensa de la causa carlista y acabó exiliado. Su interacción con el emergente nacionalismo catalán de fin de siglo XIX durante sus estudios inconclusos de derecho en Barcelona supusieron el espaldarazo final para la constitución de su ideario, que puso de manifiesto en su libro *Biskaya por su independencia*.

¹⁵⁶ **Ezkerra** (2001:21) escribe sobre estos prohombres que el nacionalismo los tiende a presentar como “voces prístinas y genuinas surgidas de la naturaleza, nunca de la ciudad moderna, e inspiradas en una misteriosa sabiduría sólo para ellas accesible y depositarias de un farsante estado de gracia que suele tener una violenta traducción en el terreno político”.

¹⁵⁷ Páginas más tarde el propio **Ortega** (1921:48) se contradice a sí mismo, o se matiza si se prefiere, catalogando como “frivolidad juzgar el catalanismo y el bizcatairismo como movimientos artificiosos nacidos del capricho privado de unos cuantos”; ya que, en el fondo, según él, no son más que “la manifestación más acusada del estado de descomposición en que ha caído nuestro pueblo; en ellos se prolonga el gesto de dispersión que hace tres siglos fue iniciado” con el reinado de **Felipe II**, cuando España frenó su afán expansivo y comenzó, siempre según **Ortega** (1921:49), su decadencia.

¹⁵⁸ **Juaristi** lo denomina “el bucle melancólico” (citado en **Pérez Vejo**, 2001:62).

¹⁵⁹ A esto suma **Rivas** (2012:175) una reflexión sobre la actuación de los estados, que “no han sabido o no han querido construir la nación [española, en este caso]. Esto no indica que España sea menos Europa, sino que en ese aspecto es un Estado más débil que otros del continente”. **Fusi** (2001:107) afirma, en una línea similar, que España “era desde principios del siglo XVI una nación, aunque hubiese sido, como muchas otras naciones, una nación problemática y mal vertebrada, en la que coexistirían, junto con la realidad nacional, con la cultura común, culturas y realidades regionales particulares y privativas más o menos acusadas”.

¹⁶⁰ **Linz** (1993b:363) cita al propio **Gellner** para hacerse eco de esta idea: “Al contrario de lo que piensan las ideologías nacionalistas, las naciones no son un fenómeno natural que se levante para reclamar su condición estatal como por arte de magia. Este punto ha sido defendido con ardor por **Ernst Gellner**, y apoyado indirectamente por las sólidas investigaciones de Hroch sobre el enorme esfuerzo y tiempo que se ha tardado en despertar el sentimiento nacionalista en los grupos más pequeños de gente”. Se refiere,

“En regiones altamente industrializadas como el País Vasco o Cataluña dentro de España, las migraciones internas desde el siglo XIX han dado lugar a una población heterogénea en la que los descendientes de inmigrantes e inmigrantes de décadas recientes constituyen una proporción importante (...). Construir en tal contexto una conciencia nacional, un movimiento nacionalista hegemónico y, en última instancia, un Estado-nación, sobre la base de las características primordiales, resulta ser un proceso plagado de dificultades”¹⁶¹ (Linz, 1985:204).

En este sentido, **Martínez Herrera** (2002:423) también ha señalado que el proceso de construcción nacional, al contrario de lo sostenido en múltiples discursos del nacionalismo periférico, no es ni sencillo ni automático, especialmente después del reconocimiento de ese fenómeno innegable que **Linz** denominaba población heterogénea.

La noción del componente inventivo inherente a toda nación ha sido también glosada por otros autores de referencia como **Pérez Vejo**¹⁶². Años después, añadirá **Linz** (1993b:368), precisamente, a modo de corolario que “la construcción de estados multinacionales es complicada pero no imposible si se abandonan las dos ideas dominantes: que todo Estado debería luchar por convertirse en un Estado-nación, y que toda nación debería aspirar a convertirse en un Estado”¹⁶³. Años después, **Pérez Vejo** (2001:42) señalará este mismo error y

sin duda, **Linz** a la célebre frase de **Gellner** (2006:6) que suscribe que “las naciones, al igual que los Estados, son una contingencia y no una necesidad universal. Ni las naciones ni los estados existen en todo tiempo y bajo cualquier circunstancia”. Esto es, tienen más de creación que de natural. Esto se podría relacionar también sin duda con los esfuerzos que nombramos antes, por parte de las instituciones de León y Castilla, de despertar la identidad regional durante y después de la transición.

¹⁶¹ En otro de sus artículos, **Linz** (1993b:360) escribe que “si lo pensamos, no obstante, las naciones resultan del desarrollo de una cultura, y una identidad basada en algo así es una creación tan artificial como un Estado”.

¹⁶² Citado en **Ezkerra** (2001:20). Por algo escribe **Alcalá Zamora y Queipo de Llano** (2000:87), al hablar del progresivo desprestigio de la nación española por parte de los nacionalismos periféricos, que “la historia, convertida en instrumento de grandes o pequeños nacionalismos exaltados, es arma mucho más peligrosa que una metralleta en las manos de un psicópata; porque la idea de nación, que en su forma más noble y natural expresa el crecimiento progresista del *nosotros* tribal en fórmula moderna de similitudes, solidaridades, fortaleza, prosperidad y eficiencia, fácilmente degenera, utilizada por profesionales de la discordia, las prebendas y el ombliguismo de campanario, en mitología, fanatismo, hostilidad, conflicto y enfrentamiento”.

¹⁶³ Se está haciendo alusión en realidad a los siete puntos que, según **Smith** (citado en **Pérez Vejo**, 2001:44), definen el nacionalismo: “la humanidad se divide de manera natural en naciones; cada nación

la necesidad de superarlo cuando escriba que “el ser miembro de una nación parece haberse convertido en una necesidad ontológica que determinaría por completo nuestra forma de ser y estar en el mundo”¹⁶⁴. En cierto modo, lo que hicieron los constituyentes fue dilatar de nuevo el problema periférico, adoptar, como diría **Carl Schmitt**, un *compromiso apócrifo*, “porque los compromisos de esta naturaleza no afectan a decisiones objetivas logradas mediante transacciones, dado que su esencia consiste precisamente en ‘alejar y aplazar la decisión’” (**Blanco Valdés**, 2005:42).

En el caso castellanoleonés, y volviendo a la premisa que formulábamos anteriormente, no fue la ausencia de catalizadores, que sí los hubo, lo que frenó el despegue del regionalismo; sino más bien la falta de un proyecto común lo que evitó que lo castellano se pudiera erigir en la base de un proyecto regionalista que impulsara, para empezar, que la futura autonomía de Castilla y León se rigiera por el artículo 151 de la Constitución¹⁶⁵. Pese a que autores como **Orduña** (1986:267) insisten en que “la autonomía regional también era una demanda de la opinión pública y de los medios de comunicación, con unanimidad prácticamente completa”, lo cierto es que tal afirmación no genera un consenso como la convicción de que las tentativas regionalistas castellanas de finales de

posee su carácter peculiar; el origen de todo poder político es la nación, el conjunto de la colectividad; para conseguir su libertad y autorrealización, los hombres deben de identificarse con una nación; las naciones sólo pueden realizarse plenamente dentro de sus propios Estados, la lealtad hacia el Estado-nación se impone sobre otras lealtades, y la principal condición de la libertad y la armonía globales consiste en el fortalecimiento del Estado-nación”.

¹⁶⁴ Recuerda **Savater** (1995:5) que “el Estado democrático moderno es siempre plurinacional, es decir, acoge bajo el rótulo histórico de una nacionalidad genérica diversas tradiciones nacionales que han aprendido a relativizarse como fuentes exclusivas y excluyentes de la legitimación política”.

¹⁶⁵ El reservado para las autonomías que habrían de consolidarse por vía especial. El 141 era el que se aplicaba a todas las demás, esto es, la vía general o *vía lenta* (**Blanco Valdés**, 2005:60). En el fondo, si se mira bien, se instauró una España de dos velocidades, especialmente si uno observa la insistencia de nacionalistas vascos y catalanes por hacer de la tramitación preferente de sus estatutos un hecho diferencial en sí mismo que se elevase aún más por oposición a las trabas que se ponían al resto de comunidades a llegar a un techo competencial siquiera parecido.

siglo XIX y anteriores a la Guerra Civil eran más bien de carácter defensivo. Las dificultades para delimitar el territorio (con modificaciones importantes a la planificación departamental de 1833) y la incapacidad de articular un proyecto común tienen su más claro exponente en un hecho irrefutable: Castilla y León no fue una de las comunidades a las que se le diera preferencia de constitución estatutaria por vía preferente, ni siquiera rápida. “Ni los artículos de prensa, mítines, conferencias, juegos florales, exaltación de gestas castellanas, fomento de los estudios históricos, etc. fueron suficientes como para conseguir en la praxis un consenso generalizado y menos amplias movilizaciones populares”, sentencia **Almuiña** (1991:426)¹⁶⁶.

Tal vez esto se debió a que los esfuerzos de reivindicación de lo castellano en cuanto que identidad nacional se volvieron a ver subsumidos en su mayor parte, desde el siglo XIX, por la necesidad del Estado liberal de crear un imaginario nacionalista español¹⁶⁷ (**Cirujano Marín et al.**, 1985: 77-99) que se apropió de buena parte de los símbolos que podrían haber configurado, de haberse dado los condicionantes necesarios, una identidad nacionalista castellanoleonesa potente. De nuevo, lo castellano y lo español se solapan, ya que si los nacionalismos periféricos se reivindican también, en parte, por su

¹⁶⁶ Parece estar respondiendo **Almuiña** a **Orduña** (1986:16), quien afirmaba tener la certeza de un regionalismo castellano asentado sobre dos bases: “el regionalismo económico de los intereses cerealistas tan peculiares de la región” y “la actividad intelectual e ideológica, así vamos a encontrarnos una serie de actividades culturales, juegos florales, exaltación de los valores regionales, etc. análogos a los que tenían lugar en la Cataluña de la Renaixença”.

¹⁶⁷ **De Blas** (2001:74) habla, no obstante, de una “debilidad del nacionalismo español del siglo XIX” debido principalmente a que “en la España del siglo pasado no se dan, o no se dan con la misma intensidad, algunos de los acicates que en otros países europeos empujan a la movilización nacional. Ni hay Estado nacional que construir, como en Alemania o Italia, ni nación que defender contra impugnaciones nacionalistas de signo periférico, ni Imperio que levantar, ni fronteras que asegurar, después de la invasión napoleónica, contra enemigos extranjeros”. Pese a ello, la coyuntura noventayochista supone, según este mismo autor “una auténtica refundación para los nacionalismos españoles de signo global”.

diferenciación del modelo central; resulta difícil que Castilla y León se diferencie de un modelo central, el español, que ella misma ha inspirado¹⁶⁸.

El presente repaso histórico, en fin, ha ayudado a desgajar los motivos que crean un fenómeno como el escaso arraigo identitario que parece existir en Castilla y León en la actualidad. Este lastre identitario, como hemos visto, se puede explicar con un arco de ascenso y caída en el que el primero viene definido por elementos como una lengua pujante, una religión unificadora y un afán innegociable de trascender las propias fronteras, y la segunda por el solapamiento de lo castellano y lo español, la indefinición de un proyecto psicosocial propio que reverdeciera viejos laureles identitarios, o la convicción de que alimentar un proyecto centrífugo va contra el interés del país y, por ende, contra el bienestar de sus partes.

Como hemos visto, muchos han sido los historiadores, literatos y filósofos de nuestro país que han sumado sus voces para, con unos y otros matices, elaborar un retrato histórico cercano a lo que se ha tratado de resumir en este párrafo. Pero si algo nos debe enseñar la Historia es a no mirar excesivamente atrás. La realidad que explica el lapso de orgullo identitario regional entre Castilla y León y otras autonomías españolas hunde sus raíces también en fenómenos sociodemográficos actuales como la despoblación y la dispersión demográfica, el envejecimiento de la población, el paro juvenil, el limitado arraigo de la industria

¹⁶⁸ De hecho **Balfour** y **Quiroga**, 2007:352), en una idea que toman de **Núñez Seixas** (2005:75), entienden que, en realidad, ni siquiera el bombardeo nacionalista a la esencia de lo español ha surtido efecto porque “los sondeos de opinión confirman ampliamente que la inmensa mayoría de ciudadanos tienen, en mayor o menor grado, conciencia de ser españoles. Es decir, que ni el ascenso de los neo-regionalismos con un discurso cuasi-nacionalista ni la pervivencia de la fuerza de los nacionalismos subestatales han atenuado la dualidad de las identidades”.

y el carácter emprendedor¹⁶⁹, o la escasez de elementos simbólicos que proporcionen orgullo¹⁷⁰. Como explica **Morales** (2005:53), el legado histórico es importante y su conocimiento se antoja vital para entender la progresión de una identidad que antes se alzaba orgullosa e imponente; pero hoy en día lo que conocen las gentes de Castilla es más bien “la propia realidad castellana actual. Una Castilla que pierde continuamente población¹⁷¹ y renta en relación con el conjunto del país, la “España menguante”, en expresión de **Julio Llamazares**, desprovista, para **Delibes**, de un “arraigado sentimiento regionalista, ni conciencia histórica y cultural profunda”.

¹⁶⁹ Que puede tener que ver con el análisis que hace **Linz** (2008:272) sobre “el nivel relativamente alto de alfabetización, la presencia de muchas instituciones de educación secundaria y de varias universidades provinciales en regiones que ofrecen pocas oportunidades para los negocios, como Castilla la Vieja, Andalucía y hasta hace poco Aragón, llevó a un número desproporcionado de sus jóvenes a seguir estudios universitarios que desembocaban en el funcionariado o en ocupaciones académicas. No es accidental, por lo tanto, que estas regiones hayan estado sobrerrepresentadas en esos sectores de la élite”.

¹⁷⁰ Eso que **Ortega y Gasset** (1921:98) tan bien simboliza con la frase “ayer había “hombres” y hoy no”, si bien según él “es completamente erróneo suponer que el entusiasmo de las masas depende del valor de los hombres directores (...) el valor social de los hombres directores depende de la capacidad de entusiasmo que posea la masa” (**Ortega y Gasset**: 1921:102).

¹⁷¹ Sobre este asunto resulta de gran interés la recopilación de datos realizada por **Enrique Orduña** (2009:75).

2.2. Comunicación y sociedad: medios, opinión pública y conciencia regional

2.2.1. Los medios de comunicación

Que los medios desempeñan un papel crucial en la creación y recreación de las percepciones del imaginario colectivo es un aspecto del que a día de hoy ya pocos dudan. Este axioma es, además, aplicable no solamente a realidades que acaecen a gran distancia de los receptores de los mensajes mediáticos. En una sociedad tan mediatizada como la actual se podría llegar a afirmar que incluso las imágenes de parajes y colectivos no demasiado alejados de los receptores se ven poderosamente influidas por el imaginario que de ellos se construye a partir de los retratos mediáticos. “Lo que sabemos sobre la sociedad y aun lo que sabemos sobre el mundo, lo advertimos a través de los medios de comunicación para las masas” (Luhmann, 2007:1).

2.2.1.1. Introducción. La importancia de los medios en la creación de imágenes colectivas

En el caso concreto de la representación de las comunidades autónomas en los medios y su posterior inserción en el imaginario colectivo, tampoco cabe duda de que en los últimos tiempos el asunto ha formado parte de las preocupaciones de los gobernantes regionales. Así, leemos en el informe sobre la relevancia de los medios de comunicación en Castilla y León publicado a iniciativa propia por el Consejo Económico y Social (VVAA, 2006:56) que “Los “medios” transmiten información, conocimiento, pero también opiniones, propaganda, publicidad,

manipulaciones interesadas, etc.; en definitiva, son conformadores de opiniones públicas; lo que les convierte en un auténtico poder en manos de quien los controla”. Asimismo, desde el CES (2006:267) se insta a incorporar esta maquinaria mediática a favor de la propia identidad regional, ya que “sería cuasi suicida el no tratar de incorporar de la forma más rentable –económica y socialmente– los nuevos *mass media*, con las nuevas tecnologías que les son inherentes; así como la reorganización de los tradicionales, tanto desde un punto de vista empresarial como económico, social y cultural”.

Resulta curioso comprobar, no obstante, cómo siendo éste el más notorio esfuerzo por examinar la incidencia del comportamiento mediático en el fortalecimiento de la identidad regional en Castilla y León, los análisis no van más allá de la propia óptica regional. No hay más que comprobar, por ejemplo cómo el estudio del CES (2006:71) achaca la ausencia de protagonismo mediático en la conformación del espíritu regional al “raquítico consumo de prensa escrita en Castilla y León” y a la “no existencia de un mercado regional trabado y medianamente potente, junto con una débil conciencia regional”, mientras que no se hace alusión alguna al relevante papel que, al menos tal y como vamos a defender en la presente tesis, tiene también en la configuración de toda conciencia regional el retrato que de tal región se haga en los medios nacionales.

Aun reconociendo la importancia de la recreación de la identidad regional a través de la relación del parque periodístico de cada comunidad con su propia audiencia autóctona, cabría preguntarse si no sería más importante conocer cuál es la imagen que los medios nacionales proyectan sobre las comunidades

autónomas. Retomando el caso de Castilla y León, parece cabal pensar que el cómo se la ve desde fuera es una parte de ineludible importancia a la hora de valorar los motivos que un castellanoleonés tiene para adherirse a un determinado imaginario regional.

Pero antes de adentrarnos en el repaso bibliográfico de aquellos títulos que exploran, en mayor o menor medida, el reflejo de Castilla y León en los medios de comunicación y de comenzar a exponer la propuesta metodológica correspondiente al estudio de caso de la presente tesis conviene realizar un repaso por varios aspectos, tanto teóricos como prácticos, relacionados con la Comunicación y la Sociología que nos permitirán contextualizar mejor los descubrimientos que se realicen en la presente investigación.

El enfoque comparativo de esta tesis aspira a poner en relación la cobertura mediática que se dispensa a las comunidades autónomas en general, y a la región castellanoleonesa en particular, con varios indicadores geográficos (superficie), demográficos (población, densidad), económicos (riqueza, producción) y sociales (conciencia regional). Por un lado, para entender la importancia de la cobertura mediática resulta indispensable trazar un itinerario teórico que pondere el valor del elemento mediático desde su constitución en forma masiva hasta nuestros días. Por el otro, y dado que una de las relaciones que se plantean en esta tesis es entre ese elemento mediático y la conciencia regional, que no es sino una forma de expresión colectiva que, en cierto modo, remite al concepto de opinión pública, resulta cabal que se realice un estudio exploratorio con el que arrojemos luz sobre lo que tal término significa.

Y, dado que la tesis se asienta precisamente en la asunción de que existe una relación íntima entre la opinión pública (que en este caso centramos en los modos de exaltación de la identidad regional) y la opinión publicada (la interpretación de la realidad que realizan los medios de comunicación de masas) en un sentido muy parecido al enunciado por **Dader** (1986:27)¹⁷², parecía justo, por último, repasar en tercer lugar las distintas teorías que se han ido sucediendo en la historia reciente al hilo precisamente de este mismo debate.

Así pues, el presente subepígrafe dedicado a los medios de comunicación realizará un breve repaso a la teoría e historia de la comunicación de masas. Después seguirá un nuevo epígrafe que explorará el complejo fenómeno de la opinión pública. Una vez determinadas las características fundamentales de esos dos factores que con tanta profusión han entrado en relación dialéctica en los últimos tiempos, se abordará el tema de los efectos de los medios en la opinión pública, con el fin último de determinar si esa asunción que se apuntaba anteriormente de íntima relación entre opinión pública y opinión publicada se sostiene en los estudios teóricos y prácticos desarrollados a lo largo del último siglo.

Una vez concluida la exposición teórica sobre (1) medios de comunicación de masas, (2) opinión pública y (3) efectos de los medios de masas en la opinión pública, se enlazarán la argumentación histórica con la que se abrió el presente marco teórico con los estudios de opinión pública a través de los análisis de los

¹⁷² Autores como **Zaller** (1992:265) también hablan de esta dialéctica entre opinión pública y opinión publicada y, a juzgar por su evaluación de ambas, no resulta descabellado pensar que para él también hay una íntima relación entre ambas. No en vano, el académico estadounidense asegura que su modelo RAS (Receive-Accept-Sample) versa “sobre esos dos tipos de opinión pública”.

Barómetros Autonómicos I y II, que se pueden considerar como la plasmación más evidente del interés de los estudios de opinión pública en la cuestión regional ya en nuestros días. Para concluir el índice de cuestiones de repaso obligado en el marco teórico de esta tesis, se realizará finalmente el antedicho repaso bibliográfico de las obras que, en mayor o menor medida, han tratado sobre la caracterización de Castilla y León en los medios de comunicación de masas de ámbito nacional.

2.2.1.2. Teoría y breve historia de la comunicación de masas

Böckelmann comienza su repaso sobre la comunicación de masas estableciendo un parentesco con la comunicación social, concretamente entendiendo a la primera como una forma especial de la segunda. “Por *medios de comunicación social*”, escribe **Böckelmann** (1976:36), “entendemos las técnicas de comunicación organizadas de forma compleja, capaces de una divulgación simultánea: en la prensa y en el cine, a través del emisor de radio y de televisión”. Los medios de comunicación de masas son aquellos “que se sirven de medios técnicos de reproducción masiva” para propagar la realidad comunicada sin que haya “interacción entre presentes” entre el emisor y el receptor, dirá **Luhmann** (2007:2-3).

Ciertamente, la vinculación de este tipo de medios a la tecnología es patente, por cuánto es ésta principalmente la que permitió que las comunicaciones trascendieran definitivamente el ámbito de lo interpersonal, o de lo grupal incluso, para poder aspirar a audiencias masivas. **Böckelmann**

(1976:38) señala, en este sentido, que “en contraposición a la comunicación interpersonal, caracterizada por un cambio de posición teóricamente constante entre el emisor y el receptor, los “implicados” en la comunicación de masas actúan desde una situación concreta, o bien exclusivamente como emisores o bien exclusivamente como receptores”. Pero, aun siendo fundamental, no es ésta la única característica que cuenta para describir la comunicación de masas.

John B. Thompson (1998: 46-7) define la comunicación de masas en su obra capital *Los medios y la modernidad*, como “la producción institucionalizada y difusión generalizada de bienes simbólicos a través de la fijación y transmisión de información o contenido simbólico”. También es cierto que el concepto de masa puede inducir a una connotación peyorativa, como han observado varios autores. **McQuail**, (2000:40), por ejemplo, reconoce problemas no solo en torno al deje negativo que puede acompañar a la palabra “masa”, sino también a la hora de establecer qué constituye la comunicación. Con todo, se puede, según él, hacer acopio de sentido común para establecer una caracterización general que nos permita asociar la comunicación al “hecho de conferir y extraer significados y a la transmisión y recepción de mensajes” (**McQuail**, 2000:41) y la masa a algo de gran volumen, ámbito o extensión. **Müller** (1970:3)¹⁷³ agrega que la comunicación de masas es “la transmisión (realizada en cauces o sistemas de signos significativos de dominio general) de contenidos de actualidad, de distracción o bien instructivos, dirigida a un conjunto de receptores (incontable para el comunicador), heterogéneo, anónimo, pero no aislado socialmente, con ayuda de un montaje técnico organizado de forma compleja”. **Burgelin** (1974:19) destaca,

¹⁷³ Citado en **Böckelmann** (1976:39).

por su parte, al referirse al fenómeno de la comunicación de masas, que en él se da un elemento de “originalidad que reside esencialmente en que es sobre la comunicación de masas y sólo sobre ella donde se ejercen plenamente los mecanismos de mercado”.

Pero quizá sea **Thompson**, nuevamente, el que aborde con más sistematicidad un fenómeno tan complejo. En su obra clave *Los media y la modernidad*, expone cinco características fundamentales para definir el fenómeno de la comunicación de masas, entre los cuales se refiere también a los aspectos tecnológicos y mercantiles que la definen. La comunicación de masas, según **Thompson** (1998:47-52):

1. Implica en su proceso a una serie de medios de producción y difusión técnicos e institucionales. En su evolución se han hecho indispensables una serie de avances técnicos que han permitido expandir el alcance de aquellas formas simbólicas que intentaban ser difundidas.
2. Desarrolla un modo de producción encaminado al consumo de formas simbólicas¹⁷⁴. En otras palabras, de una manera u otra, el producto mediático de masas entra dentro de la dinámica económica al asignársele un valor. El potencial de los medios de masas se mide en función de su influencia, su capacidad de optimizar su alcance; es decir, su capacidad de ampliar sus posibilidades de generación de ingresos.

¹⁷⁴ **Thompson** emplea concretamente el término *commodification* para referirse a este modo de empleo concreto de las formas simbólicas que se impulsa a través de los medios de masas. A lo que alude el autor empleando este término es a la palabra *commodity*, bien de consumo.

3. Separa el contexto de producción del contexto o los contextos de recepción. Esto implica que hay un flujo estructurado en el que los intervinientes en el proceso de comunicación tienen unos roles asignados de los que les resulta muy difícil, si no imposible, salirse. Esto genera, en palabras de **Thompson** (1998:50) “socios desiguales en el proceso de intercambio simbólico” por cuanto ni los dos tienen las mismas capacidades, ni el mismo poder, ni ejercen siquiera las mismas funciones.
4. Expanden la disponibilidad de las formas simbólicas tanto en el espacio como en el tiempo. Hay que entender que esto es una potencialidad y quiere decir que los medios de comunicación de masas permiten la opción (y con frecuencia suele ser así) de que los receptores se encuentren o bien en un espacio distinto al del contexto de producción o en un tiempo alejado a aquel en el que tuvo lugar la producción del mensaje¹⁷⁵. También puede darse que ambas circunstancias concurren al mismo tiempo.
5. Los productos de las industrias mediáticas pasan a estar, gracias a los medios de comunicación de masas, disponibles para una vasta pluralidad de receptores. Aquí es donde se distancia la comunicación de masas de otras que, pese a emplear avances técnicos que permiten, por ejemplo, comunicaciones demoradas en el tiempo o en el espacio (el correo electrónico, las llamadas telefónicas). Pese a todo, el propio

¹⁷⁵ “Con la separación del espacio y del tiempo desencadenado por la telecomunicación, la experiencia de la simultaneidad se separó de la condición espacial de un lugar común” (**Thompson**, 1997:53).

Thompson (1998:52) ya advertía que la línea divisoria que traza esta quinta característica entre los medios de comunicación de masas y otros que no lo son podría difuminarse en los años venideros.

Si antes hablábamos de tecnología como un elemento indispensable para la fragua de los medios de comunicación de masas, no cabe duda de que la invención de la imprenta de tipos móviles, que llegó en 1453 de la mano de **Gutenberg** fue el primer gran paso que revolucionaría el panorama social de la comunicación. La impresión de la Biblia de **Gutenberg** consiguió una difusión continental que hizo palidecer los esfuerzos editoriales precedentes. Las nuevas técnicas de impresión popularizadas por el inventor de Maguncia convirtieron las imprentas en “nuevas bases del poder simbólico” (**Thompson**, 1997:79) que quedaban fuera del control de los dos centros que se habían repartido el poder hasta entonces, la Iglesia y el Estado. No es que el nuevo mercado de las imprentas surgiese de la nada, pues ya se habían formulado modelos de impresión con una tradición que se remontaba años atrás; pero lo que sí hicieron fue redimensionar y expandir sobremanera su mercado.

El desarrollo de la imprenta también “transformó los modelos de comunicación a principios de la Europa moderna: dando lugar a una variedad de publicaciones periódicas que informaban de acontecimientos y transmitían información de carácter político y comercial” (**Thompson**, 1998:93). El comercio de noticias se asienta en Centroeuropa a principios del siglo XVII y los principales centros urbanos comerciales europeos se convirtieron a su vez en los primeros productores de noticias, gracias a lo cual comenzó a fraguar una incipiente

industria periodística. **McQuail** (2000:45) sostiene que el periódico supuso una innovación de mayor calibre que el libro por varias razones, entre las cuales despuntaba claramente su adecuación a las necesidades de una clase social cada vez más relevante, compuesta principalmente por comerciantes y profesionales urbanos.

En sus inicios, esta prensa que aspiraba a una audiencia múltiple no escapaba de la influencia ideológica, algo que perduró en el tiempo también por el recelo que su emergencia suscitó entre los órganos de poder¹⁷⁶. “La historia posterior del periódico se puede considerar o bien como una serie de luchas, con avances y retrocesos, por la causa de la libertad, o bien como un imparable progreso económico y tecnológico”, escribe, en este sentido, **McQuail** (2000:46). Con el paso del tiempo, figuras como **Jeremy Bentham**, **James Mill** y **John Stuart Mill** se convirtieron en adalides de una prensa que pudiera maniobrar con un margen de libertad superior a aquel con el que se la concibió mediado el milenio (**Thompson**, 1998:99). Que la prensa consiguiese escapar del azote (a veces literal) de la censura da pie, hacia 1850, a la aparición de una *prensa de prestigio*, más independiente con respecto al Estado y a los intereses particulares y un reconocimiento como elemento moderador de la vida pública, lo que deriva inevitablemente en un mayor desarrollo de la responsabilidad social y ética de la prensa y en la forja del ideal de “la descripción objetiva de acontecimientos” (**McQuail**, 2000:48).

¹⁷⁶ “Desde sus inicios”, escribe el propio **McQuail** (2000:46), “el periódico resultó ser un enemigo, real o potencial, del poder establecido, sobre todo en su percepción de sí mismo”.

A finales del siglo XIX, las instituciones *mediáticas* se transforman en empresas con intereses comerciales; lo cual esencialmente no introduce ninguna novedad desde la invención de la imprenta, pero sí corrige y aumenta, nuevamente, el alcance del invento. Escribe **McQuail** (2000:49) que los periódicos de masas que surgen en esta época reciben la etiqueta de “comerciales” por dos motivos fundamentales: “los dirigen empresas monopolísticas con afán de lucro y dependen mucho de los ingresos por publicidad”. A esto cabría añadir que la perspectiva de llegar a públicos más grandes se ve alentada, nuevamente, por mor de avances técnicos; dos concretamente: la prensa de vapor de **Koenig** y la prensa de impresión rotatoria, que revolucionaron el proceso productivo catapultando la capacidad de facturar de estos bienes de consumo.

La revolución también se produce porque las sociedades occidentales comienzan a experimentar un auge urbano y un incremento notable de la alfabetización de sus ciudadanos, lo que sin duda aumenta exponencialmente los mercados potenciales a los que se podían dirigir estos productos periodísticos (**Thompson**, 1998:108-9). Así, como apunta **Böckelmann** (1976:37), “la demanda de *comunicación social* (existente ya a mediados del siglo XIX) se logró cubrir por primera vez cuando se dispuso de los recursos técnico-financieros, es decir, en la fase imperialista del capitalismo”.

La encarnizada batalla por el dominio de la prensa escrita que tuvo lugar en Estados Unidos entre el director del New York World, **Joseph Pulitzer**, y el propietario del New York Journal, **William Randolph Hearst** (2005:183) fue una

muestra más del continuo auge de la comunicación de masas, cuyos productos, eso sí, comenzaron, precisamente por esta competición, a adoptar una tonalidad más ligera y entretenida (McQuail, 2000:49). Shaw y Mckenzie (2003) recuerdan que uno de los momentos álgidos de aquel enfrentamiento, la peculiar cobertura que hizo Hearst de la guerra de Cuba¹⁷⁷, trajo consigo las cotas de lectura y beneficios más altas que había conocido la prensa hasta esos momentos.

Abiertas las puertas del entretenimiento a la comunicación de masas, pronto aparecería el cinematógrafo, invento de los hermanos Lumière al que el artista francés George Méliès y otros contemporáneos suyos concedieron una dimensión similar a la que hoy conocemos en nuestros días. Y ya bien entrado el siglo XX aparecerán dos nuevos soportes diseñados para encajar en el fenómeno masivo: la radio y la televisión, de los que Williams (1975:25) destaca que, al contrario de las evoluciones reseñadas anteriormente, tuvieron “una escasa o nula definición previa de contenidos”. Lo que sí ampliaron estos nuevos soportes fue, nuevamente, su ámbito y su alcance. Presentaron, además, unas formas de contenidos muy diversas que no hicieron sino aumentar la dimensión del fenómeno a una escala nacional e internacional (McQuail, 2000:53).

Precisamente la globalización de la comunicación es uno de los tres elementos que, junto con la ya mencionada transformación de las instituciones mediáticas en empresas a gran escala, y el desarrollo de formas de comunicación mediáticas electrónicas emplea Thompson (1998:108) para describir el salto exponencial que da la comunicación de masas en el último tercio del siglo XX.

¹⁷⁷ Sobre la que Manu Leguineche (1998) compuso un fabuloso relato titulado "Yo pondré la guerra" : Cuba 1898, la primera guerra que se inventó la prensa.

Pero todo eso comienza también a quedar obsoleto con la intensificación de procesos que comienza a apoderarse de la escena en los estertores del siglo. Los conglomerados mediáticos se agigantan hasta adquirir, algunos, proporciones elefantiásicas; en muchas ocasiones al amparo de una dejación de funciones de Estados y gobiernos. Pero es sobre todo la irrupción de los procesos digitales de codificación de la información (Thompson, 1998:113) lo que entre otras cosas acelera las posibilidades de transmitir contenidos a un ritmo vertiginoso. Y, aunque en sus inicios los “nuevos media” se entendieron como extensiones de soportes precedentes, el nuevo siglo ha acabado demostrando su capacidad de asentamiento independiente como fenómeno de comunicación de masas.

Como afirma **McQuail**, la teoría de las instituciones mediáticas, quizá porque no ha transcurrido el tiempo suficiente como para observar el fenómeno con la necesaria distancia, quizá porque es un elemento sumamente integrado en la vida cotidiana como para poder mirarlo con perspectiva, está tal vez en un estado demasiado incipiente. Pero, como afirma el propio **McQuail** (2000:574) en las conclusiones de su *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, “nos guste o no, la comunicación de masas está vivita y coleando y queda mucho trabajo por hacer en el taller de la teoría”. Nosotros retomaremos el tema de los medios más adelante, previo paso por una exploración teórica del fenómeno de la opinión pública.

2.2.2. La opinión pública

El fenómeno de la opinión pública ha sido tratado por autores procedentes de muy diversas tradiciones y campos del saber y casi todos ellos han coincidido en las múltiples dificultades que entraña el propio término desde su propia definición. Sin embargo, para la presente tesis doctoral resulta interesante desde demasiados puntos de vista como para obviar su tratamiento en este marco teórico, pese a las dificultades que puedan jalonar el proceso. La opinión pública resulta interesante por cuanto su nacimiento, consolidación o reconocimiento como disciplina de estudio está muy vinculada a la idea de publicidad, y ésta, por ende, con los medios de comunicación, uno de los polos de interés manifiestos tanto del estudio de caso, en particular, como de la propia tesis en general.

La opinión pública también es un fenómeno que nos resulta interesante para determinar en qué modo puede estar vinculada a la expresión de las identidades, tema que hemos venido tratando en la primera parte del presente marco teórico y que está íntimamente vinculado con la variable de conciencia regional que emplearemos en el estudio de caso. Nos interesa, por tanto, saber en primer lugar qué es eso que llaman “opinión pública” y cuáles son sus funciones para determinar de qué modo su expresión puede, en el caso particular que nos ocupa, ser vehículo en sí de la manifestación de identidades regionales. Pero antes de proceder a la clarificación del concepto, resulta interesante hacer unas reflexiones previas en torno a las perspectivas desde las que se puede abordar el fenómeno de la opinión pública.

2.2.2.1. Perspectivas de análisis del fenómeno de la opinión pública

Monzón (1996:326-32) sugiere en su obra *Opinión pública, comunicación y política* un listado de siete perspectivas desde las que se puede abordar el fenómeno de la opinión pública, si bien advierte que no todas han de suceder por separado y que puede darse que concurra más de una a la vez.

- 1) **Psicológica.** Esta perspectiva se sustenta, primero, en la idea de que los juicios que se hacen en público reflejan las opiniones de los sujetos que las emiten. A partir de los años 20, la psicología social recupera esta perspectiva interpretativa del fenómeno y “explicará la opinión pública como la suma de opiniones y actitudes individuales, se hayan obtenido éstas a través de una muestra representativa o se hayan registrado en su totalidad” (**Monzón**, 1996:326). Según esta interpretación psicológica de la opinión pública, ésta no es en ningún caso una realidad objetivada, sino que ha de equipararse a las opiniones individuales o los estados de opinión (**Allport**, 1937).

La opinión pública también se aborda desde la psicología a través del concepto de percepción. **Noelle-Neumann**, por ejemplo, destaca que la percepción que tiene el individuo de la opinión predominante en un grupo es un factor decisivo en la expresión o silenciamiento que éste pueda hacer de la suya propia¹⁷⁸, un tema que se ha abordado también en el

¹⁷⁸ **Noelle-Neumann** (1995:88) habla de tres elementos “que parecen estar relacionados con el proceso de la opinión pública y son investigables empíricamente: 1. La capacidad humana de percibir el crecimiento o debilitamiento de las opiniones públicas; 2. Las reacciones ante esta percepción, que impulsan a hablar más confiadamente o a callarse; 3. el temor al aislamiento que hace que la mayor parte de la gente tienda a someterse a la opinión ajena.

debate sobre el surgimiento de los nacionalismos que hacíamos en el análisis histórico.

- 2) **Cultural.** Relacionado, dice **Monzón** (1996:328), en parte con la perspectiva perceptiva, es el enfoque adoptado por aquellos que entienden la opinión pública como la expresión de las creencias dominantes de una comunidad. Vuelve aquí a ser especialmente relevante el fenómeno de silenciamiento de las opiniones discordantes que afirmaba **Noelle-Neumann**, especialmente por esa característica de “dominante”.
- 3) **Racional.** Es la perspectiva que encaja perfectamente con la concepción liberal, en la que para referirse a la opinión pública apelamos a la racionalidad del hombre, dimensión que se desarrolló con especial vigor durante el llamado siglo de las luces y que, aplicado a los temas de interés público, los liberales llamarán opinión pública. Aquí habría que notar que cuando los liberales del siglo XIX hablan de público se refieren a un público ilustrado (“el hombre como ser racional, informado y responsable”¹⁷⁹ –**Monzón**, 1996:329), y que cuando se habla de opinión pública se hace alusión al debate de los asuntos propios de la esfera pública que se mantiene hasta llegar a algún tipo de consenso.
- 4) **Publicística.** Esta perspectiva está muy ligada a la disertación que hacíamos anteriormente sobre la estrecha vinculación existente entre la opinión pública y el fenómeno de la comunicación. No es estrictamente necesario que la opinión pública haya de ser expresada a través de un

¹⁷⁹ Ese que **Wright Mills** (1973:279), como cita el propio **Monzón** (1996:329), no es sino una estampa “de un cuento de hadas”.

medio de comunicación, pero sí ha de cumplir un requisito de notoriedad y publicidad que entronca con la tradición de las Declaraciones de Derechos que exaltaban las libertades de opinión, expresión e imprenta. Pese a que algunos lleguen a afirmar erróneamente que opinión pública es lo mismo que lo que se publica en los medios, la relación entre ambos es evidente.

- 5) **Elitista.** Esta perspectiva pone de manifiesto que no todas las opiniones tienen el mismo peso, por lo que para explicar el sujeto de la opinión pública se debe hacer una diferenciación entre los públicos (mayorías, masas), y las elites (minorías, líderes), por lo que la corriente elitista establece de entrada una frontera “entre una opinión pública auténtica, real e ilustrada, de una pseudo-opinión pública u opinión de masas inculta, irracional y manipulada” (**Monzón**, 1996:330).

En este apartado resulta de obligada mención los postulados de **Zaller** (1992:6) quien, parafraseando a Lippmann asegura que “aunque a pocos les gusta, nadie puede ignorar el hecho de que los ciudadanos pertenecientes a sociedades de gran tamaño dependen de otros a quienes no ven y con frecuencia no conocen para acceder a la mayoría de la información de qué dispones sobre el vasto mundo en el que viven”.

Estos “otros” que no se ven y no se conocen, para **Zaller**, son las elites políticas, entre las cuales incluye a políticos, oficiales gubernamentales de alto rango, periodistas, activistas y múltiples tipos de expertos y especialistas políticos. “Incluso cuando nos enteramos de algún aspecto de

los asuntos públicos a través de amigos o familiares, con frecuencia nos convertimos en consumidores de segunda mano de una serie de ideas que se originaron de manera más distante entre algún tipo de elite” (Zaller, 1992:6).

6) Institucional. Pese a no estar presente en las constituciones, su espíritu parece estar muy presente (de aquí también la importancia en torno al debate sobre regiones, naciones y nacionalidades que hacíamos en el repaso de la cuestión histórica). “Juristas y teóricos de la ciencia política hablarán de ella al referirse a las relaciones entre gobernantes y gobernados” (Monzón, 1996:331).

7) Perspectiva de Luhmann. La opinión pública se puede entender también en función de la perspectiva de la tematización de Niklas Luhmann, según la cual son los medios los encargados no sólo de fijar temas de debate a los ciudadanos, sino de sugerir su solución y minimizar, por ende, todo debate público. Los medios aparecerían, así, como entes de “reducción de la complejidad social” (Monzón, 1996:332).

2.2.2.2. Hacia una definición del concepto de opinión pública

Dader (1986:30) se remonta hasta el “dogma poleon” al que se refería **Protágoras** para explorar las raíces del “mismo fenómeno psicosocial que hoy calificaríamos como ‘opinión pública’”. En las sociedades occidentales modernas, prosigue Dader, “tendríamos que reconocer también que la expresión hoy profusamente

empleada fue ya acuñada como “opinion publique”, con un sentido social en 1744 por **Rousseau** y ratificada en su sentido político por **Mercière de la Rivière** en 1767”. **Habermas** (1962:264) rescata, además, una dimensión problemática del fenómeno al entender que “para el liberalismo de mediados de siglo (XIX), la “opinión pública” es conscientemente percibida en el último cuarto del siglo XIX como una magnitud de todo punto problemática”.

Y el mayor problema, coinciden en señalar muchos estudiosos del fenómeno, arranca en la definición misma del concepto. “La tarea no es sencilla”, reconoce **Monzón** (1987:135), “porque el fenómeno de la opinión pública es una realidad compleja y dinámica” y el propio término y concepto, “un debate permanente” (**Dader**, 1986:31). **Padioleau** (1981:25) escribía, no sin sorna, que la opinión pública era como un elefante, difícil de definir pero fácil de reconocer¹⁸⁰. **Tönnies** (1902) utilizaba una metáfora más química para aportar su propia definición: afirmaba que la opinión pública era algo que podía existir en diversos estados de agregación: sólido, líquido y gaseoso¹⁸¹.

Lippmann (1927b) habla de la opinión pública como el “fantasma público”, que no puede verse, pero que actúa y se deja sentir. **Monzón** (1996:192) recupera las metáforas animales para afirmar que la opinión pública en su expresión se asemeja por momentos al camaleón: “unas veces utiliza la representación formal frente a la informal; otras, la expresión directa frente a la

¹⁸⁰ Citado en **Dader** (1986:32). **Dader** (1992:233-4) también menciona en *El periodista en el espacio público* otra reflexión sobre la opinión pública de **Padioleau**, en la que se afirma que “a la opinión pública le sucede lo que al diablo, debe existir, puesto que pronunciamos su nombre”, lo que entronca quizá con aquel miedo atávico de la Grecia clásica a mencionar el nombre de la muerte (por eso se le conocían tantos eufemismos con los que se la designaba), fruto de la convicción de que el mero hecho de pronunciar su nombre podía atraer su intervención.

¹⁸¹ Citado en **Noelle-Neumann** (1995:89).

representativa; también, la manifiesta frente a la latente, y finalmente, la verbal frente a la comportamental”. El propio **Monzón** (1987:135) hace referencia incluso a la posibilidad, barajada por algunos autores como **Stoetzel** o **Bentley**¹⁸², de que sea un fenómeno que, directamente, no exista.

Por su parte, **Noelle-Neumann** (1995:88-9) aprovecha los tres elementos que comentábamos antes en torno a la percepción (la capacidad de percibir el auge o declive de las opiniones públicas, la reacción en consonancia –expresión confiada o silenciamiento– ante esta percepción y el temor al aislamiento) para elaborar “una definición operativa de la opinión pública: opiniones sobre temas controvertidos que *pueden* expresarse en público sin aislarse (...) Hay que completar, por supuesto, esta interpretación de la opinión pública, ya que sólo se aplica a situaciones en las que las opiniones compiten entre ellas, cuando las nuevas ideas emergentes están encontrando aprobación o se están desmoronando las concepciones existentes”.

Sobre la base de las definiciones que de opinión pública dan **Tönnies** (1902), **Lippman** (1922), **Speier** (1950), **Habermas** (1962) y **Baumhauer** (1976), el propio **Monzón** (1987:137) hace una aproximación que trata de reunir todos los elementos de las anteriores y define la opinión pública como

“La discusión y expresión de los puntos de vista del público (o los públicos) sobre los asuntos de interés general, dirigidos al resto de la sociedad y, sobre todo, al poder.”

¹⁸² **Habermas** (1962:265) menciona el caso de **Bentley** parafraseando, a su vez, a **Palmer** (1950:11).

Discusión refleja “el concepto dinámico y conflictivo de la opinión pública en su proceso de formación”, *expresión* “significa que la opinión para que sea pública, debe salir al exterior, ser conocida, publicada o notoria”, *los puntos de vista* se refieren a las “opiniones, juicios, pensamientos, acuerdos, voluntades, actitudes, “líneas”, imágenes, sentimientos, ideas y posiciones”, *público* o *públicos* hace alusión a “aquella parte de los ciudadanos preocupada por los asuntos comunes”, *asuntos de interés general* son “todos aquellos problemas, objetos, temas o cuestiones que son de interés común, central o público” y *expresión dirigida al resto de la sociedad y, sobre todo, al poder* implica que, al expresar las personas opiniones públicamente lo hacen con una doble intención: que se enteren los demás y que se entere el poder correspondiente, donde, probablemente, reside la clave del conflicto (**Monzón**, 1987:137).

En este sentido, tal vez habría que añadir, como hacen **Dader** (1986) y **Habermas** (1962), más que en las circunstancias contingentes del fenómeno, el espacio en el que siempre se da la opinión pública, el “Espacio público” o “Esfera pública”¹⁸³, esto es, el “espacio de concurrencia de los involucrados en asuntos públicos y de intercambios de opinión sobre cuestiones de trascendencia pública, sean éstas de preocupación general o solo mayoritaria o de minorías significativas. Y sean éstas también de materia social general o estrictamente

¹⁸³ **Dader** (1992:234-5) emplea una imagen artística para explicar las diferencias entre las distintas esferas: el cuadro de **Paul Delvaux** “La voz pública” (1948), que trata de representar la murmuración y una intimidad expuesta a la contemplación de la ciudad. En el cuadro, una mujer muestra su desnudez con indiferencia, conocedora de que tres espectadoras hablan de ella en un segundo plano, mientras que en un tercer plano se ven las calles y los edificios de una ciudad. Así quedan expresadas, en el mismo cuadro, las tres esferas: privada (mujer desnuda), pública (mujeres que cuchichean) y social (la ciudad). También menciona **Dader** (1992:236) la imaginaria provincia de Castroforte del Baralla, que inventó **Gonzalo Torrente Ballester** en su *Saga/Fuga de J.B.* como “la mejor ilustración literaria del fenómeno de lo público y la opinión pública”, puesto que “lo que según este relato hace levitar y traspasar las leyes de la física a la comunidad de Castroforte es la intensa coincidencia de todos sus habitantes en un mismo objeto de discusión”, un fenómeno deseable y temible como la propia opinión pública (**Dader**, 1992:237).

política” (**Dader**, 1986:34). El espacio público se distingue del espacio social porque no todo lo social es público, ya que hay fenómenos sociales que permanecen en la sombra. Del mismo modo, se puede entender fácilmente que el espacio público y el espacio privado son, esencialmente, opuestos. El espacio público sería, en suma, el entorno simbólico en el que determinados aspectos adquieren notoriedad pública.

Monzón (1987:138) también establece, parafraseando a **Sprott** (1964:124-5), una diferenciación entre tres tipos de opinión pública: (1) general o “corriente de opinión dominante”, que está en relación con las creencias y convicciones de la sociedad en general y suele estar caracterizada por una fuerte homogeneidad, (2) parcial, es decir, la de aquellos públicos que defienden posturas distintas sobre un tema de interés general y (3) de grupo, “tan numerosas como grupos haya en la sociedad”. De esas tres, “la opinión pública propiamente dicha responde a la segunda acepción, aunque el uso del término la identifique más con la primera forma y menos con la tercera” (**Monzón**, 1987:138).

Monzón (1987:139) hace alusión, por último, a una definición de **Rovigatti** (1981:97:102) que entronca indudablemente con la importancia que se asigna en esta tesis a los medios de comunicación en cuanto que aglutinadores de opinión pública, como comentábamos unos párrafos antes: “en sentido instrumental, opinión pública se asimila a los mensajes que difunden los medios de comunicación y al papel que juegan estos en su expresión”, una conclusión a la que también parece llegar **Dader** (1986:34) cuando afirma que si la opinión pública es un fenómeno que se desarrolla en un espacio genérico que hemos dado

en llamar “espacio público”, la relación con el mundo de la comunicación es palmaria por cuanto “espacio público sin comunicación no puede entenderse”.

Parafraseando a **Baumhauer** (1976:6), quien intenta explicar que la opinión pública es un “sistema abierto que envuelve su jerarquía de componentes –subsistemas – y forma parte de supersistemas más amplios”, **Dader** (1986:35) insiste en la naturaleza dinámica de la opinión pública, ya que la opinión pública, “es algo sujeto a transformación constante”. Esto estaría en íntima relación con la naturaleza cambiante de las identidades a la que también hacíamos alusión anteriormente en el repaso de la Historia de España y las peculiaridades de regionalismos y nacionalismos que han emergido sobre el suelo peninsular.

“La variedad del sistema” de la opinión pública, escribe precisamente **Dader** (1986:36), “explica también que de idénticos in-puts resulten out-puts¹⁸⁴ diversos y viceversa”, lo cual sin duda podría ayudarnos a entender el fenómeno del escaso despegue del regionalismo en unas zonas frente a otras, algo que antes tratábamos de analizar desde una perspectiva histórica y que aquí se completa desde los estudios sobre la opinión pública. Y no es baladí la utilización del término “sistema”. **Monzón** (1987:156) recuerda que fue **McIver** quien habló por primera vez del “sistema de la opinión pública”, término que le servía para integrar diferentes dimensiones que intervenían en el fenómeno: la alineación de las opiniones (los diferentes valores y variables que se registran, por ejemplo, en las encuestas de opinión), la estructura de la comunicación (elementos del

¹⁸⁴ “Los elementos más importantes que intervienen en el proceso”, apunta **Monzón** (1987:157), “son la información (*input*), el clima de opinión (el sistema) y la opinión pública (el *output* del sistema)”

proceso comunicativo) y el fundamento del consenso (razones que empujan a las personas a mostrar su apoyo o rechazo a ciertos temas).

Monzón (1987:157-8) resume, por último, algunas de las características que hemos ido sugiriendo hasta el momento en las siguientes propiedades que pueden ser atribuidas al sistema de la opinión pública:

- a) **Totalidad.** Todas las partes están relacionadas entre sí, y un cambio en una de ellas afecta al sistema por completo. Del mismo modo, se cumple la ley de que la suma de las partes del sistema de la opinión pública no equivale al todo.
- b) **Equifinalidad.** Las mismas informaciones pueden dar pie a distintas opiniones públicas y viceversa: la misma opinión pública puede resultar de distintas informaciones introducidas en el sistema.
- c) **Retroalimentación.** **Monzón** (1987:158) explica el ciclo de relaciones y retroalimentación entre el sistema de clima de opinión y el ambiente con una cita de **Baumhauer** (1976:14): “Emisores del medio introducen información en el sistema de clima de opinión; dicha información se transforma en opinión pública que, al salir del sistema, pone de manifiesto su naturaleza como poder social, a través de una cadena de reacciones de la cual resulta una presión psicosocial que produce el cambio o la adquisición de determinados comportamientos; estos efectos suscitan la importación de nueva información en el sistema, y así sucesivamente”.

Una vez que hemos debatido sobre el concepto en sí mismo, es necesario explorar por el modo en el que la opinión pública deja su sello en su espacio natural, el espacio público. Para ello, resulta especialmente interesante abordar las funciones sociopolíticas que puede ejercer el fenómeno que entendemos por “opinión pública”.

2.2.2.3. Funciones sociopolíticas de la opinión pública

La opinión pública puede desempeñar diversas funciones de índole sociocultural o política, pero toda división en este sentido ha de ser entendida como meramente formal, porque en la práctica suelen afectar simultáneamente a los dos ámbitos. **José Luis Dader** (1992:181-5) comenta en su libro *El periodista en el espacio público* el siguiente decálogo de funciones que puede desempeñar la opinión pública.

- 1. Función denotativa.** La opinión pública sirve para expresar o dar a conocer simplemente una voluntad colectiva. Hablamos, pues, de una misión indicadora para cualquier observador (políticos, publicistas), lo cual resulta, sin duda, de gran utilidad para evaluar el respaldo popular que posee un determinado tema.
- 2. Función anticipatoria de normas.** La opinión pública expresa una voluntad colectiva que, sin contar todavía con un rango de ley, puede conducir a su obtención en el futuro.

3. **Función coercitiva de presión moralizante.** La opinión de la mayoría afecta a cada individuo o grupo en particular mediante el prestigio-estima o el rechazo. Las personas que están de acuerdo con lo que se ve como correcto reciben prestigio y estima social; mientras que a los que se desvían de la norma se les tacha de excéntricos, lo que les lleva a sufrir desprestigio o rechazo público.
4. **Función de control informal del poder político.** Como se había comentado anteriormente, la opinión pública no es una fuerza institucional en sí, pero sí presiona y condiciona las decisiones de los tres poderes. Y esto es así porque “el ejercicio del poder necesita del control permanente de la opinión pública, puesto que (éste) está amenazado por una serie de tentaciones” (Habermas, 1962:133). El control puede ejercerse: (1) sobre las personas investidas de autoridad institucional, o (2) sobre las decisiones adoptadas o a punto de ser adoptadas por ellos.
5. **Función político-constitucional de control político directo.** Este punto es similar al anterior pero con la peculiaridad de que sólo se ejerce en países democráticos donde, finalmente, existe una presión efectiva (no informal) a través del voto en las urnas. A través de las votaciones se refleja un estado de opinión en el que se apoya o no unas opciones político-ideológicas.
6. **Función legitimadora de poder.** Los índices de popularidad del presidente y los ministros son baremos, por ejemplo, para indicar el apoyo

que tiene un gobierno ante la opinión pública durante el periodo en el que no hay elecciones.

7. **Función consensuadora o de equilibrio.** Hablamos aquí de la opinión pública como factor de cohesión social, algo que ya se advirtió **Tocqueville** cuando afirmó que en las democracias habría pocas grandes revoluciones, porque las minorías tenderían a aceptar el sistema político respaldado por la mayoría (respetarían, pues, el consenso)¹⁸⁵.
8. **Función de diálogo e intercambio.** El debate entre las distintas corrientes de opinión permite intercambiar puntos de vista, lo que deriva en un evidente enriquecimiento cultural.
9. **Función de estímulo y sugerencia de acciones.** Enunciada por **Habermas** y tachada por algunos de utópica, si suponemos que la discusión entre los ciudadanos es racional y, de un modo u otro, vinculante, habría de desencadenar actuaciones por parte de los gobernantes.
10. **Función de contrapunto antiburocrático o antirreglamentarista.** La opinión pública sirve como método de presión para acelerar los procesos burocráticos de la justicia y el gobierno, lo que en última instancia puede incluso cambiar el curso de determinada toma de decisiones.

Por su parte, **Noelle-Neumann** simplifica las funciones de la opinión pública hasta reducirlas a sólo cuatro. Afirma la autora alemana que existe un control

¹⁸⁵ Cf. **Monzón** (1996:81).

indeterminado y anónimo que, por la amenaza del aislamiento¹⁸⁶, la colectividad en su conjunto ejerce sobre todos y cada uno de sus miembros. Así pues, las funciones de la opinión pública de acuerdo al modelo psico-social de **Noelle-Neumann** serían, en un sistema social democrático, las siguientes¹⁸⁷:

- 1. Lograr la integración social.** El individuo que intenta evitar el aislamiento está dispuesto a colaborar con los otros en una especie de ley de la supervivencia colectiva. La integración social por vías de comunicación es especialmente interesante en casos de euforia generalizada, seguimiento de modas y otras formas de “integración substantiva” como los símbolos (himnos, banderas).
- 2. Tendencia a estabilizar las sociedades.** Consecuencia directa de lo anterior. Dice Noelle-Neumann que la carencia de una opinión pública o alguna otra infraestructura de consenso entre las personas interesadas en la esfera política conduce a extremos levantamientos.
- 3. Establecimiento de prioridades para la atención pública.** Mediante la selección de temas en los que se centrará la discusión institucional y, por ende, la popular. En este sentido, **Böckelmann** (1976:49) escribe que “la comunicación social de masas no legitima las opiniones y las actitudes, sino la importancia de los temas sancionados y la irrelevancia de los previamente descartados”.

¹⁸⁶ **Blumer** (1948) ya había anticipado las presiones ejercidas por determinados grupos sociales que podían resultar en el silenciamiento de determinadas posiciones.

¹⁸⁷ La clasificación se ha recogido de **Dader** (1992:186-7) y también se menciona en **Saperas** (1985:185-6).

4. **Conferir legitimación.** Respaldando las normas establecidas o apoyando la instauración de unas nuevas.

Monzón (1987:150-1), por último, destaca, parafraseando a **Rovigatti**, cinco funciones de la opinión pública. Muchas de ellas ya han sido mencionadas, de una u otra forma, en las categorizaciones anteriores: (1) función de control genérico e informal de los individuos y grupos dentro de una sociedad, (2) función legitimadora del poder, (3) elemento importante para la pervivencia del sistema democrático y para el control de la vida política, (4) función de control sobre las personas investidas de autoridad y (5) función de estímulo y presión social sobre el proceso de toma de decisiones políticas.

2.2.2.4. Medición de la opinión pública

Los sondeos de opinión son el instrumento más popular y utilizado de medir la opinión pública, hasta el punto de que muchos lo identifican como el genuino espejo de este fenómeno. En parte es cierto que se trata de la manera más popular y una de las más eficientes de medir la opinión pública, si bien hay que tener en cuenta también sus limitaciones.

2.2.2.4.1. Encuestas

Uno de los procedimientos más populares para conseguir información sobre el sentir de la opinión pública son las encuestas que operan “a través de mediciones cuantitativas de un grupo de sujetos (muestra) que pretende representar a un

universo mayor (población), dentro de unos márgenes de error controlados (probabilidad)”¹⁸⁸. **Monzón y Dader** (1990:465) defienden el valor investigador de las encuestas de opinión porque su rigor y precisión “se apoya en una teoría probada y establecida”. **Stoetzel y Girard** (1973:103-4) avalan estas palabras desmenuzando las diferentes partes de la encuesta y las teorías sobre las que se apoyan cada una de estas partes:

- Número de personas preguntadas (tamaño de la muestra): cálculo de probabilidades y ley de los grandes números.
- Modo de elección de los entrevistados: teoría de las muestras.
- Decodificación de las respuestas: teoría de la entrevista.
- Rapidez de ejecución: procesamiento de datos.
- Interpretación de los resultados: técnicas de análisis y construcción de modelos.¹⁸⁹

La fiabilidad y validez de las encuestas se asienta, pues, en el rigor con el que se ejecuta cada una de las partes que las componen. Los primeros intentos de medición de la opinión pública fueron los llamados “votos de paja”, que ya se vieron a principios del siglo XIX y consistían en unos cupones que los periódicos incluían en sus páginas y en los que se preguntaba a los lectores sobre sus preferencias políticas, con la esperanza de que estos los enviaran rellenos a la sede de la publicación. Como es de suponer, la escasa sistematización de tal

¹⁸⁸ **Monzón y Dader** (1990:465) que, a su vez, parafrasean el enunciado de **García Ferrando** (1986: 123 y 130).

¹⁸⁹ Los enunciados también han sido extraídos de **Monzón y Dader** (1990:465)

proceso generaba unos muestreos nada representativos y un margen de error inconcebible en nuestros días.

Las encuestas como tal aparecen en 1936, cuando Gallup consigue hacer unas previsiones de voto para las elecciones estadounidenses con un margen de error del 7%, algo que en la época se consideró como un verdadero éxito. Paradójicamente, el paso del tiempo hizo que el margen de error y, sobre todo, los fallos en los pronósticos convirtieran a las encuestas de opinión en el blanco de las críticas de muchos sectores de la sociedad, especialmente los políticos “damnificados” por tales errores¹⁹⁰. “Como toda técnica que investiga la realidad, las encuestas pueden ser de gran utilidad”, recuerdan a los escépticos **Monzón y Dader** (1990:465), “sabiendo que la información que nos aportan no es exacta, sino aproximada o probable (...) La decepción que producen, por tanto, no es científica, sino psicológica”.

En este sentido, hay que advertir también que tanto el tratamiento periodístico de las encuestas como su propia publicación puede generar cambios en la radiografía efectuada a través de los resultados publicados. Una de las características que más deben tenerse en cuenta de las encuestas es que no retratan procesos, sino que más bien capturan imágenes estáticas de un momento puntual; razón por la que se insiste en la necesidad de aclarar en todo momento las fechas exactas entre las que se ha completado la encuesta. Y estos cambios que puede generar la encuesta están al margen de la calidad de la misma.

¹⁹⁰ “En tiempos de campaña”, apuntan **Monzón y Dader** (1990:465), “prácticamente todos critican el método y los resultados de las encuestas, pero todos están deseando tener delante los resultados de algún sondeo”.

Esto redonda precisamente en la necesidad de control por parte de los periodistas a la hora de hacerlas públicas, ya que si se publican encuestas que están distorsionadas desde la base, no sólo el público puede verse impulsado a cambiar una situación a raíz de la publicación de los datos (algo que pasa con todas las encuestas, buenas y malas), sino que además se correrá el riesgo de que se cambie el entorno que ha radiografiado¹⁹¹ la encuesta por mor de unos datos inexactos.

Monzón y Dader (1990:475-6) insisten en la imperiosa necesidad de exigir unos datos mínimos a toda encuesta publicada para que los receptores de tales datos puedan ponderarlos en su justa medida: el tamaño del universo (N), el tamaño de la muestra (n), el margen de error (e), el coeficiente de probabilidad, nivel de confianza o “sigmas” de precisión (s), la situación de proporcionalidad más desfavorable contemplada (pxq), el método de muestreo y entrevista, las fechas de realización, el texto de las preguntas principales y la constatación del instituto autor¹⁹².

Así las cosas, como ya anticipábamos anteriormente, ha de quedar claro que las encuestas no son sólo un método fiable, sino que también tienen limitaciones, principalmente dos: de representatividad matemática (el margen de

¹⁹¹ En el caso de las elecciones, **Dader** (1990d:502) menciona varias consecuencias de la publicación de las encuestas, como el efecto “subirse al carro del vencedor” o consolidación de la mayoría, que consistiría en la captación de nuevos adeptos ante la seguridad de una victoria de cierto partido o el “efecto David” por el que, por el contrario, los votantes del partido que se estima perdedor se activarían reduciendo las distancias con el presumible ganador”.

¹⁹² Para **Monzón y Dader** este es el mínimo exigible. Otros elementos indispensables para que la ficha técnica sea completa de verdad permitirían conocer el origen de financiación del trabajo, la diferencia entre universo declarado y real, entre universo y base de la muestra, la diferencia entre muestra teórica y real para cada pregunta, la diferenciación entre el “no sabe” y “no contesta”, la estratificación de la muestra proporcional a la realidad, la dispersión de la muestra, la diferencia entre “error muestral” global y por estratos, el contexto temporal de las entrevistas y la diferencia entre porcentajes de distribución de opiniones y “baremos de popularidad” (**Monzón y Dader**, 477-82).

error y el coeficiente de probabilidad) y de representatividad extramatemática (formulación de las preguntas, simplificación, por ejemplo, a través de respuestas de formato cerrado, etc.).

2.2.2.4.2 Barómetros

Los barómetros, según **Monzón y Rospir** (1990:509) son una modalidad de medición de la opinión pública en la que una o varias empresas realizan una serie de encuestas. En el primer caso, más frecuente, la empresa en cuestión suele realizar una encuesta ómnibus en la que se formulan preguntas de carácter político y no político. Estos barómetros de encuestas “son los grandes hacedores de lo que hemos descrito como creación de un marco de influencia” por lo que **Monzón y Rospir** (1990:510) advierten de la necesidad de redoblar los controles antes de su publicación en los medios de comunicación de masas puesto que las tergiversaciones que se introduzcan pueden hacerse de una manera más sutil.

En España, es el Centro de Investigaciones Sociológicas quien realiza los barómetros de opinión con más seguimiento. El CIS resume el funcionamiento de los barómetros de la siguiente manera: “los barómetros se realizan con una periodicidad mensual –excepto los meses de agosto– y tienen como principal objetivo medir el estado de la opinión pública española del momento. Para ello se entrevista en torno a 2.500 personas elegidas al azar dentro del territorio nacional, de las que, además de sus opiniones, se recoge una amplia información social y demográfica para el análisis”¹⁹³. Los barómetros del CIS se elaboran sobre

¹⁹³ http://www.cis.es/cis/openm/ES/11_barometros/index.jsp (última consulta: abril de 2012).

un bloque de preguntas fijas¹⁹⁴ a partir de las cuales se elaboran los indicadores del barómetro¹⁹⁵.

Además del Barómetro mensual, el CIS realiza diversos estudios y encuestas de opinión encaminadas a ofrecer una radiografía política y socioeconómica lo más cercana a la realidad española. En su catálogo de encuestas¹⁹⁶ se incluyen dos Barómetros Autonómicos, publicados, respectivamente, en el año 2005¹⁹⁷ y 2010¹⁹⁸, en los cuales, sobre la base de más de 10.000 cuestionarios¹⁹⁹ aplicados mediante entrevista personal en los domicilios se exploraba la siguiente información:

- Nacionalidad del entrevistado. Momento de la adquisición de la nacionalidad española. Nivel de conocimiento de castellano del entrevistado y atribuido por el entrevistador. Nacionalidad, sexo, edad y nivel de conocimiento de castellano del entrevistado y atribuido por el entrevistador del entrevistado no español.

¹⁹⁴ Mensualmente, las preguntas fijas son: valoración de la situación económica actual, valoración de la situación económica con respecto a la situación hace 1 año, valoración de la situación política actual, valoración de la situación política con respecto a la situación hace 1 año, principales problemas del país en opinión de la persona entrevistada, problemas que más afectan a la persona entrevistada, escala de autoubicación ideológica, recuerdo de voto en las elecciones generales, religiosidad del entrevistado y frecuencia de asistencia a oficios religiosos. En enero, abril, julio y octubre se introducen también preguntas de continuidad de periodicidad trimestral: valoración de la actuación del gobierno, valoración de la actuación de la oposición, confianza en el presidente del gobierno, confianza en el líder de la oposición, valoración de los líderes de los principales partidos políticos, valoración de los miembros del gobierno, valoración de la situación económica dentro de un año con respecto a la actual, valoración de la situación política dentro de un año con respecto a la actual, intención de voto en las elecciones generales y simpatía por los partidos políticos

¹⁹⁵ Indicadores de la situación económica, indicadores de la situación política, indicadores del sistema gobierno/oposición, indicadores electorales, autoubicación ideológica y percepción de los principales problemas de España

¹⁹⁶ http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/catalogoencuestas.html (última consulta: abril de 2012).

¹⁹⁷ Estudio 2.610 del CIS.

¹⁹⁸ Estudio 2.829 del CIS.

¹⁹⁹ En 2005 se realizaron 10.371 entrevistas a españoles mayores de 18 años procedentes de 457 municipios de 52 provincias y en 2010 se llevaron a cabo 10.409 entrevistas a españoles de 700 municipios y 52 provincias.

- Evaluación de la situación política y económica, actual y retrospectiva a dos años, de España y de su comunidad autónoma.
- Comparación de la situación política y económica entre su comunidad autónoma y España.
- Principales problemas en su comunidad autónoma.
- Comparación del efecto de la crisis económica en su comunidad autónoma respecto a España.
- Preparación de la economía autonómica para superar la crisis económica.
- Preferencia entre diferentes alternativas de organización territorial del Estado en España.
- Autonomía deseada para su comunidad autónoma en comparación con la conseguida.
- Aspecto principal del Estado de las autonomías.
- Acuerdo con distintas frases sobre el desarrollo del Estado de las autonomías: contribuyen al desarrollo de los separatismos y mejoran la convivencia entre las distintas regiones y nacionalidades.
- Efecto para España de la creación y desarrollo de las comunidades autónomas. Motivos del efecto positivo y negativo.
- Valoración del funcionamiento de la organización del Estado en comunidades autónomas.

- Posibilidad de la existencia en las prestaciones de las comunidades autónomas de diferentes servicios.
- Identificación con otra persona según el estrato social o la comunidad autónoma de residencia.
- Significado subjetivo de España.
- Orgullo de ser español y de su comunidad autónoma.
- Influencia de las decisiones del Gobierno central, del Gobierno autonómico y del Ayuntamiento sobre el bienestar personal y familiar.
- Opinión sobre el tipo de relación actual entre el Gobierno autonómico y el central.
- Ejecutivo (nacional, autonómico o local) responsable del funcionamiento de distintas áreas: vivienda, seguridad ciudadana, educación, desempleo,...
- Valoración de la política que ha seguido el Gobierno autonómico en diversas materias: sanidad, protección del medio ambiente, economía, inmigración,...
- Valoración de la política en el supuesto de que la oposición hubiese estado en el Gobierno autonómico en diversas materias: vivienda, seguridad ciudadana, economía, inmigración,...
- Valoración retrospectiva de la gestión del Gobierno autonómico y de la labor de oposición.

- Opinión sobre el grado en que el Gobierno autonómico ha demostrado capacidad y conocimiento en la resolución de una serie de problemas.
- Valoración de la labor de instituciones políticas: Gobierno autonómico, Congreso de los diputados y el Senado.
- Comparación entre el funcionamiento de las oficinas y servicios públicos gestionados por su comunidad autónoma y los gestionados por la Administración central y el Ayuntamiento.
- Corrupción en los distintos niveles políticos: local, autonómico y nacional.
- Comparación entre la corrupción de su comunidad autónoma y la del resto de ellas.
- Conocimiento del nombre del actual Presidente autonómico.
- Valoración de la gestión del Presidente autonómico.
- Cualidades que posee el Presidente autonómico: eficacia, honradez, prudencia, simpatía, inteligencia y experiencia.
- Confianza en el Presidente autonómico.
- Aprobación de la actuación del Presidente autonómico.
- Valoración de la gestión del gobierno central del PSOE y de la labor de oposición del PP al Gobierno central.
- Actitud que debería adoptar el Gobierno autonómico en el supuesto de discrepancia con el Gobierno central.

- Escala de centralismo del Estado de las autonomías español, del Estado de las autonomías español preferido y de diversos partidos políticos.
- Sentimiento nacionalista.
- Lugar de nacimiento del entrevistado, del padre y de la madre (comunidad autónoma).
- Escala de probabilidad de votar a diversos partidos políticos.
- Autodefinición de su ideología política.
- Escala de ideología del entrevistado y de diversos partidos políticos.
- Escala de nacionalismo y de diversos partidos políticos de Canarias, Cataluña, Galicia, Comunidad Foral de Navarra y País Vasco.
- Participación electoral y recuerdo de voto en las elecciones generales de 2008.
- Participación electoral y recuerdo de voto en las elecciones autonómicas.
- Voto diferenciado a partidos dependiendo del tipo de convocatoria.
- Frecuencia de seguimiento de la política a través de diversos medios de comunicación.
- Cadena de televisión, radio o periódico preferido para la información política y electoral.
- Tipología de páginas de Internet que consulta en el seguimiento de la campaña electoral.

- Práctica religiosa.
- Valoración de la situación económica personal.'

El índice temático se ha extraído de la ficha del estudio 2829 (Barómetro autonómico de 2010), que es estructuralmente muy similar al del estudio 2610 (Barómetro autonómico de 2005), si bien hay ciertas diferencias que se explorarán en mayor profundidad en el análisis comparativo de estos dos barómetros que se realizará más adelante y que será de gran utilidad para la medición de la conciencia regional que se precisará en el estudio de caso. Cabe destacar, por último, que el empleo de la palabra “Barómetro” en la denominación de los estudios 2610 y 2829 del CIS es especialmente significativa del deseo de imprimir a la investigación una continuidad en el tiempo (que el proyecto de 2005 se continuara en 2010 es buena muestra de ello) e indirectamente del reconocimiento de la importancia del tema autonómico por parte del organismo encuestador. A la conclusión del epígrafe sobre los efectos de los medios en la opinión pública se realizará una exploración detallada de los resultados obtenidos en estos dos Barómetros Autonómicos, lo que servirá de base para operacionalizar la variable “conciencia regional” en el estudio de caso y recogerá también el testigo del debate histórico con el que abríamos el presente marco teórico.

2.2.2.4.3. Análisis de contenido y otros métodos de medición

El análisis de contenido es la segunda gran técnica de detección empírica del fenómeno de la opinión pública. Se puede aplicar, por ejemplo, a los distintos mensajes de actualidad, y de hecho **Monzón** (1987:195) recoge cuatro frentes que justifican su pertinencia en el estudio de la opinión pública. El análisis de contenido, sería, pues, una técnica válida para la investigación del fenómeno de la opinión pública porque:

- a) “Se centra en las comunicaciones y una de las más importantes es la comunicación política, donde situamos a la opinión pública”.
- b) “Muchas de las comunicaciones entre gobernantes y gobernados son mediatizadas en forma de mensajes por los medios de comunicación de masas”.
- c) “Los medios, a través de sus mensajes, se convierten en creadores, directores o manipuladores de la opinión pública y si aceptamos como válidas algunas conclusiones de las teorías que defienden el poder de los medios, analizando sus mensajes también analizaremos la opinión pública”.

Monzón concluye, parafraseando a **Moragas** (1981:59), que el análisis de contenido es una técnica auxiliar del análisis de los efectos que nos permite explicar ciertos elementos del origen y formación de la opinión pública.

Existen, a su vez, otros métodos como las entrevistas en grupo a pequeñas reuniones de individuos dispares, análisis de escritos dirigidos a organismos

públicos (estudio de la correspondencia enviada a las instituciones o a los medios de comunicación), escalas de actitud o incluso la observación de comportamientos colectivos. Estas otras formas se fundamentan en lo que **Monzón** (1996:192) reconoce como los modos que la opinión pública ha empleado con más frecuencia para darse a conocer: “manifestaciones directas de los públicos en forma de estados y corrientes de opinión, participando en las distintas formas de sufragio y de representación formal (parlamento), a través de sus líderes y dirigentes (políticos), en los medios de comunicación, dirigiéndose a los organismos públicos (cartas al director y recogidas de firmas), utilizando la comunicación informal (rumor) y expresándose en forma de comportamientos colectivos (manifestaciones y huelgas)”.

2.2.3. El papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública. Teorías sobre el impacto

“La mayoría de las preguntas directas sobre ‘el poder de los media’ o bien no tiene sentido o no tienen respuesta”, afirma **McQuail** (2000:570) en las conclusiones de su *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Sin embargo, ni siquiera con una afirmación tan rotunda el autor se puede descabalar de un tema que, como afirma **Dader** (1990a:221)²⁰⁰ ha sido quizá el núcleo aglutinador de la mayoría de investigaciones sobre comunicación del siglo XX. No es, pues, que haya de cundir el desánimo en el estudio ni que el tema resulte menos importante, dice **McQuail** (2000:570): sólo ha de servir el aviso para abordarlo

²⁰⁰ Quien parafrasea, a su vez, a **Statera** (1976:51).

con el suficiente matiz y voluntad de comprensión de una dialéctica esencialmente compleja y multifactorial.

Podríamos añadir sin temor a exagerar que, con el advenimiento del nuevo siglo, el interés por los efectos de los medios no sólo no ha disminuido, sino que se ha renovado, especialmente con la entrada en escena de soportes que han facilitado la coexistencia de medios de comunicación de masas tradicionales y formas de comunicación más próximas a la bidireccionalidad y alejadas del modelo punto-masa (emisor puntual – receptor masivo).

No cabe duda, igualmente, de que el interés que ha suscitado el tema de los efectos de los medios de comunicación de masas se debe, en buena parte, a la preocupación por el fenómeno mismo de la opinión pública que hemos estado tratando en este marco teórico. Se podría afirmar pues que, ciertamente, si medios y opinión pública son dos fenómenos íntimamente relacionados, el estudio de los efectos de los primeros sobre la segunda no es sino la plasmación máxima del interés que ambos despiertan entre los investigadores. Y por ende es también uno de los *leitmotiv* de la presente tesis doctoral, por cuanto esta relación entre el sentir popular y la opinión publicada en los medios de comunicación resulta determinante a la hora de definir el alcance de algunas de las correlaciones más importantes que van a ser sometidas a estudio en el estudio de caso²⁰¹.

²⁰¹ Fundamentalmente en lo referente, ya lo hemos avanzado, al intento de correlacionar la medición de la opinión pública a propósito de la expresión de la conciencia regional y la medición de la opinión publicada sobre los retratos mediáticos de las comunidades autónomas españolas.

2.2.3.1. Primera etapa: Teorías del impacto directo (1920-1940)

Durante la primera etapa de estudios sobre el impacto de los medios apenas predomina una creencia en un poder de influencia extremadamente marcado por parte de los medios. En parte, la pujanza de la teoría de la sociedad de masas en Europa refuerza la impresión predominante de que los medios de comunicación de masas tienen una influencia poderosa y directa en la opinión pública, por lo que el modelo básico de investigación sigue el esquema “Estímulo-Respuesta” (Dader, 1990a:228). Además, las teorías del impacto directo aparecen en Estados Unidos de la mano de la *Communication Research*, ciencia de nuevo cuño que explora la Teoría de la Comunicación en la década de 1920 (López García, 2004:137).

Con la llegada de las teorías del impacto directo se pone fin al periodo clásico de la opinión pública, que abre camino a una perspectiva marcada por la dialéctica del fenómeno opinión pública con los medios de comunicación de masas (Monzón, 1990a:242) y “contempla la relación entre emisor y receptor como un proceso unidimensional, mecánico, de estímulo-reacción”, que confía en “la experiencia de eficaces campañas propagandísticas con el fin de movilizar a la población norteamericana a favor de la Primera Guerra Mundial, o bien para inundar el mercado de nuevos artículos” (Böckelmann,1976:111-2).

La influencia de la Escuela de Chicago fue indudable en el asentamiento de los postulados metodológicos y teóricos de las investigaciones basadas en el impacto directo. Asimismo, el auge de la psicología social, promovido precisamente por el vigor de la propia Escuela de Chicago es otro de los pilares

fundamentales de esta etapa. “La teoría de la sociedad de masas”, añade **Monzón** (1996:178), “describirá la sociedad como un conglomerado de individuos aislados y dispersos, sin grupos intermedios que favorezcan la integración social y la interacción humana y con unos medios de comunicación que, quien tenga la posibilidad de manejarlos, podrá controlar a la población”²⁰². Tres fueron los principales campos de atención de los investigadores estadounidenses entre los años 20 y 40: la propaganda, la publicidad comercial y el cine (**Dader**, 1990a:236).

- **Estudios sobre la persuasión ideológica o propaganda.** **Lasswell** trabajó desde 1917 en el estudio de los mensajes propagandísticos de estadounidenses, ingleses, franceses y alemanes durante la Primera Guerra Mundial. A raíz de estas investigaciones escribe *Propaganda Technique in the World War*, “donde ofrece una interpretación de rotunda creencia en el impacto directo de las técnicas propagandísticas y de la poderosa influencia psicosocial de los ‘mass media” (**Dader**, 1990a:236). Sin embargo, sus conclusiones son más descriptivas que experimentales, razón por la cual estudiosos posteriores del impacto de los medios como **Klapper** no incluyeron a **Lasswell** en sus recopilaciones sobre estudios de los medios.

En esta etapa y en este campo también destaca el libro *How We Advertised America* de **George Creel**, director de la primera “agencia” de control de información del gobierno estadounidense (el “Comité Creel”), en el que también se analiza en términos similares la influencia de la propaganda

²⁰² Recoge aquí **Monzón** una idea de **De Fleur** y **Ball-Rokeach** (1986:223).

sobre el público masivo. **Dader** (1990a:237) menciona también en esta etapa y este campo a **Lippmann** por dos obras que se han mencionado ya: *Public Opinion* (1922) y *The Phantom Public* (1927).

- **Estudios sobre la capacidad persuasiva de la publicidad comercial.** Es **Lippmann** precisamente quien le sirve a **Dader** de puente para vincular los estudios de propaganda con los estudios sobre la capacidad persuasiva de la publicidad comercial. Entre sus exponentes más destacados están **Edward Bernays** (1923), “considerado como el primer especialista en relaciones públicas” cuyo máximo interés era indagar cómo se podían generar estados de opinión colectiva favorables; **John Watson**, “fundador académico del behaviorismo psicológico” que abandona el mundo académico para trasladar sus ideas al mundo de los negocios (en una agencia de publicidad, precisamente); y **Elton Mayo**, quien defendía que crear sensación de comunidad en una empresa era imprescindible para incrementar la productividad. Todos ellos “se nutren de conocimientos de psicología social para aplicarlos al mundo de los negocios” (**Dader**, 1990a:237).
- **Estudios sobre la influencia del cine en la juventud y la infancia.** Si la radio aparece vinculada a los efectos de la propaganda²⁰³, del cine

²⁰³ No hay que olvidar el impacto que supuso en la época el experimento de “La Guerra de los Mundos”, el texto de **H.G. Wells** que **Orson Welles** adaptó a formato radiofónico y que provocó irremisiblemente que “cundiera el pánico entre miles de estadounidenses convencidos de que aquella ficción, al estar contada en forma de boletín ‘informativo’, era un hecho fehaciente” (**Estrin**, 2002:6). Sin embargo, autores como **Roda Fernández** (1989) citan este mismo ejemplo para cuestionarse el vigor de las teorías del impacto directo incluso en la misma época en la que se supone que era la tendencia dominante. El investigador español recuerda, por ejemplo, que de los seis millones de personas que siguieron la ficción de **Welles** sólo un millón experimentó “grados variables de temor –muy leves en ese porcentaje–” (**Dader**, 1931:232). Sin embargo, las críticas de **Roda Fernández** son rebatidas por el propio **Dader**, que

preocupan en la época la influencia en los hábitos y comportamientos de la juventud y la infancia (**Dader**, 1990a:238). **Ernest Burgess** realiza en 1920 una investigación con no demasiado rigor científico para la Comisión de la Cinematografía de Chicago en la que concluye que el cine es un medio de comunicación que estimula las conductas antisociales y violentas. Entre 1933 y 1937 la **Fundación Payne** va a sistematizar las investigaciones en pos de conseguir datos más rigurosos y menos basados en observaciones puntuales. Fruto de los doce volúmenes que componen esta serie se extraen conclusiones interesantes como que las películas producen efectos en el espectador, pero no siempre y no a todos con la misma intensidad. Sin embargo, todas estas investigaciones, que contaban con figuras de la talla de **Blumer** o **Charters**, empiezan a introducir la duda en torno a la rotunda creencia, muy extendida en la época, de que existían unos efectos imputables de manera incuestionable al medio.

2.2.3.1.1. Metáforas del impacto directo: la aguja hipodérmica y la bala

Durante la etapa en la que el impacto directo reina como paradigma dominante, el modelo “Estímulo-Respuesta” da lugar a distintas metáforas que tratan de plasmar las convicciones de los investigadores de la época con respecto a la dialéctica entre medios de comunicación de masas y opinión pública. En el modelo E-R, “los efectos son respuestas específicas a estímulos específicos, de tal manera que se puede esperar y predecir una correspondencia estrecha entre el

justifica este cambio de tendencia precisamente por la evolución progresiva hacia la siguiente etapa, en la que se pasó a pensar en unos efectos limitados de los medios.

mensaje de los medios y la reacción de la audiencia” (**McQuail y Windahl**, 1984:93). Pues bien, el citado modelo generó dos metáforas muy populares que ayudaron a entender de una forma sencilla lo que planteaban los estudiosos de la comunicación y sus efectos durante esta época: la aguja hipodérmica y la bala. Como advierte **Dader** (1990a:231), no son teorías propiamente dichas, “sino simples imágenes con las que ejemplificar el impacto directo que supone la conexión mecánica entre estímulo y respuesta”. La imagen de la aguja hipodérmica transmitía la idea de que los medios de comunicación de masas inoculaban ideas en la audiencia de la misma manera que una aguja hipodérmica podía inyectar suero en un organismo humano. “Se consideraba”, explican **McQuail y Windahl** (1984:94), “al contenido de los medios como una inyección en las venas de la audiencia, que se suponía que habría de reaccionar de un modo previsible”.

De una manera similar, la teoría de la bala sugería que, igual que un proyectil podía atravesar distintas superficies, las ideas que lanzase un medio de comunicación eran capaces también de traspasar la mente de la audiencia y producir unos efectos inmediatos (**Dader**, 1990a:232). Ambas metáforas se asientan sobre la convicción de que “la masificación de la sociedad y la progresiva industrialización acaban degenerando en la alienación de las masas frente a los todopoderosos medios” (**López García**, 2004:138), lo que se traduce, como era la creencia dominante en esta época en que los medios gozan de una capacidad de persuasión sobre el público prácticamente inevitable (una traslación, en fin, del modelo behaviorista al mundo de la comunicación).

2.2.3.2. Teoría de los efectos limitados (1940-1960)

La delimitación del final de esta etapa varía en función de los autores, si bien **McQuail** y **Windahl** (1984:35) no dudan en aparcar el debate de la delimitación temporal para resaltar primero la importancia de su existencia misma al asegurar que “realmente hasta después de la Segunda Guerra Mundial no se articuló un enfoque sobre la comunicación como tal”. Pero, volviendo a la delimitación temporal, **Klapper** (1960) considera que el periodo concluye precisamente con el comienzo de la década de 1960, y como tal hace de su obra *The Effects of Mass Communication* un compendio del pensamiento predominante respecto a los efectos mediáticos durante esa etapa. Otros autores, en cambio, consideran que la transición hacia una nueva etapa se produce de manera más gradual a lo largo de la década de los 60. La idea predominante en esta etapa entre los investigadores positivistas es que “los medios sólo tienen capacidad para reforzar las actitudes y opiniones ya existentes en el público y sólo en condiciones muy excepcionales podrían actuar como agentes de persuasión más poderosa y contraria a las restantes fuentes de influencia social” (**Dader**, 1990a:228). Esta etapa se podría resumir, como hace **Monzón** (1990a:243)²⁰⁴, en los siguientes puntos fundamentales:

1. Las comunicaciones de masas no constituyen *normalmente* una causa suficiente o necesaria por sí misma para explicar los efectos que se producen en el público. Más bien los medios son parte de un entramado en el que interactúan otros factores.

²⁰⁴ Parafraseando a **Klapper** (1960:9-10), al que también cita **Böckelmann** (1976:121-2).

2. Los medios de comunicación son un agente cooperador en los efectos, pero no una causa única. Su fortaleza estriba más bien en la capacidad de reforzar opiniones, no tanto en cambiar las ya pre-existentes.
3. Si los factores intermediarios son inoperantes, es posible que los medios de comunicación sí tengan un impacto más directo.
4. La eficacia de las comunicaciones está directamente relacionada con el medio, las comunicaciones y las propias circunstancias en las que se desarrolla la comunicación.

Durante esta etapa seguirá vigente el concepto de sociedad de masas y las investigaciones se desarrollarán habitualmente en el marco sociológico del funcionalismo y psicológico del behaviorismo (Monzón, 1990a:243). Las investigaciones sobre la opinión pública durante estos años se desarrolla en torno a cinco áreas claramente diferenciadas: (1) el estudio del proceso de la comunicación, tanto interpersonal como masiva, (2) los estudios electorales, (3) los estudios sobre opiniones y actitudes, (4) los estudios sobre persuasión y (5) los estudios sobre audiencias (Monzón, 1990a:244).

En su libro *Efectos de las comunicaciones de masas*, Klapper (1960) destaca los siguientes factores intermediarios que favorecen el refuerzo y el cambio: la exposición, percepción y retención selectivas, los grupos y sus normas, las redes de comunicación interpersonal, los líderes de opinión y la naturaleza de los medios. Cuando Klapper (1960) habla de **los grupos y sus normas** se refiere a que, precisamente por no ser la audiencia una masa indiferenciada, existen distintos grupos que pueden ser objeto de los mensajes mediáticos. Por un lado

están los **grupos categóricos**, esto es, aquellos a los que el individuo pertenece sin que haya tenido opción de elegirlo (raza, edad); por otro los **grupos secundarios**, caracterizados por una elección más deliberada y consciente (grupos profesionales); y por último los **grupos primarios**, de “estructura informal, normas subjetivadas y dinámicas, y relaciones más directas y afectivas” (Monzón, 1990a:247).

Los grupos primarios son factores intermediarios fundamentales porque las redes de comunicación de los medios enlazan con las redes de comunicación de los grupos y porque pueden apoyar o rechazar mensajes que llegan del grupo (Katz y Lazarsfeld²⁰⁵, 1974:48). “El proceso de los grupos, originariamente descuidado, tiene ahora el rango del *mediating factor* más importante a situar entre el estímulo y su significación para el receptor. Las actitudes del individuo (...) se atribuyen a la potencia de los contactos informales directos” (Böckelmann, 1976:127). El grupo se constituye como elemento de cohesión a través de sus normas y valores, es intérprete de la realidad, posibilita la toma de decisiones y ejerce presión sobre sus miembros a través de sentimientos comunes para defender su identidad.

2.2.3.2.1. Teoría de la exposición y percepción selectiva

El primer factor al que hacía alusión Klapper (1960), **la exposición, percepción y retención selectivas** desmitifica el credo de que los receptores son una masa indiferenciada y acrítica. Por el contrario, en esta época los estudios concluyen

²⁰⁵ Citados en Monzón (1990a:247).

que, frente a la concepción de una masa amorfa, pasiva y plenamente receptiva, lo que se da más bien son grupos de individuos que intervienen activamente en el espacio público informativo. Además, crece la convicción de que no basta con la mera exposición a un medio para que los efectos se produzcan de manera inmediata, sino que se tienen que dar una serie de condiciones de recepción para percibir y retener el mensaje. “La teoría de la exposición y percepción selectivas”, resume **Monzón** (1996:188), “pretende demostrar que las audiencias desempeñan un papel activo en el proceso de la comunicación, rechazando la idea de pasividad que los teóricos de la sociedad de masas habían dado a las audiencias”.

En este sentido, también recuerda **Monzón** (1990a:246), parafraseando a **Triandis** (1971:157), que el individuo sí selecciona de entre los múltiples mensajes que recibe, y normalmente suele hacerlo empleando criterios concretos, seleccionando por ende mensajes que:

- a) Aumentan nuestra comprensión.
- b) No atacan nuestra autoestima ni revela verdades desagradables sobre nosotros mismos.
- c) Nos ayudan a ajustarnos en un mundo complejo, que nos acerca a las recompensas y que nos aleja de los castigos.
- d) Nos permiten expresar de manera más persuasiva nuestros valores a los demás.

2.2.3.2.2. Teoría de la influencia en dos pasos

Si en la primera etapa, como hemos visto anteriormente, se entendía el proceso de la comunicación como unidireccional y los efectos de los medios directos, lo que equivalía a decir que quien controlara los medios controlaba a la población, en esta segunda etapa también se reconsidera esta premisa. Las investigaciones de **Tarde** sugerían que el proceso de la comunicación es más complejo y se articula fundamentalmente en dos pasos. Se niega la masificación y se aboga por una sociedad estratificada en torno a grupos que matizan, a distintos niveles, el influjo de los medios, habrá que tener en consideración el papel de los líderes de opinión (**McQuail y Windahl**, 1984:105) para entender mejor cómo funciona el proceso de la comunicación. **Lazarsfeld, Berelson y Gaudet** (1948:151) explican la teoría de la influencia en dos pasos afirmando que los mensajes pasan de la radio y la prensa a los líderes de opinión y, desde ahí, a grupos de población que no son tan activos.

En este sentido, **Monzón** (1990a:248) recoge la definición que **Katz y Lazarsfeld** (1974) hacen de los líderes de opinión, que “suelen ser personas que están más expuestas a los medios, aparentemente manifiestan mayor interés por ciertos temas, gozan de cierto prestigio por la información que poseen, suelen tener arraigo en el grupo, usan con relativa facilidad y fluidez las redes de comunicación que les ofrece el grupo, no tienen por qué coincidir con los líderes o jefes de grupo y surgen en todas las capas de la sociedad”. Los líderes de opinión funcionarían, así, como “correa de transmisión entre la comunicación

vertical de los medios y la comunicación horizontal de los grupos” (Monzón, 1996:190)²⁰⁶.

En la siguiente figura se puede observar la comparación entre el modelo tradicional de la comunicación colectiva con el modelo de dos pasos propuesto por Katz y Lazarsfeld (1974).

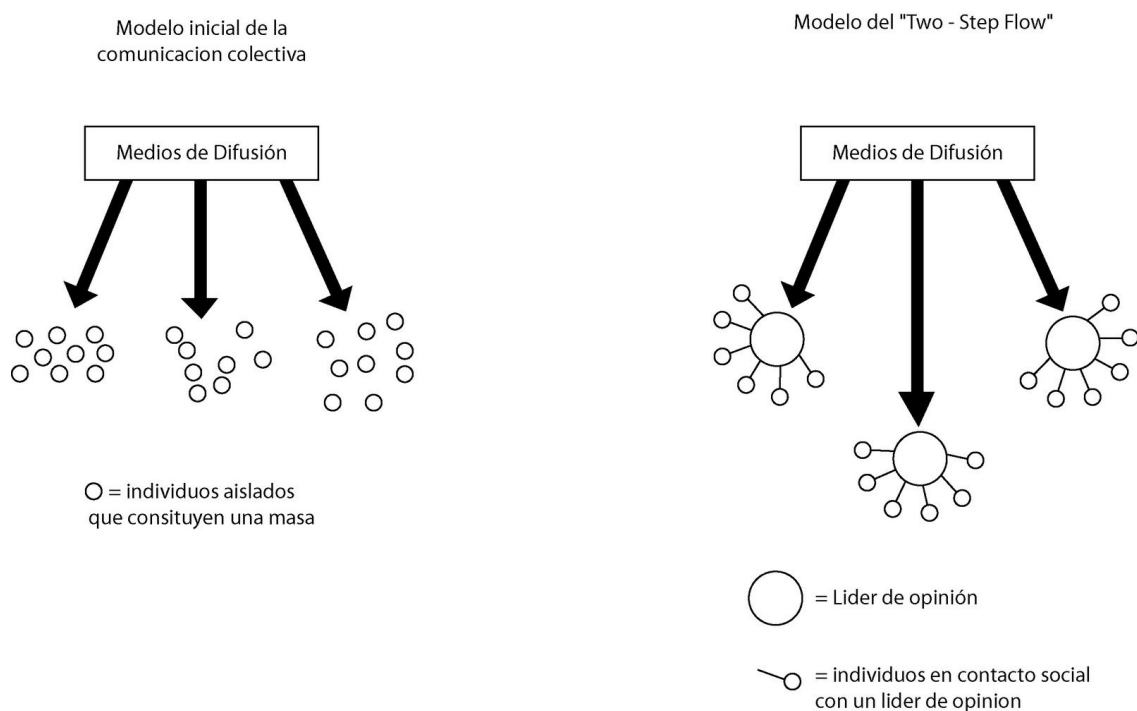


Gráfico 3. Modelo de dos pasos de Katz y Lazarsfeld. Fuente: McQuail y Windahl (1984:105).

“En síntesis”, explican McQuail y Windahl (1984:106), “de acuerdo con este modelo los medios de difusión no operan en un vacío social, sino que funcionan en un entramado muy complejo de relaciones”.

²⁰⁶ Y éste, a su vez, de Katz y Lazarsfeld (1955:361)

2.2.3.2.3. Otros factores intermediarios relevantes y críticas a las teorías de efectos limitados

Monzón (1990a:248-50) menciona el poder persuasivo de la fuente, el potencial persuasivo de los medios, el mensaje y el clima de opinión²⁰⁷ como otros de los factores intermediarios relevantes en los efectos causados sobre la opinión pública que fueron estudiados con mayor o menor exhaustividad durante esta etapa en la que el paradigma dominante eran los efectos limitados.

Por un lado, la imagen que el público tiene de una fuente afecta al modo en el que se interpretan las comunicaciones por parte de la audiencia y **Klapper** (1960:120) insiste en que las fuentes con más especialización suelen tener un carácter más persuasivo para la audiencia que aquellas sin área de especialización o con una especialización distinta a la del tema sobre el que hablan. **Triandis** (1971:173) señala como condiciones favorables para que la fuente tenga un efecto más directo sobre el receptor que ésta resulte competente, familiar, atractiva y poderosa (citado en **Monzón**, 1990a:248).

También es importante el tipo de comunicación, dice **Klapper**, en el que aparece el mensaje, y también el soporte, ya que cada uno de ellos presenta unas características que se hacen más idóneas para diferentes mensajes. Igualmente, el estilo, la estructura y el contenido del mensaje también son factores condicionantes del impacto de la recepción. En esta etapa también se producen

²⁰⁷ El propio **Monzón** (1987:159) recuerda que “la opinión pública como sistema no se puede reducir al clima de opinión, si entendemos este concepto como la expresión de la cultura, tradiciones o valores permanentes de una sociedad, pero sí puede aproximarse si explicamos el concepto como el conjunto de estados y corrientes de opinión que ocupan la atención del público sobre temas de actualidad. El sistema de la opinión pública incluiría tanto el clima de opinión como la actitud crítica y vigilante de lo que acontece, como los fenómenos claramente diferenciados de opinión pública”.

las primeras investigaciones sobre **climas de opinión** e investigadores ya mencionados como **Lazarsfeld**, **Berelson** o **Hovland** realizan estudios sobre efectos como el “carro del vencedor” (**Monzón**, 1990a:250), que ya se explicó anteriormente (nota al pie 190, p. 171).

Las principales críticas a la teoría de los efectos limitados se centran en la preponderancia de este paradigma durante unos veinte años, lo que llevó al silenciamiento de otras perspectivas de análisis de la dialéctica entre medios y opinión pública. **Monzón** (1990a:251-3) resume las críticas²⁰⁸ a la teoría de los efectos limitados en los siguientes puntos:

- a) Los estudios de esta etapa abusan de los datos empíricos y de la cuantificación.
- b) Se descuida y reduce la metodología, apagada por el influjo del conductismo y el funcionalismo.
- c) Si la opinión pública no se forma sólo a corto plazo, no tiene sentido la obsesión de los defensores de los efectos limitados por medir los efectos a corto plazo de la comunicación persuasiva.
- d) Los estudios de esta época no aspiran a comprender un fenómeno complejo como la comunicación, sino a medir los distintos factores que intervienen en el proceso comunicativo, lo cual supone, en sí, incurrir en un reduccionismo.

²⁰⁸ El propio **Monzón** menciona a autores como **Wright Mills** (1959), **Lemert** (1983), **Gitlin** (1981), **Habermas** (1962) y **Böckelmann** (1976) para ilustrar algunas de las principales críticas mencionadas a los estudiosos defensores de las teorías de los efectos limitados.

- e) La teoría de los efectos limitados trata de escapar del modelo masificado de sociedad y del modelo estímulo-respuesta de comunicación pero acaba recurriendo a ambos conceptos para explicar los efectos.
- f) Muchos experimentos se realizan en laboratorio, lo cual distorsiona las circunstancias habituales de recepción y, por ende, el funcionamiento real de la opinión pública.
- g) El modelo en dos pasos puede ser válido en determinadas circunstancias, pero no se puede aceptar como único, ya que en algunas ocasiones no se articulará más que en uno, y otras pueden ser tres o más. Hay que tener en cuenta también la evolución que ha experimentado el concepto de líder de opinión para ponderar en su justa medida su influjo y para adecuarlo al marco continuamente cambiante del fenómeno de la comunicación.
- h) Al periodo de los efectos limitados le falta imaginación científica para romper con la corriente dominante del momento y plantearse nuevos modelos, teorías y planteamientos (**Monzón**, 1990a:253)
- i) Los defensores de los efectos limitados incurren en la simplificación de reducir la opinión pública a una mera suma de opiniones y actitudes. Se olvidan, pues de su carácter complejo y global.

2.2.3.3. Teorías de transición (mediados de los 60-mediados de los 70)

Las investigaciones aplicadas en comunicación se multiplican durante esta etapa y esto empuja al abandono del cierto tono maniqueo que había prevalecido en las dos etapas anteriores. En general se tiende a asumir que el proceso de interacción entre los medios de comunicación de masas y la opinión pública es, ante todo, complejo; por lo que cualquier análisis que se realice de los efectos mediáticos ha de partir de una base interdisciplinar en la que ni los medios ni la opinión pública se desenvuelven en ambientes aislados. Se comienza a asumir, pues, que existen factores que modifican y moldean tal interacción entre medios y opinión pública, y por tanto los procesos pueden ser objeto de diversas teorías que pueden darse por separado o en consonancia unas con otras (Dader, 1990a:229).

Durante esta etapa, y tras venir de un periodo en el que el paradigma dominante era el de los efectos limitados, cuya máxima expresión se alcanza a través de las teorías de la influencia en dos pasos y de la exposición y percepción selectiva que se explicaron anteriormente, comienza a imperar a partir de la década de los sesenta una concepción de *efectos moderados* o intermedia. Dader (1990b:256) señala precisamente la publicación de la emblemática obra de Klapper (1960) *The effects of Mass Communication* como el punto de inflexión, pues recapitula todas las teorías e investigaciones elaboradas hasta la fecha, lo que al mismo tiempo permite sistematizar las críticas hacia todos los modelos propuestos y comenzar a elaborar un paradigma más consecuente con la realidad observada. Otros autores, en cambio, consideran que el cambio no se experimentó de manera tan puntual en 1960 con motivo de la publicación de

aquella obra y defienden más bien que fue una evolución más paulatina, fruto del entendimiento de la compleja dialéctica que se establecía entre los dos fenómenos observados. Si los estudios sobre los efectos de los medios habían estado dominados por la psicología social hasta ese momento, ahora se empieza a entender el estudio de los efectos como una materia interdisciplinar. **Dader** reconoce en este sentido los trabajos de **Philip Converse** (1962 y 1964).

“**[Converse]** reabre la importancia de la ideología y de los sistemas de creencias, vuelve a plantear la influencia potencial de los medios en la maduración a medio o largo plazo de las imágenes mentales y actitudes básicas, recupera las dudas de la ‘teoría de la sociedad de masas’ respecto a la posibilidad de una opinión pública no mediatizada por falsas percepciones generadas por los medios de comunicación y, en suma, sugiere nuevas vías de análisis práctico de las características de la sociedad de masas, al margen de los planteamientos de los *efectos mínimos*” **Dader** (1990b:257-8).

Todo ello genera una diversidad de planteamientos que hace que, a la espera de la consolidación de las dos teorías más divulgadas en la actualidad (la “agenda-setting” y la “espiral del silencio”), entre 1960 y mediados de los 70 proliferen una diversidad de teorías que aspiraban, ante todo, a romper con el análisis excesivamente simplificador de las dos etapas anteriores.

2.2.3.3.1. Modelos de la difusión

Dader (1990b:258) agrupa bajo este epígrafe varios modelos de estudio de los efectos de los medios cuyo denominador común es su enfoque en las etapas que van desde que se difunde un mensaje a través de un medio hasta que éste provoca ciertas reacciones en la audiencia. “En muchos *estudios de la difusión y de la innovación*”, explica **Böckelmann** (1976:131), “se presta gran interés a la determinación de la parte y de la actitud de los conductores de opinión en la

transmisión de transformaciones, de ideas y de prácticas, con el fin de obtener datos y reglas útiles para las estrategias direccionistas”. Cuatro son los modelos que se incluyen en esta formulación: modelo de la difusión en múltiples pasos, modelo de la difusión de innovaciones, modelo del distanciamiento en los conocimientos y modelo de la difusión en J.

El **modelo de la difusión en múltiples pasos**, término acuñado por **Kraus y Davis (1976)**, se fundamenta en la convicción, que ya habíamos adelantado antes en el apartado de críticas a las teorías de los efectos limitados, de que la comunicación no tiene por qué darse en dos pasos, sino que debe ser examinada en las diferentes circunstancias en las que puede suceder. “La difusión, en consecuencia, puede necesitar varios pasos más, o incluso experimentar un solo paso, en casos quizá infrecuentes de persuasión o influencia directa” (**Dader, 1990b:258**).

Por su parte, el **modelo de la difusión de innovaciones**, es el producto de un buen número de investigaciones desarrolladas por **Everett Rogers** y su equipo de colaboradores, y supone igualmente una revisión del modelo de influencia en dos pasos que **McQuail y Windahl (1984:115)** no dudan en considerar útil, pese a que no sea ni “completo, ni el único, para el proceso de difusión de la innovación”. Sus estudios se basaron en la crítica al modo en el que los países occidentales habían llevado a cabo programas de promoción sociocultural en países en desarrollo y que hundían su filosofía en el convencimiento de que convenciendo a los líderes locales de la necesidad de los programas se conseguiría una predisposición favorable del conjunto de la opinión

pública. **Rogers** y **Shoemaker** concluyeron, tras examinar las estrategias de estos programas, que “el proceso de implantación de un cambio sociocultural es mucho más complejo que la simple idea de las dos etapas” (**Dader**, 1990b:260). A partir de ahí fijan cuatro etapas (citadas en **McQuail** y **Windahl**, 1984:110), que no tienen por qué ser lineales, en el proceso de difusión de una innovación:

- *Conocimiento*: Se presenta el mensaje o conjunto de mensajes y el público objetivo se entera de la existencia de la innovación presentada.
- *Persuasión*: El individuo adopta una opinión favorable o desfavorable hacia la innovación que acaba de conocer.
- *Decisión*: El individuo participa en actividades que acaban concluyendo bien en la adopción o bien en el rechazo de la innovación.
- *Confirmación*: El individuo busca un refuerzo de su decisión, si bien puede cambiar a medio o largo plazo si recibe una serie de mensajes que contradigan su decisión.

El **modelo de distanciamiento en los conocimientos**, formulado por **Tichenor**, **Donohue** y **Olien** (1970:159) sostiene que ante un incremento de la información difundida en un determinado marco social son los segmentos de

población con mayor estatus socioeconómico²⁰⁹ los que suelen adquirir esa información de una manera más rápida, por lo que la brecha entre estos y los segmentos de población de estatus inferior tiende también a hacerse mayor cada vez.

McQuail y Windahl (1984:140) señalan la importancia del concepto “potencial de comunicación”²¹⁰, articulado en torno a tres recursos principales (características personales del individuo –facultades básicas–, características derivadas de la posición del individuo y características de la estructura social en la que se encuentra el individuo), para completar el modelo de distanciamiento en los conocimientos. Sugieren, además, como **Rogers** (1976), “que los medios de difusión no son los únicos creadores de distanciamientos informativos”. En este sentido, sería interesante analizar si los nuevos medios que han experimentado un auge exponencial con la llegada del nuevo siglo (fundamentalmente a través del soporte de Internet), sirven igualmente para incrementar el distanciamiento; si bien es éste un tema que se escapa del objeto de análisis de la presente tesis.

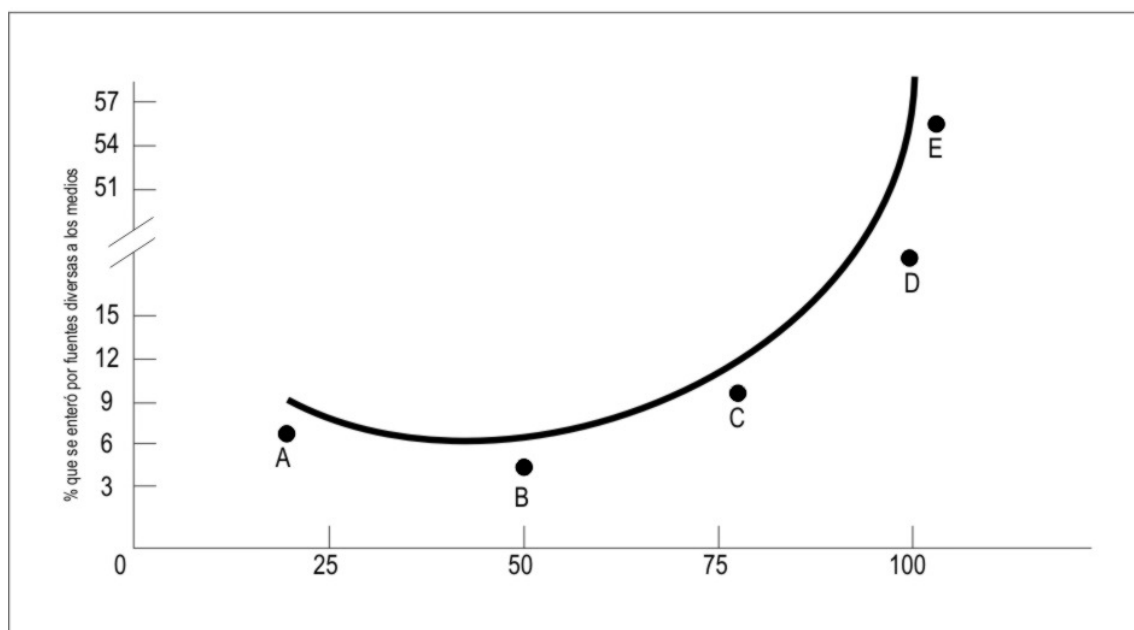
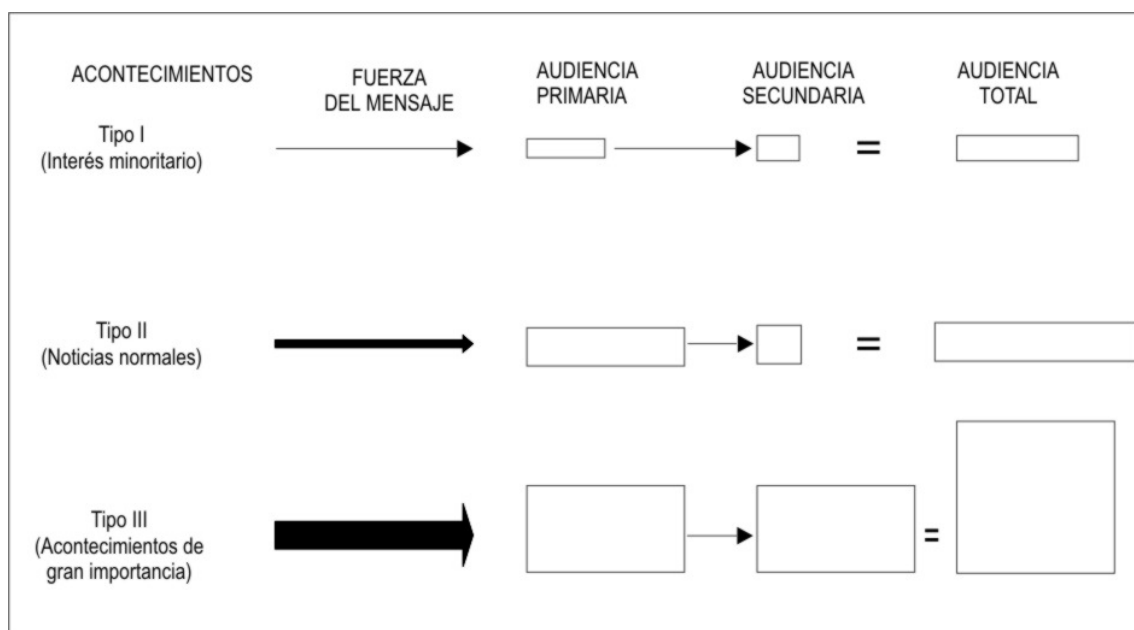
Por último, el **modelo de la difusión en J**, popularizado por **Greenberg** (1964), parte de la base de que no todas las noticias llegan a la audiencia a través de los medios de comunicación masiva, lo que, por un lado, rescata “el papel que desempeñan los canales interpersonales en la transmisión de noticias e información” (**McQuail y Windahl**, 1984:115) y, por el otro, permite una clasificación de los acontecimientos en distintos tipos (**Dader**, 1990b:264):

²⁰⁹ Pese a que **Tichenor, Donohue y Olien** ponían el énfasis en el aspecto económico, **Monzón** (1996:259) sostiene que “los factores más importantes que originan el distanciamiento, según los estudiosos del tema, se concretan en cuatro: el *status* socioeconómico, el nivel de educación, la motivación o interés social y la sucesión temporal”.

²¹⁰ **McQuail y Windahl** toman este concepto, a su vez, de **Nowak et al.** (1976).

- **Tipo 1:** Son los acontecimientos de escasa repercusión general, que interesan a porcentajes muy bajos de la población. La vía de adquisición de esta información suele estar más vinculada a los canales interpersonales que a los medios de comunicación de masas.
- **Tipo 2:** Son acontecimientos de gran interés general pero que no implican involucración personal inmediata, y son no solo las que cubren principalmente los medios de comunicación de masas sino las que la audiencia suele conocer a través de estos medios en primer término.
- **Tipo 3:** Se trataría de acontecimientos que conjugan una gran repercusión general y una implicación generalizada de toda la ciudadanía. En estos casos es muy poca la gente que sigue el hecho, al menos en un principio, a través de los medios de comunicación masiva. Este quizá sería el punto que más se presta a revisión a la luz de la consolidación de nuevos soportes que perfeccionan las posibilidades de la información en tiempo real (principalmente Internet). Con todo, es cierto que **Greenberg** (citado en **Dader**, 1990b:265) introduce un matiz que aún mantiene cierta vigencia: en acontecimientos como desastres naturales o magnicidios la población suele enterarse por vías distintas a los medios de comunicación, si bien sí parece que el seguimiento de los hechos sí

se realiza después a través, precisamente, de esos medios que mejor explotan la inmediatez.



Modelo Greenberg de la curva en (J) o modelo de difusión

Gráfico 4. Modelo de la difusión en J de Greenberg. Fuente: McQuail y Windahl (1984:118-9)

El nombre de “difusión en J” corresponde a la representación gráfica del modelo, que quedaría configurado como se puede ver anteriormente en las dos representaciones englobadas en el gráfico 4 que reflejan, por un lado, la

interpretación que hacen **McQuail** y **Windahl** de las consecuencias del modelo de la difusión y, por el otro, la representación gráfica del modelo ideado por el propio **Greenberg**. Ambas figuras han sido extraídas de los *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva* de **McQuail** y **Windahl** (1984:118-9).

2.2.3.3.2. Modelo transitivo o de reconversión

Dader (1990b:265) engloba en este apartado el esquema que **Kraus** y **David** denominaron en 1976 como “Transactional Model”. En él se acepta el modelo estímulo-respuesta que tanta vigencia había tenido anteriormente, pero se reconsidera en función de las actitudes de la audiencia. Así, se reconoce la posibilidad de una influencia directa, pero sólo cuando se dan determinadas circunstancias en la recepción, lo que descarta que sea algo que dependa en exclusiva del mensaje. El ejemplo que proponen estos autores para explicar la teoría de reconversión o reconducción de un miembro de la audiencia ante un estímulo mediático es el del triángulo padres-hijo-televisión: unos padres le pueden recomendar a su hijo que vea la televisión para que se entretenga o no moleste, pero al cabo de un tiempo el hijo puede llegar a la conclusión (como sucedía en un capítulo de la serie estadounidense *Los Simpson*) de que la televisión es una fuente de más autoridad que sus propios padres.

En este sentido, **De Fleur** (1970) introduce la teoría de las “diferencias psicológicas individuales”, a través de la que recuerda que un mensaje de los medios de comunicación no tiene una interpretación unívoca, sino que producirá diferentes reacciones en función de las características psicológicas o culturales

del receptor. **Comstock** (1978) recoge la misma idea para tratar de desarrollar un modelo más elaborado, “que sea capaz de integrar tanto la tendencia general de dichos efectos como la explicación de cada situación particular de la relación individual entre cada mensaje de televisión y cada receptor del mismo” (**Dader**, 1990b:267). Admitiendo la posibilidad de que la televisión puede tener un influjo directo sobre la audiencia, se advierte de que existen circunstancias atenuantes o agravantes del fenómeno: como el marco en el que se presenta una misma acción genérica (violencia ficticia, violencia real), la percepción de cercanía o lejanía con respecto a la vida real del espectador, etc. Por eso, **McQuail** y **Windahl** (1984:103-4) concluyen que “aunque el modelo proporciona un marco de referencia útil, se llegó a la conclusión de que en relación a muchos aspectos, el modelo ofrece un número mayor de interrogantes que de respuestas”.

2.2.3.3. Paradigma de la búsqueda de información.

Con el paradigma de la búsqueda de información, **Dader** (1990b:271) alude a la rectificación que se hace de la extendida asunción precedente de un rol pasivo por parte la audiencia. Se reconoce que los miembros del público pueden emprender una búsqueda activa en los medios de comunicación con el fin de lograr sus funciones y necesidades. En esta nueva perspectiva se enmarca la propuesta del “inventario funcional”, la teoría de “los usos y gratificaciones” y el modelo historicista.

En la **teoría del “inventario funcional”**, **Charles Wright** (1960) propone repensar los paradigmas dominantes, aprovechar estudios empíricos que ya se

habían hecho hasta la fecha y reinterpretarlos no desde la perspectiva investigadora de los efectos que los medios provocan en la gente, sino tratando de “determinar qué están en condiciones de ofrecer, qué tipo de funciones están en condiciones de cumplir, o de qué modo realizan para la sociedad una serie de funciones antes servidas por otros instrumentos de mediación social” (**Dader**, 1990b:272). Esto requeriría hacer un “inventario funcional” de las funciones y disfunciones de los medios de comunicación para a partir de ahí investigar comparativamente qué diferencias se observan entre la realización de ciertas funciones a través de los medios de comunicación de masas y su satisfacción por otras vías de mediación social.

El problema de esta propuesta, a la que el propio **Dader** reconoce un aire renovador, es que planteaba diversos problemas a la hora de operacionalizar empíricamente el planteamiento teórico. **McQuail** (1972:115), por ejemplo, advierte del gran peligro de incurrir en el subjetivismo a la hora de definir qué es un “funcionamiento normal”, ya que **Wright** sostenía que la verificación de la funcionalidad o la disfuncionalidad se podría averiguar mediante las preguntas a los receptores. Además, resultaba plausible pensar que, más allá de quejarse por unos niveles de satisfacción no adquiridos, cabía el riesgo de que los receptores encuestados tuvieran tendencia a adaptar sus umbrales de satisfacción a lo que el medio les ofrecía. Por todo ello, el modelo “vuelve a quedar en una realización estéril por la dificultad de comparaciones empíricas incuestionables y por la obsesión positivista de traducir en análisis de observación reactiva lo que por vía lógico-deductiva produce reflexiones de mucha mayor profundidad” (**Dader**, 1990b:273).

La **teoría de los “usos y gratificaciones”** arranca en un artículo de **Katz** (1959) en el que se invita a prestar “menos atención a lo que los medios hacen a la gente y más a lo que la gente hace con los medios”²¹¹ y queda definitivamente fraguada con un artículo que escriben años después el propio **Katz, Blumler** y **Gurevitch** (1973). En él se constata que la influencia de los mensajes está más relacionada con la intención con la que el receptor se ha aproximado a ellos que con sus características intrínsecas. No es que la teoría fuera nueva, pero a partir de 1960 los estudios realizados a partir de esta perspectiva se sistematizaron. La mayor dificultad de este modelo, que “ha seguido practicándose y reformulándose teóricamente, siendo en la actualidad un enfoque ‘vivo’”, es precisamente trazar una tipología lo suficientemente exhaustiva de los “usos” y las “gratificaciones”²¹² que pueden ofrecer los medios de comunicación de masas, y de aquí ha provenido el mayor caudal de críticas contra este enfoque.

El **modelo de los efectos incuestionables** propuesto por **Chaffee** (1980) invita a no descartar “una serie de modificaciones incuestionables en los hábitos y ritmos de vida producidas por los medios” (**Dader**, 1990b:278), entre los cuales se señalan cuatro grupos principales:

1. Los medios de comunicación de masas introducen constantemente objetos visibles en el entorno inmediato de la vida cotidiana, como los artículos que nos presenta la publicidad.

²¹¹ Citado en **Dader** (1990b:274).

²¹² **McQuail** y **Windahl** [1984:154] critican, precisamente, que sus categorías de contenido son muy generales.

2. El tiempo libre que antes se destinaba a otras actividades ha sido acaparado, en mayor o menor medida, por el consumo de medios. Nuevamente, esta teoría podría revisarse y ampliarse a la luz de la fulgurante aparición de medios a través de soportes que favorecen la inmediatez, como Internet.
3. Ciertos medios de comunicación han ejercido de sustitutivos de obligaciones o servicios anteriores. El caso de la televisión como “educador” de niños que se mencionaba anteriormente puede ser un buen ejemplo.
4. El público actual puede (y habría que hacer especial énfasis en este matiz de potencialidad) acceder a una cantidad de información muy superior y de temas mucho más diversos que antes de la proliferación de los medios de comunicación de masas.

Por último, en lo que a esta etapa de transición se refiere, el **modelo historicista** de **Carey** (1978) sostiene que tal vez el paradigma del efecto directo no fue una distorsión de la realidad, sino una respuesta a un entorno concreto que se dio a partir de la Primera Guerra Mundial. Por tanto, la evolución hacia la perspectiva de los efectos limitados “pudo ser la transformación de las propias condiciones sociales que existían en cada momento” (**Dader**, 1990b:279). Por todo ello, el planteamiento de **Carey** vendría a defender que el contexto sociopolítico de cada etapa histórica propiciaría distintas formas de relacionarse de los individuos con los medios de comunicación de masas.

2.2.3.4. Reinterpretación del efecto directo (mediados de los setenta-hoy)

Si bien Dader (1990a:229) sitúa el nacimiento de las dos teorías principales de esta etapa, la espiral del silencio y la agenda-setting, en el periodo transicional anterior, las evidencias obtenidas a través de la investigación empírica catapultan su pujanza e invitan a reconsiderar las teorías del impacto directo de principios de siglo. No obstante, la gran diferencia es que si en la primera etapa del impacto directo se entendía a la opinión pública como una masa que recibía de manera acrítica los mensajes de los medios, las consideraciones que empiezan a popularizarse desde mediados de la década de 1970 proponen modelos mucho más complejos con márgenes de interacción entre los distintos actores de proceso y “transformaciones complejas y lentas, a medio o largo plazo” (Dader 1990a:230).

Estas consideraciones se han mantenido de manera predominante hasta nuestros días, aunque es cierto que la entrada en escena de nuevos medios de comunicación que quiebran el principio de unidireccionalidad de la comunicación de masas introducen nuevas incógnitas que obligan a plantearse el efecto de los medios de comunicación de masas, no tanto por su propia capacidad de influjo, sino por el nuevo statu quo merced al cual ahora mismo se ven obligados a convivir con otros medios de características muy distintas a las de los medios de comunicación tradicionales (mayor interacción, merma del profesionalismo como condición sine qua non para ejercer el rol de transmisor de contenidos, aumento exponencial de emisores potenciales, etc.). Con todo, parece más cabal pensar que nos encontramos en una etapa en la que hay que

reconsiderar las maneras en las que se expresa el impacto directo de los medios, no dudar del impacto en sí.

La multiplicación de emisores que tienen la capacidad de quebrar la presunta homogeneidad del discurso mediático de masas no implica directamente ni que la opinión pública vaya a nutrirse sistemáticamente de estas nuevas fuentes ni, por ende que los efectos de los medios de comunicación de masas tradicionales tengan por qué verse necesariamente mermados. Como afirma **López García** (2004:134):

“En la época actual podemos decir que, merced a la observación de que los medios fijan los temas de debate público, y de que estos temas provienen de las élites políticas, económicas y sociales (...), volvemos a la concepción primitiva del proceso de la comunicación de masas como relación asimétrica en la que todo el poder le corresponde al emisor, frente a unos receptores (público de masas) sin suficiente capacidad crítica para sustraerse a la “tematización”, según la terminología de **Niklas Luhmann**, ejercida por los medios de comunicación de masas, en connivencia con las élites” (**López García**, 2004:134).

En este sentido, cobran especial trascendencia las aplicaciones del Modelo RAS propuesto por **John Zaller** (1992:1), quien asegura que para comprender el proceso de funcionamiento de la opinión pública, al menos en lo que a temas políticos se refiere, es necesario tener claro cuatro puntos: (1) “que los ciudadanos difieren en el grado de atención que prestan habitualmente a los asuntos políticos y, por tanto, en su exposición a la información política y a los argumentos que sobre ella aparecen glosados en los medios” (lo cual vendría a equivaler al enunciado de su axioma de recepción [**Zaller**, 1992:42]); (2) que la gente es capaz de reaccionar críticamente a los argumentos que se encuentran solo en la misma medida en la que conocen los asuntos políticos²¹³ (lo cual equivale parcialmente a

²¹³ Esto está en clara relación con lo expuesto de manera experimental por autores como **Iyengar** y **Kinder** (1993:102), quienes en su análisis sobre la cobertura televisiva de los informativos

la definición del axioma de resistencia, según el cual la gente solo se opone a aquellos argumentos que van en contra de sus predisposiciones políticas, siempre y cuando tengan información contextual necesaria como para percibir una relación entre el mensaje y sus predisposiciones [Zaller, 1992:44]); “que los ciudadanos no tienen actitudes fijas en la cabeza sobre cada asunto sobre el que un encuestador pueda querer preguntarlos; más bien construyen manifestaciones de opinión (“opinion statements”, en el original) sobre la marcha según se topan con cada tema” (equivalente al axioma de accesibilidad [Zaller, 1992:48]); y (4) “que, a la hora de construir sus manifestaciones de opinión, la gente hace buen uso de ideas que se encuentran, por una razón u otra, más a mano” (axioma de respuesta, según la formulación de Zaller [1992:49])²¹⁴. Todo esto le lleva a Zaller a afirmar una situación de dominación por parte de las elites muy similar a la mencionada anteriormente por López García, donde “las élites inducen a los ciudadanos a sostener opiniones que no sostendrían si estuvieran al corriente de los mejores datos y análisis disponibles” (Zaller, 1992:313).

Además de las tesis de Zaller, que se centran principalmente en las manifestaciones de la opinión pública en asuntos de comunicación política y reivindican de nuevo el papel de las elites políticas (entendidas en un sentido

estadounidenses de los años 70 y 80 concluyen que “de manera característica los (espectadores) políticamente comprometidos se ven menos influidos que los indiferentes, que poseen menos recursos para resistir”.

²¹⁴ Zaller (1992:51) recoge estos cuatro axiomas para la elaboración de su modelo RAS, que considera las manifestaciones de opinión como “el resultado de un proceso en el que la gente recibe nueva información, decide si aceptarla y finalmente realiza un muestreo interior en el momento de responder a la pregunta. Por eso a partir de aquí llamaré al modelo RAS: Recepción-Aceptación-Muestreo (Sample)”. Como reconoce el propio Zaller (1992:308) en sus conclusiones, el modelo RAS, asentado sobre los cuatro axiomas explicados anteriormente, se reduce a dos ideas principales: “que las personas no poseen “actitudes de verdad”” y que “es fundamental que exista una interacción entre la conciencia política y las predisposiciones políticas para que se dé el proceso por el que los ciudadanos utilizan la información del entorno político para formar opiniones”.

amplio) como forjadoras de opinión, son otras dos teorías las que, tal y como anunciábamos antes, han gobernado la interpretación de los efectos de los medios en las investigaciones en comunicación durante las últimas décadas: la espiral del silencio y la agenda-setting.

2.2.3.4.1. La espiral del silencio

La espiral del silencio se asemeja más a una evolución de varios conceptos desarrollados anteriormente que a una teoría formulada de manera espontánea por **Elisabeth Noelle-Neumann**. **McQuail** y **Windahl** (1984:137), coinciden en señalar, de hecho, que “las ideas propuestas en este modelo no son propiamente nuevas, aunque se presentan de una nueva forma”. La autora alemana, como recoge **Monzón** (1990b:284), abogó en 1976 por un regreso a la concepción de los medios como potentes formadores de opinión, contraviniendo la teoría precedente de los efectos mínimos y sugiriendo, eso sí, que el estudio de la influencia habría de “concentrarse en el análisis del indirecto y sutil modo en que los medios conforman nuestra recepción del ambiente”²¹⁵.

Noelle-Neumann está de acuerdo con **Klapper** en que la metodología empleada en la etapa de los efectos limitados es inadecuada e insuficiente y aboga por entender los medios de comunicación, en especial la televisión, como actores con gran capacidad de influencia desde el mismo momento que pueden inducir a pensar a la audiencia que su relato es un fiel reflejo de la realidad. La convicción de los defensores de la espiral del silencio es, pues, que “los medios, por tanto,

²¹⁵ **Noelle-Neumann** (1977:67). Citada en **Monzón** (1990b:284).

producen un efecto importante sobre el clima de opinión y si captan la atención del público a través de los temas que forman parte del espacio público informativo, estarán contribuyendo, de una manera ‘sutil, indirecta y a largo plazo’ a la formación de la opinión pública” (**Monzón**, 1990b:285).

La autora incide en cuatro aspectos fundamentales para el estudio de la opinión pública en general y de los efectos de los medios en particular que, según ella, fueron obviados durante la etapa de los efectos mínimos: la consonancia, la acumulación, la omnipresencia y el clima de opinión²¹⁶(**Noelle-Neumann**, 1995:33). La consonancia alude a la coincidencia de mensajes en medios diferentes, la acumulación se entiende como consecuencia del carácter periódico de los medios y la omnipresencia hace alusión al importante papel que desempeñan los medios en la configuración de lo público. Con respecto al clima de opinión, **Noelle-Neumann** estudia el caso concreto de las elecciones alemanas de los años 60 y 70 y acaba demostrando que “la presión de los medios sobre el ambiente (espacio público o clima de opinión) fue tan importante que cambió la percepción a favor de una de las dos alternativas” (**Monzón**, 1990b:287).

Estos cuatro factores han de ser tenidos muy en cuenta para explicar un fenómeno superior, la uniformidad²¹⁷ de las imágenes que los medios recrean en

²¹⁶ **Noelle-Neumann** demuestra la existencia de estos fenómenos en Alemania y los extrapola a todos los países democráticos y pluralistas en los que la información es libre (**Monzón**, 1990b:286).

²¹⁷ Asentado sobre unas conclusiones muy claras que menciona el propio **Monzón** (1990b:286) sobre citas de **Böckelmann** (1976:161-2) en las que se resumen los principales hallazgos de los estudios de **Noelle-Neumann** (1973): (1) que periodistas de todas las categorías y especialidades parten de las mismas suposiciones y experiencias para juzgar qué tiene éxito con el público, (2) que los periodistas tienen una tendencia unánime hacia la autoafirmación de sus propios criterios, (3) que todos dependen de las mismas fuentes (principalmente agencias de noticias), (4) que existe una cierta endogamia entre

el público, algo que está en perfecta consonancia con la concepción que hemos defendido en esta tesis sobre la importancia que tienen los medios para configurar imágenes de ciertas regiones en la mente de los habitantes de otros territorios distintos dentro del mismo país²¹⁸.

En este sentido, es especialmente interesante el análisis que **Noelle-Neumann** (1995:191) hace de los estereotipos como difusores de la opinión pública, ya que sirven para orientar la percepción, “atrayendo la atención sobre algunos elementos –normalmente negativos– y produciendo una percepción selectiva”²¹⁹. Este elemento reduccionista y simplificador de realidades que con frecuencia suele asociarse a la labor periodística, puede entenderse perfectamente en el contexto de nuestro estudio, donde una de las labores será no solo realizar un modelo de análisis categorial por temáticas (lo cual sin duda está más vinculado a la tematización y la teoría de la agenda-setting que exploraremos en el próximo subepígrafe²²⁰) sino tratar de asignar previamente valores negativos,

soportes (la prensa se alimenta de la televisión y la televisión de la prensa), y (5) que hay una constante búsqueda del aplauso de compañeros y superiores entre los profesionales de los medios.

²¹⁸ “Los criterios profesionales y personales, arriba enumerados, unidos a otros de carácter ideológico son los que harán posible la homogeneidad y concordancia en la información y, si se demuestra que la consonancia está ampliamente extendida, desaparecerá el mecanismo protector de la percepción selectiva para dar paso al poder persuasivo y cognitivo de los medios. La consonancia de los medios y los periodistas, por tanto, eliminará la percepción selectiva de los receptores” (**Monzón**, 1990b:287).

²¹⁹ Parafraseando a **Lippmann** (1922:8), **Zaller** (1992:7) reconoce también el valor de los estereotipos y otras representaciones simbólicas a través de los cuales “acontecimientos remotos e incluso próximos pueden ser comprendidos”. Como afirma el autor americano, asentando su razonamiento sobre la base de los escritos de autores como **Edelman** (1964), **Bennett** (1980), **Gamson y Modigliani** (1987) o **Kinder y Sanders** (1990), “muchos de los estereotipos a los que Lippmann se refiere son elementos permanentes de la cultura (...) Tal vez la pregunta más importante sobre los estereotipos, o marcos de referencia, creados a través de las noticias es si al público se le da alguna opción al respecto; esto es, si se le permite elegir entre visiones alternativas sobre el tema en cuestión. Porque, de no ser así, el público podrá hacer poco más que seguir el consenso al que hayan llegado las élites sobre lo que se debe hacer” (**Zaller**, 1992:7-8).

²²⁰ Si bien **Monzón** (1990b:287) recuerda que existen vínculos evidentes en torno al concepto de selectividad que plantea la teoría de la espiral del silencio y la fijación de la agenda (o la más precisa traslación de “establecimiento o fijación de los repertorios temáticos de preocupación” que propone **Dader** [1990c:294]) que proponen **McCombs y Shaw** o la tematización enunciada por **Luhmann**.

positivos y neutros a cada una de las temáticas para ver a qué estereotipos²²¹ (igualmente, positivos, negativos o neutros) se asocia a la comunidad de Castilla y León en el discurso mediático y, en última instancia, en las imágenes colectivas de ciudadanos de otras comunidades²²².

Otro de los conceptos relevantes que introduce **Noelle-Neumann** (1995:219) es el de “clima doble de opinión“, que refleja “la diferencia entre el clima percibido por la población y el clima representado por los medios” y que complica todavía más la evaluación de los medios de comunicación y, sobre todo, de sus efectos. Como afirma la propia autora alemana, la influencia de los medios, aunque innegable, no es siempre tan controlada ni matemática como se podría entender en la primera época, ya que la gente “más bien, mezcla sus propias percepciones directas y las percepciones filtradas por los ojos de los medios de comunicación en un todo indivisible que parece proceder de sus propios pensamientos y experiencias, como predijo **Walter Lippmann**” (**Noelle-Neumann**, 1995:221).

Todo esto conduce a una reformulación del concepto de opinión pública en función de la teoría de la espiral silencio, según la cual, en un conflicto de opiniones una de ellas prevalece y los que en un principio defendían las otras,

²²¹ Siguiendo con **Zaller** (1992:7), la importancia de los estereotipos es tal que “la información que llega al público no es nunca un registro completo de acontecimientos importantes que suceden en el mundo. Más bien, es una visión altamente selectiva y estereotipada de lo que ha ocurrido. Difícilmente esto podría ser de otra manera. Pero incluso aunque así fuera, el público no tiene muchas ganas de que le mantengan plenamente informado sobre el inmenso mundo que le rodea más allá de su experiencia personal”.

²²² Puede que haya quien, a estas alturas, considere que el valor que se le asigna a la estereotipia o a la importancia del retrato mediático de las comunidades en la configuración de imágenes colectivas es desmesurado. A tales críticos convendría recordarle que, como afirma la propia **Noelle-Neumann** (1995:191), y su valoración parece más de actualidad que nunca, “los estereotipos también pueden provocar el fracaso político de candidatos al liderazgo nacional”.

ante el temor al rechazo social se callan, con lo que se va produciendo progresivamente el silenciamiento de las opiniones minoritarias. Así las cosas, se entenderá por opinión pública “el conjunto de aquellas opiniones que pueden expresarse en la esfera de lo público, sin miedo a aislarse y sin coacción” (**Monzón**, 1990b:288). Así, la opinión pública queda articulada, según **Noelle-Neumann** en torno a una idea esencial que recuerdan **McQuail** y **Windahl** (1984:135): “que la mayor parte de los individuos intentan evitar el aislamiento, entendido como el hecho de encontrarse solo en el mantenimiento de ciertas actitudes y creencias”.

La teoría de la espiral del silencio, en suma, no es sino una vuelta matizada a la época en la que a los medios se les atribuía un poder de impacto considerable e intenta demostrar que cuanto más funciona la consonancia (junto a la omnipresencia y la acumulación) los individuos tienden a sumarse a la corriente mayoritaria, lo que se traduce en que “aquellas personas que mantienen puntos de vista disonantes con la corriente mayoritaria o pública, lo tendrán más difícil para expresar sus opiniones, ocultándose en el silencio” (**Monzón**, 1996:279).

2.2.3.4.2. Tematización y agenda-setting

Si, como afirma **Shoemaker** (1996), la necesidad de comprender nuestro entorno es algo innato, el papel de los medios de comunicación a la hora de satisfacer esta necesidad de orientación²²³ es, como hemos venido debatiendo hasta ahora,

²²³ Sobre la necesidad de orientación resultan especialmente interesantes las reflexiones de **Berger** y **Luckmann** (2006) sobre cómo el lenguaje se erige en el principal constructor de la realidad por su poder

fundamental. **McCombs** sostiene que la necesidad de orientación que tiene el individuo²²⁴ se articula en torno a dos conceptos de segundo orden: relevancia e incertidumbre. La relevancia es “la condición inicial que define la necesidad de orientación” (**McCombs**, 2006:112)²²⁵, ya que hay un buen número de temas que tiene una repercusión social escasa dentro de un grupo determinado, por lo que no haría falta orientación. El concepto de necesidad de orientación ya aparecía en el tomo fundacional de la teoría de la agenda-setting²²⁶, que el propio **McCombs** (2006:135) definiría años después como “un retoño intelectual” de la teoría de **Lippmann** de que los medios de comunicación son “una fuente primaria de las imágenes que tenemos en la cabeza”. En él, por ejemplo, se hablaba de una “necesidad individual de orientación en la arena política”. El análisis que ambos autores habían realizado demostraba que existía una fuerte vinculación entre esta necesidad y el rol definidor de la agenda que cumplían los medios (**Shaw y McCombs**, 1977:154).

El tema de la identidad regional, siendo quebradizo y quimérico el concepto como ya se discutió anteriormente, se prestaría a debate, al menos tal y como lo hemos enfocado en la presente tesis. Por un lado, se podría presumir que existe poco interés de parte de los ciudadanos de determinadas comunidades

simplificador. **Iyengar y Kinder** (1993:106) señalan en una línea complementaria, que de sus experimentos se concluye que “la gente no presta atención a todo. Hacerlo significaría llegar a la parálisis. La atención es sumamente selectiva; las personas notan solamente los elementos particulares que tienen consecuencias especiales. Debido a esta limitación fundamental, las impresiones que tenemos de los demás tienden a organizarse alrededor de unos pocos temas centrales (**Arsch**, 1946)”.

²²⁴ Que para **McCombs** (2006:132) no es más que la reformulación del viejo principio de que “la naturaleza detesta el vacío”.

²²⁵ **McCombs** reconoce la influencia en esta teoría del concepto de relevancia psicológica expuesto por **Richard F. Carter** (1965) en su artículo “Communication and affective relations”, que posteriormente él aplica a la teoría de la agenda-setting (**McCombs**, 2003).

²²⁶ *The emergence of American political issues*, que **Shaw y McCombs** publicaron en 1977.

autónomas sobre lo que se pueda publicar en los medios nacionales acerca de las otras.

Sin embargo, esto también podría tacharse fácilmente de reduccionista: si **McCombs** (2006:112) ejemplifica la falta de relevancia con casos tan extremos como lo que podría representar la política interior de Armenia o Nueva Zelanda para los europeos o estadounidenses, es por algo. Parece lógico pensar que lo que se publique sobre regiones aledañas va a suscitar entre los habitantes de una determinada comunidad española más interés que el que pudiera despertar cualquiera de los dos ejemplos citados por **McCombs**. A esto habría que añadir también que, aunque no sea central en esta investigación, también se han reseñado por su evidente interés los intentos de promover identidades regionales dentro de las propias comunidades, y aquí sí que no cabe duda que los temas que sobre la propia comunidad se publiquen en los medios nacionales tienen más posibilidades de suscitar interés entre los habitantes de esa comunidad.

En lo referente a la primera opción, la búsqueda de orientación sobre temas que interesan pero sobre los que no se tiene un profundo conocimiento, **McCombs**, (2006:116) recuerda que “cuanto mayor es la necesidad de orientación de los individuos en el ámbito de los asuntos públicos, más probable es que presten atención a la agenda de los medios de comunicación”. Aquí sería también interesante el debate que se suscita en torno al dispar interés que suscita el asunto de las identidades regionales y los nacionalismos en las comunidades autónomas españolas, puesto que bien se podría aplicar la teoría de **McCombs** y decir que el papel aglutinador y orientador de los medios de comunicación se

hará sentir especialmente en aquellas regiones donde la identidad sea verdaderamente un asunto público. “La función de crear agenda por los medios se concreta, por un lado, en el tratamiento que estos hacen sobre un tema y, por otro, las preferencias manifestadas por la audiencia tras recibir el impacto de los medios”, sostiene **Monzón** (1996:264).

Siendo un lugar -quizá el más recurrente- en el que buscar orientación, los medios de comunicación no son, eso sí, las únicas fuentes de conocimiento de asuntos públicos. **McCombs** (2006:121) menciona también, por ejemplo, la familia, los compañeros de trabajo, los amigos... y destaca también que la fuente de conocimiento variará en función de los temas. En este sentido resultaría interesante analizar la promoción de la identidad regional a varios niveles²²⁷. Por un lado, el que vamos a investigar en el caso de estudio de la presente tesis, esto es, la relación entre el retrato mediático de las distintas comunidades autónomas en los medios nacionales.

Pero también, siendo la identidad regional un asunto que acapara un nivel de atención público fluctuante en función de la comunidad a la que nos refiramos, resultaría interesante analizar cómo en algunas regiones se trata de mantener el asunto identitario en la esfera pública no sólo a través de la exposición mediática, sino también mediante su presencia en discursos no

²²⁷ **McCombs** (2006:131) reconoce que “en algunas personas, las conversaciones pueden llevar a la búsqueda de más información en los medios de comunicación, con el resultado de una adquisición sustancial de la agenda mediática”, con lo que deja apuntada una complementariedad entre distintas fuentes de adquisición de conocimiento (experiencial, conversacional-grupal, mediática), algo que remite a los trabajos de **Wanta** y **Wu** (1992) y **Weaver, Zhu** y **Willnat**, y que va muy en consonancia con los planteamientos integrales que sugiere **Miley**. En una línea similar, **Rodríguez Díaz** (2004:72) escribe que la evolución de los estudios sobre impacto de los medios sugiere unos planteamientos más cercanos a la existencia de una “multitud de factores que interrelacionan las agendas”, más que “la primacía de una agenda que influye en otra”.

publicados que, no obstante, siguen formando parte de ese “hacerse sentir” que también contemplábamos como válidos en la definición de la opinión pública. En este sentido, son especialmente reveladores los estudios que desde hace unos años ha venido presentando **Thomas Jeffrey Miley**, del departamento de Sociología de la Universidad de Cambridge y autor del libro *Nacionalismo y política lingüística: El caso de Cataluña*, sobre las estrategias de fortalecimiento de la identidad catalana impulsados desde el gobierno regional a través de distintas capas sociales como el funcionariado administrativo o los profesionales docentes.

El concepto de *experiencia mediada* que se introduce con la proliferación de los medios de comunicación de masas y que acuñó el profesor **John B. Thompson** resulta de extraordinario interés tanto para explicar este fenómeno de comunicación como uno de los pilares de la presente investigación: que los medios constituyen una manera, si no prioritaria sí capital, en la configuración de imágenes compartidas colectivamente. No en vano, **McQuail** (2000:28) defiende que los medios de comunicación de masas son, entre otras cosas, “una fuente importante de definiciones e imágenes de la realidad social”. En realidad, se puede entender tal formulación como una vuelta a los planteamientos de **Lippmann** (1927a:55), quien advertía que cuando toda la información venía de segunda mano, los hombres comienzan a moverse más en un pseudo-entorno que en certezas²²⁸.

²²⁸ Al mismo fenómeno **Lang y Lang** lo denominan “realidad de segunda mano” (citado en **Monzón**, 1990a:242). A partir del concepto de pseudo-entorno de **Lippmann**, **Böckelmann** (1976:161) afirma que las ideas que se van fijando en la mente de los receptores “pueden disputar a lo representado la categoría de lo real, puesto que estas imágenes, dentro de un mundo confuso, parecen garantizar una orientación y una coherencia constantes”.

“No se trata tanto de que los individuos se pierdan en una tormenta de información”, apunta **Thompson** (1998:271), “el problema con el que se enfrenta la mayoría de las personas en la actualidad es un problema de desubicación simbólica: en un mundo en el que la capacidad de experimentar ha quedado desvinculada de la actividad del encuentro”. Lo que se pretende explicar aquí es el creciente distanciamiento entre lo experiencial vivido (en primera persona) y lo experiencial mediado²²⁹, esto es, aquello que sólo se conoce a través de los medios de comunicación.

Pese a que, en un principio, el propio autor pensó en esta teoría para explicar el conocimiento de hechos distantes, en una entrevista mantenida con él durante el verano de 2011²³⁰, se le planteó la posibilidad de que tal teoría se pudiera aplicar también a hechos que sucedían en territorios geográficamente no tan remotos para el sujeto receptor de mensajes mediáticos. Ante la posibilidad de que la exposición mediática de los ciudadanos de otras comunidades a noticias sobre comunidades distintas a la suya fuera mayor que el conocimiento que pudieran tener de éstas de primera mano, el profesor **Thompson** coincidió en señalar que su teoría sobre la experiencialidad mediada también podría aplicarse a este ámbito, lo que proporcionaba un argumento de autoridad para sostener la pertinencia de un estudio que afirmase la importancia capital de los medios de comunicación de masas en la creación de imágenes que se forman entre los ciudadanos de unas comunidades autónomas sobre las características de otras

²²⁹ Esta dicotomía entre el conocimiento experiencial y no experiencial también es abordada por **McCombs** (2006:122), quien a su vez se remonta a **Zucker** (1978) para plantear el problema de la experiencia no vivida más que a través de los propios medios.

²³⁰ Estas aplicaciones de la teoría de Thompson al marco de la presente tesis se extraen de una entrevista con el propio profesor **John B. Thompson** que tuvo lugar el 27 de septiembre de 2011 en Cambridge.

comunidades diferentes a la suya. Y es que la función de los *mass media* según **Luhmann** (2007:139), consiste sobre todo “en dirigir la autoobservación del sistema de la sociedad”²³¹, algo que algunos autores verán con nitidez a partir de mediados del siglo XX.

“Los medios, por el simple hecho de prestar más atención a unos temas y de silenciar otros”, explicará **Monzón** (1996:263) en su análisis de la agenda-setting, “canalizan la atención del público influyendo en el clima de opinión y la opinión pública”. La conclusión es compartida por diversos estudiosos de la interacción medios-opinión pública de los últimos años. En el soporte televisivo y referido al entorno estadounidense, por ejemplo, son destacables los estudios de **Iyengar y Kinder** (1993:51) quienes, como **Monzón**, concluyen que “al dedicar atención a algunos temas ignorando otros, las noticias televisadas modelan las prioridades políticas del público estadounidense (...) Las prioridades de la gente se alteran cuando las noticias de televisión se enfocan a un problema, y se vuelven a alterar cuando los noticieros se dedican a otro nuevo”.

Los medios de comunicación, añadirá **McCombs** (2006:139), no solo orientan a través de la transmisión de relevancia de un objeto, sino también a través de los atributos que los periodistas primero y el público después, tiene en mente cuando piensan en esos objetos²³². Este último punto tiene una

²³¹ En una línea similar, **Thompson** (1998:64) escribe que “la recepción de los productos mediáticos es fundamentalmente un proceso hermenéutico. Con esto quiero decir que los individuos que reciben los productos mediáticos se ven generalmente envueltos en un proceso de interpretación a través del cual dan sentido a esos productos”.

²³² Sobre el papel determinante de los medios de comunicación de masas, nunca está de más recordar la imprescindible cita de **Umberto Eco** (1986:135) sobre el rol de los medios como nuevos objetivos de aquellos que desean el poder: “No hace mucho tiempo, si se quería tomar el poder político en un país había que controlar simplemente al Ejército y a la Policía. Hoy en día sólo en los países más atrasados los generales fascistas, cuando llevan a cabo un golpe de estado, siguen usando tanques. Si un país ha llegado

trascendencia capital para nuestra tesis, ya que no sólo nos vamos a basar en el análisis cuantitativo de la repercusión mediática de cada una de las comunidades autónomas, sino que trataremos de completar la radiografía del retrato con la caracterización que a través de los medios se hace de cada región.

Aunque esto se explicará en profundidad en el capítulo 3 (estudio de caso), para ahondar en los rasgos predominantes de esta caracterización se aprovechará, por un lado, los datos obtenidos en la investigación relativos a las secciones en las que suelen aparecer con más frecuencia cada una de las comunidades; y, por el otro, se aplicará un modelo de análisis temático a las noticias publicadas sobre Castilla y León para realizar un análisis más detallado sobre la caracterización temática que de esta comunidad se hace en los medios nacionales.

Siendo, además, la idea central de la agenda-setting que, “dado un elenco determinado de problemas y temas, los que obtengan mayor atención por parte de los medios de difusión resultarán más familiares y parecerán más importantes durante un tiempo; y pasará lo contrario con los que obtengan menos” (**McQuail** y **Windahl** (1984:127), su interés para nuestro objeto de estudio es excepcional, ya que también hemos estipulado que la hipótesis de que se hable más de unas comunidades que de otras (en forma de volumen dedicado en las páginas del discurso mediático) es una manera también de priorizar a unas regiones sobre otras.

a un alto nivel de industrialización cambia todo el escenario. El día después de la caída de **Krushev**, los editores de del Pravda, Izvestiia, los jefes de radio y televisión fueron sustituidos; al Ejército ni se le llamó. Hoy en día un país pertenece a la persona que controla las comunicaciones”

Por otra parte, el empleo del análisis temático que propondremos en el capítulo dedicado a la metodología adquiere más relevancia si se tiene en cuenta que la teoría de la agenda-setting desarrollada por **Shaw y McCombs**²³³, y aplicada en centenares de estudios posteriores, guarda también una estrecha relación con la teoría de la tematización formulada por **Luhmann**. Escribe, en este sentido, **Rodríguez Díaz** (2004:17) que “las expresiones de “tematización de la realidad” o “fenómeno de tematización” han sido las utilizadas por el estructural-funcionalismo alemán (**Luhmann**) para referirse al mismo concepto. Para algunos autores (**Dader**²³⁴ y **Roda Fernández**, principalmente), la Teoría de la agenda-setting y la de la tematización consisten en un mismo proceso, aunque abordado desde una perspectiva mucho más profunda y nada empirista en la segunda de sus líneas²³⁵.

De hecho **Dader** insiste no solo en no desligar tematización y agenda-setting, sino en reconocerle a ambas el mérito que han tenido en el desarrollo de la investigación social en comunicación, pese a que algunos autores se empeñen en negarle a la investigación aplicada el rigor teórico²³⁶ de la misma manera que

²³³ Autores como **Dader** (1990c:295) han insistido en la necesidad de recordar la influencia de **Cohen** (1963:120-1) en el desarrollo posterior de las investigaciones de la agenda-setting. “La idea clave de este poder canalizador de los medios quedó perfectamente sintetizada en la siguiente frase de **Bernard Cohen** (...): ‘La prensa no puede durante mucho tiempo tener éxito diciéndole a la gente qué tiene que pensar, pero sí en cambio diciéndole sobre qué tiene que pensar’”.

²³⁴ El profesor **Dader** afirma que la manera de abordar la tematización del estructural-funcionalismo, “mucho más profunda y nada empirista” ha hecho que autores como **Saperas** hayan pensado “que se trataba de dos fenómenos diferentes aunque relacionables. Sin embargo, un mínimo análisis de la cuestión permite concluir que el fenómeno es exactamente el mismo, aunque el enfoque positivista o el de la sociología teórica lo analicen desde perspectivas distintas”.

²³⁵ Esta otra forma teórica de plantear la discusión sobre el fenómeno ha llevado a pensar a algún autor (**Saperas**, 1987) que se trataba de “dos efectos diferentes, aunque relacionables”

²³⁶ **Rodríguez Díaz** (2004:71-8) realiza una exhaustiva revisión de los ataques a la teoría de la agenda-setting, muchos de ellos procedentes de defensores de la teoría de la tematización, que suelen tachar de reduccionistas a los investigadores prácticos de la agenda-setting y con frecuencia critican los modos de operacionalizar los postulados teóricos de la tematización.

algunos positivistas se hayan jactado de ser “la única respuesta científica en el estudio de la comunicación social” (Dader, 1990a:221-2).

Los temas, que los teóricos de la *agenda-setting* denominan en inglés “*issues*”, ocupan “la columna vertebral de la teoría” y se refieren a aquellos asuntos generales que preocupan a la sociedad. Shaw (1977) define los *issues* como “el conjunto de temas o acontecimientos que aparecen de forma continua, permanente en los medios de comunicación y son fácilmente agrupables dentro de grandes temas o categorías” (citado en Rodríguez Díaz, 2004:29). Tal definición ha servido de orientación en nuestra investigación para establecer el modelo de análisis temático que se explicará en profundidad en el capítulo destinado a la metodología de la presente tesis. Rodríguez Díaz (2004:30) destaca dos aspectos más relativos a las temáticas desde una óptica teórica de la *agenda-setting*: su carácter problemático²³⁷ y su intrínseca relación con otros temas menores y colaterales asociados denominados *events*, que nosotros hemos asociado en el modelo de análisis a las subtemáticas relacionadas con los grandes grupos temáticos sugeridos²³⁸.

Junto a los temas, Rogers y Dearing (1996:8) conceden especial importancia a otro elemento de la teoría de la *agenda-setting*, la relevancia (*salience*), que viene definida como el grado de importancia a través del cual el

²³⁷ Algo que toma de las investigaciones de Cobb y Elder (1983) y Lang y Lang (1981).

²³⁸ La pertinencia del modelo de análisis temático viene avalada también por estudios precedentes, como los realizados por Iyengar y Kinder (1993:61) en el marco de la televisión estadounidense de los años 70 y 80. En sus aclaraciones metodológicas, los autores afirman estar “seguros de que se incide en los videntes no solamente con la cantidad, sino también con el tipo de noticias que ven. La forma como los noticieros enmarcan al problema suele ser tan importante como su salida o no al aire”.

medio pone más o menos énfasis sobre unos temas u otros²³⁹. En este sentido es interesante que la propia **Rodríguez Díaz** (2004:31) recuerde que esta relevancia no sea necesariamente algo atribuible a los matices de contenido, y esa es una de las razones por las que la presente tesis ha explorado vías mucho más periodísticas de asignación de relevancia, como las estrategias de diseño periodístico encaminadas a dar más o menos visibilidad a las diferentes piezas. “La unión de los dos conceptos anteriores, temas (issues) y relevancia (salience)”, concluye **Rodríguez Díaz** (2004:31), “ha hecho un binomio de palabras que se ha convertido en el principal objetivo de estudio de la agenda-setting”.

Otros factores que afectan a la relevancia de los temas según la teoría de la agenda-setting son el grado de familiaridad de los receptores, el marco temporal, la naturaleza de los temas, las variables demográficas, el tipo de medio de comunicación en el que se presentan o la credibilidad de la fuente (**Rodríguez Díaz**, 2004:33-40)²⁴⁰.

Respecto a los tipos o niveles de “agenda”, **Dader** (1990c:303), parafraseando a **Saperas** (1987), menciona los siguientes:

²³⁹ Volviendo a **Iyengar** y **Kinder** (1993:74-5), sus estudios sobre la televisión norteamericana de los años 70 y 80 ya presentan una voluntad de poner a prueba la voluntad del editor por dar mayor preponderancia a unas noticias o a otras, por ejemplo, mediante la ubicación en la escaleta del informativo (lo que ellos llaman la hipótesis de la noticia de primer orden, que puede entenderse como una extensión de los estudios de **Gans** [1979]). Sus conclusiones revelan que “el patrón general resulta mixto: cuando las noticias inician la transmisión, son más influyentes que si se dan después; precisar hasta qué punto lo son, depende del tema en sí”.

²⁴⁰ **Dader** (1990c:307:10) también hace su propio listado de factores circunstanciales que modifican el efecto de la canalización, entre los que se encuentran la duración y abanico de la exposición a un asunto de actualidad, el grado de susceptibilidad del receptor, la involucración o contacto personal con el tema, el potencial de contrarréplica, la proximidad geográfica del tema, la existencia o no de contactos interpersonales sobre el tema, la situación de homogeneidad o diversidad en las agendas de los diversos medios, la credibilidad de la fuente y la naturaleza o tipo de los temas difundidos

- a) **Agenda individual intrapersonal.** Es el repertorio de preocupaciones sobre temas públicos que el individuo interioriza personalmente.
- b) **Agendas interpersonales manifestadas.** Son aquellos temas que los individuos mencionan en sus interacciones dialécticas con sus grupos de comunicación interpersonal.
- c) **Agenda de los medios periodísticos.** Conjunto de temas que los medios destacan como relevantes.
- d) **Agenda pública.** Conjunto de temas que la colectividad estima como importantes o de referencia común general.
- e) **Agendas institucionales.** Repertorio de temas priorizados por cada institución, ya sea ésta pública o privada.

La finalidad última de muchas de las investigaciones realizadas desde la perspectiva de la canalización es, como señala el propio **Dader** (1990c:305), determinar cuál es el “tiempo óptimo de influencia en la ‘agenda pública’ desde la ‘agenda de los medios’”. Sin embargo, una pregunta tan concreta que podría obtener resultados absolutamente precisos e inmutables en una ciencia exacta, recuerda **Dader**, está abocada a una indeterminación mucha mayor en las ciencias sociales, donde la naturaleza misma del objeto de estudio puede reducir la incertidumbre, pero nunca eliminarla por completo. En el caso de las distintas agendas, hay que notar que suele existir un intervalo temporal entre la entrada de determinados temas de una esfera a la otra y, aunque la ordenación cronológica

de las agendas que se propone es (1) “agenda de los medios”, (2) “agenda pública” y (3) “agenda institucional”, se dan casos, por ejemplo, en los que la agenda de los medios no precede a la agenda pública (**Dader**, 1990c:306)²⁴¹.

Parafraseando de nuevo a **Saperas** (1987:69), **Dader** (1990c:304), menciona además tres modos de canalización clásicas, a las que añade posteriormente otros mecanismos más sutiles que se han ido descubriendo con investigaciones posteriores:

- a) **Filtro básico entre conocimiento/secreto.** Son aquellos casos en los que la audiencia sólo puede saber de un tema si se publica en los medios.
- b) **Establecimiento de jerarquías de prioridades.** Se da en casos, por ejemplo, en los que la canalización consiste más bien en determinar el grado de importancia que se le concede a cada tema. Este formato de canalización es uno de los pilares que sustenta la presente investigación, ya que la repercusión mediática se va a medir en nuestro estudio de caso, precisamente, a través de los distintos niveles de prioridad que se le concede a las diferentes comunidades autónomas en la prensa española.
- c) **Realce de un ángulo o aspecto particular del tema genérico.** Aquí la influencia consiste en abordar un tema general destacando ciertos aspectos y obviando otros. Esto estaría en relación con nuestra propuesta de analizar el carácter negativo o positivo de las temáticas a las que son

²⁴¹ Esto está relacionado con las dudas que expresan **McQuail** y **Windahl** (1984:129) sobre la “incertidumbre acerca de si el establecimiento de la agenda lo inician los medios, o los miembros del público y sus necesidades, o, podríamos añadir, las élites institucionales que actúan como fuentes de medios”.

asociadas recurrentemente determinadas comunidades autónomas en el discurso periodístico.

- d) **Consolidación rutinaria de falsas imágenes.** El profesor **Dader** (1990bc:304) cita los estudios de **Thomas Patterson** (1987) para probar que, por ejemplo, en las elecciones estadounidenses los periodistas de aquel país tienden a caracterizar a los candidatos conforme a sus resultados en las primeras encuestas, y no en función de sus cualidades.
- e) **Función de articulación de pre-opiniones latentes e informes.** Aquí **Dader** recurre a **Noelle-Neumann** (1995) para explicar la idea de que los medios también canalizan a través de expresiones recurrentes que sirven a los individuos para defender sus puntos de vista. Si no se encuentran en el discurso mediático expresiones o frases hechas que refuercen los puntos de vista propios, acabarán silenciándose progresivamente.

Dader (1990c:313-5) se muestra también crítico con el escaso poder demostrativo de las múltiples investigaciones realizadas al amparo de la agenda-setting, y asegura que suelen ser “estudios demasiado ceñidos a comprobaciones a corto plazo”, con “escaso o nulo aislamiento de la *variable independiente* en la causación del efecto”, con una “inexistencia generalizada de comparaciones entre el ‘cuadro periodístico de la realidad’ y otros ‘cuadros de la realidad’ contruidos (estadísticas, informes institucionales, etc.)”, y un modo de investigar “casi exclusivamente centrada en el problema de las “agendas electorales”.

Esta última crítica es especialmente relevante en lo que a nuestro estudio se refiere, ya que si bien no vamos a intentar realizar una investigación que

demuestre la teoría de la agenda-setting sino que más bien nos amparamos en muchos de sus postulados para justificar la pertinencia de estudiar una correlación entre lo publicado y los futuros efectos en la audiencia. Está claro que el estudio de caso aquí presentado no se circunscribe a situaciones electorales, lo cual suple, en cierto modo, una de las deficiencias alertadas. Y, pese a todo, **Dader** (1990c:315) advierte que las críticas no han de servir para una negación de la teoría de la agenda-setting, sino para mejorarla, a veces también desde perspectivas teóricas²⁴² como la ya mencionada del estructural funcionalismo de **Luhmann**, la teoría sobre la construcción social de la realidad de **Berger** y **Luckmann**²⁴³ y otras variantes como la sociología de la vida cotidiana de **Goffman**²⁴⁴ o la etnometodología de **Garfinkel**²⁴⁵.

²⁴² **McQuail y Windahl** (1984:129) entiende que también hay puntos de contacto con planteamientos prácticos que ya se han abordado en este epígrafe sobre la opinión pública, como “la posición de Noelle-Neumann, la teoría de los usos y gratificaciones y el modelo de difusión de noticias”.

²⁴³ **Berger y Luckmann** (2006) explican en su *Teoría sobre la construcción social de la realidad* que no es ésta algo objetivo, sino que se reconstruye socialmente, por lo que el centro de interés radica en saber quién o quiénes se dedican a reconstruirla y cómo. Todo ello parte de una capacidad humana limitada para captar la realidad, algo de lo que ya hablábamos al formular la necesidad de orientación, y para lo que ellos recuperan también el concepto de estereotipos, moldes fijos que nos permiten no cuestionar la realidad constantemente. Pese a que estos autores no se refieren explícitamente a la comunicación en su obra, su referencia indirecta a los medios parece clara.

²⁴⁴ De **Goffman** (1963) resulta especialmente interesante sus reflexiones sobre el riesgo de estigmatización que gobierna las interacciones sociales, imponiendo unos roles y unas reglas. Pese a que, como **Berger y Luckmann**, **Goffman** tampoco menciona expresamente a los medios, está claro que la comunicación de masas ocupa un lugar importante en el desarrollo y la difusión de estereotipos-modelos de comportamiento.

²⁴⁵ **Garfinkel** (2006) analiza los modos y métodos con que las personas emplean el sentido común, haciendo especial hincapié en averiguar cómo se decide qué es lo normal. En este sentido, **Garfinkel** propone tres instrumentos clave para analizar lo “normal”: el encuadre (el contexto que nos va a permitir interpretar qué sucede en una situación social), la “cláusula etcétera” (conjunto de pequeñas presuposiciones que se sobreentiende que pueden ser encontradas en cualquier momento que se precise de una relectura retrospectiva) y los índices (catálogos sociales donde se establece la bondad o maldad, la importancia o no importancia de las acciones sociales).

2.2.4. Estudios sociopolíticos sobre la identidad regional en la España actual

El tema de la identidad regional ha despertado un notable interés por parte del Centro de Investigaciones Sociológicas. Fruto de este interés investigador, se han realizado dos grandes estudios temáticos de opinión centrados en el análisis del fenómeno identitario bajo el nombre de “Barómetro Autonómico”, uno en diciembre de 2005 y otro en enero de 2010.

2.2.4.1. Barómetro Autonómico I

En diciembre de 2005 se realizó el primer Barómetro Autonómico, un macroestudio en el que se abordaban distintas cuestiones sobre el Estado de las Autonomías con ciudadanos procedentes de las diecisiete Comunidades Autónomas del Estado Español, más las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

El estudio, catalogado en el archivo del CIS con el código 2.610, se realizó entre el 2 y el 31 de diciembre de 2005 sobre una población de ámbito nacional integrada por 10.371 personas mayores de 18 años de ambos sexos. Para la obtención de los datos se realizó un muestreo polietápico, estratificado por conglomerados²⁴⁶, con selección de las unidades primarias de muestreo (457 municipios) y de las unidades secundarias (secciones) de forma aleatoria proporcional, y de las unidades últimas (individuos) por rutas aleatorias y cuotas

²⁴⁶ Los estratos se formaron por el cruce de las 17 comunidades autónomas con el tamaño de hábitat, dividido en 7 categorías: menor o igual a 2.000 habitantes; de 2001 a 10.000; de 10.001 a 50.000; de 50.001 a 100.000; de 100.001 a 400.000; de 400.001 a 1.000.000, y más de 1.000.000 de habitantes.

de sexo y edad. Los cuestionarios se aplicaron mediante entrevista personal en los domicilios, lo cual resalta el interés del CIS por la obtención de un estudio más preciso que el que se podía haber obtenido por otras vías más indirectas como la entrevista telefónica. El error muestral general (para el conjunto de las autonomías estudiadas) se aplicó para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas), y $P = Q$, el error real era de $\pm 0,98\%$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple. A continuación se listan los tamaños muestrales por comunidad autónoma y los porcentajes de ponderación de cada una de las comunidades, tal y como figuran en el estudio 2610.

	Muestra diseñada	Muestra realizada	Error muestral	(%) Ponderación
Andalucía	982	981	3,2	1,822
Aragón	500	500	4,5	0,628
Asturias (Principado de)	494	494	4,5	0,577
Baleares (Islas)	452	448	4,7	0,47
Canarias	516	506	4,5	0,825
Cantabria	446	436	4,7	0,32
Castilla-La Mancha	540	537	4,3	0,814
Castilla y León	609	609	4	1,058
Cataluña	923	920	3,3	1,772
Comunidad Valenciana	733	732	3,7	1,439
Extremadura	486	486	4,5	0,536
Galicia	606	606	4,1	1,167
Madrid (Comunidad de)	823	782	3,5	1,767
Murcia (Región de)	491	489	4,5	0,596
Navarra (Comunidad Foral de)	445	411	4,9	0,348
País Vasco	579	576	4,2	0,952
Rioja (La)	422	421	4,9	0,17
Ceuta	250	250	6,4	0,088
Melilla	250	187	7,3	0,109
TOTAL	10.547	10.476	0,9	

En lo que se refiere a Castilla y León, el estudio 2.610 realizó 609 entrevistas sobre un total de 36 municipios y nueve provincias con un procedimiento muestral idéntico al especificado para el conjunto del país.

Entre las cuestiones más interesantes para la presente investigación incluidas en este primer barómetro autonómico, se incluían las siguientes: “¿Qué significa España para usted?”, “¿Hasta qué punto diría Ud. que se siente orgulloso de ser español?”, “¿Hasta qué punto diría Ud. que se siente orgulloso de ser de (gentilicio de su comunidad autónoma)?” o “¿Qué término prefiere utilizar Ud. para referirse a su Comunidad Autónoma? ¿Es una región o una nación?”. Algunas de las respuestas a estas preguntas alumbran en buena medida la pregunta acerca de la identidad o de la conciencia regional en Castilla y León, tanto por sus resultados específicos como por la comparación con otras comunidades similares.

2.2.4.1.1. ¿Qué significa España para los españoles?

La pregunta número 16 del Barómetro Autonómico I, “¿Qué significa España para Ud.?”, ofrece un primer acercamiento a la cuestión de la conciencia regional por comunidades autónomas, tal y como se puede observar en la tabla 1²⁴⁷.

²⁴⁷ Los mapas que se muestran en el anexo plantean una leyenda por intervalos. Con el fin de facilitar el reconocimiento visual de la información por parte del espectador, las diferencias entre los distintos colores de la gama seleccionada no representan la proporción exacta de las diferencias existentes entre las distintas comunidades, a las que sí se hace alusión en el texto. Por ello se ha preferido mantener la representación por tablas de contingencia, más exacta, en el texto principal de la tesis. Los mapas planteados en el anexo no son más que un complemento orientativo destinado a facilitar la comprensión visual de las tablas de contingencia.

	Mi país	Una nación de la que me siento miembro	El Estado del que soy ciudadano	Un Estado formado por varias nacionalidades y regiones	Un Estado ajeno, del que mi país no forma parte	N.S.	N.C.
Andalucía	74.3	12.1	9.3	2.3	0	1.5	0.4
Aragón	65.0	17.2	11.6	5.0	0	0.6	0.6
Asturias (Principado de)	67.4	12.6	13.8	5.7	0.4	0.2	0
Baleares (Islas)	50.2	13.6	22.8	10.3	0.7	0.2	2.2
Canarias	57.7	11.5	21.5	7.1	1.2	0.6	0.4
Cantabria	51.6	16.5	24.5	5.7	0	1.6	.
Castilla-La Mancha	73.9	12.1	10.2	3.2	0	.	0.6
Castilla y León	65.5	17.9	12.5	3.3	0	0.8	.
Cataluña	34.1	11.2	18.3	30.5	5.3	0.4	0.1
Comunidad Valenciana	59.8	18.9	13.8	7.1	0.3	0	0.1
Extremadura	71.8	18.1	6.4	3.7	0	0	0
Galicia	51.2	17.8	15.3	14.4	0.7	0.3	0.3
Madrid (Comunidad de)	51.2	17.1	20.5	9.3	0	0.1	1.8
Murcia (Región de)	76.5	10.8	8.6	3.3	0	0.4	0.4
Navarra (Comunidad Foral de)	45.0	5.8	16.3	21.2	6.1	5.1	0.5
País Vasco	18.9	5.2	17.0	35.1	13.0	5.9	4.9
Rioja (La)	58.7	17.8	17.6	4.8	0	1.0	0.2
Ceuta	70.8	20.0	7.6	1.6	0	0	0
Melilla	66.8	20.3	11.8	0.5	0	0	0.5
MEDIA NACIONAL	55.9	14.0	14.9	11.7	1.8	0.9	0.7

Tabla 1. ¿Qué significa España para los españoles? Fuente: CIS

Las cinco respuestas proporcionadas (al margen de los grupos N.S. y N.C.) podrían simplificarse en tres grandes grupos: las respuestas “Mi país” (ver anexo mapas, p. 1), “Una nación de la que me siento miembro”, “El Estado del que soy ciudadano” podrían encuadrarse dentro de un grupo genérico que no resalta especialmente la conciencia regional; mientras que las dos siguientes, “Un Estado

formado por varias nacionalidades y regiones” y “Un Estado ajeno, del que mi país no forma parte”, sí introducirían dos matices de conciencia regional, más moderado y más exacerbado respectivamente.

Así pues, simplificando las coordenadas se podría elaborar una nueva tabla con los tres primeros ítems agregados y refundidos en uno sólo, “Respuestas que no resaltan la conciencia regional”; y los dos siguientes renombrados como “conciencia regional moderada” y “conciencia regional exacerbada”. Esta segunda tabla de resultados simplificados y ordenados de forma descendente según el primer criterio (respuestas que no resaltan la conciencia regional), nos muestra una clara brecha entre la conciencia regional de las diferentes comunidades.

Al margen de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, que encabezan la lista de respuestas que no resaltan la conciencia regional (ver anexo mapas, p. 2) con porcentajes cercanos al 100% (las reivindicaciones marroquíes y el consiguiente deseo de pertenecer a España pueden tener mucho que ver en este sentido), hay nada menos que once comunidades con porcentajes de respuestas que no resaltan la conciencia regional superiores al 90%, y 14 si el listón se rebaja hasta un 80% que todavía sigue siendo abrumadoramente mayoritario. Entre las comunidades que no resaltan la conciencia regional en esta pregunta número 16, Extremadura, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Murcia y Andalucía ocupan los cinco primeros puestos de la tabla con porcentajes superiores al 95%.

	Respuestas que no resaltan la conciencia regional	Conciencia regional moderada	Conciencia regional exacerbada
Melilla	98,9	0.5	0
Ceuta	98,4	1.6	0
Extremadura	96,3	3.7	0
Castilla-La Mancha	96,2	3.2	0
Castilla y León	95,9	3.3	0
Murcia (Región de)	95,9	3.3	0
Andalucía	95,7	2.3	0
Rioja (La)	94,1	4.8	0
Aragón	93,8	5.0	0
Asturias (Principado de)	93,8	5.7	0.4
Cantabria	92,6	5.7	0
Comunidad Valenciana	92,5	7.1	0.3
Canarias	90,7	7.1	1.2
Madrid (Comunidad de)	88,8	9.3	0
Baleares (Islas)	86,6	10.3	0.7
Galicia	84,3	14.4	0.7
Navarra (Comunidad Foral de)	67,1	21.2	6.1
Cataluña	63,6	30.5	5.3
País Vasco	41,1	35.1	13.0
MEDIA NACIONAL	84,8	11,7	1,8

Tabla 2. ¿Qué significa España para Ud.? simplificada. Fuente: CIS

En el extremo opuesto, País Vasco, Cataluña y Navarra son las comunidades con menores índices de filiación a las respuestas que proporcionan escaso o nulo margen a la expresión de la conciencia regional. Especialmente

significativo es el caso vasco, el único de todas las comunidades en el que las respuestas que no resaltan la conciencia regional no alcanzan en su conjunto a la mitad de los encuestados, un 41,1%, frente a un 35,1% que opta por una expresión moderada de la conciencia regional y un 13% que apuesta por la versión exacerbada. En este sentido, cabe destacar también que Navarra sea la segunda comunidad autónoma con más índice de expresión regionalista exacerbada (ver anexo mapas, p. 3), con un 6,1%. La influencia del nacionalismo vasco en la comunidad Navarra se antoja evidente en esta cifra. Igualmente destacable es que la media de respuestas que no resaltan la conciencia regional en Navarra se sitúa 17,7 puntos por debajo de la media nacional, con un 67,1%.

Cataluña, por su parte, es la segunda autonomía con mayor expresión moderada de una conciencia regional (ver anexo mapas, p. 4), con un 30,5%; si bien es igualmente notable la distancia que separa al grupo de ciudadanos que opta por no resaltar la conciencia regional en la comunidad autónoma catalana a través de esta pregunta (63,6%) con respecto a la media nacional (84,8%).

2.2.4.1.2. El orgullo de ser español

La pregunta 17 del estudio 2.610, “¿Hasta qué punto diría Ud. que se siente orgulloso de ser español?” también proporcionaba datos interesantes acerca de la conciencia regional de las distintas comunidades encuestadas, a través del sentimiento de pertenencia al país en el que actualmente se encuentran. En este caso no se podría afirmar tajantemente la ausencia de una conciencia regional por el mero hecho de que los ciudadanos de una comunidad se sientan orgullosos

de ser españoles; pero sí se puede intuir la existencia de una sensibilidad regional más desarrollada en aquellos sitios donde el sentimiento de orgullo español escasea.

	Muy orgulloso	Bastante orgulloso	Poco orgulloso	Nada orgulloso	N.S.	N.C.
Andalucía	56.3	37.9	3.7	0.9	0.7	0.5
Aragón	59.0	34.2	4.0	1.0	0.2	1.6
Asturias (Principado de)	56.5	32.8	4.7	3.2	2.0	0.8
Baleares (Islas)	40.0	46.0	8.5	2.5	0.4	2.7
Canarias	48.8	39.1	8.1	1.8	0.6	1.6
Cantabria	50.2	41.1	3.4	3.2	1.6	0.5
Castilla-La Mancha	53.8	40.8	3.2	0.6	1.3	0.4
Castilla y León	58.9	36.1	3.4	0.7	0.7	0.2
Cataluña	35.3	32.7	16.8	13.4	1.3	0.4
Comunidad Valenciana	58.2	34.2	4.9	1.4	0.1	1.2
Extremadura	69.8	26.7	2.3	0.8	.	0.4
Galicia	36.6	51.7	8.9	1.3	0.8	0.7
Madrid (Comunidad de)	58.3	27.4	5.8	3.3	1.0	4.2
Murcia (Región de)	61.6	33.1	3.5	1.4	0.2	0.2
Navarra (Comunidad Foral de)	29.9	37.0	10.7	12.2	8.3	1.9
País Vasco	8.9	31.9	22.4	21.7	6.1	9.0
Rioja (La)	40.9	52.5	3.8	0.7	1.4	0.7
Ceuta	78.0	17.2	4.4	.	.	0.4
Melilla	72.2	26.2	.	1.1	.	0.5
MEDIA NACIONAL	49.1	35.5	7.8	4.7	1.2	1.6

Tabla 3. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español? Fuente: CIS

Como se puede ver en la tabla 3, la pregunta 17 ofrecía una posibilidad de respuesta múltiple a través de cuatro opciones: muy orgulloso, bastante orgulloso, poco orgulloso y nada orgulloso.

Al igual que sucedía con la pregunta examinada anteriormente, en la tabla 4 hemos simplificado las respuestas en dos grandes bloques: aquellas que demuestran bastante o mucho orgullo de ser español y las que manifiestan escaso o nulo orgullo. Con este modelo simplificado, vemos nuevamente que País Vasco y Cataluña encabezan la lista de las comunidades con más marcada conciencia regional, expresada como decíamos anteriormente en este caso por la vía inversa: la desafección hacia el Estado español (ver anexo mapas, p. 5). El caso del País Vasco es, de nuevo, especialmente significativo, por cuanto es la única comunidad las respuestas que engloban las posibilidades “poco o nada orgulloso” superan en porcentaje a las opciones “muy orgulloso o bastante orgulloso”: 44,1% frente al 40,8%.

El caso vasco adquiere incluso mayor dimensión si se observa el ejemplo de Cataluña, donde también se observa un nada desdeñable 30,2% (casi el triple de la media nacional) de respuestas que expresan poco o nulo orgullo por el hecho de ser español; ya que hasta en la comunidad catalana (segunda en grado de desafección en la tabla correspondiente a la pregunta 17) el porcentaje de ciudadanos que se sienten bastante o muy orgullosos de ser españoles (68%) multiplica por más de dos a los que sienten poco o nada de orgullo por ser españoles (ver anexo mapas, p. 6).

	Poco orgulloso o nada orgulloso	Muy orgulloso o bastante orgulloso
País Vasco	44,1	40,8
Cataluña	30,2	68
Navarra (Comunidad Foral de)	22,9	66,9
Baleares (Islas)	11	86
Galicia	10,2	88,3
Canarias	9,9	87,9
Madrid (Comunidad de)	9,1	85,7
Asturias (Principado de)	7,9	89,3
Cantabria	6,6	91,3
Comunidad Valenciana	6,3	92,4
Aragón	5	93,2
Murcia (Región de)	4,9	94,7
Andalucía	4,6	94,2
Rioja (La)	4,5	93,4
Ceuta	4,4	95,2
Castilla y León	4,1	95
Castilla-La Mancha	3,8	94,6
Extremadura	3,1	96,5
Melilla	1,1	98,4
MEDIA NACIONAL	12,5	84,6

Tabla 4. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español? (simplificada) Fuente: CIS

Navarra es la última del grupo de tres comunidades con mayor porcentaje de ciudadanos con poco o nulo orgullo por ser españoles, con un 22,9%. A partir de ahí, los porcentajes se reducen a en torno un 10% (Baleares, Galicia, Canarias y

Madrid) o incluso menos, (siete comunidades, entre las que se encuentra Castilla y León, amén de las dos ciudades autónomas, cuentan con un porcentaje de personas que se sienten poco o nada orgullosos de ser españolas inferior a un simbólico 5%).

2.2.4.1.3. El orgullo regional

Inmediatamente después, en la pregunta número 18, el estudio 2.610 del CIS pregunta a los encuestados por el orgullo de pertenecer a su comunidad autónoma. Tendríamos, en este caso, información con respecto a los sentimientos identitarios expresada de forma positiva: si antes se podía intuir una mayor conciencia regional entre aquellas comunidades que expresaban más desafección hacia el hecho de ser español, en este caso la afirmación de la identidad viene expresada de manera explícita y en positivo. En este sentido, podríamos considerar los resultados obtenidos a través de estas respuestas como más interesantes y ajustados al objeto de nuestro interés investigador.

En la tabla 5 se han ordenado los datos en sentido descendente adoptando como criterio guía el número de encuestados que seleccionaron la opción “Muy orgulloso” para describir su sensación de pertenencia a su comunidad autónoma. Encontramos aquí varios datos interesantes. Para empezar, y sorprendentemente a la luz de los resultados observados hasta ahora, el País Vasco se encuentra en última posición en cuanto a número de ciudadanos que se sienten muy orgullosos de pertenecer a su comunidad autónoma, con un 34,4%; cifra que duplican, por ejemplo, Canarias, Asturias o Extremadura.

	Muy orgulloso	Bastante orgulloso	Poco orgulloso	Nada orgulloso	N.S.	N.C.
Ceuta	82,8	12,8	2	1,2	0,8	0,4
Canarias	76,7	18,4	1,8	0,8	0,2	2,2
Asturias (Principado de)	76,1	12,8	1,4	1,6	5,3	2,8
Extremadura	73,3	20,6	2,1	1,6	0,6	1,9
Melilla	67,4	23	4,3	3,2	0,5	1,6
Andalucía	64,2	30,3	1,9	1,1	0,8	1,6
Aragón	63,2	25,8	3,8	1,2	0,8	5,2
Baleares (Islas)	60	31,5	3,1	2,5	0,4	2,5
Cantabria	58	29,6	3,7	4,4	1,6	2,8
Murcia (Región de)	55	32,3	4,9	3,1	2	2,7
Cataluña	52,2	33,2	7,2	4,8	2,1	0,7
Navarra (Comunidad Foral de)	50,4	36,3	3,6	1	7,1	1,7
Castilla-La Mancha	50,3	37,4	2,8	1,5	4,1	3,9
Comunidad Valenciana	49,3	31,1	10,5	2,7	0,4	5,9
Galicia	49	44,9	3,5	0,7	0,8	1,2
Rioja (La)	46,8	44,7	3,3	0,7	2,9	1,7
Castilla y León	46,1	39,2	6,7	3,3	2,5	2,1
Madrid (Comunidad de)	44,2	23,4	6,1	7,2	3,5	15,6
País Vasco	34,4	39,8	10,1	4,5	5	6,3
MEDIA NACIONAL	54,2	31,1	5,3	3,1	2	4,3

Tabla 5. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad? Fuente: CIS

Otros datos interesantes respecto a la tabla número 5 se observan también en la parte baja de la clasificación. Madrid ocupa el penúltimo lugar en la lista de comunidades con ciudadanos muy orgullosos de pertenecer a ella, con un 44,2%,

apenas un dos por ciento menos que Castilla y León, tercera por la cola (ver anexo mapas, p. 2). En ambos casos se observa la predominancia del orgullo español por encima del sentimiento regional, en el primero tal vez por la posición de capital administrativa del país, y en el segundo por la herencia histórica por la que, como hemos visto anteriormente, Castilla y España fueron solapándose la una con la otra hasta crear una masa difícilmente divisible.

Realizando un agregado similar al del epígrafe anterior vemos que se ratifican algunos de los resultados avanzados (ver anexo mapas, p. 8). Madrid es la región en la que menos ciudadanos se sienten muy orgullosos o bastante orgullosos de su pertenencia a la comunidad, si bien el porcentaje todavía excede los dos tercios del total de encuestados (67,6%). La siguen País Vasco, con un 74,2% y Comunidad Valenciana, con un agregado del 80,4%. El caso de Madrid reafirma la teoría anterior: la condición de capital administrativa y la asociación de Madrid con España hace que la conciencia regional no se destaque de manera tan prominente.

El caso vasco, más sorprendente a priori, puede explicarse por el fenómeno de la polarización de la opinión pública respecto a las cuestiones nacionalistas. Que esta comunidad autónoma liderase en 2005 la tabla de desafección hacia el Estado español (recordemos que era la única comunidad con más ciudadanos que se sentían poco o nada orgullosos de ser españoles que ciudadanos bastante o muy orgullosos de serlo) y ocupase las últimas posiciones en la tabla correspondiente a la pregunta del orgullo regional puede ser indicativo de un fenómeno de exaltación del nacionalismo por reivindicación frente a lo opuesto:

los nacionalistas vascos no se sienten españoles y así lo manifiestan; pero, del mismo modo, aquellos que no son nacionalistas lo reivindican rebajando el porcentaje de orgullo regional.

	Muy orgulloso o bastante orgulloso	Poco o nada orgulloso
Ceuta	95,6	3,2
Canarias	95,1	2,6
Andalucía	94,5	3
Extremadura	93,9	3,7
Galicia	93,9	4,2
Baleares (Islas)	91,5	5,6
Rioja (La)	91,5	4
Melilla	90,4	7,5
Aragón	89	5
Asturias (Principado de)	88,9	3
Castilla-La Mancha	87,7	4,3
Cantabria	87,6	8,1
Murcia (Región de)	87,3	8
Navarra (Comunidad Foral de)	86,7	4,6
Cataluña	85,4	12
Castilla y León	85,3	10
Comunidad Valenciana	80,4	13,2
País Vasco	74,2	14,6
Madrid (Comunidad de)	67,6	13,3
MEDIA NACIONAL	85,3	8,4

Tabla 6. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad? (simplificada). Fuente: CIS

Llama también la atención el hecho de que la comunidad autónoma catalana ocupe el quinto lugar por la cola, con un porcentaje en torno al 85%, cifra similar a la de Castilla y León. Sin olvidar en ningún momento el carácter

abrumador de este porcentaje, la diferencia con otras comunidades menos renuentes a mostrar sin ambages el orgullo regional puede venir determinada en parte por la misma teoría que se formuló para el País Vasco. Quizá habría que considerar el impacto de la población inmigrante, no tanto extranjera sino procedente de otras regiones de España, en las citadas cifras; aunque tal vez no es tan manifiesto como en épocas anteriores.

2.2.4.1.4. ¿Región o nación?

No cabe duda de que uno de los grandes indicadores de la conciencia identitaria de las distintas comunidades de la geografía española en el estudio 2.610 es el correspondiente a la pregunta 19, en la que se interroga a los encuestados sobre el término que, según ellos, creen que representa mejor lo que es su comunidad autónoma: una nación o una región. En este sentido queda poco hueco a las interpretaciones, pues parece claro que aquellas comunidades en las que hay un mayor índice de encuestados que optan por la respuesta “una nación” presentan una conciencia identitaria más exacerbada.

Por ello, la tabla 7 se ha ordenado de manera descendente en función de los porcentajes de encuestados que respondieron “Una nación” a la pregunta anteriormente reseñada. En las respuestas a esta pregunta, que tal vez sea, insistimos, la que más directamente interroga sobre la presencia de una identidad propia, volvemos a ver una clara brecha entre Cataluña y País Vasco con el resto de España. Ambas lideran no sólo en el número de encuestados que apuestan por el término “nación”, con porcentajes similares a los de que prefieren escoger

“región”; sino también en aquellos que escogen fórmulas alternativas, entre las que se intuye que pueden incluirse opciones más próximas al independentismo (ver anexo mapas, pp. 9-10).

	Una nación	Una región	Ninguno de los dos, otro término	N.C.
Cataluña	44,7	40,4	10,4	4,5
País Vasco	38,2	43,6	11,3	6,9
Galicia	17	74,6	5,4	3
Baleares (Islas)	7,4	86,4	2,5	3,8
Andalucía	6,9	85,8	3,7	3,6
Canarias	6,7	83,6	4,7	4,9
Navarra (Comunidad Foral de)	6,1	79,6	8	6,3
Asturias (Principado de)	5,7	89,3	3,8	1,2
Comunidad Valenciana	4,5	86,9	6,6	2
Madrid (Comunidad de)	4,2	87,2	5,4	3,2
Aragón	3,4	93,4	1	2,2
Cantabria	3	91,5	3,4	2,1
Extremadura	1,9	97,1	0,4	0,6
Castilla y León	1,5	92,9	3,4	2,1
Murcia (Región de)	1,2	97,5	0,4	0,8
Rioja (La)	0,7	98,6	0,7	0
Castilla-La Mancha	0,4	96,1	1,9	1,7
MEDIA NACIONAL	13,4	77,4	5,5	3,7

Tabla 7. ¿Qué palabra representa mejor lo que es su comunidad: región o nación? Fuente: CIS

En tercer lugar se sitúa Galicia, con un 17% de los encuestados reivindicando el término de nación para su comunidad autónoma, cifra que, aunque menor con respecto a los guarismos de Cataluña y País Vasco, sigue siendo notablemente mayor que las del resto de comunidades encuestadas: sólo Baleares, Andalucía, Canarias, Navarra y Asturias superan el 5% de nacionalistas confesos, y ninguna de ellas rebasa la frontera del 8%. Castilla y León apenas contaba en 2005 con un 1,5% de ciudadanos que consideraba a su comunidad autónoma como una nación.

2.2.4.1.5. Sentimiento español frente a sentimiento regional

Por último, la pregunta 39 del estudio 2.610 vuelve a abordar el tema de la conciencia regional desde una perspectiva comparada. Si en las preguntas 17 y 18 se interrogaba a los entrevistados respectivamente sobre el orgullo de sentirse español y de sentirse de su comunidad autónoma, en la pregunta 39 (¿Con cual de las siguientes frases se identifica Ud. más) se ponen en relación ambos conceptos para dar lugar a una respuesta múltiple con cinco alternativas: “Me siento únicamente español”, “Me siento más español que de la Comunidad autónoma”, “Me siento tan español como de la Comunidad autónoma”, “Me siento más de la Comunidad autónoma que español” y “Me siento únicamente de la Comunidad autónoma”.

	Me siento únicamente español	Me siento más español que de la Comunidad autónoma	Me siento tan español como de la Comunidad autónoma	Me siento más de la Comunidad autónoma que español	Me siento únicamente de la Comunidad autónoma	N.S.	N.C.
Andalucía	3	9,6	68,6	15	1	1,3	1,5
Aragón	5,4	7,2	71,4	11,8	1,4	0,8	2
Asturias (Principado de)	5,1	4,3	68,8	12,8	3	4,5	1,6
Baleares (Islas)	10,5	6,9	52	16,7	7,1	0,2	6,5
Canarias	2,4	2	56,9	29,8	6,7	0,4	1,8
Cantabria	8,3	8,5	68,1	8,7	0,9	1,4	4,1
Castilla-La Mancha	15,1	15,5	63,5	2,6	0,7	0,7	1,9
Castilla y León	23,8	14	54,8	2,3	0,2	1,8	3,1
Cataluña	7,7	8,2	44,8	23,4	14,3	1,1	0,5
Comunidad Valenciana	14,6	18,3	55,9	7,8	1,5	0,5	1,4
Extremadura	3,1	4,3	81,1	9,7	0,6	0,2	1
Galicia	3,8	9,6	60,6	21,9	2,8	0,3	1
Madrid (Comunidad de)	22,1	11,3	51,9	2,8	1,2	1,5	9,2
Murcia (Región de)	18,4	8,8	65	4,7	0,2	0,6	2,2
Navarra (Comunidad Foral de)	2,4	4,9	42,6	26,3	10,5	8,3	5,1
País Vasco	5,6	5,9	33,2	21,5	24,3	2,8	6,8
Rioja (La)	7,4	7,1	69,4	10	1,2	2,4	2,6
Ceuta	5,6	7,6	78	7,2	0,8	0,4	0,4
Melilla	7,5	8,6	78,6	2,1	2,1	0,5	0,5
MEDIA NACIONAL	10,3	10	57	13,5	5	1,3	3

Tabla 8. ¿Con qué frase se identifica Ud. más? Fuente: CIS

En los resultados totales que se pueden ver en la tabla 8, se observa una predominancia general de los encuestados que optan por la vía de expresar sentirse tan españoles como de su comunidad autónoma. Sin embargo, un análisis detallado de cada una de las respuestas, ordenadas de manera descendente, ofrece también una serie de datos interesantes a la hora de analizar la presencia de una conciencia regional más o menos desarrollada.

	Me siento únicamente español
Castilla y León	23,8
Madrid (Comunidad de)	22,1
Murcia (Región de)	18,4
Castilla-La Mancha	15,1
Comunidad Valenciana	14,6
Baleares (Islas)	10,5
Cantabria	8,3
Cataluña	7,7
Melilla	7,5
Rioja (La)	7,4
País Vasco	5,6
Ceuta	5,6
Aragón	5,4
Asturias (Principado de)	5,1
Galicia	3,8
Extremadura	3,1
Andalucía	3
Canarias	2,4
Navarra (Comunidad Foral de)	2,4
MEDIA NACIONAL	10,3

Tabla 9. Ciudadanos que se sienten únicamente españoles. Fuente: CIS

En primer lugar, resulta interesante examinar la lista de las comunidades con mayor índice de ciudadanos que se sienten exclusivamente españoles (ver anexo mapas, p. 11), por cuanto, si bien no es necesariamente un indicador de escasa conciencia regional, sí lo es de escasa confrontación con el statu quo estatal actual. En la tabla 9 se han ordenado de manera descendente las comunidades en función de este criterio y se puede observar cómo hay dos que destacan notablemente por encima del resto: Madrid y Castilla y León.

Tal y como se había comentado anteriormente, la primera de ellas por ser la capital administrativa y la segunda por tener una herencia histórica que ha tendido a difuminar su conciencia regional con la estatal, resulta lógico que sean éstas y no otras comunidades las que encabezan esta tabla. Además de Castilla y León (líder en esta clasificación) y Madrid, solo Murcia, Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana y Baleares superan el 10% de ciudadanos que rechazan cualquier sentimiento regional. El resto de comunidades, incluidas las ciudades autónomas, tienen un porcentaje inferior al 10% para esta respuesta.

Por el extremo opuesto, un examen detallado de los porcentajes de ciudadanos que eligieron en 2005 la opción “Me siento únicamente de la Comunidad Autónoma” nos proporciona datos de afirmación positiva de la conciencia regional. En este caso no quedan dudas de que la clasificación de comunidades según este criterio (ver tabla 10) sí refleja la presencia de una mayor o menor conciencia regional; no sólo, como sucedía en el caso anterior, de una posible colisión entre estos sentimientos y el statu quo actual de la organización política y territorial del Estado español. De nuevo, como había sucedido en varios de los casos examinados anteriormente, País Vasco, Cataluña y Navarra lideran la

lista de comunidades con mayor expresión de conciencia regional, en este caso excluyente, además. En el caso vasco, casi uno de cada cuatro encuestados en 2005 se sentían exclusivamente vascos; porcentaje que al menos duplica al de cualquiera de las otras comunidades, menos Cataluña. En el caso catalán, no obstante, el porcentaje desciende hasta un 14,3%. Castilla y León, junto con Murcia, cierran la tabla con apenas un 0,2% de ciudadanos que afirmasen sentirse única y exclusivamente miembros de su región (ver anexo mapas, p.12).

	Me siento únicamente de la Comunidad autónoma
País Vasco	24,3
Cataluña	14,3
Navarra (Comunidad Foral de)	10,5
Baleares (Islas)	7,1
Canarias	6,7
Asturias (Principado de)	3
Galicia	2,8
Melilla	2,1
Comunidad Valenciana	1,5
Aragón	1,4
Madrid (Comunidad de)	1,2
Rioja (La)	1,2
Andalucía	1
Cantabria	0,9
Ceuta	0,8
Castilla-La Mancha	0,7
Extremadura	0,6
Castilla y León	0,2
Murcia (Región de)	0,2
MEDIA NACIONAL	5

Tabla 10. Ciudadanos que se sienten únicamente de su comunidad autónoma. Fuente: CIS

Resulta, por último, interesante observar la columna de porcentajes agregados de personas que se sienten más de la comunidad que españoles y personas que se sienten sólo de la comunidad (ver anexo mapas, p. 13), por cuanto, a fin de cuentas, son dos respuestas que resaltan la presencia de una identidad regional. Los resultados se pueden observar a continuación en la tabla 11.

	Personas que se sienten principal o únicamente de la comunidad autónoma
País Vasco	45,8
Cataluña	37,7
Navarra (Comunidad Foral de)	36,8
Canarias	36,5
Galicia	24,7
Baleares (Islas)	23,8
Andalucía	16
Asturias (Principado de)	15,8
Aragón	13,2
Rioja (La)	11,2
Extremadura	10,3
Cantabria	9,6
Comunidad Valenciana	9,3
Ceuta	8
Murcia (Región de)	4,9
Melilla	4,2
Madrid (Comunidad de)	4
Castilla-La Mancha	3,3
Castilla y León	2,5
MEDIA NACIONAL	18,5

Tabla 11. Agregado de ciudadanos que se sienten principal o únicamente de su comunidad autónoma. Fuente: CIS

Los resultados no difieren mucho con respecto a los anteriores. Castilla y León vuelve a cerrar la lista, con apenas tres de cada cien encuestados manifestando mayor afección a su propia comunidad que hacia el hecho de ser español. Mientras, en el polo opuesto de la clasificación, País Vasco vuelve a liderar la tabla de aquellos que se sienten más vascos que españoles, con un 45,8%. La diferencia con el segundo clasificado, nuevamente Cataluña, sigue siendo significativa; si bien se debe observar que, en el momento en el que se elimina el matiz excluyente, la diferencia entre ambos se vuelve proporcionalmente menor.

En otras palabras, de las dos comunidades que más manifiestan su conciencia regional se aprecia un sentimiento más excluyente entre los vascos que entre los catalanes. Navarra, seguramente por el antedicho influjo vasco, ocupa la tercera posición de exaltación de la conciencia regional según la tabla 11, seguida de Canarias, Galicia y Baleares, todos ellos con al menos un cuarto de su población reivindicando la conciencia regional por encima de la conciencia de ser españoles.

2.2.4.1.6. Conclusiones generales del Barómetro Autonómico I

A modo de resumen de los aspectos vistos y analizados a través de los datos del primer barómetro autonómico realizado por el CIS en 2005, se pueden extraer varias conclusiones fundamentales:

- País Vasco y Cataluña son las comunidades con más fuerte presencia de conciencia regional expresada en el estudio 2.610. En el caso del País Vasco

se aprecia una presencia mayor de un regionalismo o nacionalismo excluyente que en el de Cataluña, donde las opciones de reivindicación del acervo propio suelen adoptar modalidades más moderadas y menos excluyentes con la pertenencia al Estado español.

- Navarra, tal vez por influjo del nacionalismo vasco, Baleares (quizá también por influencia de la conciencia regional catalana, además de la propia conciencia balear), Galicia y Canarias ocupan el segundo escalafón de comunidades con mayor reivindicación de lo propio.
- Casos como los de Extremadura o Andalucía revelan un fuerte arraigo de la conciencia regionalista entendida dentro del marco autonómico imperante y sin que ello suponga una merma de la sensación de pertenencia al conjunto de España.
- Los casos de Madrid y Castilla y León destacan por su fuerte filiación al Estado español y una escasa reivindicación de la conciencia regional. En el primer caso, puede deberse a la condición de capital administrativa del Estado lo que subsume la conciencia regional bajo el paraguas de la nación española; mientras que en el segundo puede deberse a un proceso similar acontecido hace siglos y a la ausencia de impulsores nacionalistas en épocas posteriores, en las que sí estuvieron presentes en otras regiones de la geografía española.

2.2.4.2. Barómetro Autonómico II

Entre enero y marzo de 2010 el CIS llevó a cabo el Barómetro autonómico II (estudio 2.829) sobre una muestra de 10.409 personas de 700 municipios y 52 provincias a las que se entrevistó entre el 23 de enero y el 2 de marzo de 2010 de manera personal en sus domicilios. En Castilla y León se realizaron un total de 583 entrevistas de las 584 del diseño inicial con un error muestral de 4,1.

Para este estudio se realizó también un muestreo polietápico, estratificado por conglomerados²⁴⁸, con selección de las unidades primarias de muestreo (municipios) y de las unidades secundarias (secciones) de forma aleatoria proporcional, y de las unidades últimas (individuos) por rutas aleatorias y cuotas de sexo y edad. Para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas), y $P=Q$, el error real es de $\pm 0,98\%$ para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestreo aleatorio simple.

Se repiten algunas de las preguntas realizadas en 2005 y que resultaban de gran interés para el presente estudio de la identidad regional, y además se incorporan algunas cuestiones nuevas, como se podrá ver en los siguientes subepígrafes, que ayudan a dar una radiografía más exhaustiva si cabe de las distintas sensibilidades regionales en las autonomías españolas. A continuación, tal y como se hizo con el Barómetro Autonómico I, se listan los datos muestrales y de ponderación empleados por el CIS para el Barómetro Autonómico II.

²⁴⁸ Los estratos se han formado por el cruce de las 17 comunidades autónomas con el tamaño de hábitat, dividido en 7 categorías: menor o igual a 2.000 habitantes; de 2.001 a 10.000; de 10.001 a 50.000; de 50.001 a 100.000; de 100.001 a 400.000; de 400.001 a 1.000.000, y más de 1.000.000 de habitantes.

	Muestra diseñada	Muestra realizada	Error muestral	(%) Ponderación
Andalucía	954	952	3,2	1,887
Aragón	494	494	4,5	0,618
Asturias (Principado de)	480	479	4,6	0,540
Baleares (Islas)	474	467	4,6	0,515
Canarias	543	541	4,3	0,857
Cantabria	442	442	4,8	0,305
Castilla-La Mancha	540	534	4,3	0,851
Castilla y León	584	583	4,1	1,027
Cataluña	912	903	3,3	1,839
Comunidad Valenciana	749	748	3,7	1,513
Extremadura	476	476	4,6	0,515
Galicia	602	601	4,1	1,089
Madrid (Comunidad de)	836	808	3,5	1,749
Murcia (Región de)	495	494	4,5	0,626
Navarra (Comunidad Foral de)	443	424	4,9	0,330
País Vasco	554	553	4,3	0,904
Rioja (La)	422	410	4,9	0,176
Ceuta	250	250	6,3	0,064
Melilla	250	250	6,3	0,058
TOTAL	10.547	10.476	0,9	

2.2.4.2.1. Grado de autonomía

La pregunta número 13 del Barómetro autonómico II del CIS introduce una cuestión novedosa con respecto a la edición de 2005, al interrogar expresamente a los ciudadanos de las distintas regiones por el grado de autonomía que consideraban deseable para su comunidad. En la tabla 12 se pueden observar las respuestas en porcentaje, ordenadas de manera descendente adoptando como criterio la respuesta “mayor autonomía”.

	Mayor	Menor	Igual	N.S.	N.C.
Cataluña	54,9	13,4	27,8	3,2	0,7
País Vasco	52,1	5,4	34,7	6,5	1,3
Melilla	50,8	10	29,2	6	4
Aragón	47,4	13	28,9	6,1	4,7
Ceuta	46,4	10,4	40,8	2	0,4
Baleares (Islas)	43,5	17,6	32,5	5,1	1,3
Extremadura	41,8	12	34	10,9	1,3
Canarias	37,5	15,5	41,2	5,5	0,2
Navarra (Comunidad Foral de)	34,4	6,6	54	4,7	0,2
Andalucía	28	10,6	48,1	12,9	0,3
Castilla-La Mancha	27,7	16,5	43,8	11	0,9
Galicia	26,5	11,5	53,1	8,7	0,3
Comunidad Valenciana	23,9	23,4	42,6	9,6	0,4
Castilla y León	23,5	20,1	40,5	14,2	1,7
Cantabria	21,3	17	48,9	12,9	,
Rioja (La)	20,7	12,2	54,9	11,7	0,5
Asturias (Principado de)	19	28	41,5	11,5	,
Murcia (Región de)	17,2	15	48,6	19,2	,
Madrid (Comunidad de)	11,5	28,2	47,4	9,9	3
MEDIA NACIONAL	31,6	16,5	41,6	9,3	1

Tabla 12. Grado de autonomía deseable (por comunidades). Fuente: CIS.

De nuevo Cataluña y País Vasco vuelven a encabezar la clasificación de una pregunta que interpela directamente a la conciencia identitaria de los entrevistados: más de la mitad de vascos y catalanes manifestaron en 2010, el mismo año para el que se realizó el presente estudio de campo de la presencia de

las distintas regiones españolas en la prensa nacional, que deseaban más autonomía. Esto no tiene por qué implicar un deseo de ruptura para con el Estado español, pero sin duda alguna manifiesta una marcada sensibilidad regional por parte de los ciudadanos de estas dos comunidades. El deseo de una mayor autonomía multiplica por cuatro al número de habitantes catalanes que optarían por un menor grado de autogestión. En el caso del País Vasco, hay casi diez vascos que desean más autonomía por cada uno que pide menos.

Llama poderosamente la atención, no obstante, que para esta pregunta no exista, como sucedía en numerosas preguntas del Barómetro Autonómico I, una brecha significativa entre País Vasco y Cataluña con el resto de comunidades (ver anexo mapas, p. 14). De hecho, Aragón, Baleares y Extremadura se sitúan en la franja del 40-50% de habitantes que desean mayor autonomía (las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla también se encuentran dentro de esta franja), y en todos estos casos son más los ciudadanos que demandan más autonomía que los que preferirían mantener el statu quo actual. También resulta especialmente llamativo, por lo sintomático de la tendencia hacia la que parece dirigirse el Estado de las Autonomías, el hecho de que no hay ninguna comunidad donde el porcentaje de habitantes que piden menos autonomía supere al del tanto por ciento de ciudadanos que demandan un mayor grado de autogestión.

De nuevo, y siguiendo la tendencia observada –en lo que a conciencia regional se refiere– en las preguntas del Barómetro Autonómico I, es Madrid quien se sitúa a la cola de las demandas autonomistas, con solo un 11,5% de ciudadanos que piden un mayor grado de autonomía (casi cinco veces menos que

Cataluña o País Vasco) frente al 28,2% (el porcentaje más alto de su categoría) que demanda un recorte de las competencias autonómicas para su Comunidad. Por su parte, Castilla y León se sitúa en sexta posición por la cola en el porcentaje de ciudadanos que piden un mayor grado de autonomía, lo cual no es óbice para que sea un significativo 23,5% de los castellanoleoneses los que se adscriban a una demanda que suscribe mucho de lo ya debatido en el epígrafe histórico de esta tesis relativo a la fórmula del “café para todos”.

En general, en Castilla y León predominan los que prefieren mantener el statu quo competencial (cuatro de cada diez), si bien no se debe obviar el hecho de que dos de cada diez castellanoleoneses abogan por un recorte de competencias, lo que situaría a la región en el cuarto puesto nacional de las comunidades con más alto porcentaje de ciudadanos que solicitan un menor grado de autonomía para sus comunidades, sólo por detrás de Madrid, Asturias y Comunidad Valenciana.

2.2.4.2.2. ¿Qué significa España para los españoles?

La pregunta “¿Qué significa España para Usted?” ya aparecía en el Barómetro autonómico I, si bien en el realizado en 2010 desciende hasta la pregunta número 20. En la tabla 13 se puede observar el conjunto de datos para esta pregunta. Al igual que hiciéramos con el Barómetro autonómico I, simplificando las coordenadas se podría elaborar una nueva tabla con los tres primeros ítems agregados y refundidos en uno sólo, “Respuestas que no resaltan la conciencia

regional”; y los dos últimos renombrados como “conciencia regional moderada” y “conciencia regional exacerbada” (ver tabla 14).

	Mi país	Una nación de la que me siento miembro	El Estado del que soy ciudadano/a	Un Estado formado por varias nacionalidades y regiones	Un Estado ajeno, del que mi país no forma parte	Ninguna de las anteriores	N.S.	N.C.
Andalucía	78,3	10	7,1	3	0,4	0,5	0,6	0
Aragón	57,5	18	18	4	0	0,6	0,8	1
Asturias (Principado de)	66	19,4	9,8	3,1	0,2	0,6	0,6	0,2
Baleares (Islas)	50,1	13,7	24,8	8,6	1,7	0,4	0,4	0,2
Canarias	62,8	10,9	19,4	3,1	1,7	1,3	0,4	0,4
Cantabria	58,4	18,1	19	2,9		0,9	0,2	0,5
Castilla-La Mancha	74	9,7	11	3,7	0,2	0,6	0,6	0,2
Castilla y León	67,8	14,2	13,7	3,1	0,2	0,7	0,2	0,2
Cataluña	34,7	13,8	18,8	21,8	7,9	1,7	0,7	0,7
Comunidad Valenciana	65,5	13,1	14,8	4,5	0,7	1,3	0	0
Extremadura	73,7	14,5	9,7	1,9	0	0	0,2	0
Galicia	63,4	15,3	13,3	7,8	0,2	0	0	0
Madrid (Comunidad de)	63,7	15,1	15	4,1	0	0,5	0,7	0,9
Murcia (Región de)	71,1	17,2	9,1	2,4	0	0	0	0,2
Navarra (Comunidad Foral de)	34,9	9,4	23,1	24,8	5,2	0,9	0,9	0,7
País Vasco	21	5,8	15,2	42,7	11,6	1,1	2,2	0,5
Rioja (La)	65,6	14,4	12,7	5,6	0,5	0,7	0,5	0
Ceuta	60,4	17,6	18,4	3,6	0		0	0
Melilla	54	20	14	4,4	0	1,6	0	6
MEDIA NACIONAL	59,9	13,1	14,1	9	2,2	0,8	0,5	0,4

Tabla 13. ¿Qué significa España para Usted? Fuente: CIS.

	Respuestas que no resaltan la conciencia regional	Conciencia regional moderada	Conciencia regional exacerbada
Extremadura	97,9	1,9	0
Murcia (Región de)	97,4	2,4	0
Ceuta	96,4	3,6	0
Castilla y León	95,7	3,1	0,2
Cantabria	95,5	2,9	0
Andalucía	95,4	3	0,4
Asturias (Principado de)	95,2	3,1	0,2
Castilla-La Mancha	94,7	3,7	0,2
Madrid (Comunidad de)	93,8	4,1	0
Aragón	93,5	4	0
Comunidad Valenciana	93,4	4,5	0,7
Canarias	93,1	3,1	1,7
Rioja (La)	92,7	5,6	0,5
Galicia	92	7,8	0,2
Baleares (Islas)	88,6	8,6	1,7
Melilla	88	4,4	0
Navarra (Comunidad Foral de)	67,4	24,8	5,2
Cataluña	67,3	21,8	7,9
País Vasco	42	42,7	11,6
MEDIA NACIONAL	87,1	9	2,2

Tabla 14. ¿Qué significa España para Usted? (simplificada). Fuente: CIS.

Así las cosas, en 2010 sigue habiendo una amplia mayoría de Comunidades en las que no se resalta la conciencia regional a través de esta pregunta (ver anexo mapas, p. 16): 13 de ellas alcanzan porcentajes superiores al 90% de respuestas que no resaltan la conciencia regional y 15 más del 85%.

De nuevo, sólo Cataluña, País Vasco y Navarra se salen de esta tónica general de manera descollante. Los porcentajes de conciencia regional moderada se disparan a los dobles dígitos en los tres casos (ver anexo mapas, p. 17), con en torno a un veinte por ciento para Navarra y Cataluña, y más del doble, un 42%, en el caso del País Vasco. La comunidad autónoma vasca es también la primera en porcentaje de respuestas que indican una conciencia regional exacerbada (la única de las diecisiete de la geografía española en dobles dígitos también en este apartado), con un 11,6%, más del doble de Navarra y sustancialmente por encima del 7,9% de Cataluña (ver anexo mapas, p. 18). Ninguno de los otros porcentajes de respuestas regionalistas exacerbadas supera el 2% en las otras comunidades.

2.2.4.2.3. El orgullo de ser español

La pregunta 21 del estudio 2.829, repite la ya formulada en 2005 en la posición 17: ¿Hasta qué punto diría Ud. que se siente orgulloso de ser español? Como se puede ver en la tabla 15, también repiten las cuatro opciones de respuesta múltiple: muy orgulloso, bastante orgulloso, poco orgulloso y nada orgulloso.

Tal y como manifestamos en el estudio de 2005, a través de las respuestas a tal pregunta no se podría afirmar tajantemente la ausencia de una conciencia regional por el mero hecho de que los ciudadanos de una comunidad se sientan

orgullosos de ser españoles; pero sí se puede intuir la existencia de una sensibilidad regional más desarrollada en aquellos sitios donde el sentimiento de orgullo español escasea.

	Muy orgulloso/a	Bastante orgulloso/a	Poco orgulloso/a	Nada orgulloso/a	N.S.	N.C.
Andalucía	62,2	33,1	2,9	0,8	0,8	0,1
Aragón	52,8	38,7	5,3	1	0,2	2
Asturias (Principado de)	61,6	31,1	3,8	0,6	2,7	0,2
Baleares (Islas)	48,8	37	8,4	4,5	0,6	0,6
Canarias	49,9	35,9	10,4	3	0,6	0,4
Cantabria	64	30,1	2,5	1,4	1,4	0,7
Castilla-La Mancha	68,4	26	2,6	1,1	1,5	0,4
Castilla y León	55,9	38,4	3,8	1,2	0,7	
Cataluña	32,9	32,8	18,1	11,3	2,8	2,2
Comunidad Valenciana	58	32,4	6,6	2,1	0,7	0,3
Extremadura	66,2	30	2,7	0,2	0,6	0,2
Galicia	36,6	56,2	5	0,7	0,7	0,8
Madrid (Comunidad de)	48,8	35,1	8,8	3	1,7	2,6
Murcia (Región de)	75,7	23,1	1	0	0	0,2
Navarra (Comunidad Foral de)	27,1	40,6	14,9	11,1	4,5	1,9
País Vasco	10,5	37,3	20,6	19,7	7,8	4,2
Rioja (La)	42,4	49,3	4,9	1,2	1,7	0,5
Ceuta	68,4	26	2,8	0,4	0	2,4
Melilla	67,2	24,8	2,8	0,8	0	4,4
MEDIA NACIONAL	49,8	35	8,2	4,2	1,6	1,2

Tabla 15. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español? Fuente: CIS.

En aras de simplificar las respuestas de la tabla 15, y al igual que se hiciera con el estudio 2.610, hemos propuesto una segunda tabla en la que las respuestas se reducen a dos grandes categorías: aquellas que demuestran bastante o mucho orgullo de ser español y las que manifiestan escaso o nulo orgullo (ver tabla 16).

	Poco o nada orgulloso	Muy orgulloso o bastante orgulloso
País Vasco	40,3	47,8
Cataluña	29,4	65,7
Navarra (Comunidad Foral de)	26	67,7
Canarias	13,4	85,8
Baleares (Islas)	12,9	85,8
Madrid (Comunidad de)	11,8	83,9
Comunidad Valenciana	8,7	90,4
Aragón	6,3	91,5
Rioja (La)	6,1	91,7
Galicia	5,7	92,8
Castilla y León	5	94,3
Asturias (Principado de)	4,4	92,7
Cantabria	3,9	94,1
Andalucía	3,7	95,3
Castilla-La Mancha	3,7	94,4
Melilla	3,6	92
Ceuta	3,2	94,4
Extremadura	2,9	96,2
Murcia (Región de)	1	98,8
MEDIA NACIONAL	12,4	84,8

Tabla 16. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español? (simplificada). Fuente: CIS

Con este modelo simplificado, vemos nuevamente que País Vasco, Cataluña y Navarra encabezan la lista de las comunidades con más marcada conciencia regional, expresada como decíamos anteriormente en este caso por la vía inversa: la desafección hacia lo español (ver anexo mapas, p. 20). El caso vasco es el más significativo, por cuanto es el único en el que realmente la opción “poco o nada orgulloso” está cerca de igualar la de “muy o bastante orgulloso” en cuanto a porcentajes (apenas un 7% de diferencia), fiel reflejo de la bipolaridad en estas cuestiones de la sociedad vasca.

Cataluña y Navarra presentan porcentajes de desafección hacia el hecho de ser español que se mueven en la horquilla del 25-30%, significativos aún en relación con el resto de comunidades, a las que cuanto menos, duplican. Castilla y León ocupa la undécima posición de la lista con un 5% de personas que se sienten poco o nada orgullosas de ser españoles, si bien es cierto que las distancias entre comunidades que tienen porcentajes similares son tan pequeñas que las posiciones no pueden ser consideradas como significativas; no al menos tanto como la abrumadora mayoría (más de un 90% para once comunidades) de personas que manifiestan sentirse orgullosas de ser españolas (ver anexo mapas, p. 19).

2.2.4.2.4. El orgullo regional

También se repite, en este caso en la pregunta número 22, la cuestión sobre el orgullo regional que ya habíamos visto en el estudio 2.610. Las opciones, nuevamente, vuelven a ser las mismas, como se puede observar en la tabla 17.

	Muy orgulloso/a	Bastante orgulloso/a	Poco orgulloso/a	Nada orgulloso/a	N.S.	N.C.
Andalucía	69	25,2	2,1	0,7	1,8	1,2
Aragón	55,5	31,6	6,3	1,4	0,4	4,9
Asturias (Principado de)	68,7	23,8	1,7	1,3	3,5	1
Baleares (Islas)	62,1	25,7	5,1	2,1	2,1	2,8
Canarias	79,9	15,9	2,2	0,6	0,7	0,7
Cantabria	65,6	25,6	2	3,2	1,8	1,8
Castilla-La Mancha	59,9	23,6	4,7	2,2	5,8	3,7
Castilla y León	42,2	37,6	12,2	4,1	2,2	1,7
Cataluña	50,5	32,2	9	3,8	2,2	2,3
Comunidad Valenciana	50	30,9	8,2	6,4	2,5	2
Extremadura	73,1	19,1	3,4	0,8	2,5	1,1
Galicia	52,9	43,8	1,5	0,7	0,5	0,7
Madrid (Comunidad de)	34,4	26,6	10,1	5,7	8	15,1
Murcia (Región de)	61,1	28,3	5,9	2	1,4	1,2
Navarra (Comunidad Foral de)	42,9	40,6	5,4	3,3	5,4	2,4
País Vasco	34	49	6,5	3,1	4,5	2,9
Rioja (La)	45,1	44,4	3,4	1,7	2,9	2,4
Ceuta	65,2	22,8	3,2	0,8	0	8
Melilla	61,2	20,8	4,4	2	0	11,6
MEDIA NACIONAL	53,9	30,1	6,2	3,1	3,1	3,7

Tabla 17. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad autónoma? Fuente: CIS

En aras de conseguir unos resultados más clarificadores para los objetivos de la presente investigación, hemos vuelto a elaborar una segunda tabla en la que

se refunden las categorías para dejarlas en sólo dos: muy orgulloso o bastante orgulloso de ser de su comunidad autónoma y poco o nada orgulloso de ser de su comunidad autónoma.

	Muy o bastante orgulloso	Poco o nada orgulloso
Galicia	96,7	2,2
Canarias	95,8	2,8
Andalucía	94,2	2,8
Asturias (Principado de)	92,5	3
Extremadura	92,2	4,2
Cantabria	91,2	5,2
Rioja (La)	89,5	5,1
Murcia (Región de)	89,4	7,9
Ceuta	88	4
Baleares (Islas)	87,8	7,2
Aragón	87,1	7,7
Castilla-La Mancha	83,5	6,9
Navarra (Comunidad Foral de)	83,5	8,7
País Vasco	83	9,6
Cataluña	82,7	12,8
Melilla	82	6,4
Comunidad Valenciana	80,9	14,6
Castilla y León	79,8	16,3
Madrid (Comunidad de)	61	15,8

Tabla 18. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad autónoma? (simplificada). Fuente: CIS

Tal y como se puede observar en la tabla 18, ordenada en este caso de manera descendente siguiendo como criterio guía la categoría “muy orgulloso o bastante orgulloso”, Galicia encabeza la lista de orgullo regional con un 96,7%,

seguida de Canarias, Andalucía, Asturias, Extremadura y Cantabria, todas ellas por encima del 90% (ver anexo mapas, p. 21).

Llama la atención también que Cataluña y País Vasco ocupan posiciones bastante más retrasadas en esta clasificación, si bien puede deberse al fenómeno de polarización de la opinión pública que ya comentamos para el estudio 2.610: en el caso vasco algunos aquellos que no son nacionalistas pueden reaccionar con una respuesta “defensiva” (entendiendo que las opciones muy o bastante orgulloso pueden interpretarse como nacionalistas), y en el caso catalán puede suceder algo similar. La influencia de la inmigración interna (procedente de otras comunidades) también puede dejarse notar en estos resultados.

Pero también son especialmente reseñables las dos últimas posiciones de esta tabla, ocupadas respectivamente por Madrid y Castilla y León. El influjo capitalino puede ser el motivo de esta desafección regional (aunque es cierto que Madrid tampoco era de las comunidades que más orgullo español mostraba), si bien el efecto de la inmigración puede hacerse notar en el hecho de que Madrid haya un tercio menos de ciudadanos orgullosos de pertenecer a su comunidad que en muchas autonomías (ver anexo mapas, p. 22).

El caso castellanoleonés también es significativo, porque se encuentra sustancialmente alejado de los sentimientos de orgullo regional expresado por otras comunidades como las mencionadas anteriormente (Galicia, Canarias, Andalucía...). Las razones históricas que ya debatimos en el apartado de Historia y Política pueden explicar este lapso interautonómico, si bien tampoco hay que olvidar que las respuestas de orgullo regional representan un porcentaje superior

a las tres cuartas partes de los encuestados. Comparativamente, menos que en otras comunidades; pero significativo aún.

2.2.4.2.5. Las relaciones con el Gobierno central

El estudio 2.829 incluye nuevas preguntas sobre las relaciones de las autonomías con el gobierno central que aportan interesantes matices para el estudio de la conciencia regional. La pregunta 26, por ejemplo, contiene el siguiente enunciado: Pensando en las relaciones actuales entre el Gobierno Central y (Gobierno autonómico), ¿cómo cree Ud. que son: de colaboración, de subordinación de la Administración autonómica a la central o de enfrentamiento? Las opciones que se sugieren son “De colaboración”, “De subordinación” y “De enfrentamiento” (ver tabla 19).

De las respuestas propuestas por el Centro de Investigaciones Sociológicas, las dos últimas parecen invitar al encuestado a pronunciarse con un mayor grado de conciencia regional, por cuanto implícitamente parecen manifestar un deseo de mayor autogobierno o libertad de la comunidad autónoma en cuestión para regir sus propios designios sin verse supervisada por un ente supra-autonómico. Por ello, en la tabla 20 hemos renombrado la primera categoría bajo el adjetivo de “Cordiales” y refundido las dos últimas bajo el epígrafe “Problemáticas”. Los resultados muestran un predominio de las relaciones problemáticas entre el Gobierno Central y las autonomías: la media de relaciones problemáticas asciende al 59%, frente a un 27,4% que las calificaría de cordiales según esta clasificación.

	De colaboración	De subordinación	De enfrentamiento	N.S.	N.C.
Andalucía	43,2	27,7	10,7	18	0,4
Aragón	27,9	47	7,9	15	2,2
Asturias (Principado de)	48	39,7	5,2	6,9	0,2
Baleares (Islas)	39,4	36,4	15,4	8,4	0,4
Canarias	37	28,1	21,6	12,6	0,7
Cantabria	50,5	24,7	7,9	16,5	0,5
Castilla-La Mancha	48,9	20,4	13,5	16,9	0,4
Castilla y León	17,5	20,4	39,3	22,3	0,5
Cataluña	26,5	26,2	39,4	7,1	0,8
Comunidad Valenciana	11,1	6,3	73,4	8,8	0,4
Extremadura	48,1	19,1	10,3	22,1	0,4
Galicia	23,5	13,3	48,3	15	0
Madrid (Comunidad de)	5,9	2,8	82,4	6,9	1,9
Murcia (Región de)	5,3	6,3	71,1	17,4	0
Navarra (Comunidad Foral de)	53,3	18,4	12,7	15,3	0,2
País Vasco	34,9	26,6	19,2	18,6	0,7
Rioja (La)	18,8	19,8	50	11,2	0,2
Ceuta	57,2	20,8	16	5,6	0,4
Melilla	18	10	56,8	12,8	2,4
MEDIA NACIONAL	27,4	20,1	38,9	12,9	0,7

Tabla 19. ¿Cómo calificaría las relaciones entre el Gobierno central y el Gobierno de su Comunidad? Fuente: CIS

	Problemáticas	Cordiales
Madrid (Comunidad de)	85,2	5,9
Comunidad Valenciana	79,7	11,1
Murcia (Región de)	77,4	5,3
Rioja (La)	69,8	18,8
Melilla	66,8	18
Cataluña	65,6	26,5
Galicia	61,6	23,5
Castilla y León	59,7	17,5
Aragón	54,9	27,9
Baleares (Islas)	51,8	39,4
Canarias	49,7	37
País Vasco	45,8	34,9
Asturias (Principado de)	44,9	48
Andalucía	38,4	43,2
Ceuta	36,8	57,2
Castilla-La Mancha	33,9	48,9
Cantabria	32,6	50,5
Navarra (Comunidad Foral de)	31,1	53,3
Extremadura	29,4	48,1
MEDIA NACIONAL	59	27,4

Tabla 20. ¿Cómo calificaría las relaciones entre el Gobierno central y el Gobierno de su Comunidad? (simplificada). Fuente: CIS.

Esta segunda lista está sorprendentemente encabezada por la Comunidad madrileña, donde sólo el 5% de habitantes considera que la relación con el Gobierno Central es de colaboración, frente a un 85% que, de un modo u otro, la entiende como problemática; quizá por la diferencia de signo político entre el gobierno del país y de la Comunidad Autónoma. Pero más reseñable aún es,

como decíamos, que en once comunidades sean más los ciudadanos que entienden las relaciones con el gobierno central como problemáticas que los que las consideran cordiales (ver anexo mapas, p. 23).

Castilla y León ocupa la séptima posición en la lista de comunidades que consideran problemática su relación con el Estado, lo cual redundará en que, si bien como habíamos visto antes no es ésta la autonomía con mayor sentimiento identitario, sí existe una sensación de que la autonomía se siente desasistida por el Gobierno central (ya sea por subordinación de las necesidades de una al otro o por enfrentamiento entre ambos), y es una sensación bastante generalizada. Sin embargo, también existe un deseo bastante generalizado en prácticamente todas las autonomías de que las relaciones entre el Gobierno central y los gobiernos autonómicos se aproximen a la senda del pactismo en lugar de la vía del enfrentamiento o la subordinación.

Así se desprende de los resultados de la pregunta 44 del Barómetro Autonómico II, que reza: A la hora de debatir una norma o medida puede haber distintos puntos de vista entre el (Gobierno autonómico) y el Gobierno central. Cuando esto sucede, ¿cuál cree Ud. que debe ser la actitud del (Gobierno autonómico)? Tres son las opciones que se ofrecían al entrevistado: “Enfrentarse al Gobierno Central y defender su punto de vista”, “Negociar entre ambas partes hasta llegar a un acuerdo” y “Aceptar los criterios del Gobierno Central” .

Los resultados a la citada pregunta se pueden examinar en la tabla 21, ordenada de forma descendente en función de la primera respuesta de las tres

citadas anteriormente, por considerarse que era la que más resaltaba la conciencia regional.

	Enfrentarse al Gobierno Central y defender su punto de vista	Negociar entre ambas partes hasta llegar a un acuerdo	Aceptar los criterios del Gobierno Central	N.S.	N.C.
Murcia (Región de)	31,6	60,9	4	3,2	0,2
País Vasco	22,1	66,9	4,7	6	0,4
Cataluña	21,8	72,4	4	1,2	0,6
Aragón	19,2	70	3,8	5,3	1,6
Melilla	18,8	66	8,4	3,2	3,6
Ceuta	18	79,6	2,4	0	0
Navarra (Comunidad Foral de)	16,3	71	6,6	5,9	0,2
Extremadura	16,2	67,4	5	10,5	0,8
Asturias (Principado de)	15,4	67,8	10,2	5,8	0,6
Castilla-La Mancha	15,4	69,3	6,9	8,1	0,4
Canarias	13,9	78,6	4,3	2,8	0,6
Castilla y León	13,6	75,8	2,7	7,4	0,5
Rioja (La)	12,9	75,9	9,3	2	0
Comunidad Valenciana	11,6	76,2	8,3	3,9	0
Cantabria	11,3	77,4	3,8	6,8	0,7
Andalucía	10,8	71,3	5,3	11,1	1,5
Baleares (Islas)	9,4	87,4	1,5	1,7	0
Madrid (Comunidad de)	8,4	69,9	13,4	6,2	2,1
Galicia	7,3	76,2	7,5	7,3	1,7
MEDIA NACIONAL	14,3	72,4	6,5	5,9	0,9

Tabla 21. A la hora de debatir una norma o medida puede haber distintos puntos de vista entre el (Gobierno autonómico) y el Gobierno central. Cuando esto sucede, ¿cuál cree Ud. qué debe ser la actitud del (Gobierno autonómico)? Fuente: CIS

En este sentido, encabezan la tabla de comunidades con mayores porcentajes favorables al enfrentamiento Murcia, Cataluña y País Vasco, con porcentajes entre el 20% y el 30% de los encuestados (ver anexo mapas, p. 24). El resto de comunidades cuentan con un porcentaje favorable al enfrentamiento que se mueve entre un 10% y un 20% (Castilla y León tiene un 13,6%), guarismos todos ellos que quedan eclipsados por la amplia mayoría (72,4% de la media nacional) que abogan por el pactismo.

La opción centralista absoluta, representada por la opción “Aceptar los criterios del Gobierno central” apenas alcanza un 5% en la media nacional y sólo roza el 10% en comunidades como Asturias, La Rioja y Comunidad Valenciana (Madrid es la líder en esta categoría con un 13,4%, muy inferior así y todo al 69,9% que aboga por el pactismo).

2.2.4.2.6. Sentimiento español Vs sentimiento regional

El estudio 2.829 también incluye la pregunta “¿Con qué frase se identifica Ud. más?” referida a las diferentes opciones que ponen en comparación el sentimiento identitario hacia la comunidad autónoma y hacia el Estado español. La tabla 22 ofrece los resultados generales a esta pregunta, mientras que en la tabla 23 se muestran sólo las respuestas excluyentes (“me siento solamente español” y “me siento únicamente de mi comunidad”) para ver de manera más clara los porcentajes de sentimiento regional y sentimiento español en las distintas comunidades autónomas.

	Me siento únicamente español	Me siento más español que de la Comunidad Autónoma	Me siento tan español como de la Comunidad Autónoma	Me siento más de la Comunidad Autónoma que español	Me siento únicamente de la Comunidad Autónoma	N. S.	N. C.
Andalucía	51	7,1	68,9	16,1	1,1	0,4	1,3
Aragón	5,7	10,9	67,6	9,5	0,8	0,2	5,3
Asturias (Principado de)	5,6	16,3	60,8	13,6	0,6	1,3	1,9
Baleares (Islas)	9	7,5	56,3	21	4,5	0,2	1,5
Canarias	3	2,4	47,9	37,9	7,6	0,2	1,1
Cantabria	8,1	8,6	68,6	10,6	0,2	2,3	1,6
Castilla-La Mancha	18	9,4	66,7	2,1	0,2	2,2	1,5
Castilla y León	17,8	21,4	53,5	3,4	0,5	1	2,2
Cataluña	8,2	9	41,3	25,6	13,6	0,8	1,6
Comunidad Valenciana	16,4	15	56,1	9	1,5	0,9	1,1
Extremadura	4,4	6,7	74,4	12,4	0,2	1,1	0,8
Galicia	3,2	3,3	68,7	22,1	2	0,2	0,5
Madrid (Comunidad de)	28,1	10,8	38,4	2,2	0,7	3,5	16,3
Murcia (Región de)	4,9	9,9	79,1	4,3	0	0,4	1,4
Navarra (Comunidad Foral de)	2,4	5,9	38,9	30,7	10,4	0,2	11,6
País Vasco	4,3	6,3	36,3	24,1	23,7	2,4	2,9
Rioja (La)	6,1	9,8	70,2	7,3	1,2	2,4	2,9
Ceuta	8,8	14,8	64,8	8,8	0,4	0	2,4
Melilla	10	9,6	65,6	3,2	4,8	0	6,8
MEDIA NACIONAL	11,1	9,7	55	14,8	4,6	1,2	3,7

Tabla 22. ¿Con qué frase se identifica más? Fuente: CIS

En los primeros puestos de la lista de aquellos que se consideran únicamente españoles destaca por encima de todas las comunidades Andalucía, con más de la mitad de los encuestados (51%) optando por tal respuesta. Madrid,

las dos Castillas y Valencia la siguen en la lista con porcentajes, respectivamente, del 28,1%, 18%, 17,8% y 16,4% (ver anexo mapas, p. 25).

	Me siento únicamente español		Me siento únicamente de la Comunidad Autónoma
Andalucía	51	País Vasco	23,7
Madrid (Comunidad de)	28,1	Cataluña	13,6
Castilla-La Mancha	18	Navarra (Comunidad Foral de)	10,4
Castilla y León	17,8	Canarias	7,6
Comunidad Valenciana	16,4	Melilla	4,8
Melilla	10	Baleares (Islas)	4,5
Baleares (Islas)	9	Galicia	2
Ceuta	8,8	Comunidad Valenciana	1,5
Cataluña	8,2	Rioja (La)	1,2
Cantabria	8,1	Andalucía	1,1
Rioja (La)	6,1	Aragón	0,8
Aragón	5,7	Madrid (Comunidad de)	0,7
Asturias (Principado de)	5,6	Asturias (Principado de)	0,6
Murcia (Región de)	4,9	Castilla y León	0,5
Extremadura	4,4	Ceuta	0,4
País Vasco	4,3	Cantabria	0,2
Galicia	3,2	Castilla-La Mancha	0,2
Canarias	3	Extremadura	0,2
Navarra (Comunidad Foral de)	2,4	Murcia (Región de)	0
MEDIA NACIONAL	11,1	MEDIA NACIONAL	4,6

Tabla 23. ¿Con qué frase se identifica más? Opciones extremas listadas en orden descendente. Fuente: CIS

	Personas que se sienten principal o únicamente de la comunidad autónoma
País Vasco	47,8
Canarias	45,5
Navarra (Comunidad Foral de)	41,1
Cataluña	39,2
Baleares (Islas)	25,5
Galicia	24,1
Andalucía	17,2
Asturias (Principado de)	14,2
Extremadura	12,6
Cantabria	10,8
Comunidad Valenciana	10,5
Aragón	10,3
Ceuta	9,2
Rioja (La)	8,5
Melilla	8
Murcia (Región de)	4,3
Castilla y León	3,9
Madrid (Comunidad de)	2,9
Castilla-La Mancha	2,3
MEDIA NACIONAL	19,4

Tabla 24. ¿Con qué frase se identifica más? Opciones que priorizan el sentimiento regional. Fuente: CIS

Los tres primeros casos explicarían esta exaltación del sentimiento español por encima del sentimiento regional por ser o haber sido el corazón de España como estado, mientras que en el caso de Valencia quizá entren factores como la

oposición al nacionalismo catalán. El resto de comunidades se mueven en porcentajes inferiores al 10%, con algunos casos tan llamativos como el exiguo 2,4% de navarros que optan por la respuesta de sentirse únicamente españoles.

Por el extremo opuesto, País Vasco, Cataluña y Navarra vuelven a liderar la lista en porcentaje de ciudadanos que reivindican exclusivamente su condición regional (ver anexo mapas, p. 26). En el caso del País Vasco, la proporción se sitúa en un relevante 27%, esto es, uno de cada cuatro ciudadanos de esta comunidad autónoma se sienten exclusivamente vascos. En Cataluña el porcentaje de ciudadanos que sólo reivindican su condición autonómica se rebaja hasta menos de la mitad, un 13,6%, mientras que en Navarra apenas supera el 10%. El resto de comunidades se encuentran por debajo de esa frontera; de hecho en ocho de ellas el porcentaje no alcanza el 1%, lo que hace que se pueda considerar a esta opción como marginal. Castilla y León se encuentra enmarcada en este último grupo, con tan solo un 0,5% de ciudadanos que se sienten única y exclusivamente castellanoleoneses.

Por último, resulta interesante, dentro del análisis de la presente pregunta, hacer un estudio agregado de las respuestas que priorizan el sentimiento regional por encima del sentimiento de pertenencia a España. Tal y como se vio en el análisis del Barómetro Autonómico I, esta opción se corresponde con las dos últimas respuestas posibles que se proporcionaban: “Me siento más de la Comunidad que español” y “Me siento únicamente de la Comunidad”. Como se puede observar en la tabla 26, País Vasco, Canarias, Navarra y Cataluña lideran la clasificación de respuestas que priorizan el sentimiento regional por encima de

cualquier otra opción (ver anexo mapas, p. 27). En el caso de País Vasco y Canarias, el agregado de las dos opciones que exaltan el sentimiento identitario regional roza el 50% (47,8% en el caso de la autonomía vasca, 45,5% en el caso canario), mientras que en Navarra y Cataluña esta opción recoge en torno a un 40% de simpatizantes. El porcentaje sigue siendo significativo en comunidades como Baleares y Galicia, con aproximadamente uno de cada cuatro encuestados respondiendo en este sentido, o Andalucía, Asturias, Extremadura, Cantabria, Comunidad Valenciana y Aragón, cuyos porcentajes superan el 10%.

Como era de esperar, a la luz de los datos ya vistos en la tabla 23, la clasificación de la tabla 24 la cierran las comunidades de Murcia, Castilla y León, Madrid y Castilla-La Mancha. Ninguna de ellas alcanza el 5% en el agregado de respuestas que priorizan el sentimiento regional.

2.2.4.2.7. El impacto del nacionalismo

Por último, en lo que a este Barómetro autonómico II se refiere, cabe destacar la pregunta número 51, sobre la orientación política de los encuestados, por cuanto una de las opciones de respuesta es, precisamente, el nacionalismo. Obviamente no se puede identificar los porcentajes de simpatía por el nacionalismo con el total del sentimiento identitario regional, pero sí resulta sin duda sintomático de una mayor o menor exaltación de tal sentimiento en las distintas comunidades.

	Nacionalista	Nacionalista (2ª opción)
País Vasco	26,4	3,3
Cataluña	11,1	4,4
Navarra (Comunidad Foral de)	5,7	2,8
Baleares (Islas)	4,7	3
Canarias	4,4	1,8
Galicia	4,3	2,8
Ceuta	3,2	5,6
Melilla	2,4	2
Comunidad Valenciana	2	0,8
Castilla y León	1,5	2,7
Aragón	1,2	0,2
Castilla-La Mancha	1,1	0,7
Extremadura	1,1	0,8
Rioja (La)	0,7	0
Asturias (Principado de)	0,6	0,4
Madrid (Comunidad de)	0,6	0,1
Cantabria	0,5	0,5
Andalucía	0,4	0,2
Murcia (Región de)	0,2	0,2
MEDIA NACIONAL	4,3	1,6

Tabla 25. Ciudadanos que eligen el nacionalismo como primera y segunda opción política. Fuente: CIS

La tabla 25 recopila no solo a aquellos que escogen el nacionalismo como primera opción política, sino también a aquellos que, aun habiendo escogido otra como primera opción, apuestan por el nacionalismo como segunda alternativa política. El País Vasco es la comunidad autónoma en la que el nacionalismo

congrega más simpatizantes como opción política, con un porcentaje (26,4%, 29,7% si se incluyen aquellos que eligen al nacionalismo como segunda opción) que casi triplica al de su inmediata perseguidora, Cataluña (11,1% y 4,4%). En el resto de comunidades, la opción nacionalista no llega al 10% en ningún caso, ni siquiera en Navarra, donde la influencia del nacionalismo vasco cosecha un agregado de 8,5% encuestados que optan por el nacionalismo como primera o segunda opción política (ver anexo mapas, p. 28).

Del resto de comunidades destaca Canarias y Galicia por ser las únicas, aparte de las ya mencionadas, cuyo porcentaje de nacionalistas supera el 5%. En Castilla y León, pese a ser, como en la mayoría de las autonomías españolas, un porcentaje marginal, llama la atención que haya más ciudadanos que consideran el nacionalismo como primera o segunda opción (4,2%) que de ciudadanos que se sienten más castellanoleoneses que españoles (0,5%), lo cual puede deberse al mero desconocimiento de quienes contestan o al influjo de los nacionalistas leoneses.

2.2.4.2.8. Conclusiones generales del Barómetro Autonómico II

Algunas de las conclusiones principales que se pueden extraer del estudio del Barómetro Autonómico II son las siguientes:

- Cataluña y País Vasco siguen siendo, al igual que en 2005, las comunidades que manifiestan de manera más sistemática y consistente una identidad regional a través de las respuestas a las distintas preguntas que interpelan a este sentimiento identitario. En el caso vasco, esta identidad deriva con

más facilidad hacia la ruptura y en el caso catalán se aprecia una mayor tendencia pactista. Es, en todo caso, solo en estas dos comunidades donde se encuentra un arraigo significativo de la opción nacionalista dentro de las distintas filiaciones políticas.

- El influjo vasco determina también un sentimiento identitario más desarrollado en la comunidad foral de Navarra que, a veces, también se traduce en una tendencia de confrontación hacia el Estado español.
- El sentimiento de orgullo regional está especialmente desarrollado en comunidades como Galicia, Canarias, Andalucía, Asturias, Baleares, Extremadura y Cantabria. En muchos de estos casos el sentimiento identitario se traduce en demandas de mayor autonomía para su región.
- En comunidades como Madrid, Castilla-La Mancha y Castilla y León el sentimiento regional aparece diluido casi por completo bajo el sentimiento español. En el primero de los casos esto puede deberse a la condición de capital administrativa del Estado español de Madrid; mientras que las raíces históricas que, como se verá más adelante, hicieron que el sentimiento de ser español y de pertenecer a la región se solaparan, parecen ser la explicación principal de la no exaltación del sentimiento regional en el caso de las dos Castillas.

2.2.4.3. Comparación y evolución entre los barómetros autonómicos

A la luz de los resultados de los dos barómetros se decidió hacer una comparación para estudiar si, en el curso de la última década, se había producido algún cambio significativo con respecto a las distintas identidades autonómicas

en general, y a la castellanoleonesa en particular, en lo que atañe a esta investigación. Así, se pusieron en relación algunas de las preguntas analizadas en los epígrafes anteriores, que se repetían en el estudio 2.610 y en el 2.829.

2.2.4.3.1. ¿Qué significa España para los españoles?

La tabla 26 recopila los resultados completos para la pregunta “¿Qué significa España para Ud.?”, formulada en 16ª posición en el Barómetro autonómico I y en 20ª en el Barómetro autonómico 2. Especialmente interesante a la hora de elaborar conclusiones resulta la puesta en relación también de las tablas simplificadas que se elaboraron en el presente análisis de los barómetros autonómicos para los estudios 2.610 y 2.829 respectivamente. Los resultados se pueden examinar en la tabla 27, ordenados de modo descendente siguiendo como criterio guía las respuestas que no resaltan la conciencia regional.

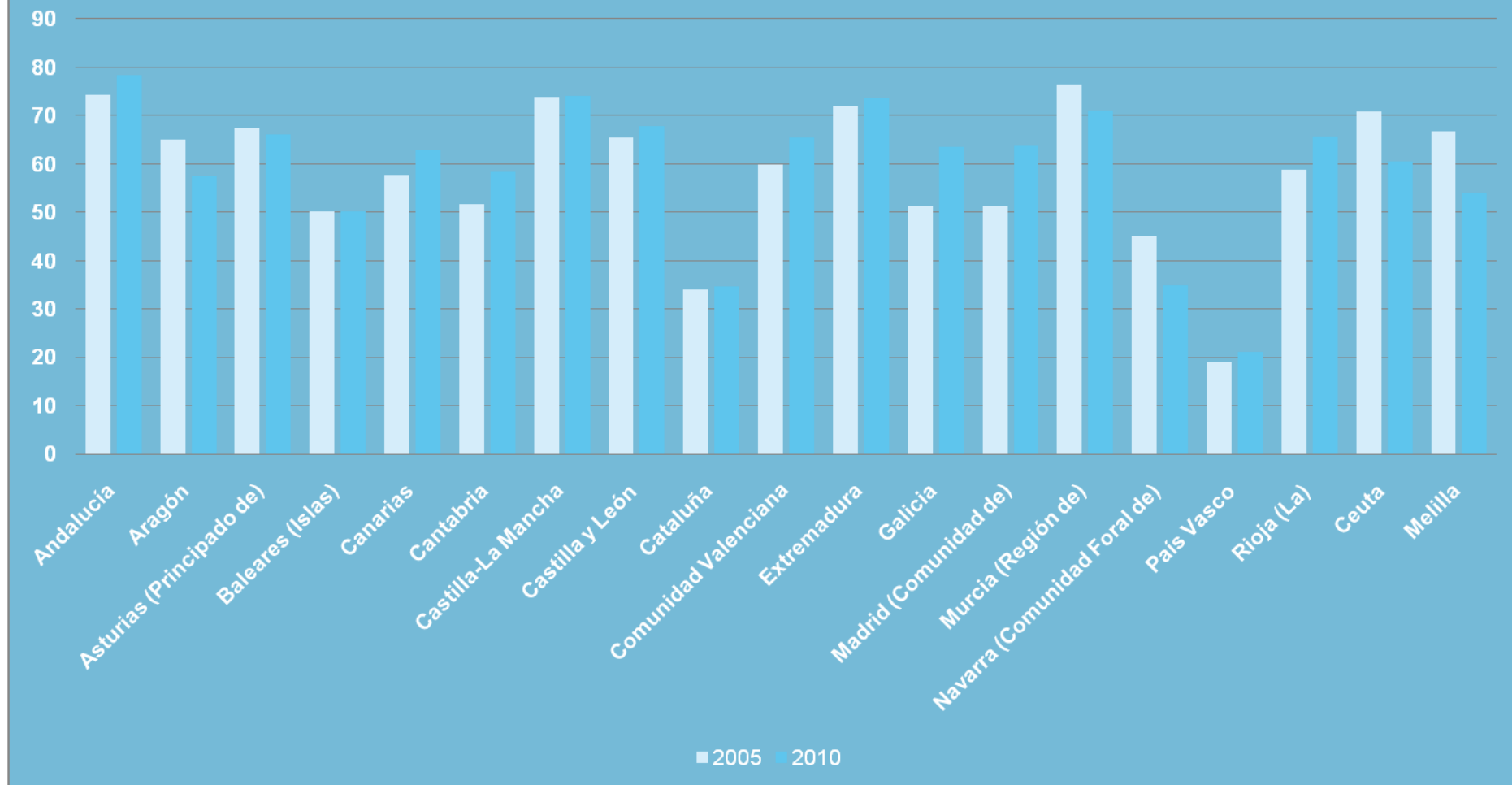
Como se puede comprobar, en 2010 apenas existen cambios significativos que desvíen de las conclusiones extraídas para 2005: la gran mayoría de comunidades siguen presentando en torno a un 90% de respuestas que no resaltan especialmente la conciencia regional, excepción hecha de País Vasco, Navarra y Cataluña. De ellas, sólo la última presenta un cambio significativo: un 10% aproximadamente de las posturas moderadas de 2005 se reparten entre la subida de casi un 4% de las respuestas que no resaltan conciencia regional alguna y el casi 3% más de personas que cambian a posiciones regionalistas más extremas.

Comunidad Autónoma	% Año	Mi país	Una nación de la que me siento miembro	El Estado del que soy ciudadano	Un Estado formado por varias nacionalidades y regiones	Un Estado ajeno, del que mi país no forma parte	Ninguna de las anteriores	N.S.	N.C.
Andalucía	%2005	74.3	12.1	9.3	2.3	0	0	1.5	0.4
	% 2010	78.3	10.0	7.1	3.0	0.4	0.5	0.6	0
Aragón	%2005	65.0	17.2	11.6	5.0	0	0	0.6	0.6
	% 2010	57.5	18.0	18.0	4.0	0	0.6	0.8	1.0
Asturias (Principado de)	%2005	67.4	12.6	13.8	5.7	0.4	0	0.2	0
	% 2010	66.0	19.4	9.8	3.1	0.2	0.6	0.6	0.2
Balears (Islas)	%2005	50.2	13.6	22.8	10.3	0.7	0	0.2	2.2
	% 2010	50.1	13.7	24.8	8.6	1.7	0.4	0.4	0.2
Canarias	%2005	57.7	11.5	21.5	7.1	1.2	0	0.6	0.4
	% 2010	62.8	10.9	19.4	3.1	1.7	1.3	0.4	0.4
Cantabria	%2005	51.6	16.5	24.5	5.7	0	0	1.6	.
	% 2010	58.4	18.1	19.0	2.9	0	0.9	0.2	0.5
Castilla-La Mancha	%2005	73.9	12.1	10.2	3.2	0	0	0	0.6
	% 2010	74.0	9.7	11.0	3.7	0.2	0.6	0.6	0.2
Castilla y León	%2005	65.5	17.9	12.5	3.3	0	0	0.8	0
	% 2010	67.8	14.2	13.7	3.1	0.2	0.7	0.2	0.2
Cataluña	%2005	34.1	11.2	18.3	30.5	5.3	0	0.4	0.1
	% 2010	34.7	13.8	18.8	21.8	7.9	1.7	0.7	0.7
Comunidad Valenciana	%2005	59.8	18.9	13.8	7.1	0.3	0	0	0.1
	% 2010	65.5	13.1	14.8	4.5	0.7	1.3	0	0
Extremadura	%2005	71.8	18.1	6.4	3.7	0	0	0	0
	% 2010	73.7	14.5	9.7	1.9	0	0	0.2	0

Galicia	%2005	51.2	17.8	15.3	14.4	0.7	0	0.3	0.3
	% 2010	63.4	15.3	13.3	7.8	0.2	0	0	0
Madrid (Comunidad de)	%2005	51.2	17.1	20.5	9.3	0	0	0.1	1.8
	% 2010	63.7	15.1	15.0	4.1	0	0.5	0.7	0.9
Murcia (Región de)	%2005	76.5	10.8	8.6	3.3	0	0	0.4	0.4
	% 2010	71.1	17.2	9.1	2.4	0	0	.	0.2
Navarra (Comunidad Foral de)	%2005	45.0	5.8	16.3	21.2	6.1		5.1	0.5
	% 2010	34.9	9.4	23.1	24.8	5.2	0.9	0.9	0.7
País Vasco	%2005	18.9	5.2	17.0	35.1	13.0	0	5.9	4.9
	% 2010	21.0	5.8	15.2	42.7	11.6	1.1	2.2	0.5
Rioja (La)	%2005	58.7	17.8	17.6	4.8	0	0	1.0	0.2
	% 2010	65.6	14.4	12.7	5.6	0.5	0.7	0.5	0
Ceuta	%2005	70.8	20.0	7.6	1.6	0	0	0	0
	% 2010	60.4	17.6	18.4	3.6	0	0	0	0
Melilla	%2005	66.8	20.3	11.8	0.5	0	0	0	0.5
	% 2010	54.0	20.0	14.0	4.4	0	1.6	0	6.0

Tabla 26. Comparativa Barómetros Autonómicos I y II a la pregunta: ¿Qué significa España para Ud.? Fuente: CIS

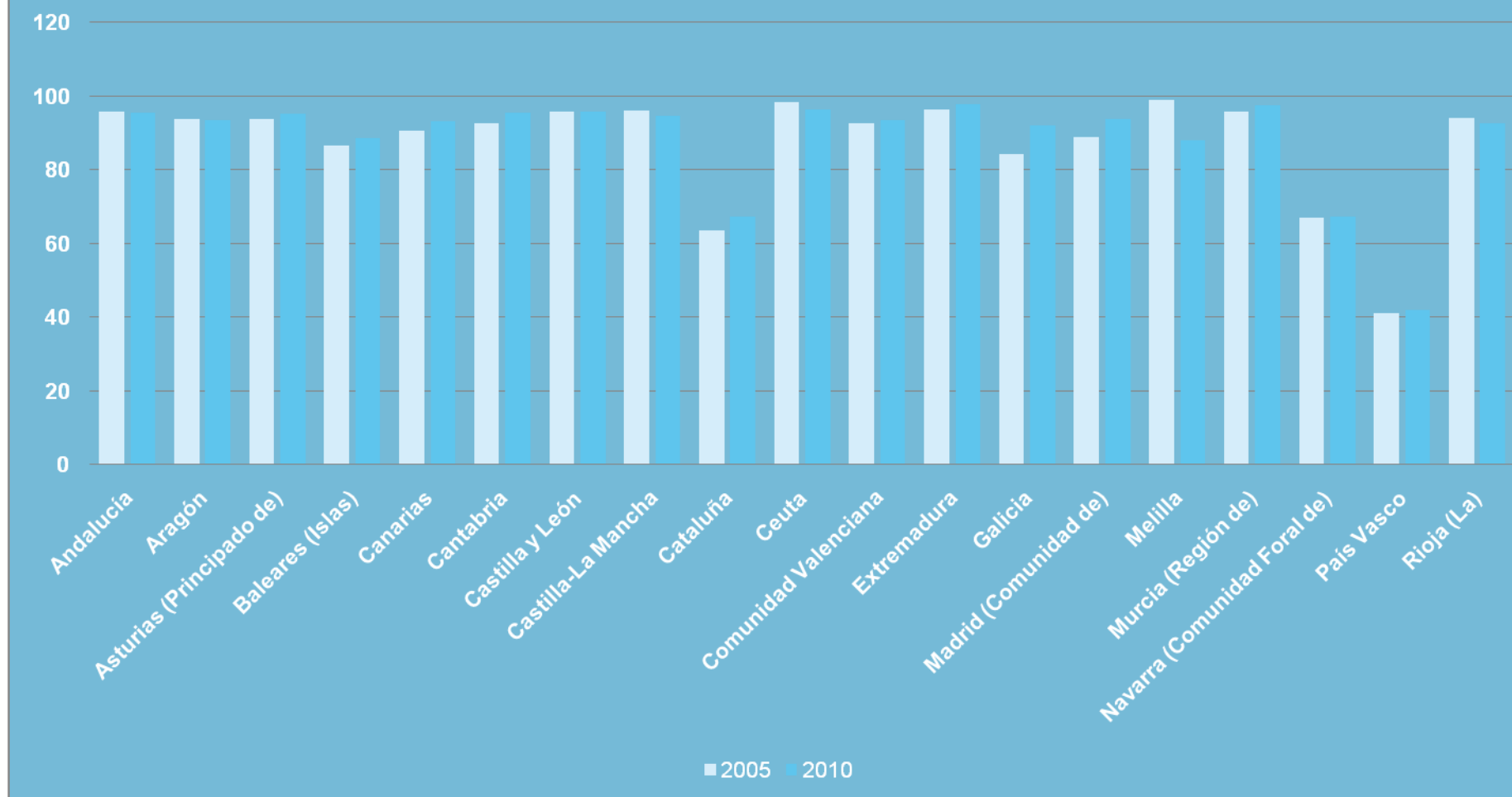
Ciudadanos que consideran a España su país



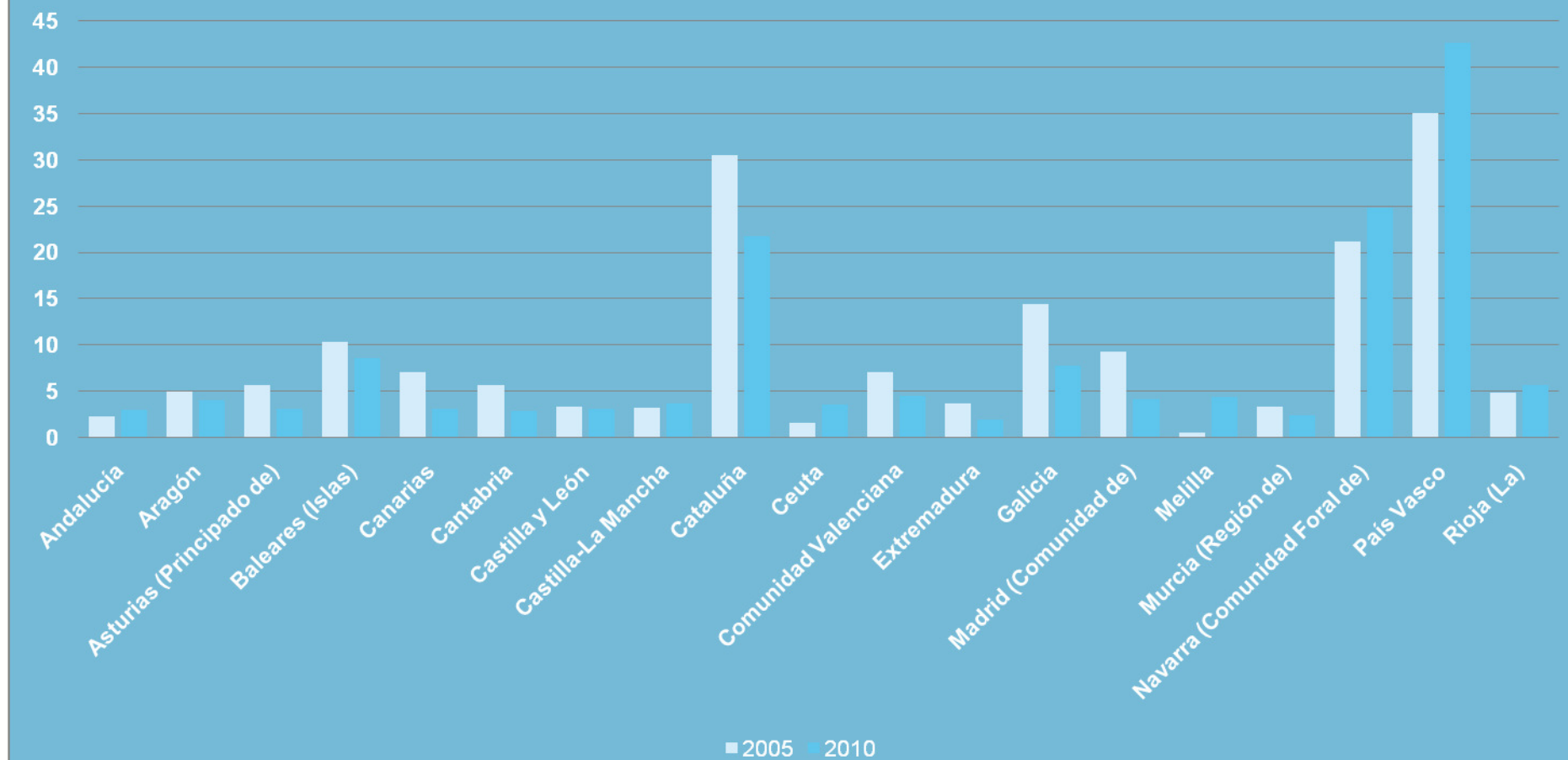
2010	Respuestas que no resaltan la conciencia regional	Conciencia regional moderada	Conciencia regional exacerbada	2005	Respuestas que no resaltan la conciencia regional	Conciencia regional moderada	Conciencia regional exacerbada
Extremadura	97,9	1,9	0	Melilla	98,9	0,5	0
Murcia (Región de)	97,4	2,4	0	Ceuta	98,4	1,6	0
Ceuta	96,4	3,6	0	Extremadura	96,3	3,7	0
Castilla y León	95,7	3,1	0,2	Castilla-La Mancha	96,2	3,2	0
Cantabria	95,5	2,9	0	Castilla y León	95,9	3,3	0
Andalucía	95,4	3	0,4	Murcia (Región de)	95,9	3,3	0
Asturias (Principado de)	95,2	3,1	0,2	Andalucía	95,7	2,3	0
Castilla-La Mancha	94,7	3,7	0,2	Rioja (La)	94,1	4,8	0
Madrid (Comunidad de)	93,8	4,1	0	Aragón	93,8	5,0	0
Aragón	93,5	4	0	Asturias (Principado de)	93,8	5,7	0,4
Comunidad Valenciana	93,4	4,5	0,7	Cantabria	92,6	5,7	.
Canarias	93,1	3,1	1,7	Comunidad Valenciana	92,5	7,1	0,3
Rioja (La)	92,7	5,6	0,5	Canarias	90,7	7,1	1,2
Galicia	92	7,8	0,2	Madrid (Comunidad de)	88,8	9,3	0
Baleares (Islas)	88,6	8,6	1,7	Baleares (Islas)	86,6	10,3	0,7
Melilla	88	4,4	0	Galicia	84,3	14,4	0,7
Navarra (Comunidad Foral de)	67,4	24,8	5,2	Navarra (Comunidad Foral de)	67,1	21,2	6,1
Cataluña	67,3	21,8	7,9	Cataluña	63,6	30,5	5,3
País Vasco	42	42,7	11,6	País Vasco	41,1	35,1	13,0

Tabla 27. Barómetros Autonómicos I y II. Comparativa simplificada: ¿Qué significa España para Ud.? Fuente: CIS

Respuestas que no resaltan la conciencia regional



Respuestas que indican una conciencia regional moderada



En Madrid también se aprecia un giro de en torno a un 5% desde posiciones regionalistas moderadas hacia el grueso de respuestas que no destacan la identidad regional en esta pregunta. Algo similar ocurre en Melilla, que experimenta un incremento del 10% en el número de entrevistados que optan por respuestas que no resaltan la conciencia regional.

El caso de Castilla y León es paradigmático de la mayoría del resto de comunidades, pues apenas experimenta un descenso de dos décimas tanto en las posturas regionalistas moderadas como en las posturas que no hacen alarde de regionalismo alguno. A cambio, las posturas regionalistas radicales experimentan un incremento igualmente de dos décimas, si bien siguen situándose en un 0,2% que, a todas luces, resulta escasamente significativo.

2.2.4.3.2. El orgullo de ser español

La tabla 28 refleja la comparación 2005-2010 con los resultados agregados de las respuestas “Poco o nada orgulloso” y “Muy orgulloso o bastante orgulloso” a la pregunta “¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español?”. No se aprecian grandes movimientos respecto al ítem “orgullo de ser español” durante estos cinco años de lapso entre los dos barómetros autonómicos; de hecho la media nacional apenas varía un par de décimas. Del mismo modo, no hay grandes movimientos en la lista, que en 2010 sigue estando encabezada por País Vasco, Cataluña y Navarra en el listado de comunidades con mayor índice de desafección hacia el hecho de ser español.

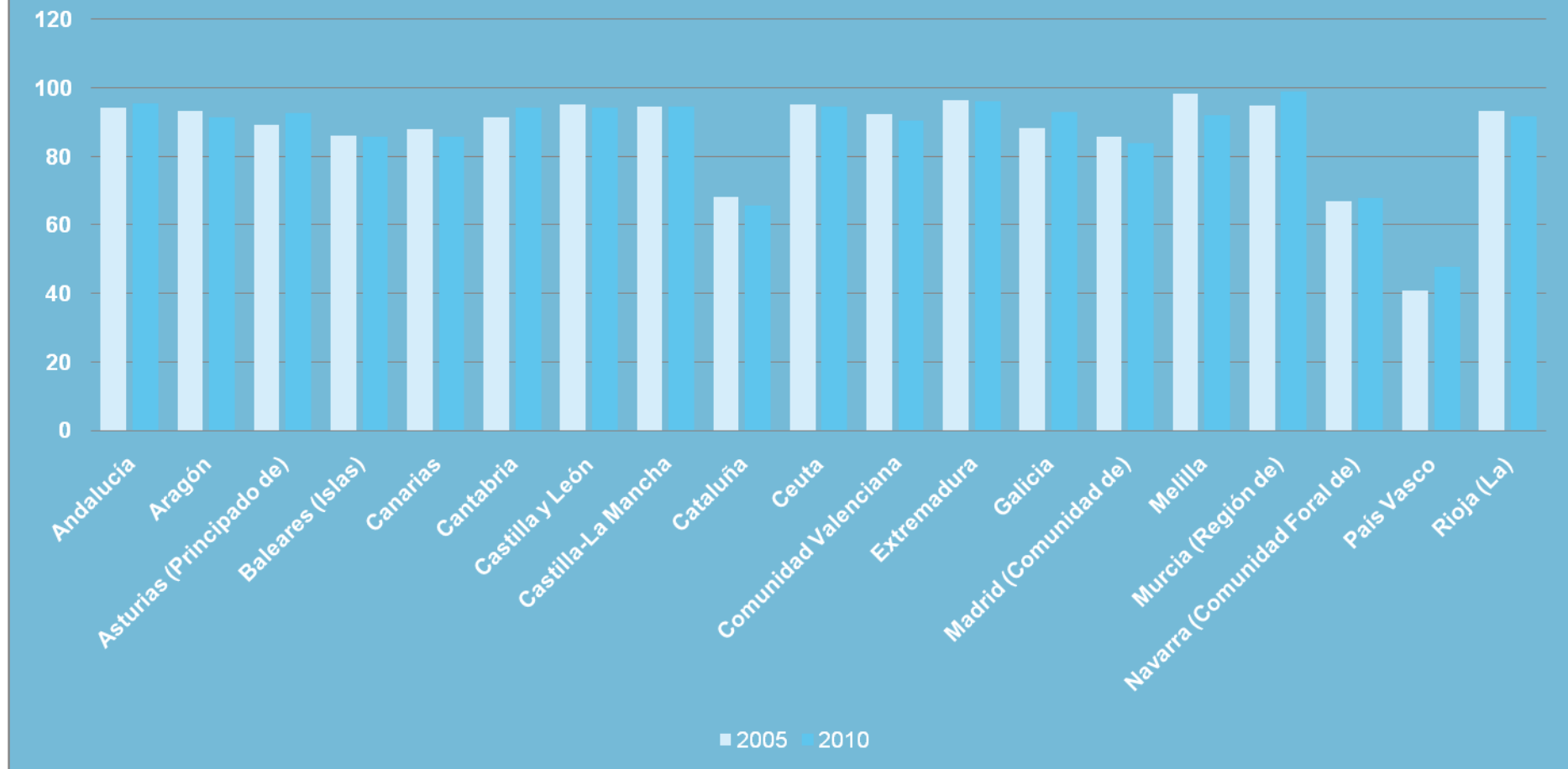
Estas tres comunidades son, en realidad, las únicas que presentan unos guarismos significativos para este indicador, ya que el resto de comunidades apenas alcanzan el 15% de personas que sienten poco o nada de orgullo por el hecho de ser español. Es llamativo, no obstante, que en el caso vasco el cambio de gobierno autonómico (por primera vez no nacionalista) parece haber elevado los índices de orgullo español. Pese a lo significativo que sigue siendo el 40,3% de vascos que se manifiestan poco o nada orgullosos por ser españoles, no deja de ser casi un 4% menos que cinco años antes. Del mismo modo, la cifra de vascos que sí se sienten bastante o muy orgullosos de ser españoles se dispara un 7%, lo cual introduce una diferencia significativa: si en 2005 eran más los vascos que se sentían poco o nada orgullosos de ser españoles que los que se sentían muy o bastante orgullosos de serlo, en 2010 sucede lo contrario: los vascos que se sienten orgullosos de ser españoles son ya un 7,5% más que los que expresan cierta desafección hacia el mismo hecho.

La desafección hacia el hecho de ser español crece en niveles poco significativos (en torno al 2-4%) en comunidades como Navarra, Canarias, Madrid, o Comunidad Valenciana, si bien en todos esos casos (especialmente en los tres últimos) sigue habiendo una abrumadora mayoría de ciudadanos que se sienten orgullosos de ser españoles. Castilla y León sigue esta tendencia, con un ligero aumento (1%) del número de ciudadanos que se sienten poco o nada orgullosos de ser españoles, paralelo al exiguo descenso (0,7%) de la abrumadora mayoría de ciudadanos (94,3% en 2010) que se sienten orgullosos de ser españoles.

2010	Poco o nada orgulloso	Muy orgulloso o bastante orgulloso	2005	Poco o nada orgulloso	Muy orgulloso o bastante orgulloso
País Vasco	40,3	47,8	País Vasco	44,1	40,8
Cataluña	29,4	65,7	Cataluña	30,2	68
Navarra (Comunidad Foral de)	26	67,7	Navarra (Comunidad Foral de)	22,9	66,9
Canarias	13,4	85,8	Baleares (Islas)	11	86
Baleares (Islas)	12,9	85,8	Galicia	10,2	88,3
Madrid (Comunidad de)	11,8	83,9	Canarias	9,9	87,9
Comunidad Valenciana	8,7	90,4	Madrid (Comunidad de)	9,1	85,7
Aragón	6,3	91,5	Asturias (Principado de)	7,9	89,3
Rioja (La)	6,1	91,7	Cantabria	6,6	91,3
Galicia	5,7	92,8	Comunidad Valenciana	6,3	92,4
Castilla y León	5	94,3	Aragón	5	93,2
Asturias (Principado de)	4,4	92,7	Murcia (Región de)	4,9	94,7
Cantabria	3,9	94,1	Andalucía	4,6	94,2
Andalucía	3,7	95,3	Rioja (La)	4,5	93,4
Castilla-La Mancha	3,7	94,4	Ceuta	4,4	95,2
Melilla	3,6	92	Castilla y León	4,1	95
Ceuta	3,2	94,4	Castilla-La Mancha	3,8	94,6
Extremadura	2,9	96,2	Extremadura	3,1	96,5
Murcia (Región de)	1	98,8	Melilla	1,1	98,4

Tabla 28. Barómetros Autonómicos I y II Comparativa simplificada: ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español? Fuente: CIS

Muy o bastante orgullosos de ser españoles



2.2.4.3.3. El orgullo regional

La tabla 29 analiza comparativamente los agregados a las respuestas “Muy o bastante orgulloso” y “Poco o nada orgulloso” referidas a las preguntas 18 y 22, respectivamente de los barómetros autonómicos de 2005 y 2010: ¿Hasta qué punto diría Ud. que se siente orgulloso de ser de su Comunidad Autónoma? De los resultados se desprende, de nuevo, que para una amplia mayoría de ciudadanos el orgullo regional es indiscutible. Todas las comunidades, excepción hecha de Madrid, se suelen mover en porcentajes que superan el 80% de ciudadanos que exaltan el orgullo regional a través de una pregunta, ésta, que interpela directamente a tal sentimiento.

De hecho el caso de Madrid es quizá el más descollante por ser el único que no sólo se mueve en guarismos diferentes al del resto de comunidades, sino porque además es la que mayor retroceso ha experimentado en el orgullo regional en los últimos cinco años, casi un 7% (un porcentaje que no se traslada directamente al saco de los poco o nada orgullosos, sino que se reparte entre esta categoría y la de los que optan por no contestar a la cuestión). Hay varios factores que pueden influir en la naturaleza de esta respuesta, significativamente dispar con respecto al resto de comunidades: por un lado la influencia de la inmigración en la población autonómica madrileña, por otro un cierto hartazgo hacia el autonomismo, que podría derivar en una respuesta “defensiva” (si no quiero que las otras comunidades se centren excesivamente en su orgullo regional, yo soy el primero que tengo que dar ejemplo no resaltando el mío), y por último la ya mencionada condición capitalina de Madrid con respecto a España, que podría

hacer que la identidad regional se viera solapada en numerosas ocasiones con la estatal.

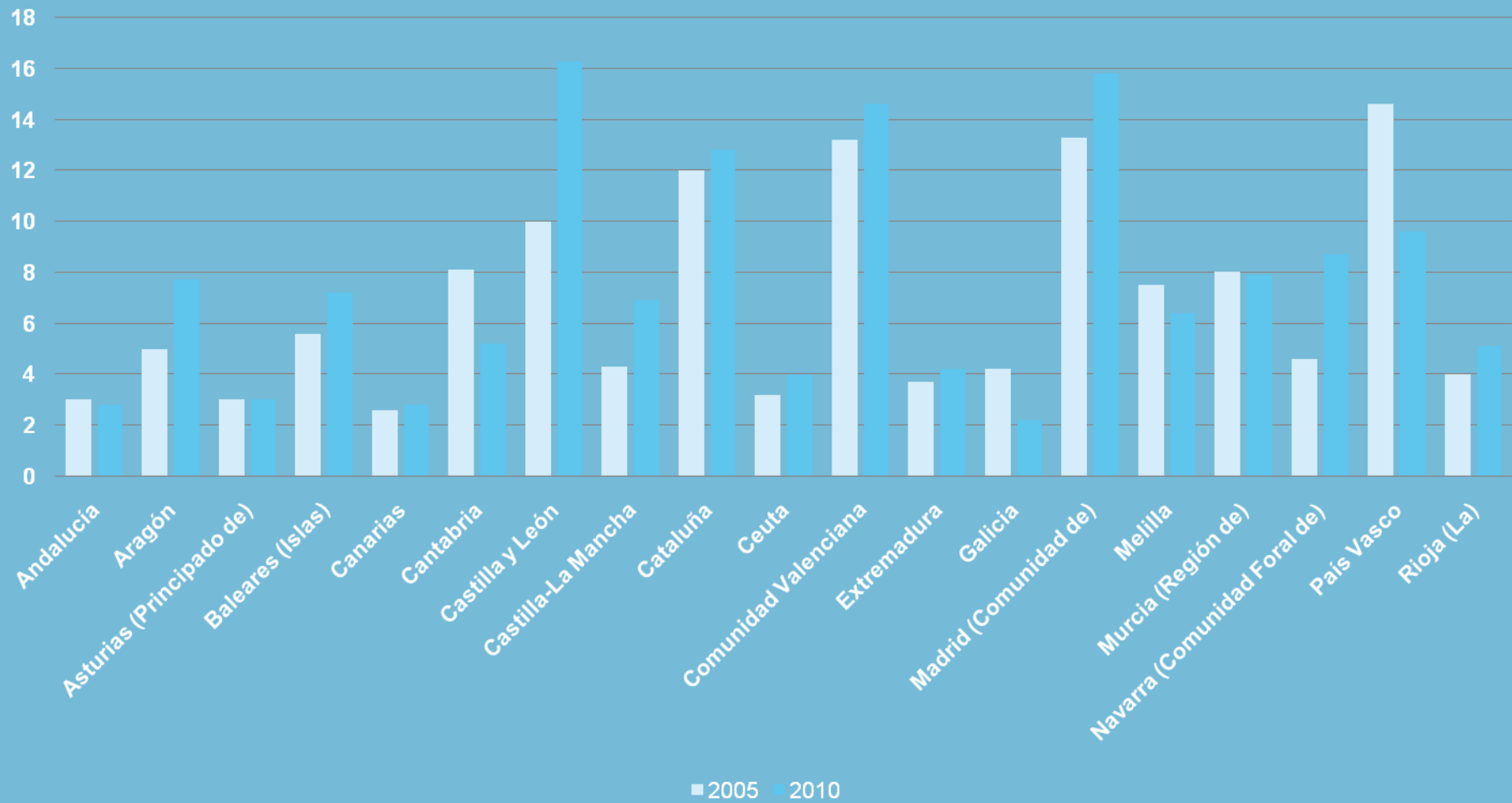
En términos similares a la última razón expuesta se podrían explicar los casos de Castilla-La Mancha y Castilla y León, si bien aquí puede ser un cúmulo de razones históricas (que se glosaron en el capítulo 2.1. dedicado a la Historia) y sociodemográficas las que favorecen una cierta dilución del orgullo regional. Sin olvidar que, en ambos casos, los porcentajes de ciudadanos muy o bastante orgullosos de pertenecer a su región es abrumadoramente dominante, no se puede obviar tampoco el descenso de en torno a un 5% (un 4,2 en Castilla-La Mancha y un 5,5% en el caso de Castilla y León) en el número de ciudadanos regionales orgullosos de serlo.

También llama la atención, por cuanto son las tres comunidades que sistemáticamente han presidido los índices de exaltación de la identidad regional hasta aquí, que Cataluña, Navarra y País Vasco no se encuentren a la cabeza de la clasificación de la tabla 29. Los motivos, como ya se sugirió también anteriormente, pueden estar relacionados, por un lado (en el caso de Cataluña y País Vasco, sobre todo), con el influjo de la población inmigrante procedente de otras comunidades; pero también con una cierta polarización de la opinión pública regional que podría conducir a que, aquellos que se sienten molestos con el carácter absorbente y expansionista del nacionalismo, opten por no resaltar su propio orgullo regional por temor a ser incluidos dentro de la misma categoría que les oprime.

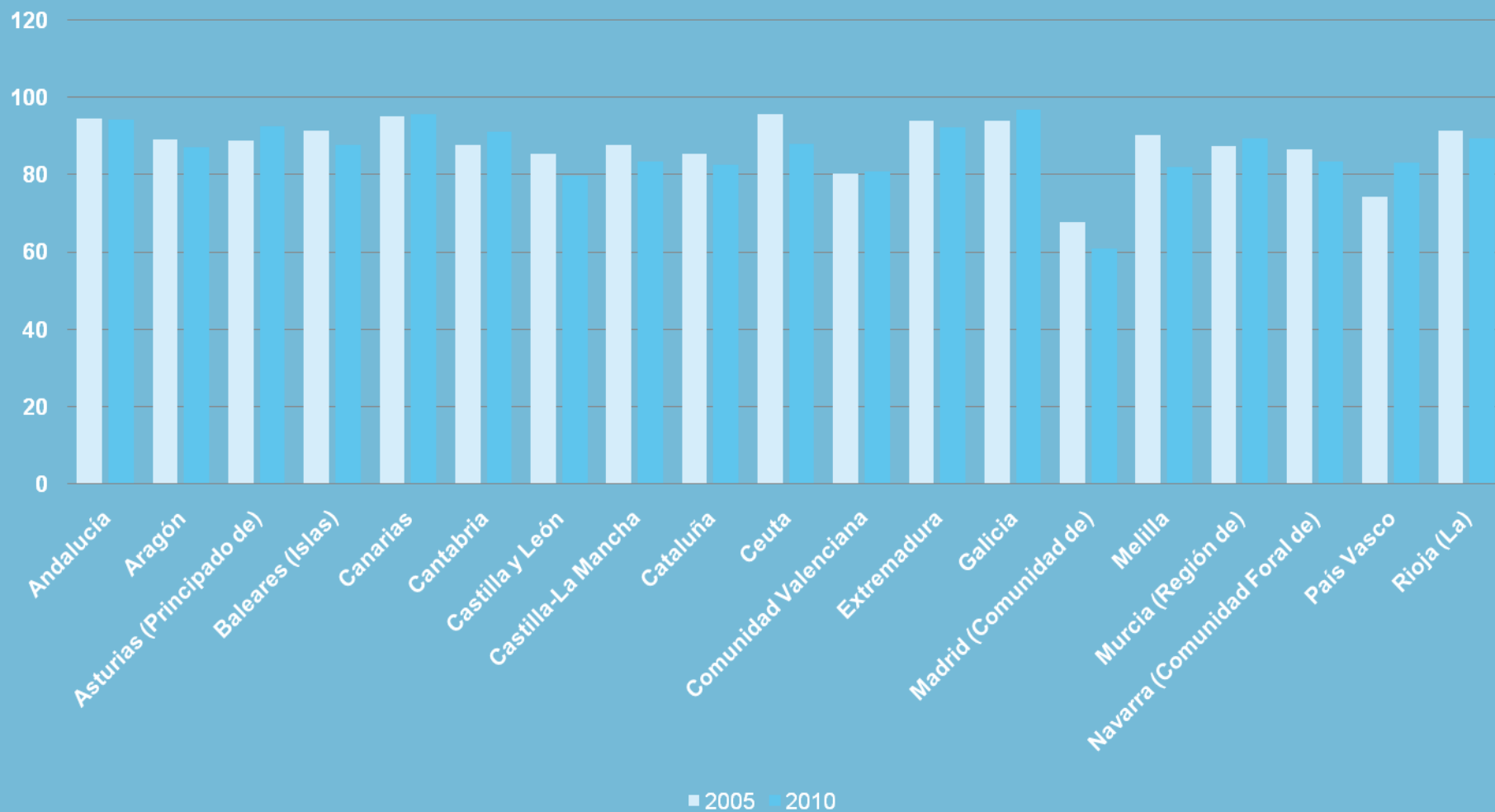
2010	Muy o bastante orgulloso	Poco o nada orgulloso	2005	Muy o bastante orgulloso	Poco o nada orgulloso
Galicia	96,7	2,2	Ceuta	95,6	3,2
Canarias	95,8	2,8	Canarias	95,1	2,6
Andalucía	94,2	2,8	Andalucía	94,5	3
Asturias (Principado de)	92,5	3	Extremadura	93,9	3,7
Extremadura	92,2	4,2	Galicia	93,9	4,2
Cantabria	91,2	5,2	Baleares (Islas)	91,5	5,6
Rioja (La)	89,5	5,1	Rioja (La)	91,5	4
Murcia (Región de)	89,4	7,9	Melilla	90,4	7,5
Ceuta	88	4	Aragón	89	5
Baleares (Islas)	87,8	7,2	Asturias (Principado de)	88,9	3
Aragón	87,1	7,7	Castilla-La Mancha	87,7	4,3
Castilla-La Mancha	83,5	6,9	Cantabria	87,6	8,1
Navarra (Comunidad Foral de)	83,5	8,7	Murcia (Región de)	87,3	8
País Vasco	83	9,6	Navarra (Comunidad Foral de)	86,7	4,6
Cataluña	82,7	12,8	Cataluña	85,4	12
Melilla	82	6,4	Castilla y León	85,3	10
Comunidad Valenciana	80,9	14,6	Comunidad Valenciana	80,4	13,2
Castilla y León	79,8	16,3	País Vasco	74,2	14,6
Madrid (Comunidad de)	61	15,8	Madrid (Comunidad de)	67,6	13,3
MEDIA NACIONAL	84	9,3	MEDIA NACIONAL	85,3	8,4

Tabla 29. Barómetros Autonómicos I y II. Comparativa simplificada: ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad? Fuente: CIS

Poco o nada orgullosos de ser de su Comunidad Autónoma



Muy o bastante orgullosos de ser de su Comunidad Autónoma



Esta tendencia ha llevado a que, en los últimos cinco años, el número de ciudadanos orgullosos de pertenecer a su comunidad autónoma haya descendido en porcentajes próximos al 3% en Cataluña y Navarra. Sin embargo, en el País Vasco se aprecia una subida de casi el 9% en este mismo registro, lo cual puede estar relacionado con la normalización política de la autonomía experimentada a raíz del primer triunfo efectivo de una formación no nacionalista en las Elecciones Autonómicas de 2009. Por la parte superior de la tabla se observan subidas en el índice de orgullo regional como las de Asturias, (3,6%), Cantabria (3,6%), Galicia (2,8%) o Murcia (2,1%), si bien lo realmente destacable, como se indicaba anteriormente, es que todas ellas se mueven en porcentajes de orgullo regional cercanos o superiores al 90%.

2.2.4.3.4. El peso de los líderes regionales

A título indicativo, resultan parcialmente reveladoras las respuestas a la pregunta 38 del Barómetro autonómico II (formulada en 35ª posición en el barómetro anterior), que indagaba sobre el conocimiento de los ciudadanos de cada región sobre el presidente de su autonomía. En la tabla 30 se pueden comprobar los porcentajes de acierto (el lapso en la suma de porcentajes de aciertos y errores ha de ser completado con aquellas personas que o bien manifiestan no saber o prefieren no contestar).

Dentro de la tónica generalizada de acierto masivo en casi todas las comunidades, destacan los casos de Castilla y León y Andalucía. El primero, por ser la comunidad con promedio de errores en la respuesta más alto entre 2005 y

2010, si bien en el lapso de cinco años el índice de respuestas acertadas sube desde el 56,7% hasta el 66%. Sin embargo, que en 2010 sólo dos de cada tres castellanoleoneses sepan el nombre del presidente de su autonomía (que no ha cambiado desde 2003) sigue dejando a la región castellanoleonesa muy lejos de los guarismos de comunidades como País Vasco, Navarra o Cantabria (comunidades todas ellas, por cierto, dirigidas por gobiernos regionalistas). Significativo también es el caso de la Comunidad Autónoma de Madrid, cuyas respuestas acertadas suben un 15% de 2005 a 2010.

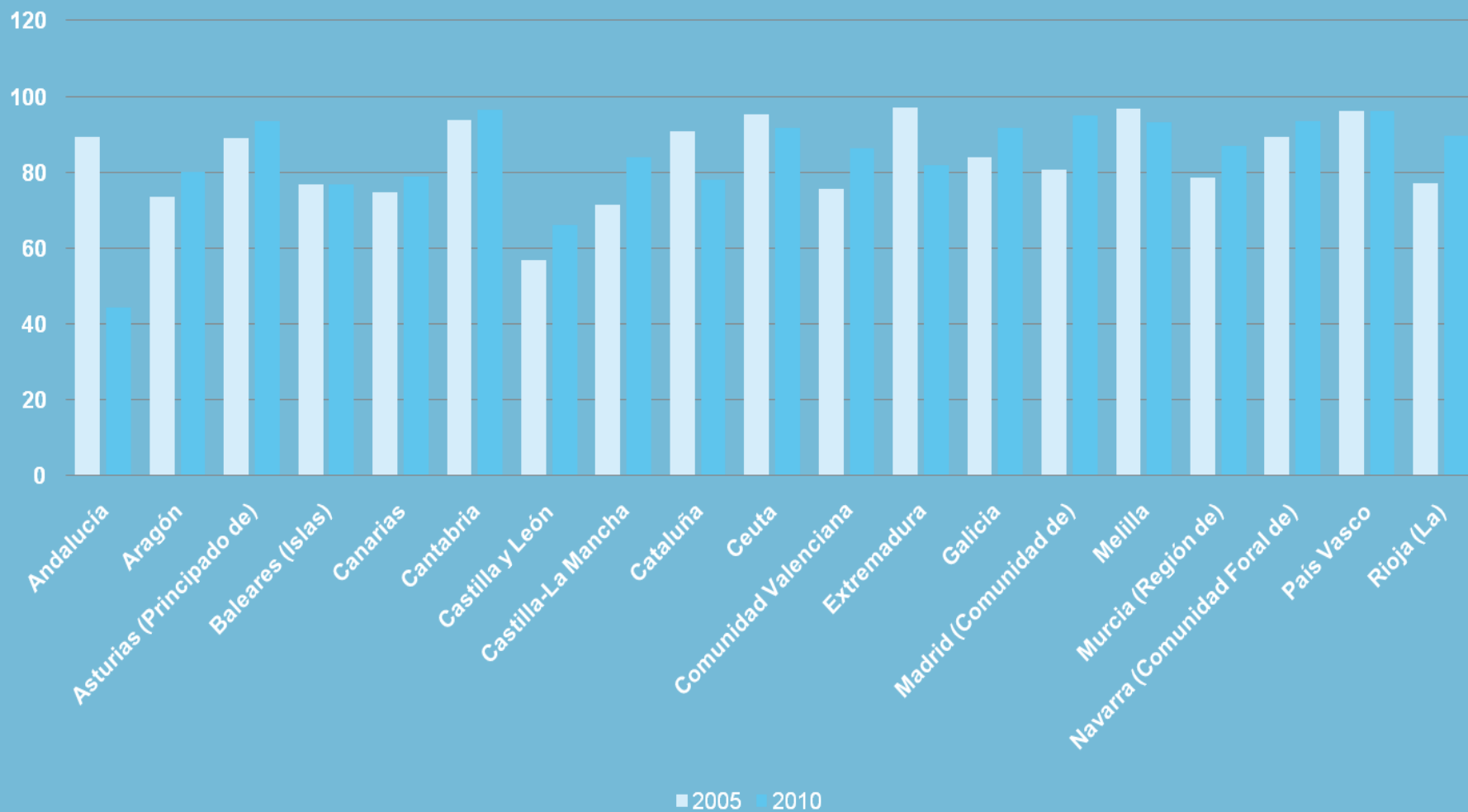
En el polo opuesto se encuentra, como adelantábamos antes, Andalucía, que ve reducidas las respuestas acertadas a la mitad, del casi 90% de 2005 hasta apenas un 45% en 2010. La explicación más inmediata para un fenómeno tan notable ha de encontrarse, seguramente, en el relevo de Manuel Chaves por José Antonio Griñán, a consecuencia del nombramiento del primero como Vicepresidente del Gobierno español. Menos espectacular, pero igualmente significativo es el descenso de casi un 20% en Extremadura (producto sin duda de la retirada de Juan Carlos Rodríguez Ibarra en 2007) y de cerca de un 12% en Cataluña (indicativo de la mayor popularidad de Pasqual Maragall, presidente hasta 2006, que de José Montilla, líder regional entre 2006 y 2010).

Por último, al igual que sucedía en Castilla y León, la consolidación de algunos políticos como líderes regionales también repercute positivamente en un mayor reconocimiento de su figura por parte de los ciudadanos: tal es el caso de Cantabria (Miguel Ángel Revilla); Castilla-La Mancha (José María Barreda) y la Comunidad Valenciana (Francisco Camps).

2010	Acierta	No acierta	2005	Acierta	No acierta
Cantabria	96,6	1,6	Extremadura	97,1	1,4
País Vasco	96,2	2,5	Melilla	96,8	1,6
Madrid (Comunidad de)	95	3,5	País Vasco	96,2	2,6
Navarra (Comunidad Foral de)	93,6	0,9	Ceuta	95,2	2,4
Asturias (Principado de)	93,5	3,3	Cantabria	93,8	4,6
Melilla	93,2	2,4	Cataluña	90,9	2,9
Galicia	91,7	3,3	Navarra (Comunidad Foral de)	89,3	1,9
Ceuta	91,6	1,6	Andalucía	89,2	6
Rioja (La)	89,5	6,1	Asturias (Principado de)	88,9	3,8
Murcia (Región de)	86,8	3,6	Galicia	83,8	11,1
Comunidad Valenciana	86,2	6,6	Madrid (Comunidad de)	80,8	8,8
Castilla-La Mancha	83,9	5,1	Murcia (Región de)	78,7	9
Extremadura	81,9	10,1	Rioja (La)	77	19,2
Aragón	80,2	15,4	Baleares (Islas)	76,8	8
Canarias	78,9	12,9	Comunidad Valenciana	75,7	13,3
Cataluña	77,9	6,3	Canarias	74,7	15,6
Baleares (Islas)	76,7	15,2	Aragón	73,4	14,2
Castilla y León	66	16,8	Castilla-La Mancha	71,3	15,1
Andalucía	44,2	27,5	Castilla y León	56,7	16,6
MEDIA NACIONAL	78	10,3	MEDIA NACIONAL	82,8	8,4

Tabla 30. Barómetros Autonómicos I y II Comparativa: ¿Podría decirme quién ocupa la presidencia del (Gobierno Autonómico)? Fuente: CIS

Ciudadanos que aciertan el nombre del presidente de su Comunidad



2.2.4.3.5. Sentimiento español frente a sentimiento regional

Una de las preguntas cruciales para nuestro estudio, repetidas en los barómetros autonómicos de 2005 y 2010 es la que ponía en relación el sentimiento español y el sentimiento regional a través de la cuestión: ¿Con cuál de las siguientes frases se identifica Usted en mayor medida? Las respuestas posibles eran “Me siento únicamente español”, “Me siento más español que de la Comunidad autónoma”, “Me siento tan español como de la Comunidad autónoma”, “Me siento más de la Comunidad autónoma que español” y “Me siento únicamente de la Comunidad autónoma”. En el análisis pormenorizado de cada uno de los dos barómetros elaboramos varias tablas de contingencia, una de las cuales se centraba en seleccionar aquellas respuestas que hacían preponderar el sentimiento regional por encima del sentimiento de pertenencia al Estado español.

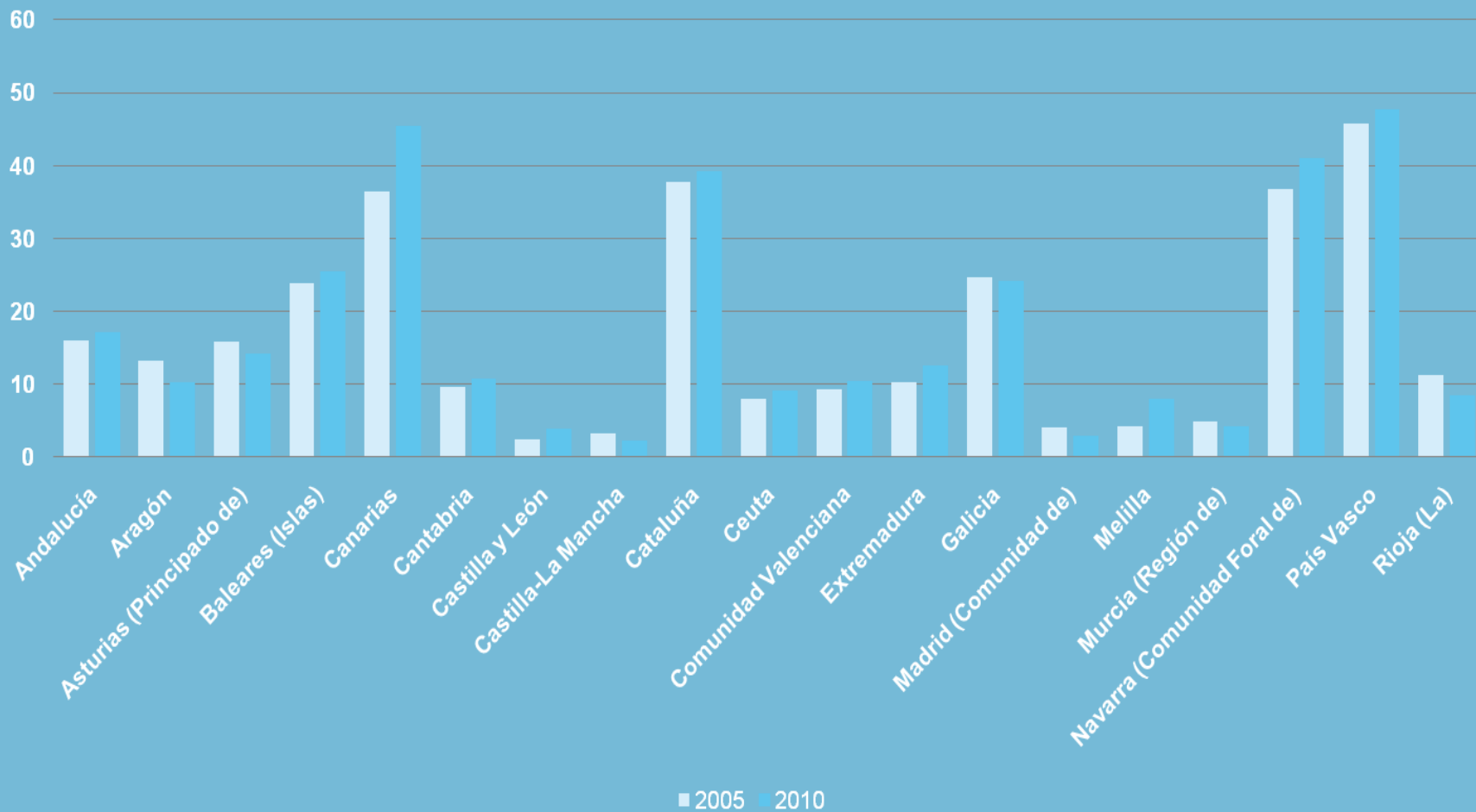
Por ello se realizó un agregado de las dos últimas respuestas, “Me siento más de la Comunidad autónoma que español” y “Me siento únicamente de la Comunidad autónoma”, cuya comparación entre los dos barómetros se puede observar en la tabla 31. Como elementos más significativos de esta comparación se pueden extraer, en primer lugar, la presencia de un nutrido grupo de comunidades con porcentajes relevantes (entre el 25% y el 50%) que anteponen el sentimiento regional al sentimiento de pertenencia a España. De estas seis (País Vasco, Cataluña, Canarias, Navarra, Baleares y Galicia) solo la comunidad gallega experimenta un leve retroceso en la exaltación regional por oposición al sentimiento español, y es de escasas décimas. Todos los demás asientan la

presencia de un bloque significativo de ciudadanos que sitúan a su región por encima de su país.

2010	Personas que se sienten principal o únicamente de la comunidad autónoma	2005	Personas que se sienten principal o únicamente de la comunidad autónoma
País Vasco	47,8	País Vasco	45,8
Canarias	45,5	Cataluña	37,7
Navarra (Comunidad Foral de)	41,1	Navarra (Comunidad Foral de)	36,8
Cataluña	39,2	Canarias	36,5
Baleares (Islas)	25,5	Galicia	24,7
Galicia	24,1	Baleares (Islas)	23,8
Andalucía	17,2	Andalucía	16
Asturias (Principado de)	14,2	Asturias (Principado de)	15,8
Extremadura	12,6	Aragón	13,2
Cantabria	10,8	Rioja (La)	11,2
Comunidad Valenciana	10,5	Extremadura	10,3
Aragón	10,3	Cantabria	9,6
Ceuta	9,2	Comunidad Valenciana	9,3
Rioja (La)	8,5	Ceuta	8
Melilla	8	Murcia (Región de)	4,9
Murcia (Región de)	4,3	Melilla	4,2
Castilla y León	3,9	Madrid (Comunidad de)	4
Madrid (Comunidad de)	2,9	Castilla-La Mancha	3,3
Castilla-La Mancha	2,3	Castilla y León	2,5
MEDIA NACIONAL	19,4	MEDIA NACIONAL	18,5

Tabla 31. Barómetros Autonómicos I y II. Comparativa simplificada: Personas que se sienten principal o únicamente de la comunidad autónoma. Fuente: CIS

Ciudadanos que se sienten principal o únicamente de su Comunidad Autónoma



Tales avances son tibios en el caso de País Vasco (donde casi la mitad de ciudadanos se sienten más vascos que españoles o únicamente vascos), Cataluña y Baleares, con incrementos en torno al 2%; y más sustanciales en Navarra (que pasa del 36,8% al 41%) y, sobre todo, en Canarias (que pasa del 36,5% al 45,5% en 2010, unos niveles semejantes a los del País Vasco). El caso de los archipiélagos es significativo, por cuanto la lejanía con respecto a la península puede estar favoreciendo una sensación de aislamiento que produce, como efecto rebote, una exaltación de la identidad regional.

Por la parte baja, las comunidades que se reparten las tres últimas posiciones en 2005 y 2010 son las mismas: Madrid, Castilla-La Mancha y Castilla y León. Ninguna de ellas supera el 5% de ciudadanos que se sienten única o principalmente de la comunidad en ninguno de los dos barómetros autonómicos, lo cual es un claro indicativo del escaso afecto regionalista, al menos cuando éste entra en colisión con el sentimiento español, por parte de los habitantes de estas tres comunidades. Las posibles razones ya fueron glosadas en el capítulo dedicado al análisis histórico de esta tesis.

2.2.4.3.6. Conclusiones

La comparación de los dos barómetros autonómicos nos permite elaborar una lista definitiva de conclusiones al respecto del asunto de la identidad regional:

- País Vasco, Cataluña y Navarra son las tres comunidades que tienen sistemáticamente más presencia en los puestos altos de las respuestas que

indican una conciencia regional moderada o exacerbada. Son estas tres mismas comunidades también las que presentan un índice más bajo de respuestas que resaltan el orgullo de ser español. En el caso vasco, no obstante, la entrada de un gobierno no nacionalista invirtió en cierto modo las tornas entre los dos grandes bloques de una sociedad políticamente polarizada: los que se sienten poco o nada orgullosos de ser españoles son ya menos que los que se sienten muy o bastante orgullosos de serlo²⁴⁹.

- El orgullo regional, cuando no entra en colisión con el orgullo español, cosecha grandes cotas de popularidad entre la mayoría de comunidades españolas, con índices próximos al 90%. La normalización política en el País Vasco ha hecho que también suban los índices de orgullo regional (presumiblemente porque aquellos no nacionalistas temerosos de que su respuesta se pudiera interpretar como separatista empiezan a no verlo así). Madrid es la única comunidad que presenta índices de orgullo regional significativamente bajos en comparación con las otras comunidades, posiblemente como consecuencia de la doble condición de capital autonómica y estatal de la ciudad de Madrid. Sin llegar a los extremos de Madrid (con un orgullo regional en torno al 60%), Castilla y León y Castilla-La Mancha presentan unas cotas de orgullo regional (cuando no

²⁴⁹ Esto estaría en consonancia con el análisis realizado por **Martínez Herrera** en 2002, en el que observaba cierto “revivir de la identidad española entre catalanes y vascos desde mediados de los 80”, que podría explicarse por “una cierta resistencia a las políticas lingüísticas y educativas, o por el aburrimiento que despertaban las políticas simbólicas, como sugería **Breuilly**” (**Martínez Herrera**, 2002:443).

se pone en comparación con el español) discretas en comparación con el resto de comunidades.

- Cuando se pide a los ciudadanos españoles que pongan en una balanza el sentimiento identitario regional con el sentimiento de españolía, País Vasco, Cataluña y Navarra son las comunidades que más regularmente tienden a priorizar el sentimiento regional. En los últimos cinco años se observa también una evolución hacia estos parámetros de los archipiélagos españoles, en especial el canario, que ha alcanzado en 2010 cotas de exaltación del regionalismo similares a las del País Vasco (entorno a un 50%). Castilla-La Mancha, Castilla y León y Madrid vuelven a ser las comunidades que menos orgullo regional exhiben cuando éste se pone en comparación con el sentimiento de pertenencia al Estado español.
- La presencia de líderes regionales fuertes favorece la identificación de sus ciudadanos con ellos. No parece casualidad que los ciudadanos de cuatro de las cinco comunidades que más fácilmente recuerdan a sus líderes en 2010 pertenezcan a autonomías presididas por partidos regionalistas. Del mismo modo, la desaparición de figuras impulsoras del regionalismo en determinadas autonomías (como el caso de Ibarra en Extremadura) parece redundar en una reducción de los lazos afectivos de los ciudadanos hacia su líder, palpables en estos casos en el incremento de los índices de desconocimiento del nombre de sus líderes.

2.2.5. Castilla y León en los medios. Una revisión bibliográfica

Después de un repaso bibliográfico por las publicaciones más relevantes sobre la dialéctica entre medios de comunicación y conformación de la imagen regional en Castilla y León se puede llegar a una doble conclusión. Por un lado, que los estudios al respecto no se caracterizan precisamente por su profusión. Además, aquellos que han reunido el valor suficiente para adentrarse en este páramo investigador han preferido centrarse, por lo general, en la imagen que de Castilla y León se da de puertas para adentro y en cómo esto afecta a la configuración de la conciencia regional.

Casi ninguno de los cientos de documentos consultados en las bibliotecas de Castilla y León, en la Biblioteca Nacional y en la University Library de Cambridge, además de los recursos disponibles vía electrónica a través de herramientas como Google Books y Amazon Books, se centra en el estudio de la imagen que de Castilla y León se da fuera de la comunidad. Un elemento, como se comentaba anteriormente, que resulta fundamental para entender el grado de adhesión de los castellanoleoneses a la conciencia regional y que, sin embargo, no cuenta apenas con estudios sólidos en el ámbito académico, factor que resalta aún más la pertinencia de la presente investigación.

Para encontrar el único caso de estudio más o menos sistemático de la presencia de Castilla y León en el imaginario colectivo nacional deberíamos ampliar el espectro de investigación hasta la ficción fílmica como soporte de comunicación de masas. En ese ámbito disponemos del único intento investigador por determinar cómo se nos ve desde fuera de nuestra Comunidad y

ese no es otro que el estudio realizado por **González García** sobre la presencia y (más importante) representación de nuestra región en el cine patrio. Su análisis, centrado fundamentalmente en localizaciones y descripciones argumentales, llega, no obstante, a la interesante conclusión de que, “si como entidad geográfica Castilla y León no ha existido prácticamente en el cine hasta fechas muy recientes, como entidad histórica no ha corrido una suerte muy distinta. Por lo general, su Historia parece haberse quedado fijada en los siglos XIV, XV y XVI, con escasas incursiones en la Alta Edad Media, ninguna en la Antigüedad y muy pocas en el final de la Edad Moderna” (1998:13). Todo ello hace que, excepción hecha de autores nacidos en la región, como **Basilio Martín Patino** (y su loa a Salamanca en “Octavia”, por ejemplo) o **Chema de la Peña** (y su documental “De Salamanca a ninguna parte”), “las referencias a la región han servido para poner en la picota precisamente los tópicos que el propio cine ha difundido y reforzado (...) Castilla y León continúa apareciendo como el ámbito de lo atrasado, cuando no de lo retrógrado, de lo desconectado del resto del mundo y, en el mejor de los casos, de una inocencia que raya en la ignorancia” (**González García**, 1998:13).

Todas estas interpretaciones de **González García** demuestran una sorprendente vigencia si hacemos caso del análisis que de la situación en Castilla y León en general, y de Salamanca en particular, hacen **Alonso Torrens** y **Portilla Serrano** (2006:16) al recordar la insistencia de la prensa provincial y nacional entre 2004 y 2005 en incidir sobre una serie de temas recurrentes que, por lo general, no dejan excesivamente bien a Castilla y León; a saber: Castilla y León pierde población (4 personas al día entre 1991 y 2004), Castilla y León envejece, Castilla y León pierde juventud que emigra, Castilla y León recibe poca

inmigración, lo que, en casos como Salamanca, significa que la región “no es atractiva ni para los inmigrantes que vienen huyendo de la pobreza y marginalidad de sus respectivos lugares de origen”. En la misma línea, **Ramírez Estévez** (2005:241) señala a la despoblación como una de las razones de este panorama desolador, ya que “un medio social que se retrae no es el mejor caldo de cultivo para retener a los jóvenes que puedan aún quedar”.

Otras investigaciones interesantes, si bien no tan directamente relacionadas con el objeto de estudio del presente trabajo, son por ejemplo el análisis de la profesión periodística en Castilla y León realizado por **Tamarit** (2006). En este caso, la atención se centra en los periodistas regionales los protagonistas y sus rutinas de trabajo, por lo que no se alude a la creación de una conciencia regional dentro de la comunidad ni a la imagen que proyecta Castilla y León hacia el exterior. Sin embargo, resulta interesante comprobar cómo la propia **Tamarit** (2006:13-14) critica la escasa o nula investigación sobre “el sistema de medios de comunicación de masas y su evolución” en Castilla y León, al tiempo que recalca que “los medios de comunicación que existen en la región tienen un carácter puramente provincial; es decir, aunque hay grupos empresariales de comunicación que operan en el conjunto de Castilla y León, sus contenidos informativos generalmente son de ámbito local.”

Al igual que ocurre con el libro de **Tamarit**, en 2006 **Almuiña et al.** realizaron un exhaustivo análisis de la profesión periodística en Castilla y León. Sin embargo, y al igual que ocurre con la obra de **Tamarit**, no se incide en cómo la labor periodística puede contribuir a la creación de una conciencia o identidad

regional. Evidentemente tampoco se hace mención a la imagen que de Castilla y León se proyecta/tienen en el exterior a través de la prensa o los medios nacionales. Otras investigaciones, como las de **Díaz González** (2003:585-92), se centraron más en el análisis de los factores económicos que rodean a los grupos mediáticos castellanoleoneses.

Remontándonos a algunos años más atrás, también resulta de cierto interés el estudio que **Díez Nicolás**²⁵⁰ realizó sobre los medios de comunicación en la región durante los años 80. Entre sus conclusiones, se justifica el hecho de que el periódico más leído de la comunidad sea uno no regional como El País por la proximidad geográfica de Madrid y la debilidad de las empresas periodísticas regionales, además de por la dispersión geográfica de la población regional y el escaso índice de lectura, un factor que como vimos antes también se mencionaba en el informe del Consejo Económico y Social.

2.2.6. Otros estudios sobre Castilla León, medios e identidad regional

La dialéctica entre Castilla y León y medios de comunicación, y a su vez de estos últimos con la conformación y el fortalecimiento de una conciencia regional sí ha sido objeto de análisis para otros estudiosos en sus proyectos o tesinas de fin de carrera. Estos trabajos, aun siendo menores en cuanto a su repercusión y a los medios con los que contaron sus investigadores a la hora de ejecutarlos, no dejan

²⁵⁰ Citado en **Almuiña Fernández, C.** (1986) "Enseñanza, cultura y medios de comunicación social". En **J. Valdeón** (1986). *Tiempo de reto y esperanza (siglo XX). Historia de Castilla y León*, Valladolid, Ámbito, pp. 168-9.

de arrojar datos interesantes sobre la interacción de los tres elementos que copan el presente encabezado.

Ortigosa Alonso (1994:69) señala en su tesina sobre la Prensa de Castilla y León en el siglo XX, al hilo de la identidad regional castellanoleonesa, que “para un buen porcentaje de castellanoleoneses la autonomía es más un producto de lo legislado a nivel nacional que un sentimiento enraizado”. La autora considera que el hecho de que el proceso de construcción de la identidad regional durante la Transición se centrara en las élites dirigentes y dejara de lado a la sociedad civil “hizo que la implantación de la autonomía se viera como un acto alejado del pueblo. Precisamente ese carácter elitista del proceso convirtió a la prensa y a los Ateneos, fundamentalmente, en influyentes tribunas desde donde se debatían y perfilaban los ingredientes constitutivos de la personalidad regional” (**Ortigosa Alonso**, 1994:74).

La cuestión de la identidad regional también aparece tratada en el proyecto de fin de carrera de **Ortega Gonzalo**, para quien el sentimiento de enraizamiento con la comunidad de Castilla y León por parte de sus habitantes no es un tema cuyas bases estén demasiado claras, pues “cada individuo tiene su propia idea de si existe una conciencia regional en la Comunidad, no existe consenso ni entre intelectuales, estudiosos de la cuestión, profesionales, personalidades relevantes, ni mucho menos entre la gente de la calle²⁵¹ de la región ni del país en general”.

²⁵¹ La presente tesis doctoral ha recogido ya las reflexiones de representantes de todos estos grupos que menciona **Ortega Gonzalo**. En el presente marco teórico se ha mencionado, por ejemplo, a intelectuales y estudiosos de la Historia española o castellana como **Julio Valdeón**, **Enrique Berzal de la Rosa**, **Américo Castro**, **Juan Linz**, **Stephen Haliczer**, **Modesto Lafuente**, **José Antonio Maravall**, **Ramón**

Sus conclusiones sobre el panorama mediático castellanoleonés no solo resultan de interés sino también de gran actualidad: “Sin que exista un perceptible y generalizado espíritu autonómico en una población apática²⁵² y desubicada respecto a este sentimiento de “ser comunidad”, los medios de comunicación por lo general, y es el caso de la prensa que es el objeto de este estudio, se hallan sumidos en un fuerte provincialismo²⁵³ sin pretensiones de traspasar sus límites geográficos y encajados en una estructura más bien tradicional” (Ortega Gonzalo, 1996:232). Con todo, la autora también sugiere que la existencia de unos medios de comunicación “más eficaces” podría promover “el surgimiento de un espíritu autonómico en la región, además de potenciarlo y canalizarlo para su desarrollo”²⁵⁴, si bien se refiere a la prensa regional y no contempla la posibilidad de que ese esfuerzo por cambiar la manera en la que se ve Castilla y León se dirija a instancias y/o ámbitos nacionales o interautonómicos.

Ortega Gonzalo (1996:11) señala como problema también de la definición de la cuestión de la identidad “La falta de estudios sociológicos y cuestionarios concretos”; si bien, en el momento en el que la autora realiza su investigación, ya existían dos estudios relevantes al respecto,”una publicación de 1977 del Centro de Investigaciones Sociológicas²⁵⁵. En ella se mostraba cómo ésta era escasa, los

Menéndez Pidal, José Ortega y Gasset, Joseph Pérez, José Julio Aróstegui, Agustín García Simón, Julio Mangas, Jean Gautier Dalché e investigadores de la profesión periodística como **Celso Almuiña, María Teresa Ortigosa Alonso, J. Díez Nicolás**. Asimismo, para el estudio de la cuestión “en la calle” se han recogido también los datos de los Barómetros Autonómicos del CIS, que también se analizan en el presente marco teórico.

²⁵² Cf. también **Rodríguez** (2007:110)

²⁵³ Cf. también **Losa Ranz** (1996:57-8)

²⁵⁴ Cf. también **Carrasco Pozo** (1998:22)

²⁵⁵ Se refiere al estudio *La conciencia regional en España*, publicado por **José Jiménez Blanco** para el Centro de Investigaciones Sociológicas.

índices de conciencia regional estaban muy por debajo de la media nacional (...) así lo aseveraría de nuevo el CIS en 1984²⁵⁶”.

Es más, tal y como acabamos de ver anteriormente, el interés del CIS por los sentimientos regionalistas en el seno del Estado español ha ido in crescendo en los últimos años, hasta el punto de que entre 2005 y 2010 se han dedicado dos estudios monográficos a la cuestión autonómica, con especial hincapié en elementos como la identidad regional, el nacionalismo o el sentimiento de pertenencia España. Para algunos autores, el mero hecho de que exista este debate sobre identidades regionales es, dentro de las potencias históricas de la Vieja Europa, algo esencialmente diferencial del Estado español.

A continuación nos centraremos en el estudio de caso realizado para la presente tesis doctoral, en el que se dirimirá la cobertura mediática de las comunidades autónomas españolas en general, con especial atención al caso castellanoleonés.

²⁵⁶ Cf. **Hernández Sánchez, Alfredo** (1995), *Estructura social de Castilla y León*, Valladolid: Ámbito.

3. Estudio de caso

La presente investigación partía de dos premisas iniciales. Por un lado, que Castilla y León no ocupaba el papel preponderante que, a juzgar por las raíces históricas, habría de corresponderle dentro del panorama nacional español. El repaso bibliográfico sobre cuestiones de Historia, identidad y representaciones mediáticas con el que abrimos este estudio repite una serie de conclusiones coincidentes: el papel decisivo de Castilla y León en la configuración de la nación española no solo no concuerda con el peso específico de la comunidad castellanoleonesa en el concierto autonómico actual, sino que además son bastantes los especialistas que señalan una asociación peyorativa de Castilla y León a una idea de centralismo y obsolescencia por buena parte del resto de los españoles en la actualidad. Por otro lado, partimos para esta investigación de una segunda premisa, si se quiere, adyacente a la anterior: que a mayor conciencia regional, mayor repercusión mediática recibe una comunidad autónoma. De ahí el estudio evolucionó de manera natural hacia un ámbito más amplio, ya que tanto la experiencia profesional (propia y, en parte, ajena) como buena parte de las lecturas consultadas en el capítulo del marco teórico empujaban a plantearse qué criterios determinaban la mayor o menor cobertura a unas y otras regiones en la prensa nacional.

Las dos premisas iniciales nos llevaron indefectiblemente a volver la vista hacia los medios de comunicación como eje fundamental a la hora de aportar información decisiva en la configuración de retratos del imaginario colectivo. La cuestión, en el primer caso, no es sólo qué imagen quiere proyectar Castilla y

León de sí misma, principalmente a través de las instituciones oficiales. No es ni siquiera la imagen que de sí mismos tienen los propios castellanoleoneses ni su sentimiento de pertenencia o adhesión a su comunidad. La cuestión verdaderamente fundamental es describir cómo se retrata a Castilla y León en los medios de ámbito nacional: por un lado, porque es allí donde el influjo de las campañas de las instituciones regionales no alcanza y, por el otro, porque es muy probable que la imagen que tienen los españoles no castellanoleoneses de la región la obtengan a partir de lo que se publica en estos medios²⁵⁷.

Esta lógica de la que partió el estudio seguía estando vigente cuando se decidió ampliar su perspectiva a un ámbito nacional que explorase no sólo de una manera detallada la representación de Castilla y León en la prensa nacional, sino también la cobertura que se le concedía a las otras comunidades del país.

El consumo de medios en Internet

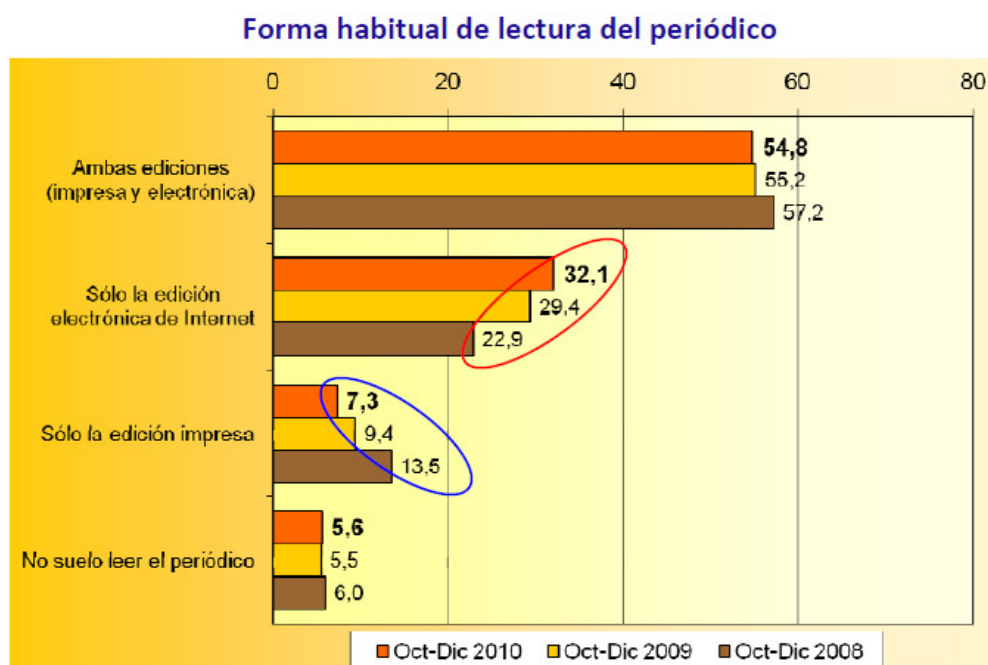


Gráfico 5. El consumo de medios en Internet. Fuente: AIMC

²⁵⁷ Aquí se podría recuperar el concepto de “experiencia mediada” del profesor **John B. Thompson** (1998:269-301) que comentábamos antes.

Se decidió centrar el estudio en la prensa, tanto impresa como digital. Por un lado, la presencia de la prensa impresa se justificaba por la percepción que de ésta se tiene como soporte de referencia, cuya periodicidad permite escapar de la instantaneidad y ofrecer a sus lectores un emplazamiento más propenso a la reflexión. Por otro lado, y amparándose en la eclosión de los medios digitales, un fenómeno que ha adquirido dimensiones imparables en los últimos cinco años²⁵⁸, la presente investigación volvió la vista también hacia la prensa digital para definir los parámetros de cómo se estaba retratando a Castilla y León más allá de sus fronteras regionales.

El por qué de la elección de la prensa digital frente a otros medios de comunicación arraigados previamente a otros soportes como la televisión tiene su justificación también en el tipo de consumidor de cibermedios, cuya absorción de medios tradicionales difiere sensiblemente al observado en el conjunto de la población. “Leen más diarios, suplementos, dominicales y revistas”, explican **Sádaba y Portilla**, (2005:117), “pero ven menos televisión, lo que se justifica por su elevado nivel educativo y su edad”. Esta tendencia, que establece una proporción directa entre el menor consumo de televisión para quienes consumen más Internet, también ha sido confirmada en Estados Unidos a través de los estudios realizados por **Nie** (2004:12-13).

²⁵⁸ Según un estudio reciente realizado por la consultora **Pricewaterhouse Coopers**, el consumo de Internet en Estados Unidos supera ya al de televisión y medios impresos (<http://www.panoramaaudiovisual.com/2011/03/10/el-consumo-de-internet-en-ee-uu-ya-supera-al-de-television-y-medios-impresos/>, última consulta: enero 2012). El informe de Telefónica “La Sociedad de la Información en España 2009” ejemplifica este mismo fenómeno destacando que “en 10 años se ha multiplicado casi por 7 el número de usuarios de Internet, pasándose de 250 millones de internautas en 2000 a más de 1670 millones en junio de 2009”. No sólo eso, sino que Internet se ha convertido “en una parte fundamental de sus vidas (de los usuarios). Además es el único medio cuyo tiempo de consumo aumenta en los últimos años con un incremento del 40% en el número de horas consumidas”.

Es interesante, además, observar la progresión que está experimentando la prensa digital en los últimos años con respecto a su homóloga en papel. La encuesta AIMC a usuarios de Internet 2010 arroja datos de interés en este sentido:

- a) Internet es la fuente principal de información de actualidad para dos tercios de los encuestados (AIMC, 2011:32).
- b) La lectura de los diarios electrónicos se convierte en una práctica cada vez más cotidiana: un 78% de los encuestados por la AIMC (2011:33) manifestó haber leído algún periódico digital en el día anterior, lo que significa un incremento porcentual de 5 puntos con respecto a la última oleada. Los datos contrastan con el descenso de un 5% de los encuestados que manifestaron haber leído diarios en papel el día anterior (un 46%).
- c) Aunque siguen predominando los lectores simultáneos de ambos formatos (un 55%), lo cierto es que, de entre los que se decantan sólo por una de las dos versiones prevalecen claramente los que se informan únicamente a través de la prensa digital (32%) frente a los que siguen prefiriendo el formato tradicional impreso (7%) (AIMC, 2011:33).

Datos recientes del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) para Eurostat inciden también en la imparable emergencia de lo digital en los últimos meses. Según estos datos, el 40% de los españoles emplea la Red para leer periódicos o revistas digitales, lo cual sitúa a España ligeramente por debajo de Reino Unido (43%) y Alemania (42%), pero muy por encima de la media europea (34%) y de países como de Francia (21%), Italia (24%), Portugal (29%) o Grecia (25%).

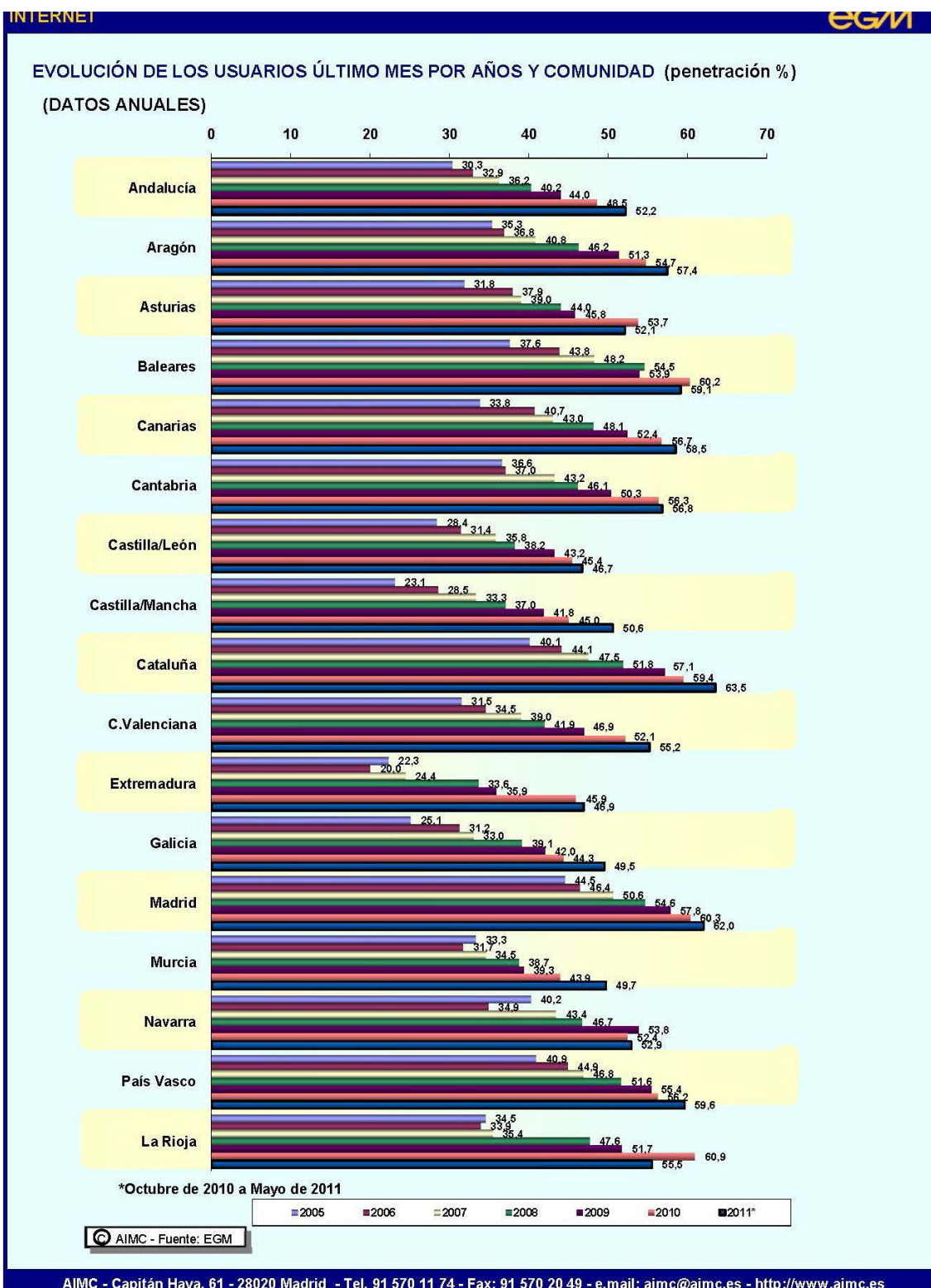


Gráfico 6. Evolución del número de usuarios de Internet por comunidades. Datos comparativos 2005-2011. Fuente: AIMC.

En lo que a Castilla y León se refiere, los datos más fiables corresponden al informe “La Sociedad de la Información en España 2009”, de la Fundación

Telefónica. Su apartado III: Sociedad de la Información en las Comunidades Autónomas: evolución, presente y perspectivas” recoge, en el punto 14, un estudio del impacto de Internet y otras Tecnologías de la Información y la Comunicación en la comunidad autónoma de Castilla y León. Entre los datos más interesantes del citado estudio, cabe destacar que el 97,3% de los jóvenes de la comunidad castellanoleonesa utilizan Internet (porcentaje sensiblemente superior al 94,1% de la media nacional), un dato más que redonda en la pujanza de este soporte²⁵⁹. Los datos del EGM en Internet también reafirman esta pujanza de lo cibernético en la comunidad castellanoleonesa, como se puede observar en el gráfico 4.

Todas estas tendencias no hacen sino reafirmar la apuesta inicial por la prensa digital en el presente estudio. Por un lado vemos que el perfil de los consumidores de cibermedios se asemeja bastante al de ciertas elites, si no de poder, sí de intelectuales que pueden convertirse fácilmente en líderes de opinión. Si a ello le sumamos la preponderancia actual de la prensa digital en España frente a otros soportes como los canales de televisión por Internet, obtendremos como resultado de la ecuación que el análisis del retrato de Castilla y León en la prensa digital puede arrojar datos interesantes acerca del posicionamiento mediático de la región de cara al imaginario colectivo nacional.

Frente a todo esto, **López et al.** (2005:63) añaden, además, una característica diferencial de lo cibernético frente a lo impreso: la distinción entre cibermedios nacionales, provinciales, regionales o locales se difumina por el carácter deslocalizado y la “ruptura de las barreras geográficas” que posibilita el

²⁵⁹ <http://www.elmundo.es/elmundo/2010/12/13/castillayleon/1292241694.html> (última consulta: febrero de 2012).

medio electrónico. En otras palabras, afirman **López et al.**, mientras que un medio local sólo distribuirá los ejemplares de su publicación en el ámbito geográfico a cuya influencia aspira (su localidad), un cibermedio local tratará de conquistar ese público a través de los contenidos; pero, aunque no sea pretendidamente, también podrá recibir visitas de usuarios que no pertenecen a este reducto geográfico. Todo esto les lleva a concluir que “el universalismo inherente a los nuevos medios invalida la pertinencia de la clasificación por criterio geográfico al tiempo que el nivel de dinamismo de los cibermedios se consolida como principal referente de tipologización de los medios generalistas en línea” (**López et al.**, 2005:64).

Sin desdecir enteramente todos estos apuntes, parece que la negación del criterio geográfico para el diseño muestral de investigaciones en cibermedios resulta excesiva. Como bien apuntaban en un principio estos mismos autores, existe una intencionalidad por parte del propio medio de aspirar a un público o a otro. Que Internet les permita la posibilidad de llegar hipotéticamente a miles de millones de personas es algo que se debe tener en cuenta como circunstancia importantísima que rodea la producción, sí, pero no parece cabal eliminar de un plumazo la importancia de la adscripción geográfica de un cibermedio. Es más, si seguimos leyendo el relato de estos autores veremos que su primera clasificación de medios de información generalista en Internet es, precisamente, un “mapa estatal de cibermedios de información general” (**López et al.**, 2005: 64).

De este mapa también resulta interesante, por lo que de significativo tienen estos datos (aunque hayan de ser tomados con la perspectiva del tiempo)

en el refrendo de ciertas hipótesis barajadas en el presente trabajo de investigación. Según las investigaciones de **López et al.**, en España había 1.274 cibermedios hacia la mitad de la década pasada. De ellos, 761 (el 59,73%) eran cibermedios de información generalista. Pues bien, 143 (casi uno de cada cinco) eran catalanes, frente a 96 madrileños, 71 vascos y 69 andaluces. Castilla y León contaba, por aquel entonces, con 18 cibermedios de información generalista, sólo por encima de Cantabria, Navarra, La Rioja, Melilla y Ceuta (en términos absolutos). Todo ello empuja a estos autores a calificar el decimocuarto lugar de la región castellanoleonesa como “paupérrimo” (**López et al.**, 2005:69).

Una vez planteado el problema de investigación y justificado su estudio en medios digitales nacionales, se acordó también ampliar la investigación a la prensa impresa. Esta decisión, que exigía un mayor esfuerzo investigador, ya que cada soporte requería una metodología individualizada, se acabó adoptando en busca de un enriquecimiento de los resultados. Se consideró, en otras palabras, que el análisis de la representación de Castilla y León en los medios nacionales y de la relación entre el apego regionalista y la repercusión mediática tendría más empaque si estudiaba más de un soporte, lo cual redundaría sin duda en una mayor solidez de las conclusiones finales extraídas.

3.1. Planteamiento de objetivos

Los objetivos principales de la presente investigación se centraban en dos ámbitos principales: un primero referido exclusivamente a Castilla y León y otro que analizase diversas cuestiones que afectaban a todas las autonomías. En lo concerniente al primer apartado, el objetivo de investigación se centraba en

determinar la caracterización cuantitativa y cualitativa de Castilla y León en la prensa nacional. El objetivo principal era investigar si la Comunidad Autónoma de Castilla y León se encontraba infrarrepresentada cuantitativamente en los medios de comunicación escrita de ámbito nacional. Secundariamente dentro de este mismo ámbito, el estudio tenía como objetivo explorar también si la infrarrepresentación se limitaba al ámbito cuantitativo o también afectaba a la caracterización de la comunidad, analizada a través de la predominancia positiva o negativa de las temáticas a las que se asociaba la región en la prensa nacional.

El segundo ámbito de investigación tenía como objetivo principal determinar si existía una correlación significativa entre la repercusión mediática y el sentimiento identitario de las distintas comunidades autónomas. Secundariamente, se pretendía determinar también en qué medida el flujo cuantitativo de noticias publicadas sobre las diferentes comunidades autónomas estaba relacionado con su peso demográfico, su nivel de renta y otros datos estadísticos de interés.

Así pues, se plantearon distintos objetivos de investigación en torno a estos dos ámbitos principales mencionados anteriormente:

1.Regional (Castilla y León).

- a. Determinar cuantitativamente la repercusión mediática de Castilla y León en la prensa nacional.
- b. Determinar si la caracterización a través de las temáticas asociadas a Castilla y León en la prensa nacional es predominantemente negativa.

2. Nacional (escala interautonómica).
 - a. Determinar si hay relación entre la repercusión mediática de las comunidades autónomas y su grado de exaltación de la conciencia regional.
 - b. Determinar si hay relación entre la repercusión mediática de las comunidades autónomas y sus índices demográficos.
 - c. Determinar si hay relación entre la repercusión mediática de las comunidades autónomas y su superficie.
 - d. Determinar si hay relación entre la repercusión mediática de las comunidades autónomas y su nivel de renta.
 - e. Determinar si hay relación entre la repercusión mediática de las comunidades autónomas y su capacidad productiva.
 - f. Determinar si hay relación entre la repercusión mediática de las comunidades autónomas y su nivel de publicaciones editoriales.

3.2. Hipótesis de investigación

A raíz de los objetivos planteados, se formularon dos hipótesis generales. Cada una de ellas epitomiza, respectivamente, el ámbito regional y nacional que se marcaban anteriormente y ponen de relieve una serie de percepciones extraídas desde la experiencia profesional tanto por el propio investigador como por otros profesionales:

Hipótesis general 1:

La repercusión de Castilla y León en la prensa española es significativamente inferior a la de las comunidades autónomas con mayor repercusión mediática.

Hipótesis general 2:

Las comunidades con mayor conciencia regional tienen más repercusión mediática en la prensa nacional.

Del mismo modo, se elaboraron una serie de subhipótesis de trabajo que trataban de buscar respuesta para los otros objetivos de investigación planteados:

Subhipótesis de trabajo 1:

La caracterización de Castilla y León en la prensa española aparece asociada de manera predominante a temáticas de connotación negativa.

Subhipótesis de trabajo 2:

El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su número de habitantes.

Subhipótesis de trabajo 3:

El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma no está correlacionado con su superficie.

Subhipótesis de trabajo 4:

El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su densidad de población.

Subhipótesis de trabajo 5:

El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su cifra de ingresos por habitante.

Subhipótesis de trabajo 6:

El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su índice de producción.

Subhipótesis de trabajo 7:

El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su índice de actividad editorial.

Cuadro 3. Subhipótesis de trabajo. Fuente: Elaboración propia.

Tanto las dos hipótesis principales como las seis últimas subhipótesis formuladas necesitan definir una variable, la repercusión mediática, para poder ser afirmadas o refutadas. Pues bien, se entiende como repercusión mediática el volumen de noticias publicadas sobre una comunidad autónoma. Para medir la repercusión mediática se emplearon tres baremos principales (noticias, módulos y módulos ponderados), que descansan sobre los principios del análisis de contenido cuantitativo y los fundamentos del diseño periodístico mencionados anteriormente, y que se explicarán con detalle más adelante.

Para la primera hipótesis principal había que definir de antemano, además, qué se consideraba “significativamente inferior” y cuáles se considerarían las “comunidades con mayor repercusión mediática”. Para determinar lo segundo se tomó como referente el baremo de medición “número de noticias” y se estableció

que, dado que el número total de noticias seleccionadas para la muestra estaba cerca de las 10.000 piezas, las “comunidades con mayor repercusión mediática” serían aquellas que representaran al menos un 10% del total de piezas estudiado, esto es, que superaran el umbral de las 1.000 noticias. En el caso de que Castilla y León superase este umbral, la hipótesis quedaría rechazada, ya que ella misma formaría parte del grupo de comunidades con mayor repercusión mediática. En caso de que no formase parte de este grupo, se entendería que su repercusión es “significativamente inferior” si, al menos con uno de los baremos de medida (noticias, módulos y módulos ponderados), todas las comunidades que cumplen el requisito para ser consideradas “de mayor repercusión mediática” cuanto menos duplican el volumen mediático dedicado a Castilla y León.

La hipótesis general número 2 ponía en relación la variable anteriormente mencionada de “repercusión mediática” con la de “conciencia regional”, que podría definirse como el grado de apego a la región por exaltación de la identidad propia o por oposición a la identidad española. Para su medición, se decidió tomar los datos de la pregunta número 20 del Barómetro Autonómico II de 2010 realizado por el INE, en la que se les preguntaba a los encuestados qué significaba España para ellos, ya que es la única de las estudiadas que combina tanto el elemento de orgullo regional como la posibilidad de rechazo a una entidad española por encima de su región. Como vimos, las respuestas se podían simplificar en tres grandes apartados, “Conciencia regional exacerbada”, “Conciencia regional moderada” y “Sin conciencia regional”, lo cual nos proporcionaba los datos necesarios para medir esta variable.

A modo de refuerzo, aunque siempre tomando como referencia las respuestas a esta pregunta número 20 del Barómetro Autonómico II, también se consideraron como elementos de medición de la variable “Conciencia regional” los datos correspondientes a las respuestas a las preguntas 21 (sobre el orgullo de ser español) y 22 (sobre el orgullo regional), así como la encuesta, también del Barómetro Autonómico, sobre la popularidad de las opciones políticas nacionalistas en las distintas comunidades.

Por otra parte, cabe reseñar que la variable “temáticas de connotación negativa” empleada en la primera subhipótesis hace referencia a aquellas cuya asociación con la región castellanoleonesa no contribuyen a mejorar la imagen de la comunidad. Para su medición se elaboró un modelo de análisis de contenido temático cuyo desarrollo se podrá ver también más adelante. A las diferentes categorías establecidas se les aplicó un análisis interpretativo previo para determinar a qué temáticas se les asociaban valores positivos, negativos o neutros, de tal manera que, a la hora de evaluar posteriormente los resultados, sólo hubiera que sumar las que pertenecían a cada uno de los diferentes grupos para saber cuál predominaba y dar respuesta a la subhipótesis número 1.

El resto de variables que entran en relación con la de “repercusión mediática” en las subhipótesis 2, 3, 4, 5, 6 y 7 quedan definidas de la siguiente manera (se acompañan del elemento empleado para su medición).

Subhipótesis	Variable	Elemento de medición
2	Número de habitantes	Datos de población (Padrón INE enero 2010)
3	Superficie	Datos de superficie (INE)
4	Densidad de población	Datos de densidad (Padrón INE enero 2010)
5	Ingresos por habitante	Datos de renta anual media por persona (INE 2009)
6	Índice de producción	Datos de PIB a precios de mercado (INE 2010)
7	Índice de actividad editorial	Datos de libros publicados (por miles de ejemplares, INE 2010)

Cuadro 4. Subhipótesis, variables y elementos de medición. Fuente: Elaboración propia.

Para establecer correlaciones se utilizó de manera predominante el coeficiente de correlación de Pearson y, de forma secundaria, el coeficiente Rho de Spearman. El coeficiente de Pearson puede emplearse para medir el grado de relación de dos variables si ambas utilizan una escala de medida de intervalo/razón (variables cuantitativas), como es el caso para la variable “nivel de repercusión mediática” y cualquiera de las otras seis expresadas en las subhipótesis 2-7. El resultado de las correlaciones según este tipo estadístico fluctúa entre dos valores numéricos, +1 y -1; de modo que, cuanto más se acerque el resultado a cualquiera de los extremos, mayor será la correlación (directa o inversa, respectivamente).

Después de consultar a varios expertos en estadística y diversas fuentes bibliográficas de referencia en la materia, se certificó que el primer umbral de significatividad en las correlaciones se establecía en $\pm 0,3^{260}$.

²⁶⁰ Para averiguar el número relativo de casos en el que existe correlación a través del coeficiente de Pearson se debe elevar al cuadrado el resultado y posteriormente multiplicarlo por 100. El número

El experto en análisis estadístico **Bruce Ratner**²⁶¹, por ejemplo, propone las siguientes directrices:

- 0 indica que no existe correlación lineal.
- +1 denota una correlación lineal directa perfecta.
- -1 denota una correlación lineal inversa perfecta.
- Valores entre 0 y 0,3 denotan una correlación levemente significativa (directa entre 0 y 0,3, inversa entre 0 y -0,3).
- Valores entre 0,3 y 0,7 denotan una correlación moderadamente significativa (directa entre 0,3 y 0,7, inversa entre -0,3 y -0,7).
- Valores entre 0,7 y 1 denotan una correlación fuertemente significativa (directa entre 0,7 y 1, inversa entre -0,7 y -1).

Darlene Russ-Eft (2009:384) constata estos mismos umbrales, al igual que **Da Costa Lewis** (2004:122), quien comparte con **Ratner** la regla práctica de que por debajo de 0,3 apenas hay correlación y por encima de 0,7 la correlación es potente; si bien según este último autor aquellas variables cuya relación se sitúa entre 0,3 y 0,7 están “débilmente correlacionadas”. **Bryman y Cramer** (2003:280), por su parte, coinciden en señalar también que cualquier correlación que se sitúe por debajo del umbral de 0,3 es escasamente significativa²⁶². Existen también autores que, si bien corroboran el umbral mínimo de 0,3 para empezar a

obtenido es el porcentaje de casos en los que existe una correlación (directa o inversa en función del signo). En el caso de 0,3, por ejemplo, la correlación se daría en el 9% de los casos.

²⁶¹ <http://www.dmstat1.com/res/TheCorrelationCoefficientDefined.html>. Para una biografía detallada del profesor Ratner, <http://www.dmstat1.com/res/BRbio.html>.

²⁶² Estos autores apuntan también que este umbral de 0,3 ha sido reconocido tradicionalmente en estadística como punto a partir del cual se consideran significativas las correlaciones.

considerar significativas las correlaciones, establecen otro en 0,5²⁶³ para consolidar la fortaleza de la correlación. Por ejemplo, **Jacob Cohen** (1998), uno de los autores que más pronto disertó sobre estos umbrales, sugería que una correlación habría de considerarse como importante si era superior a 0,5, moderada si subía de 0,3 y pequeña si era superior a 0,1²⁶⁴.

De todos los expertos consultados se observa, a modo de resumen, que el primer valor en el que suele haber un consenso a la hora de establecer un primer umbral de significatividad es +/-0,3. Por ello se determinó que las subhipótesis de la presente investigación quedarán afirmadas cuando la correlación fuera igual o mayor a 0,3 y refutadas cuando queden por debajo de ese umbral.

3.3. Diseño metodológico y análisis propiamente dicho

El estudio de caso se sustenta en las técnicas del análisis de contenido y del análisis interpretativo para dar respuesta a los objetivos e hipótesis planteados anteriormente. El análisis de contenido empleado en este estudio planea sobre una doble vertiente: cuantitativa, con el fin de determinar el volumen periodístico dedicado a las diferentes comunidades autónomas en la prensa nacional; y cualitativa, fundamentada en el desarrollo de modelos propios de ponderación de las informaciones publicadas en función de su disposición en la página y/o la pantalla (y fundamentado, a su vez, en la bibliografía consultada al

²⁶³ Los umbrales en 0,3, 0,5 y 0,7 representarían, respectivamente, unos grados de correlación válidos para el 9%, 25% y 49% de los casos; por lo que se entiende que al estar cerca de valores redondos (10%, 25% y 50%) hayan sido asumidos estadísticamente como puntos de referencia a la hora de considerar los diferentes grados de significatividad.

²⁶⁴ Citado en <http://sportsci.org/resource/stats/effectmag.html> (última consulta: marzo 2012).

respecto). Del mismo modo, se empleó el análisis de contenido cualitativo categorial para profundizar en el examen del retrato mediático realizado a Castilla y León en función de una serie de temáticas recurrentes previamente establecidas, así como de unas caracterizaciones básicas asentadas tanto en el tipo de temáticas empleadas como en el lenguaje utilizado. Por último, se empleó la técnica del análisis interpretativo para asignar valores a las temáticas analizadas.

3.3.1. Análisis de la prensa impresa. Definición del universo de análisis

El análisis de la prensa escrita en versión impresa se centró en los periódicos de ámbito nacional. El motivo, por un lado, es que esa esfera parece la más adecuada para estudiar el retrato de Castilla y León, ya que son las publicaciones nacionales las que más visos tienen de llegar a un mayor número de ciudadanos no castellanoleoneses. El análisis se centrará, igualmente, no sólo en los medios de comunicación de difusión nacional, sino en aquellos esencialmente generalistas, es decir, aquellos cuya sede se encuentra en la capital del país, por cuanto son esos los que tienen una intencionalidad y un contenido de ámbito estatal y, por ende, así son percibidos por la audiencia lectora (**Maciá Mercadé**, 1993:47)²⁶⁵.

²⁶⁵ Para una definición más extensiva de la prensa generalista, cf. también **Coca y Peñalva** (1998:65).

3.3.1.1. Selección, partiendo de esa población, de una muestra adecuada

a) Primera etapa: selección de títulos y justificación

Se analizaron los dos periódicos de información generalista de pago más leídos en España en el periodo sometido a estudio: El País y El Mundo. La razón para justificar esta selección es que se entiende que, tanto por su tirada como por su carácter de pago, son los medios impresos que más atención concitan no sólo entre las esferas políticas y económicas, sino también en la opinión pública (cf. **Welch et al.**, 2000:247, y **López García**, 2001:320). Autores como **Clark e Illman** (2003:24) destacan, además, que los periódicos de mayor tirada suelen tener una reconocida capacidad de influencia a la hora de determinar la agenda de cabeceras más pequeñas (regionales y locales, principalmente) (cf. también **López**, 1995:23), lo cual reafirma la pertinencia de la selección realizada.

b) Segunda etapa. Selección del contenido.

Dadas las características de la investigación, se optó por centrar el objeto de estudio en las secciones de continuidad de los periódicos sometidos a análisis, esto es, aquellas que tienen una periodicidad diaria. Esto dejó fuera, por ejemplo, a los suplementos. También quedaron descartados los suplementos regionales ya que, aunque sí cuentan con una periodicidad diaria, no cumplen la aspiración generalista que habíamos señalado al principio. Se descartó también la sección de Internacional por entender que,

siendo el ámbito del objeto de estudio las comunidades autónomas, serían escasas las veces en las que se hablara de ellas en estas páginas. Siguiendo esta misma lógica, se pretendía, además, centrar la investigación en aquellas secciones que, a priori, iban a copar la mayoría de las noticias relativas a las comunidades autónomas en las cabeceras seleccionadas. Con todas estas premisas, se optó por someter a análisis las siguientes secciones de los periódicos seleccionados: Portada, Opinión, Nacional, Economía, Cultura y Sociedad.

A la hora de determinar qué se entendería por noticias relativas a una comunidad autónoma, por ejemplo Castilla y León, después de revisar los estudios sobre hábitos de lectura y los elementos de la noticia con más impacto visual, se llegó a la conclusión de que se entenderían como noticias referidas a Castilla y León aquellas que incluyesen su nombre o el de alguna de sus provincias en alguna de las cajas principales de la noticia: titular, antetítulo, subtítulo y/o entradilla. Por último, en los casos en los que aparecieran noticias de conjunto de diferentes regiones o provincias de España, solo se consideraron a efectos de esta investigación aquellas que introducían valoraciones (ya fueran positivas o negativas) específicas de la comunidad en cuestión (en el ejemplo planteado, Castilla y León) o sus provincias con respecto al resto de comunidades o provincias valoradas en la pieza periodística.

c) Tercera etapa. Selección de fechas.

Se optó por analizar los ejemplares de El Mundo y El País publicados a lo largo de todo el año 2010, con vistas no sólo a conseguir una muestra cercana a la actualidad, sino también lo suficientemente extensa. 2010 ofrecía, además, la ventaja de ser el año en el que el CIS realizó el Barómetro Autonómico II, con el que se pretendían correlacionar los datos de publicación para afirmar o rechazar la segunda hipótesis general de la tesis.

Llegados a este punto, la dificultad consistía en determinar las dimensiones del universo que se debía estudiar, ya que había que realizar una selección previa para determinar qué noticias podían ser asignadas a una o varias comunidades. Por ello, se realizó de manera exploratoria un primer muestreo aleatorio no por unidades de análisis, sino por fechas, seleccionando 8 de las 52 semanas del año 2010. De esas 8 semanas se recolectaron 9.286²⁶⁶ noticias en total entre prensa digital y prensa

²⁶⁶ El desglose de la cifra por comunidades autónomas puede resultar interesante para saber hasta qué punto se pueden realizar inferencias sobre cada una de ellas y se puede consultar en las tablas 32, 33 y 34 (páginas 382, 385 y 387 respectivamente) de la presente tesis. En ellas aparece el tamaño muestral correspondiente a cada una de las comunidades autónomas. Por ejemplo, la muestra *n* de piezas totales impresas y digitales correspondientes a la Comunidad de Madrid es igual a 2168 unidades, frente a las 2127 de Cataluña o las 299 de Castilla y León.

Para el desglose completo por número de unidades sometidas a estudio (totales y no repetidas), por soporte (impreso y digital) o por elemento de medición de la repercusión mediática (noticias, módulos y módulos ponderados) y a fin de no alargar excesivamente el presente apartado metodológico, nos remitimos a los datos de las tablas antedichas y las comprendidas entre la 35 y la 43 (páginas 389-404). Todas ellas contienen los datos del tamaño de la muestra para el conjunto de España y para los casos concretos de cada comunidad autónoma. Dado que, como se explica más adelante, esta muestra representa una proporción de algo más del 15% del universo total de textos periodísticos (de las publicaciones analizadas) calculados para 2010, el cálculo del universo correspondiente a cada comunidad en un caso concreto se obtendría de multiplicar su muestra correspondiente por 6,5. Así, por ejemplo, en los casos que se ponían como ejemplo anteriormente, la Comunidad de Madrid tendría un universo total calculado de 14.092 (2.168x6,5) noticias, frente a las 1.944 (299x6,5) de Castilla y León. Cuando hablamos de posibles problemas de representatividad a la hora de hacer extrapolaciones nos referimos, por ejemplo, al caso de La Rioja, de la que se extrajeron un total de sólo 38 noticias en las 8 semanas estudiadas (muestra de 38, universo estimado: 247), de las cuales 33 procedían de una misma publicación (elpais.com) y 26 eran repetidas. Sin embargo, como se puede comprobar a través de los datos muestrales de las tablas anteriormente referidas, tanto en los datos del total del territorio español

impresa²⁶⁷; con lo cual, dado que la muestra 8 semanas supone una proporción de 1/6,5 sobre el universo de 52 semanas, permite calcular un universo total de 60.359 noticias.

Por si la extrapolación no era del todo exacta, consideramos que el universo de noticias que se podían asignar a, al menos, una comunidad era de 70.000. Con un universo de 70.000 noticias y una muestra de 9.286, considerando p y q para el peor de los casos posibles ($p=0,5$ y $q=0,5$), con un nivel de confianza del 99%, se calculó que el error muestral general que depararía la muestra conjunta de prensa digital e impresa con respecto a un universo total aproximado de 70.000 noticias era de $\pm 0,012$ ²⁶⁸.

En el caso concreto de la prensa impresa, el número total de noticias recolectadas fue de 2.811, con lo cual haciendo un cálculo similar al alza tendríamos un universo aproximado de 20.000 noticias. Con un universo de 20.000 noticias y una muestra de 2.811, considerando p y q para el peor de los casos posibles ($p=0,5$ y $q=0,5$), con un nivel de confianza del 99%, se calculó que el error muestral general que depararía la muestra de prensa impresa con respecto a un universo total era de $\pm 0,023$.

como en la mayoría de las autonomías tanto las muestras como los universos tienen un volumen lo suficientemente grande como para sustentar las inferencias realizadas posteriormente a partir de ellas para testar las hipótesis planteadas.

²⁶⁷ La cifra triplica sobradamente, por ejemplo, a las muestras empleadas por el CIS en sus Barómetros mensuales. En estos estudios, a título ilustrativo, para un universo en el que son elegibles todos los españoles mayores de 18 años se trabaja con una muestra de en torno a 2500 personas.

²⁶⁸ Por seguir con la comparación, los Barómetros del CIS consideran aceptable un nivel de confianza del 95,5% y un error muestral de $\pm 2,0\%$.

3.3.1.2. Elección y definición de las unidades de análisis

“La unidad de análisis es cada uno de los elementos que, de hecho, se cuantifican” (Wimmer y Dominick 1996:178). Esta etapa coincide también con la “fase de codificación” de Bardin (2007:135), enmarcada dentro de la etapa de “explotación del material”. Bardin habla de “unidades de registro” y explica que éstas pueden ser de “naturaleza y tamaño variables”, lo cual ha justificado históricamente, en su opinión, una buena parte de las críticas contra el carácter científico del análisis de contenido. Así, las “unidades de registro”²⁶⁹ pueden referirse a un nivel más semántico como la “temática”²⁷⁰ o bien descender hasta el plano lingüístico de las “palabras” (cf. también Beardsworth 1980: 375), si bien, según Bardin, en el fondo todas las acotaciones de unidades de análisis acaban inscribiéndose en el campo de la semántica.

A partir de estos planteamientos, Cea D’Ancona (1996:357-8) divide las unidades de codificación más frecuentes en seis categorías: la palabra, la frase, el tema, el párrafo, el texto entero y el personaje. La autora recomienda que el investigador utilice una o varias de esas unidades de codificación en función de “tres aspectos básicos: los objetivos de la investigación, las características del documento y los medios disponibles para la realización del análisis de contenido”. Siendo así, resultan significativas algunas recomendaciones de la

²⁶⁹ Cea D’Ancona (1999) traduce este término de Bardin (2007) como “unidades de codificación” y lo emplea indistintamente para hablar de sus propias opiniones como de las del autor francés. Sin embargo, teniendo en cuenta que Bardin (2007: 135) habla de “*unités d’enregistrement*” he considerado más fiel a ambos autores mantener la diferencia entre lo que Bardin denomina literalmente “*unidades de registro*” y lo que Cea D’Ancona llama “*unidades de codificación*”.

²⁷⁰ Parafraseando a Berelson, Bardin (2007: 136) define la temática como “*una afirmación sobre una materia*”. De hecho, continúa razonando posteriormente, “*la unidad de significación que se desprende de forma natural de un texto analizado según ciertos criterios relativos a la teoría que guía la lectura*”. Según Cea D’Ancona (1999: 357), las palabras de Bardin hacen que la temática represente “*una unidad de codificación habitual en estudios de motivaciones, opiniones, actitudes, valores o creencias*”.

autora, como la de emplear la frase “cuando se está interesado en la cuantificación de frases que contienen un mismo significado (por ejemplo, “a favor” o “en contra” de un determinado tema)”, o incluso el texto entero siempre y cuando pueda “codificarse en su globalidad”. En este sentido, **Cea D’Ancona** (1996:357) advierte que una codificación de texto entero exige que el texto en sí sea “breve (titulares de periódicos, editoriales, o las respuestas a una pregunta abierta, por ejemplo)”. De no ser así, resultaría “difícil alcanzar una elevada fiabilidad” (**Weber** 1994:265)

Con todo esto, volviendo al estudio que ocupa a esta investigación, las dos unidades de análisis principales que se aplicaron al estudio de prensa impresa fueron presencia, presencia matizada y caracterización, por cuanto a través de esta triple perspectiva (cuantitativa-presencia, semicualitativa-presencia matizada y cualitativa-caracterización) entenderemos mejor la naturaleza del retrato periodístico de un fenómeno mediático (cf. **Jasperson et al.** [1998:210] y **Ghanem y Evatt** [1995]):

a) **Presencia:** Cantidad de informaciones publicadas sobre las distintas comunidades autónomas españolas. La evaluación de la presencia es, en sí misma, una forma de evaluar la relevancia que el medio concede al tema referido (**McCombs y Estrada**, (1994).

b) **Presencia matizada:** En un fenómeno tan complejo e interdisciplinar como el de la comunicación, la cantidad es un criterio demasiado reduccionista como para captar ciertas sutilezas. Por ello se definirá la presencia matizada recogiendo los datos de la presencia y añadiéndole una

serie de matices cualitativos que ponderarán aspectos relativos al diseño periodístico que definen también la preponderancia de las piezas analizadas. La valoración conjunta de la presencia y la presencia matizada constituirán la guía para medir la variable “repercusión mediática” formulada en las hipótesis y subhipótesis del capítulo dedicado a la Metodología.

c) Caracterización: Como se explicó anteriormente, uno de los objetivos complementarios de esta investigación va más allá de determinar la hipotética infrarrepresentación de la Comunidad Autónoma de Castilla y León en la prensa nacional: pretende demostrar que con frecuencia los temas a los que aparece asociada esta región en los espacios estudiados tienen una connotación negativa. No en vano, autores como **Whorf** han destacado la crucial dialéctica entre las fórmulas lingüísticas empleadas y el comportamiento de los receptores. “Lo que nos impulsa a seguir una cierta línea de comportamiento”, escribe **Whorf** (1971:158), “viene determinado a menudo por las analogías de las fórmulas lingüísticas con las que expresamos una situación dada. Estas fórmulas lingüísticas son también las que, hasta cierto punto, analizan, clasifican y colocan la situación en ese mundo “amplia e inconscientemente conformado según los hábitos lingüísticos de un grupo determinado. Y, además, siempre suponemos que el análisis lingüístico realizado por el grupo al que pertenecemos refleja la realidad mejor de lo que en “realidad” lo hace”. Por todo ello, no sólo resultaría interesante demostrar que a Castilla y León se

la representa menos, sino también que se la asocia normalmente a temáticas que contribuyen a robustecer una imagen negativa de la región.

3.3.1.3. Medición de la presencia

A la luz de los estudios de ponderación de elementos publicados en la página de periódico revisados, se optó por emplear el Método de Análisis Proporcional Aproximativo (MAPA) sugerido por **Tena** (1997) e inspirado a su vez en **Rodríguez Bravo** (1995). El Método de Análisis Proporcional Aproximativo (MAPA) sobre el que **Tena** (1997) basó la investigación de su tesis doctoral proporcionaba una herramienta de gran precisión para la medición de elementos dentro de la página de periódico. El MAPA propugnaba una división modular de la página de periódico en diez líneas horizontales y diez líneas verticales, lo que daba lugar a cien cuadros formato. Cada cuadro formato se dividía, a su vez, en una nueva rejilla de 10x10 que permitía ponderar aquellos cuadros formato que el elemento medido no ocupaba totalmente.

Así pues, para dar respuesta a la hipótesis sobre la presunta infrarrepresentación de Castilla y León en la prensa impresa, se acordó, por un lado, cuantificar el número de piezas periodísticas publicadas sobre Castilla y León y sobre otras comunidades en las secciones anteriormente citadas y, por el otro, ofrecer datos, también cuantitativos, más pormenorizados sobre el número de módulos dedicados a unas y otras regiones.

3.3.1.4. Medición de la presencia matizada

Si bien para la medida de la cantidad de noticias publicadas sobre Castilla y León se determinó una metodología, la explicada anteriormente, manifiestamente cuantitativa, las características de la segunda unidad de análisis, la presencia matizada, requerían de un enfoque investigador más cualitativo. Como ya se dijo antes, ha de advertirse que la presencia o ausencia de un tema en las páginas de un periódico (en este caso, en sus portadas y editoriales, como piezas elegidas) es ya una muestra en sí de la voluntad del editor de dar importancia al citado tema. Indudablemente, eso es en sí mismo una caracterización. Por tanto, los datos extraídos en el recuento de piezas periodísticas y mediante la aplicación del MAPA para determinar la presencia de Castilla y León en la prensa nacional servirían en sí mismos de punto de partida para empezar a interpretar la caracterización de la región en las secciones estudiadas.

Sin embargo, si bien es verdad que esta aproximación da una idea bastante fidedigna de la presencia de un tema en las páginas de un periódico, no es menos cierto que la repercusión no puede medirse enteramente por una vía cuantitativa (módulos o centímetros cuadrados dedicados dentro de la página de periódico), ya que así no se reflejará completamente la voluntad del editor quien, además de otorgarle un espacio a la pieza, le concede una posición concreta dentro de la página, además de una serie de atributos que contribuyen a captar o a alejar la atención del lector.

Por esta razón, para investigar esta unidad de análisis se apostó por combinar lo cuantitativo con técnicas más cualitativas. Así, se formuló un modelo

de ponderación destinado a matizar los datos obtenidos en la fase de recapitulación cuantitativa de la unidad de análisis “presencia”. Este modelo, inspirado en los principios teóricos y en las investigaciones previas de los expertos en diseño periodístico mencionados en la introducción, buscaba, en definitiva, contextualizar adecuadamente el tipo de informaciones publicadas incluyendo aspectos (cuya importancia tanto en el deseo del productor de contenido como en el efecto producido en el receptor del mismo es indiscutible) que se soslayaban en la investigación cuantitativa como la posición en página, la presencia o no de elementos gráficos, etc.

3.3.1.5. Medición de la caracterización

En último término, se ideó un modelo de análisis de contenido cualitativo para el estudio de la caracterización de Castilla y León sustentado en una categorización de temáticas recurrentes aplicables a los textos estudiados a la que, a su vez, se le realizó un análisis interpretativo para definir previamente qué temáticas se consideraría que alimentaban un retrato negativo, cuáles positivo, y cuáles neutro de Castilla y León.

El análisis de contenido categorial de las temáticas presentaba una primera aproximación, al estudio del “qué se dice”. ¿Por qué categorial? Porque esa era precisamente la fortaleza que podía aportar el análisis de contenido al estudio de las piezas periodísticas. Si bien no se puede hablar estrictamente de una técnica cuantitativa, por cuanto la elección de las categorías tiene una parte de interpretación por parte del investigador, sí que es cierto que aporta un carácter

sistemático y replicable muy enriquecedor para la solidez del estudio. Por otra parte, el análisis interpretativo de las temáticas aportaba una posterior ponderación y matización de los resultados cuantitativos a través del análisis temático.

En los anexos correspondientes al presente capítulo metodológico se pueden encontrar los modelos utilizados tanto para el análisis de categorías recurrentes como para la ponderación del flujo de noticias encontradas. En esos mismos anexos se especifica la definición de cada una de las categorías, por un lado, y la justificación de las decisiones tomadas para la elaboración del modelo de ponderación de noticias dentro de la página de periódico.

3.3.2. Análisis de cibermedios. Definición de la población de análisis

El análisis de la prensa digital se centró también en los medios escritos de ámbito nacional. Al igual que ocurría con la prensa impresa, esto implica no sólo medios de comunicación de difusión nacional, sino esencialmente generalistas, por las razones expuestas en el punto anterior. A todos estos motivos, sustentados en las ya citadas palabras de **Maciá Mercadé** (1993:47) se le sumaba la definición que **López et al.** (2005:62) daban de cibermedio de información generalista: “aquel emisor de contenidos referentes a las diversas áreas del saber humano que tiene voluntad de mediación entre hechos y público, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual, se actualiza y se publica en la red Internet.” Algunas de esas

nociones, en especial la multimedialidad y la hipertextualidad, las recogeremos en la elaboración de nuestro modelo de análisis.

3.3.2.1. Selección, partiendo de esa población, de una muestra adecuada

a) Primera etapa: selección de títulos y justificación.

En su análisis comparativo de cibermedios, **López et al.** (2005b) eligieron tres medios digitales: *lavanguardia.es*, *elmundo.es* y *elpais.com*. Para llegar a esta muestra se emplearon cuatro criterios: que fueran “diarios de calidad, líderes en el mercado de la información general y con un ámbito de difusión nacional”, además de contar “con una edición consolidada en Internet” (**López et al.**, 2005b:127-132).

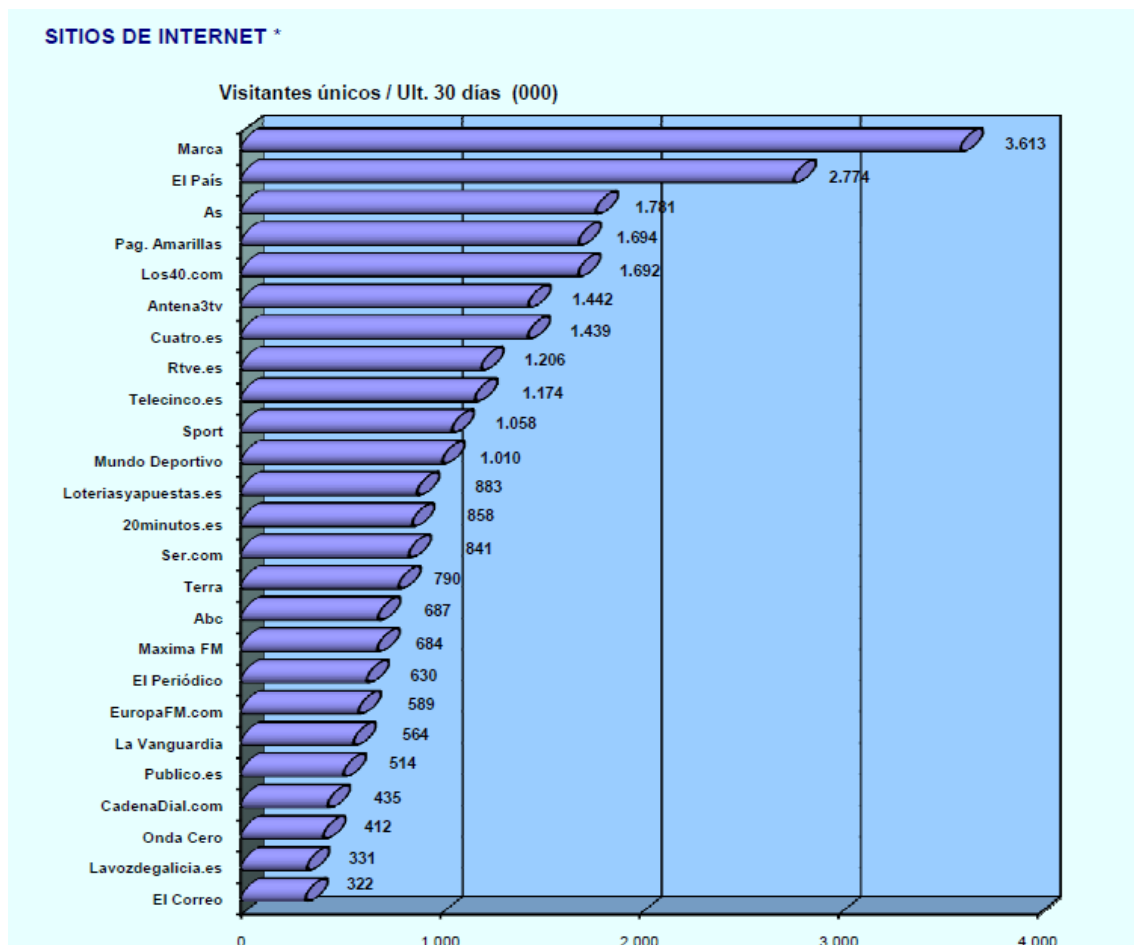


Gráfico 7. Clasificación de sitios de Internet en función del número de visitas. Fuente: AIMC (EGM) 2010

Es bastante probable que la elección muestral de **Lopez et al.** se inclinase por tal combinación de criterios (calidad, audiencia, difusión, arraigo en Internet) ante la imposibilidad de obtener datos de audiencia unificados en Internet. Como bien apunta **Díaz Noci** (2005:33), diarios digitales como *elpais.es* o *lavanguardia.es*, optaron en su momento por desligarse del control de visitas realizado por la OJD, según el cual *elmundo.es* ostenta el liderazgo de los cibermedios españoles en Internet.

En enero de 2011, la OJD colocaba a *elmundo.es* como el cibermedio español de noticias e información (subclasificación “Noticias globales y actualidad”) más visitado en Internet, con 72.557.015 visitas, sustancialmente por delante de sus inmediatos perseguidores, *2ominutos.es* (25.410.299 visitas) y *abc.es* (22.524.131). Según el último EGM de 2010, como se puede ver en la siguiente figura, los tres ciberdiarios de información generalista más visitados fueron *elpais.com* (2.774.000), *2ominutos.es* (858.000), *abc.es* (687.000) y *lavanguardia.es* (564.000). En este punto hay que recordar, como bien apuntan **Sádaba y Portilla** (2005:116), que todos los portales de Internet reseñados en OJD (usuarios únicos) y en EGM (audiencia), como el caso de ABC, por ejemplo, presentan cifras menores en el EGM que en la OJD. Hay varios motivos para explicar este fenómeno.

Para empezar, que los usuarios únicos (OJD) pueden proceder de población no controlada por el EGM (hogares institucionales, Ceuta y Melilla, visitas desde fuera de España). Asimismo, el EGM es un estudio que, además de incluir un margen de error estadístico, se basa en el recuerdo,

por lo que el encuestado puede no acordarse de todos los sitios que ha visitado. Por su parte, la OJD cuenta “pinchazos”, independientemente de quién los realice. Así pues, puede darse el caso de que una misma persona se conecte desde diversos ordenadores o borre las *cookies* y sus visitas no queden contabilizadas como una sola, sino como varias²⁷¹.

Por todo ello, ponderando los datos de audiencia, raigambre histórica del medio y proyección generalista, se optó por enfocar el estudio de la imagen de la prensa digital a dos cibermedios, *elmundo.es* y *elpais.com*. Su coincidencia con las versiones en papel igualmente sometidas a estudio en los parámetros indicados en puntos anteriores proporcionaba, además, unos paralelismos muy interesantes de cara al estudio comparativo de la imagen de Castilla y León en prensa impresa y digital.

²⁷¹ La selección de cibermedios de **López et al.** (2005b) se fundamentaba también, como vimos anteriormente, en el arraigo histórico de los cibermedios estudiados. El primer cibermedio en situarse en la Red, a través de Servicom y no en la World Wide Web, fue la revista semanal *El Temps* (**Salaverría**, 2005:25), en el año 1994. También en Servicom iniciaron su andadura, igualmente en 1994, *El Periódico de Catalunya* y *El Mundo*. Durante estos primeros meses se trataba de poco más que de versiones reducidas y de libre acceso de lo que el lector podría encontrar al día siguiente en la edición de papel. No es extraño, como señala **Díaz Noci** (2005:26), por otra parte, que fueran estos dos periódicos, publicaciones jóvenes (sobre todo *El Mundo*), con inquietudes y en busca de su sitio en el panorama mediático, quienes abrieran la veda de la comunicación generalista por Internet. Además, como bien apunta el propio **Díaz Noci**, mientras otros periódicos tuvieron que realizar más o menos rápidamente su transición hacia las redacciones informatizadas, en el caso de *El Periódico* y *El Mundo*, su tardío nacimiento hizo que desde sus más tempranos comienzos las redacciones estuvieran completamente adaptadas a las nuevas tecnologías del momento, lo cual iba absolutamente en consonancia con la apuesta por lo digital (*El Mundo* almacenó un archivo digital desde su nacimiento, a diferencia de los diarios decanos de la prensa española, que se encontraron ante la ingente labor de digitalizar periódicos que se remontaban hasta a más de un siglo atrás, como fue el caso de *ABC* o *La Vanguardia*) en general y de Internet en particular.

El primer caso de publicación electrónica que ofreció sus contenidos íntegros en formato de pago fue el del *Boletín Oficial del Estado*. Dada la naturaleza pública del BOE, la cuestión llegó al Parlamento azuzada también por la propia opinión pública, y finalmente los contenidos se abrieron de manera completa al gran público. Eso hace que, curiosamente, y como bien indica **Díaz Noci** (2005:28), el BOE se convirtiera en el primer ejemplo de publicación con contenidos completos en Internet, tanto en la modalidad de pago como de libre acceso (cf. también **López García et al.**, 2005:43). En la esfera privada, los diarios catalanes fueron pioneros en el asentamiento dentro de Internet. *Avui*, *El Periódico* y *La Vanguardia* ya contaban en 1995 con ediciones digitales propias, e incluso algunos se atrevían a colgar contenidos a los que sólo se podía acceder a través de la Web (**Salaverría**, 2006:29). En Madrid, después de *El Mundo*, le siguió la estela el *ABC*. En 1996 se produjo el salto de *El País*, que aprovechó su vigésimo aniversario (en mayo) para estrenar su edición digital.

b) Segunda etapa: selección de fechas.

Al igual que sucedía con la prensa escrita, y también en aras de facilitar el estudio comparativo de soportes, se decidió analizar *elmundo.es* y *elpais.com* durante el año 2010. En el caso concreto de la prensa digital, el número total de noticias recolectadas fue de 6.475, con lo cual haciendo una estimación similar al alza tendríamos un universo aproximado de 50.000 noticias. Con un universo de 50.000 noticias y una muestra de 6.475, considerando p y q para el peor de los casos posibles ($p=0,5$ y $q=0,5$), con un nivel de confianza del 99%, se calculó que el error muestral general que depararía la muestra de prensa impresa con respecto a un universo total era de $\pm 0,015$.

c) Tercera etapa. Selección del contenido.

Dadas las características de la prensa digital y los estudios de legibilidad empleados, así como las secciones compartidas por los distintos medios sometidos a estudio, se consideró que el análisis debía centrarse tanto en las portadas²⁷² como en las secciones de España, Economía, Tecnología, Cultura y Sociedad. La recopilación del material analizado contaba, además, con la peculiaridad de que, en el caso de *elpais.com*, el archivo digital no conservaba las características de la portada del día, sino que se disponían los titulares y pequeños *blurbs* con formato de flujo de texto (aglutinados en las diferentes secciones). Los textos referidos a Castilla y León fueron

²⁷² En el caso de *elpais.com*, el archivo reflejaba de una manera tremendamente asistemática las portadas de cada día, por lo que en ese caso en concreto se optó por obviar los resultados obtenidos en la portada, por considerarlos poco representativos.

analizados tanto por su presencia en la portada como por su noticia desarrollada (clicando en el enlace).

3.3.2.2. Elección y definición de las unidades de análisis

Al igual que se estableció en el apartado metodológico destinado a la prensa impresa, las dos unidades de análisis principales que se aplicaron al estudio de la prensa digital fueron presencia, repercusión mediática y caracterización.

a) Presencia: Cantidad de informaciones referidas a cada comunidad autónoma publicadas en las portadas de los cibermedios seleccionados (calculado en módulos y cantidad de noticias).

b) Presencia matizada: Análisis semicualitativo de la presencia mediática en los mismos términos comentados anteriormente para la prensa escrita.

c) Caracterización: Análisis de las temáticas vinculadas a Castilla y León a través de los medios digitales.

3.3.2.3. Medición de la presencia en la prensa digital

Para la medición de la unidad de análisis “presencia” en medios digitales se optó por adaptar el Método de Análisis Proporcional Aproximativo (MAPA) propuesto por **Tena** (1997) a la pantalla de ordenador. Si el MAPA propugnaba una división modular de la página de periódico en diez líneas horizontales y diez líneas verticales, lo que daba lugar a cien cuadros formato (divididos, a su vez, en una

nueva rejilla de 10x10), se empleó una plantilla similar para medir la presencia en las portadas del formato digital. Un segundo criterio cuantitativo empleado para la medición de la presencia se centró no tanto en la cantidad de espacio concedido a Castilla y León como en el número de noticias publicadas relativas a la comunidad castellanoleonesa.

3.3.2.4. Medición de la presencia matizada en la prensa digital

Al igual que ocurría con la prensa escrita, la medición de la unidad de análisis “presencia matizada”, requería de un enfoque investigador más cualitativo que el de la “presencia”. Gracias a su exhaustivo archivo, el caso de *elmundo.es* aportaba, como sucedía con las noticias publicadas en papel, un variado elenco de elementos que, sin entrar en el contenido textual de las noticias, debían ser analizados de manera sistemática para obtener datos precisos sobre la caracterización de la prensa castellanoleonesa. Dado que el archivo de *elmundo.es* conservaba tres versiones de la portada diaria del cibermedio, mañana, tarde y noche, se optó por elegir la segunda sobre la base de los datos expuestos en el gráfico 8, en el que se reflejan los hábitos de consumo de periódicos *online* según las diferentes franjas horarias²⁷³. Se tomó como referencia los datos de pinchazos por ordenador, ya que las versiones que se iban a analizar eran las diseñadas para este soporte.

Definido esto, se llegó a la conclusión de que, como ya se vio en la descripción de las características diferenciales de la producción en cibermedios,

²⁷³ Obtenido de <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748703326204575616310040096840.html> (última consulta: agosto 2012).

los productos ideados para este soporte necesitaban un análisis que tuviera en cuenta la posición en la página, la multimedialidad o la hipertextualidad, por citar algunos. Por todo ello, se desarrolló un modelo, similar al ideado para el análisis de páginas de periódico, aplicable a la prensa digital.

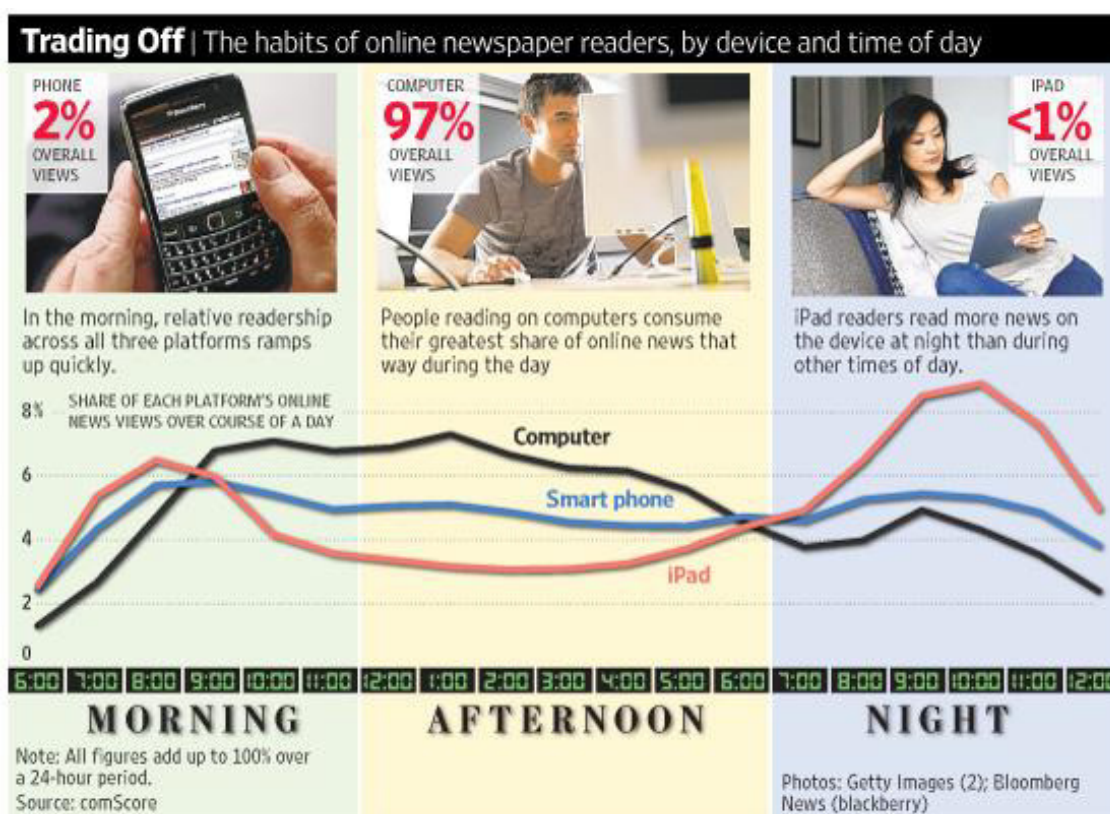


Gráfico 8. Hábitos de consumo de periódicos electrónicos. Fuente: Wall Street Journal²⁷⁴

3.3.2.5. Medición de la caracterización en la prensa digital

Por otra parte, el análisis de los textos sometidos a estudio se basó en el modelo de análisis de contenido categorial temático y en el análisis interpretativo previo

²⁷⁴ El título del cuadro podría resumirse en “Hábitos de los consumidores por dispositivo utilizado (ordenador, teléfono inteligente y iPad) y por franja horaria”. En la franja de la Mañana se destaca el fenómeno de inmediato ascenso de las consultas en todos los soportes. En la franja de Tarde se destaca el dominio de las consultas realizadas a través de ordenador. Por último, los lectores de iPad suelen utilizar este dispositivo con mayor frecuencia en la franja nocturna.

de esas temáticas. Dado que su explicación quedó justificada en el apartado dedicado a prensa impresa, no se redundará más en su utilidad.

3.3.3. Enunciado y justificación de categorías de temáticas recurrentes

Con el análisis temático de las informaciones publicadas tanto en prensa digital como en prensa impresa se pretendían extraer datos que permitieran dar respuesta a algunas de las preguntas de investigación planteadas, fundamentalmente aquellas relativas a la unidad de análisis “caracterización”. El modelo de análisis de contenido categorial planteado sobre estas líneas planteó un enfoque exhaustivo y excluyente de las distintas temáticas en las que podían quedar encuadradas las diferentes piezas periodísticas sometidas a estudio.

En otras palabras, el objetivo del modelo era que no hubiese ninguna pieza cuyas características impidiesen que se la clasificase en alguna de las temáticas propuestas. Al mismo tiempo, al ser las categorías excluyentes, se planteó el modelo de tal manera que una misma pieza no pudiera pertenecer a dos temáticas. Del mismo modo, es preciso señalar la razón de ser de las subtemáticas. Como se puede observar en el cuadro 5, hay algunas temáticas que, aparentemente, podrían incluir un número casi ilimitado de subtemáticas y, sin embargo, no tienen ninguna. El motivo es claro: el objetivo principal de las subtemáticas no era la exhaustividad sino la matización. No se debe perder de vista que nuestra meta investigadora en esta fase era clarificar la caracterización de Castilla y León en la prensa española.

Temáticas	Subtemáticas asociadas	
1. Ciencia y tecnología	<i>1.1. Campañas de promoción</i>	
	<i>1.2 Indicadores positivos</i>	
	<i>1.3 Indicadores negativos</i>	
	<i>1.4. Otros</i>	
2. Cultura	<i>2.1. Música</i>	<i>2.1.1. Estrellas nacionales o internacionales</i>
		<i>2.1.2. Estrellas regionales</i>
		<i>2.1.3. Festivales en suelo regional</i>
	<i>2.2. Cine</i>	<i>2.2.1. Estrellas nacionales o internacionales</i>
		<i>2.2.2. Estrellas regionales</i>
		<i>2.2.3. Festivales en suelo regional</i>
	<i>2.3. Artes escénicas</i>	<i>2.3.1. Estrellas nacionales o internacionales</i>
		<i>2.3.2. Estrellas regionales</i>
		<i>2.3.3. Festivales en suelo regional</i>
	<i>2.4. Literatura</i>	<i>2.4.1. Estrellas nacionales o internacionales</i>
		<i>2.4.2. Estrellas regionales</i>
		<i>2.4.3. Festivales en suelo regional</i>
	<i>2.5. Ferias de arte</i>	<i>2.5.1. Inauguración</i>
		<i>2.5.2. Cancelación/ Suspensión</i>
		<i>2.5.3. Datos positivos</i>
		<i>2.5.4. Datos negativos</i>
		<i>2.5.5. Otros</i>
	<i>2.6. Museos</i>	<i>2.6.1. Apertura de nuevos museos.</i>
		<i>2.6.2. Inauguración o clausura de exposiciones</i>
		<i>2.6.3 Visita de personajes públicos.</i>
		<i>2.6.4. Cierre de museos.</i>
<i>2.7. Toros</i>	<i>2.7.1. Estrellas regionales</i>	
	<i>2.7.2. Festejos</i>	
	<i>2.7.3. Polémicas</i>	

	2.8. Lenguas		2.8.1. Manifestaciones	
			2.8.2. Estrategias políticas	
	2.9. Premios/Reconocimientos		2.9.1. A personalidades regionales	
			2.9.2. En suelo regional	
		2.9.3. A ciudades/regiones		
2.10. Otros eventos culturales				
3. Comunicación	3.1. Eventos relacionados con la comunicación o con comunicadores relevantes			
	3.2. Denuncias contra periodistas			
	3.3. Otros			
4. Defensa y seguridad	4.1. Heridos y fallecidos			
	4.2. Desplazados en misiones exteriores			
	4.3. Vejaciones			
	4.4. Otros			
5. Deporte	5.1. Acontecimientos deportivos			
	5.2. Equipos /deportistas		5.2.1. Victorias	
			5.2.2. No victorias	
			5.2.3. Dopaje	
			5.2.4. Otros	
6. Economía	6.1. Indicadores positivos			
	6.2. Indicadores negativos			
	6.3. Sectores económicos	6.3.1. Primario	6.3.1.1. Agricultura	
			6.3.1.2. Ganadería	
			6.3.1.3. Pesca	
			6.3.1.4. Minería	
		6.3.2. Secundario	6.3.2.1. Industria	
6.3.2.2. Energía				
6.3.2.3. Construcción				

	6.3.3. Terciario	6.3.3.1. Transportes
		6.3.3.2. Comunicaciones
		6.3.3.3. Comercio
		6.3.3.4. Turismo
		6.3.3.5. Administración pública
	6.4. Entidades financieras	6.4.1. Fusiones
		6.4.2. Quiebras
		6.4.3. Pérdidas
		6.4.4. Beneficios
		6.4.5. Otros
6.5. Fraudes	6.5.1. Financiero	
	6.5.2. Alimentario	
6.6. Otros		
7. Educación	7.1. Iniciativas regionales	
	7.2. Indicadores positivos	
	7.3. Indicadores negativos	
	7.4. Experiencias positivas	
	7.5. Experiencias negativas	
	7.6. Otros	
8. Empleo	8.1. Iniciativas regionales	
	8.2. Deficiencias del sistema regional	
	8.3. Indicadores positivos	
	8.4. Indicadores negativos	
	8.5. Experiencias personales positivas	
	8.6. Experiencias personales negativas	
	8.7. Otros	
9. Historia	9.1. Franquismo	9.1.1. Manifestaciones a favor

		9.1.2. Manifestaciones en contra
		9.1.3. Memoria histórica
		9.1.3.1. Reparación
		9.1.3.2. Fosas
	9.2. Festividades regionales	
	9.3. Otros	
10. Infraestructuras	10.1. Creación/ desarrollo de nuevas infraestructuras	10.1.1. Proyectos/ Candidaturas
		10.1.2. Concesiones/ Inauguraciones
	10.2. Desaparición/ empeoramiento de infraestructuras	
11. Inmigración	11.1. Aspectos positivos	
	11.2. Aspectos problemáticos	11.2.1. Conflictos
		11.2.2. Inmigración ilegal
	11.3. Otros	
12. Política	12.1. Políticos	
	12.2. Actos institucionales o de partido	
	12.3. Partidos regionales	
	12.4. Medidas legislativas	
	12.5. Elecciones	
	12.6. Corrupción	
	12.7. Espionaje	
	12.8. Polémicas	
	12.9. Desautorizaciones judiciales	
	12.10. Otros	
13. Religión	13.1. Iglesia católica	13.1.1. Manifestaciones de fe.
		13.1.2. Visitas de líderes religiosos a la región.
		13.1.3. Religiosos en la región.
		13.1.4. Misiones de religiosos regionales fuera de las fronteras nacionales.
		13.1.5. Sucesos delictivos vinculados a ministros de la

		<i>Iglesia</i>
	<i>13.2. Otras confesiones</i>	
	<i>13.3. Otros</i>	
14. Sanidad	<i>14.1. Ventajas/mejoras en las prestaciones sanitarias</i>	
	<i>14.2. Pérdida de prestaciones sanitarias</i>	
	<i>14.3. Errores médicos</i>	
	<i>14.4. Operaciones pioneras</i>	
	<i>14.5. Epidemias / Brotes de enfermedades</i>	
	<i>14.6. Indicadores positivos</i>	
	<i>14.7. Indicadores negativos</i>	
	<i>14.8. Otros</i>	
15. Sociedad	<i>15.1. Manifestaciones</i>	<i>15.1.1. Huelgas generales</i>
		<i>15.1.2. Huelgas/Manifestaciones de empleados de un sector económico/laboral</i>
		<i>15.1.4. Derechos de minorías</i>
		<i>15.1.5. Contra políticas específicas.</i>
		<i>15.1.6. Protesta por sucesos que ocurren en un país extranjero.</i>
		<i>15.1.7. Otras manifestaciones</i>
	<i>15.2. Eventos sociales en suelo regional</i>	
	<i>15.3. Tercera edad</i>	<i>15.3.1. Indicadores positivos referidos al envejecimiento.</i>
		<i>15.3.2. Indicadores negativos referidos al envejecimiento.</i>
	<i>15.4. Otros</i>	
16. Solidaridad	<i>16.1. Discapacidad</i>	
	<i>16.2. Cooperación</i>	
	<i>16.3. Actos benéficos</i>	
	<i>16.4. Otros</i>	
17. Sucesos	<i>17.1. Accidentes</i>	

	17.2. Fenómenos meteorológicos		
	17.3. Incendios		
	17.4. Narcotráfico		
	17.5. Malos tratos/ Vejaciones/ Abusos	17.5.1. Contra personas de la tercera edad.	
		17.5.2. Contra niños/adolescentes	
		17.5.3. Contra mujeres	
	17.6. Violencia contra las fuerzas de seguridad del Estado		
	17.7. Violencia verbal o física contra personalidades públicas		
17.8. Otros sucesos			
18. Terrorismo	18.1. ETA	18.1.1. Atentados o cualquier otra manifestación de violencia terrorista	
		18.1.2. Lucha antiterrorista	18.2.1. Operaciones legales
			18.2.2. Guerra sucia
		18.1.3. Víctimas de ETA	18.1.3.1 Historias personales
			18.1.3.2. Expresiones de rechazo
		18.2. 11-M	18.2.1. Víctimas
	18.2.3. Esclarecimiento de los hechos		
19.3. Otros actos de terrorismo			

Cuadro 5. Modelo de análisis de contenido categorial. Fuente: Elaboración propia

Marcadas las temáticas, se observó que se daban casos en los que la caracterización podía interpretarse de manera unívoca y unánime en un sentido u otro (temáticas enteramente positivas, enteramente negativas, o enteramente neutras). Sin embargo, había otras que presentaban más dudas. Por ejemplo, si hablamos de carreteras, es distinto relacionar a Castilla y León con una noticia de un accidente muy grave a vincular su imagen con la de una iniciativa de seguridad vial. En ese caso, resultaba necesario introducir dos subtemáticas diferenciadas, ya que en el análisis de resultados, aun perteneciendo ambas a una misma rama temática, la interpretación del modo en el que caracterizaban a Castilla y León era diferente. Por ello, solo se han introducido subtemáticas en casos en los que, como el señalado anteriormente, se producía esta doble (o triple, etc.) posibilidad. A continuación, se detalla la definición de las diferentes temáticas y subtemáticas para justificar la inclusión de las diferentes piezas analizadas en una categoría u otra.

Temáticas y subtemáticas		Definición
1. Ciencia y tecnología		
1.1. Campañas de promoción		Piezas sobre campañas de promoción o implantación de nuevas tecnologías y/o el desarrollo científico en la región.
1.2 Indicadores positivos		Estadísticas o indicadores que resalten valores positivos de la investigación científica o la innovación tecnológica en la región, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
1.3 Indicadores negativos		Estadísticas o indicadores que resalten valores negativos de la investigación científica o la innovación tecnológica en la región, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
1.4. Otros		Otras piezas relacionadas con el área de ciencia y tecnología en la región
2. Cultura		
2.1. Música	2.1.1. Estrellas nacionales o internacionales	Conciertos de artistas relacionados con el mundo de la música en suelo regional, o entrevistas a dichos artistas con motivo a su visita a suelo regional,
	2.1.2. Estrellas regionales	Participación de artistas nacidos o criados en la región en eventos musicales. Entrevistas, reseñas o noticias de actualidad referidas a estos artistas.
	2.1.3. Festivales en suelo regional	Noticias, críticas, crónicas u otras piezas periodísticas relacionadas con la celebración de festivales musicales en suelo regional.
2.2. Cine	2.2.1. Estrellas nacionales o internacionales	Estrenos de películas en suelo regional, o entrevistas a los actores protagonistas con motivo de su visita a suelo regional
	2.2.2. Estrellas regionales	Participación de artistas nacidos o criados en la región en películas. Entrevistas, reseñas o noticias de actualidad referidas a estos artistas.
	2.2.3. Festivales en suelo regional	Noticias, críticas, crónicas u otras piezas periodísticas relacionadas con la celebración de festivales cinematográficos en suelo regional.
2.3. Artes escénicas	2.3.1. Estrellas nacionales o internacionales	Representaciones de artistas relacionados con el mundo de las artes escénicas en suelo regional, o entrevistas a dichos artistas con motivo a su visita a suelo regional
	2.3.2. Estrellas regionales	Participación de artistas nacidos o criados en la región en eventos de artes escénicas. Entrevistas, reseñas o noticias de actualidad referidas a estos artistas.

	<i>2.3.3. Festivales en suelo regional</i>	Noticias, críticas, crónicas u otras piezas periodísticas relacionadas con la celebración de festivales de artes escénicas en suelo regional.
<i>2.4. Literatura</i>	<i>2.4.1. Estrellas nacionales o internacionales</i>	Actos con escritores relacionados con el mundo de las artes escénicas en suelo regional, o entrevistas a dichos escritores con motivo a su visita a suelo regional
	<i>2.4.2. Estrellas regionales</i>	Participación de escritores nacidos o criados en la región en eventos relacionados con la literatura. Entrevistas, reseñas o noticias de actualidad referidas a estos escritores.
	<i>2.4.3. Festivales en suelo regional</i>	Noticias, críticas, crónicas u otras piezas periodísticas relacionadas con la celebración de festivales literarios en suelo regional.
<i>2.5. Ferias de arte</i>	<i>2.5.1. Inauguración</i>	Piezas periodísticas referidas a la inauguración de ferias de arte en suelo regional o a la participación de artistas regionales en ferias de arte que se inauguran en otros lugares.
	<i>2.5.2. Cancelación/ Suspensión</i>	Piezas periodísticas referidas a la cancelación definitiva de ferias de arte o a su suspensión puntual.
	<i>2.5.3. Datos positivos</i>	Indicadores positivos referidos a la asistencia u otros niveles de medición del compromiso (compra de obras de arte, ayudas por parte de las administraciones, etc.)
	<i>2.5.4. Datos negativos</i>	Indicadores negativos referidos a la asistencia u otros niveles de medición del compromiso (compra de obras de arte, denegación o retirada de ayudas por parte de las administraciones, etc.)
	<i>2.5.5. Otros</i>	Otros aspectos relacionados con ferias de arte o artistas vinculados a la región.
<i>2.6. Museos</i>	<i>2.6.1. Apertura de nuevos museos.</i>	Piezas referidas a la creación o apertura de nuevos museos y/o salas de exposiciones en suelo regional.
	<i>2.6.2. Inauguración o clausura de exposiciones</i>	Piezas referidas a la inauguración de nuevas exposiciones en museos preexistentes ubicados en suelo regional.
	<i>2.6.3 Visita de personajes públicos</i>	Visita de personalidades relevantes a los museos ubicados en la región.
	<i>2.6.4. Cierre de museos</i>	Cierre de museos ubicados en la región.
<i>2.7. Toros</i>	<i>2.7.1. Estrellas regionales</i>	Participación de profesionales de la lidia en festejos que se desarrollan fuera de suelo regional.
	<i>2.7.2. Festejos</i>	Festejos taurinos que se desarrollan en suelo regional.
	<i>2.7.3. Polémicas</i>	Polémicas en torno a festejos relacionados con el toro o referidas a su supresión.

2.8. <i>Lenguas</i>	2.8.1. <i>Manifestaciones</i>	Manifestaciones para reivindicar el uso de lenguas regionales.	
	2.8.2. <i>Estrategias políticas</i>	Acciones/políticas para fomentar la prevalencia de las lenguas regionales.	
	2.9. <i>Premios</i>	2.9.1. <i>A personalidades regionales</i>	Reconocimientos a personalidades regionales por instituciones nacionales e internacionales.
		2.9.2. <i>En suelo regional</i>	Reconocimientos a personalidades nacionales e internacionales que se llevan a cabo en suelo regional.
	2.9.3. <i>A ciudades/regiones</i>	Piezas relativas a reconocimientos destinados a ciudades/regiones pertenecientes al ámbito de la comunidad (patrimonio de la humanidad, capitalidad de la cultura, etc.)	
2.10. <i>Otros eventos culturales</i>		Otros eventos relacionados con la cultura que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.	
3. Comunicación			
3.1. <i>Eventos relacionados con la comunicación o con comunicadores relevantes</i>		Piezas periodísticas que dan cobertura a eventos relativos a la comunicación o a la presencia de comunicadores relevantes con raigambre en la región o que se celebran en suelo regional.	
3.2. <i>Denuncias contra periodistas</i>		Piezas periodísticas que dan cobertura a las acciones judiciales emprendidas contra periodistas de origen regional o contra medios ubicados en suelo regional.	
3.3. <i>Otros</i>		Otros eventos relacionados con la comunicación que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.	
4. Defensa y seguridad			
4.1. <i>Heridos y fallecidos</i>		Noticias sobre militares y miembros de cuerpos de seguridad regionales que resulten heridos o muertos en acciones militares o ataques terroristas dentro o fuera de nuestras fronteras.	
4.2. <i>Desplazados en misiones exteriores</i>		Piezas periodísticas sobre contingentes compuestos total o parcialmente por regionales desplazados en misiones al exterior.	
4.3. <i>Vejaciones</i>		Piezas sobre actos vejatorios o de malos tratos en el interior de cuarteles militares o instalaciones de seguridad situados en la región, o contra militares y/o miembros de fuerzas y cuerpos de seguridad nacidos en la región o adscritos a unidades radicadas en la región.	
4.4. <i>Otros</i>		Otros eventos relacionados con la defensa y la seguridad que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.	
5. Deporte			

<i>5.1. Acontecimientos deportivos</i>			Celebración de eventos deportivos en suelo regional.
<i>5.2. Equipos/deportistas</i>	<i>5.2.1. Victorias</i>		Victorias de equipos/deportistas de la región en competiciones nacionales y/o internacionales
	<i>5.2.2. No victorias</i>		Fracasos de equipos/deportistas de la región en competiciones nacionales y/o internacionales
	<i>5.2.3. Dopaje</i>		Involucración de deportistas o personas relacionadas con el mundo de deporte procedentes o arraigados en Castilla y León con casos de dopaje
	<i>5.2.4. Otros</i>		Participación de equipos/deportistas de la región en competiciones nacionales e internacionales que no se saldan de manera clara en términos de victorias o derrotas. Actos sociales en los que participan deportistas regionales / Entrevistas a deportistas regionales.
6. Economía			
<i>6.1. Indicadores positivos</i>			Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias positivas de la economía regional, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
<i>6.2. Indicadores negativos</i>			Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias negativas de la economía regional, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
<i>6.3. Sectores económicos</i>	<i>6.3.1. Primario</i>	<i>6.3.1.1. Agricultura</i>	Piezas relativas a la actividad agrícola en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.1.2. Ganadería</i>	Piezas relativas a la actividad ganadera en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.1.3. Pesca</i>	Piezas relativas a la actividad pesquera en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.1.4. Minería</i>	Piezas relativas a la actividad minera en la región o en empresas radicadas en la región.
	<i>6.3.2. Secundario</i>	<i>6.3.2.1. Industria</i>	Piezas relativas a la actividad industrial en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.2.2. Energía</i>	Piezas relativas a la actividad energética en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.2.3. Construcción</i>	Piezas relativas a la construcción en la región o en empresas radicadas en la región.
<i>6.3.3</i>	<i>6.3.3.1. Transportes</i>	Piezas relativas a los transportes en la región o en empresas radicadas en la región.	

	<i>Terciario</i>	<i>6.3.3.2. Comunicaciones</i>	Piezas relativas a las comunicaciones en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.3.3. Comercio</i>	Piezas relativas a la actividad comercial en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.3.4. Turismo</i>	Piezas relativas a la actividad turística en la región o en empresas radicadas en la región.
		<i>6.3.3.5. Administración pública</i>	Piezas relativas a la actividad en la administración pública en la región.
<i>6.4. Entidades financieras</i>	<i>6.4.1. Fusiones</i>		Piezas relativas a fusiones consumadas o a la posibilidad de fusión de entidades financieras (bancos, cajas de ahorro) con sede en las provincias de la región.
	<i>6.4.2. Quiebras</i>		Piezas relativas a quiebras o posibilidad de quiebra de entidades financieras (bancos, cajas de ahorro) con sede en las provincias de la región.
	<i>6.4.3. Pérdidas</i>		Piezas sobre cosechadas por parte de las entidades financieras regionales.
	<i>6.4.4 Beneficios</i>		Piezas sobre beneficios obtenidos por las entidades financieras regionales.
	<i>6.4..5. Otros</i>		Piezas relativas a la actividad de entidades financieras con sede regional que no encajan en las subtemáticas anteriores.
<i>6.5. Fraudes</i>	<i>6.5.1. Económicos</i>		Piezas periodísticas referidas a fraudes económicos sobre suelo regional o por actores económicos con relación con la comunidad.
	<i>6.5.2. Alimentarios</i>		Piezas periodísticas referidas a fraudes alimentarios sobre suelo regional o relacionados con empresas radicadas en la comunidad.
<i>6.6. Otros</i>			Otros eventos relacionados con la economía que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.
7. Educación			
<i>7.1. Iniciativas regionales</i>			Piezas en las que se anuncian o se explican iniciativas del gobierno regional para mejorar las condiciones de la educación en la región.
<i>7.2. Indicadores positivos</i>			Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias positivas de la educación en la comunidad, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
<i>7.3 Indicadores negativos</i>			Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias negativas de la educación en la comunidad, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
<i>7.4. Experiencias positivas</i>			Experiencias positivas de docentes en la región

7.5. <i>Experiencias negativas</i>		Experiencias negativas de docentes en la región	
7.6. <i>Otros</i>		Otros eventos relacionados con la educación que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.	
8. Empleo			
8.1. <i>Iniciativas regionales</i>		Piezas en las que se anuncian o se explican iniciativas del gobierno regional para mejorar las condiciones del empleo en la región.	
8.2. <i>Deficiencias del sistema regional</i>		Piezas en las que se denuncian o exponen deficiencias del sistema regional de empleo o de las condiciones laborales en la región (precariedad, irregularidades, etc.)	
8.3. <i>Indicadores positivos</i>		Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias positivas del empleo en la comunidad, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)	
8.4. <i>Indicadores negativos</i>		Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias negativas del empleo en la comunidad, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)	
8.5. <i>Experiencias personales positivas</i>		Experiencias de emprendedores/trabajadores de éxito en empresas nacionales o internacionales.	
8.6. <i>Experiencias personales negativas</i>		Experiencias de personas afectadas por fenómenos negativos relacionados con el empleo, como el paro, las condiciones abusivas de trabajo, etc.	
8.7. <i>Otros</i>		Otros eventos relacionados con el empleo que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.	
9. Historia			
9.1. <i>Franquismo</i>	9.1.1. <i>Manifestaciones a favor</i>		Manifestaciones a favor del franquismo en suelo regional.
	9.1.2. <i>Manifestaciones en contra</i>		Manifestaciones en contra del franquismo en suelo regional.
	9.1.3. <i>Memoria histórica</i>	9.1.3.1. <i>Reparación</i>	9.1.3.1. Leyes para la restauración de la memoria histórica
		9.1.3.2. <i>Fosas</i>	9.1.3.2. Exhumación de fosas / sepelios simbólicos a represaliados
9.2. <i>Festividades regionales</i>		Celebración de festividades regionales con arraigo histórico.	
9.3. <i>Otros</i>		Otros eventos relacionados con el empleo que no encajan claramente en ninguna de las	

		subtemáticas anteriores.
10. Infraestructuras		
10.1. Creación/Desarrollo de nuevas infraestructuras	10.1.1. Proyectos/ Candidaturas	Piezas sobre los proyectos o candidaturas (tanto presentación, como retirada, como cambio en el estado de la candidatura) de la región o alguna de sus provincias/localidades para acoger nuevas infraestructuras.
	10.1.2. Concesiones/ Inauguraciones	Piezas sobre los proyectos o candidaturas de la región o alguna de sus provincias/localidades para acoger nuevas infraestructuras.
10.2. Desaparición/ empeoramiento de infraestructuras		Piezas sobre la desaparición, mal estado, empeoramiento del estado o peligros asociados a este estado de las infraestructuras regionales.
10.3. Otros		Otras piezas relacionadas con infraestructuras que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.
11. Inmigración		
11.1. Aspectos positivos de la inmigración		Piezas que reflejan la integración de inmigrantes en núcleos sociales de la comunidad o que destacan otros aspectos positivos de este fenómeno, como la multiculturalidad, la erradicación del racismo, etc.
11.2. Aspectos problemáticos	11.2.1. Conflictos relacionados con la inmigración	Conflictos de índole social, política, de seguridad o de otras materias relacionadas con la presencia de inmigración en localidades o provincias de la comunidad.
	11.2.2. Inmigración ilegal	Piezas relacionadas con la presencia de inmigrantes ilegales en la comunidad o
11.3. Otros		Otras piezas relacionadas con la inmigración que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.
12. Política		
12.1. Políticos		Entrevistas u otras piezas periodísticas construidas en torno a declaraciones de políticos de la comunidad.
12.2. Actos institucionales o de partido		Piezas periodísticas que reflejan la celebración de actos institucionales u otros actos de relevancia política para la región.
12.3. Partidos regionales		Presencia de partidos regionales en debates/tomas de decisiones de ámbito nacional
12.4. Medidas legislativas		Medidas legislativas para combatir lacras sociales (violencia de género, abusos escolares, desempleo, etc.)

	<i>12.5. Elecciones</i>	Piezas centradas en elecciones a instituciones municipales o regionales en la comunidad.
	<i>12.6. Corrupción</i>	Casos de corrupción política en la comunidad.
	<i>12.7. Espionaje</i>	Casos de espionaje político en la comunidad
	<i>12.8. Polémicas</i>	Polémicas a raíz de las declaraciones de políticos o entre políticos por las declaraciones o los actos de alguno de ellos.
	<i>12.9. Desautorizaciones judiciales</i>	Decisiones judiciales que contradicen o desautorizan decisiones de políticos regionales (ordenación urbanística, medio ambiente, etc.)
	<i>12.10. Otros</i>	Otras piezas relacionadas con la política que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.
13. Religión		Piezas referidas a celebraciones y/o cultos religiosos, así como datos e indicadores relacionados con la religión en la comunidad.
<i>13.1. Iglesia católica</i>	<i>13.1.1. Manifestaciones de fe</i>	Celebración de jornadas de catecumenado, congregaciones de fieles, etc.
	<i>13.1.2. Visitas de líderes religiosos a la región</i>	Visita de líderes religiosos (Papa, obispos, cardenales) a la comunidad.
	<i>13.1.3. Religiosos en la región.</i>	Piezas periodísticas sobre la labor de religiosos pertenecientes a la Iglesia católica en la región.
	<i>13.1.4. Misiones de religiosos regionales fuera de las fronteras nacionales.</i>	Participación de religiosos oriundos o criados en la región en misiones religiosas dentro o fuera de nuestras fronteras.
	<i>13.1.5. Sucesos delictivos vinculados a la Iglesia</i>	Actos perseguibles por la ley cometidos por ministros de la Iglesia.
<i>13.2. Otras confesiones</i>		Piezas que versan sobre otras confesiones distintas a la católica en suelo regional.
<i>13.3. Otros</i>		Otras piezas relacionadas con la religión que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.
14. Sanidad		
<i>14.1. Ventajas/mejoras en las prestaciones sanitarias</i>		Piezas que destacan, bien comparativamente, bien en términos absolutos, las prestaciones sanitarias en la comunidad, ya sea por la cantidad de prestaciones, la calidad del servicio ofrecido, la capacidad de sus profesionales, etc.

<i>14.2. Pérdida de prestaciones sanitarias</i>		Piezas que destacan, bien comparativamente, bien en términos absolutos, la pérdida de prestaciones sanitarias en la comunidad, la escasa calidad del servicio, el desborde de los profesionales, las listas de espera, etc.
<i>14.3. Errores médicos</i>		Piezas periodísticas relativas a casos de errores médicos en la comunidad.
<i>14.4. Operaciones pioneras</i>		Piezas periodísticas sobre la planificación o consecución de operaciones pioneras o remarcables por alguna otra razón (complicación, etc.) realizadas por médicos regionales o en centros sanitarios ubicados en la región.
<i>14.5. Epidemias / Brotes de enfermedades</i>		
<i>14.4. Indicadores positivos</i>		Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias positivas de la sanidad en la comunidad, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
<i>14.5. Indicadores negativos</i>		Estadísticas o indicadores que resalten situaciones coyunturales o tendencias negativas de la sanidad en la comunidad, ya sea en valores absolutos o comparativos (con otras regiones, con el conjunto de España, etc.)
<i>14.6. Otros</i>		Otras piezas relacionadas con la sanidad que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.
15. Sociedad		
<i>15.1. Manifestaciones</i>	<i>15.1.1. Huelgas generales</i>	Piezas sobre la convocatoria o realización de huelgas generales.
	<i>15.1.2. Huelgas/Manifestaciones de empleados de un sector económico/laboral</i>	Piezas sobre la convocatoria o realización de huelgas por parte de un sector en concreto.
	<i>15.1.4. Derechos de minorías</i>	Manifestaciones por la reivindicación de los derechos de minorías raciales, étnicas, religiosas, de orientación sexual, etc.
	<i>15.1.5. Contra políticas específicas.</i>	Manifestaciones contra la puesta en marcha o la proposición de políticas específicas por parte de determinados colectivos que se podrían ver afectados por estas decisiones.
	<i>15.1.6. Protesta por sucesos que ocurren en un país extranjero.</i>	Protestas por actos en otros países (vulneración de derechos humanos, etc.)
	<i>15.1.7. Otras manifestaciones</i>	Manifestaciones por otras razones no especificadas en las subtemáticas anteriores.
	<i>15.2. Eventos sociales en suelo regional</i>	

15.3. Otros	Otras piezas de Sociedad que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.	
16. Solidaridad		
16.1. Discapacidad	<i>Piezas periodísticas centradas en asuntos relativos a la discapacidad que acontecen dentro de la región.</i>	
16.2. Cooperación	<i>Piezas periodísticas centradas en asuntos relativos a la cooperación con arraigo regional o a cooperantes oriundos de la región.</i>	
16.3. Actos benéficos	<i>Celebración de actos solidarios con fines benéficos en la región o promovidos por personalidades relevantes de la región.</i>	
16.4. Otros	Otras piezas relacionadas con actividades de solidaridad que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.	
17. Sucesos		
17.1. Accidentes	Piezas periodísticas sobre accidentes de todo tipo (tráfico, laborales, etc.) en los que no intervenga un factor intencional, sobre suelo regional o con protagonistas oriundos de la región.	
17.2. Fenómenos meteorológicos	Fenómenos meteorológicos que afecten a la región (inundaciones, sequías, lluvias torrenciales, olas de frío y de calor, etc.)	
17.3. Incendios	Incendios que asolen parte de la región.	
17.4. Narcotráfico	Piezas relacionadas con el narcotráfico (operaciones, redadas, etc.).	
17.5. Malos tratos/ Vejaciones/ Abusos	17.5.1. Contra personas de la tercera edad.	Actos violentos contra personas de la tercera edad (en la calle, en residencias, etc.).
	17.5.2. Contra niños/adolescentes	Actos violentos contra menores (en la calle, en institutos, en centros de ocio...)
	17.5.3. Contra mujeres	Violencia contra la mujer (con resultado o no de muerte)
17.6. Violencia contra las fuerzas de seguridad	Cargas contra las fuerzas de seguridad en suelo regional.	
17.7. Violencia verbal o física contra personalidades públicas	Violencia verbal o física contra personalidades públicas regionales o personalidades públicas que visitan suelo regional.	

17.8. Otros sucesos		Otros sucesos que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.	
18. Terrorismo			
18.1. ETA	18.1.1. Atentados		Atentados o cualquier otra manifestación de violencia terrorista (violencia callejera, extorsiones, amenazas, etc.).
	18.1.2. Lucha antiterrorista	18.2.1. Guerra limpia	Acciones de los cuerpos y fuerzas de seguridad del estado contra la banda terrorista.
		18.2.2. Guerra sucia	Piezas relacionadas con la lucha ilegal contra el terrorismo (GAL, etc.)
	18.1.3. Víctimas de ETA	18.1.3.1 Historias personales	Piezas periodísticas centradas en las historias personales de las víctimas.
18.1.3.2. Expresiones de rechazo		Expresiones de rechazo a la violencia etarra por parte de políticos, colectivos de víctimas, etc.	
18.2. 11-M	18.2.1. Víctimas		Piezas periodísticas centradas en las historias personales de las víctimas.
	18.2.3. Esclarecimiento de los hechos		Piezas periodísticas centradas en el esclarecimiento de los hechos sucedidos en el 11-M
18.3. Otros		Otros actos relacionados con el terrorismo que no encajan claramente en ninguna de las subtemáticas anteriores.	

Cuadro 6. Definición de las temáticas para el análisis de contenido categorial. Fuente: Elaboración propia

3.3.4. Modelo de ponderación de las noticias en la página de periódico y justificación

La justificación del modelo propuesto ha de realizarse a tres niveles: en primer lugar, se explicará por qué se decidió elaborar una primera división entre tamaño, posición, elementos de fragmentación, titular y fotografía y por qué se ponderó con el modelo 100-30-10-20-40/2 (ver cuadro 7); en segundo lugar, se relatará por qué se escogieron diferentes categorías visuales para cada elemento de la noticia y por qué se las ponderó como se las ponderó; y, por último, se explicará qué sentido tienen los distintos valores otorgados según lo que se ha denominado criterios de ponderación. Antes de nada ha de notarse que, pese a que se ha elegido el modelo de sumatorio de puntos, en realidad, al dividirse finalmente entre dos, cada noticia puede aspirar a un peso máximo de 100 puntos.

Una vez desentrañado el sistema de puntuación, es necesario justificar el reparto de pesos que se ha otorgado en el modelo propuesto. La mayoría de estos estudios y leyes revisados coinciden en los puntos fundamentales que nos concernían a la hora de ponderar visualmente los elementos de la noticia en la página de periódico, si bien es cierto que en ocasiones había ligeras diferencias o incluso vacíos. En este último caso, el criterio seguido fue obedecer lo expuesto por el autor que mejores datos haya aportado sobre el elemento específico que se pretendía ponderar.

Es cierto que, como se ha indicado en pasajes anteriores, todos los estudios mencionados sobre recorridos lectores, centros de impacto visual y elementos favorecedores y perjudiciales para la lectura de periódicos cuentan con una serie

de limitaciones que impiden llamar “científico” de modo estricto a todo lo que aquí se estipule. Sin embargo, como también se indicaba también anteriormente, más que un modelo irrefutable (¿qué ciencia aspira a ser totalmente irrefutable?), lo aquí sugerido trata de ser una propuesta lo más cabal y rigurosa posible realizada a partir de los (escasos) datos pertinentes con los que se cuenta hoy en día sobre itinerarios lectores.

Elemento	Variables de puntuación	
Tamaño (hasta 100 pts.)	Número de módulos según MAPA	
Posición (hasta 30 puntos)	Cuadrante 1: 30 pts.	Cuadrante 2: 20 pts.
	Cuadrante 3: 10 pts.	Cuadrante 4: 5 pts.
Elementos de fragmentación (hasta 10 puntos)	En el titular (hasta 6 pts.)	Antetítulo/Subtítulo/Entradilla (1 elemento): 6 pts.
		Antetítulo/Subtítulo/Entradilla (2 o más elementos): 2 pts.
	En el cuerpo de la noticia (hasta 4 pts.)	Ladillos (1 pts.)
		Despieces (1 pts.)
		Sumarios (1 pts.)
Otros elementos de fragmentación (1 pts.)		
Titular (hasta 20 puntos)	Titular predominante de la página (10 pts.)	
	Titular 5 cols. (10 pts.)	
	Titular 4 cols. (6 pts.)	
	Titular 3 cols. (4 pts.)	
	Titular 2 cols. (2 pts.)	
	Titular a 1 cols. (1 pt.)	
Fotografía (hasta 40 puntos)	Única foto en la página (40 puntos)	
	Foto predominante en una página con varias fotos (30 puntos)	
	Segunda foto de la página (10 puntos)	

Cuadro 7. Propuesta de ponderación de las noticias en la página de periódico. Fuente: Elaboración propia

En primer lugar, se consideró el tamaño en sí como elemento ponderado sobre cien con el objetivo de poder obtener un dato cuantificable y repetible para aquellos lectores que no desearan aplicar el coeficiente corrector de la ponderación por elementos del diseño. Para aquellos que sí desearan tener en cuenta estos otros aspectos debatidos anteriormente en el presente capítulo metodológico, se tuvieron en cuenta diversos aspectos del diseño periodístico relacionados con los puntos de entrada en la página o la facilitación del proceso de lectura; a saber: titular, fotografía, posición y elementos de fragmentación.

Ya advirtió **Küpper**, en este sentido, por ejemplo, que la introducción del elemento fotográfico resultaba un factor decisivo poco comparable a otros elementos de la noticia y de la página. Las fotografías eran el centro de impacto visual dominante, con unas cotas de visibilidad (más de un 80%²⁷⁵, llegaba a decir el investigador alemán) muy superiores a las del resto de estímulos que el lector se podía encontrar en la página. Por ello se le concedió un peso fundamental²⁷⁶ a la imagen, ya que se entendía que una fotografía iba a atraer de manera muy especial la atención del lector sobre la noticia a la que acompañase.

Siguiendo con **Küpper**, el autor alemán indicaba que los experimentos demostraban cómo los titulares también tenían un gran poder de atracción sobre el ojo del lector. Esto no se producía, por ejemplo, al estudiar el impacto de los desarrollos de la noticia (en algunas páginas estudiadas, **Küpper** [1990:2] habla de porcentajes en torno al 13% de personas que se leían los artículos principales de la portada hasta el final). Por ello se ponderó, en un segundo escalón dentro

²⁷⁵ Cf. **Küpper** (1990:4).

²⁷⁶ 40 puntos como máximo, en función de si es la única imagen, o si es la principal entre varias, o si es una más entre muchas.

de los puntos de entrada en la página, a los titulares con 20 puntos. Hay que recordar aquí que, aunque fuera de manera intuitiva, ya en los 70 **Kayser** (1982) concedió una especial importancia a este elemento de la noticia en su modelo de ponderación. Muchas de las razones que él aportaba son válidas hoy aquí: a menudo los titulares sirven de escaparate para la interpretación del periódico con más frecuencia que los desarrollos de la noticia. Por no mencionar que los estudios sobre itinerarios lectores consultados (tanto el propio **Küpper** como **Suárez Carballo** y **Tena**) reconocen la alta atracción de los titulares, especialmente los de gran tamaño, lo cual no hace sino reafirmar las teorías de **Kayser** y la plasmación misma de estos principios en el modelo adelantado al principio de este subepígrafe.

En lo que respecta a los elementos de facilitación de la lectura, se tuvieron en cuenta dos: la posición en página y la fragmentación. La ponderación de la posición se hizo dividiendo la página en cuatro cuadrantes y asignando más puntos a los cuadrantes más leídos en función de lo estipulado por los autores estudiados²⁷⁷. El esquema resultante sería el que se puede ver en el cuadro 8.

Así las cosas, cada cuadrante quedó compuesto por cinco módulos de alto y cinco de ancho, hasta un total de 25 cuadros formato. En el caso de que la fotografía ocupase módulos parcialmente, se empleó la solución sugerida por **Tena** de dividir, a su vez, cada cuadro formato en una retícula de 10x10 que permitiese calcular las celdas ocupadas hasta el nivel de las centésimas.

²⁷⁷ Básicamente se han combinado los postulados de **Tena** (1997:245) sobre la prevalencia de la posición superior sobre la inferior con las teorías de **Arnold** y otros autores partidarios de los itinerarios fijos que defienden que la parte izquierda de la página tiene más peso que la de la derecha (en lo que a lectores occidentales se refiere).

Cuadrante 1 (30 puntos)	Cuadrante 2 (20 puntos)
Cuadrante 3 (10 puntos)	Cuadrante 4 (5 puntos)

Cuadro 8. Puntos en función de la posición. Fuente: Elaboración propia

La ponderación de los elementos de fragmentación se aplicaron tanto al titular como al cuerpo de la noticia, ya que eran los dos elementos en los que, tal y como se vio en los estudios de legibilidad, la fragmentación repercutía en una mayor posibilidad de que la noticia fuese leída. En los titulares nos encontramos con la posibilidad de que el elemento titular entendido en un sentido amplio presentase hasta tres variantes al titular desnudo: antetítulo, subtítulo y entradilla. Sin embargo, como se advertía anteriormente, los estudios realizados

por **Küpper** demuestran que un exceso de fragmentación en el aparato del titular dificulta la focalización y, por ende, reducen el impacto del estímulo visual que hemos denominado como titular. Según el experto alemán, los titulares perfectos debían contar con subtítulo o antetítulo, pero nunca los dos; razón por la cual se ha valorado como opción óptima la presencia de un elemento de acompañamiento del titular, y se ha “penalizado” a aquellos hiperfragmentados. En el caso del cuerpo de la noticia, al ser habitualmente una masa gris compuesta de más peso textual se ha ponderado la fragmentación de manera únicamente positiva: a más elementos de fragmentación, más valoración.

3.3.5. Propuesta y justificación de un modelo para el análisis ponderado de las noticias en cibermedios

En primer lugar, como ya se ha anticipado anteriormente en el presente apartado metodológico, debe quedar claro que la adaptación del modelo referido en el anexo anterior y aplicado a la prensa impresa sólo se pudo aplicar en toda su extensión a los textos estudiados en *elmundo.es*, por cuanto la versión archivada en la hemeroteca digital de *elpais.com* no respondía a la portada del día que se buscara, sino que era un simple flujo de noticias (clasificado, eso sí, en función de secciones y de prioridad dentro de las secciones) correspondientes al día en cuestión.

Por tanto, primero se explicará el modelo aplicado a las noticias estudiadas en *elmundo.es* ya que, como se indicará más adelante, la disposición de la hemeroteca de *elpais.com* no permitía realizar la ponderación en función de los

elementos del diseño. Hay que tener en cuenta que los elementos utilizados para ponderar la caracterización a través del tipo de noticias estudiadas en los cibermedios son distintos a los empleados para los textos de la página de periódico. La razón es sencilla y ya ha quedado suficientemente explicada a lo largo de este apartado metodológico: los elementos de que dispone el periodista a la hora de elaborar una pieza periodística en un cibermedio son distintos a los que se pueden emplear en la redacción de una pieza para prensa impresa. Del mismo modo, los itinerarios lectores y los pesos visuales se distribuyen de una manera diferente.

Dicho esto, para la ponderación del espacio concedido a las piezas periodísticas en la prensa digital se tuvieron en cuenta seis criterios: los titulares, la fotografía, la posición en página, la hipertextualidad, la multimedialidad y el *blurb*. Como, según los estudios reseñados anteriormente, se había concluido que los titulares tenían mucho mayor poder de atracción sobre el lector en los cibermedios que las fotografías, se le concedió a los titulares 30 puntos sobre los 100 posibles dentro del modelo de ponderación. Se entendió que el titular a cinco columnas de dos o más líneas era el que más podía llamar la atención del lector en primera instancia, así que por ello se le asignó la máxima puntuación posible. El resto de puntuaciones, como se puede ver en la tabla del modelo de análisis, va decreciendo en función del número de columnas y de líneas (ver cuadro 9).

Elemento (Peso asignado)	Variantes (Peso asignado)
Titulares (30 Puntos)	<ul style="list-style-type: none"> - Titular a cinco columnas. <ul style="list-style-type: none"> o Dos o más líneas (30 puntos) o Una línea (25 puntos) - Titular a cuatro columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (20 puntos) o Tres líneas (18 puntos) o Dos líneas (16 puntos) o Una línea (14 puntos) - Titular a tres columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (12 puntos) o Tres líneas (11 puntos) o Dos líneas (10 puntos) o Una línea (9 puntos) - Titular a 2,5 columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (8 puntos) o Tres líneas (7 puntos) o Dos líneas (6 puntos) o Una línea (5 puntos) - Titular a dos columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (4 puntos) o Tres líneas (3 puntos) o Dos líneas (2 puntos) o Una línea (1 punto)
Fotografía (25 puntos)	<ul style="list-style-type: none"> - Galería de imágenes (25 puntos) - Ilustrado con una imagen (20 puntos) - Sin fotografía (0 puntos)
Posición (15 puntos)	<ul style="list-style-type: none"> - Sin <i>scroll</i>: <ul style="list-style-type: none"> o Prioridad 1 (15 puntos) o Prioridad 2 (10 puntos) o Prioridad 3 (5 puntos) - Con <i>scroll</i>: <ul style="list-style-type: none"> o Izquierda (5 puntos) o Derecha (3 puntos)
Blurb (10 puntos)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Blurb</i> a cinco columnas. <ul style="list-style-type: none"> o Tres o más líneas (10 puntos) o Dos líneas o menos (8 puntos) - <i>Blurb</i> a cuatro columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (8 puntos) o Tres líneas (7,5 puntos) o Dos líneas (7 puntos) o Una línea (6,5 puntos) - <i>Blurb</i> a tres columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (6 puntos) o Tres líneas (5,5 puntos) o Dos líneas (5 puntos) o Una línea (4,5 puntos) - <i>Blurb</i> a 2,5 columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (4 puntos) o Tres líneas (3,5 puntos) o Dos líneas (3 puntos) o Una línea (2,5 puntos) - <i>Blurb</i> a dos columnas <ul style="list-style-type: none"> o Cuatro líneas (2 puntos) o Tres líneas (1,5 puntos) o Dos líneas (1 punto) o Una línea (0,5 puntos)
Hipertextualidad (10 puntos)	<ul style="list-style-type: none"> - Un enlace (3 puntos) - Dos enlaces (5 puntos) - Tres enlaces (7 puntos) - Cuatro enlaces (10 puntos) - De cuatro a seis enlaces (5 puntos) - Más de seis enlaces (3 puntos)
Multimedialidad (10 puntos)	<ul style="list-style-type: none"> - Acompañamiento en soporte vídeo (4 puntos) - Acompañamiento en soporte infográfico (4 puntos) - Acompañamiento en soporte audio (2 puntos)

Cuadro 9. Propuesta de análisis ponderado de noticias en cibermedios. Fuente: Elaboración propia

En la escala de ponderación se situó, en segundo lugar, la fotografía. Aunque los estudios de itinerarios visuales desvelaban que las fotografías no eran, como sí sucedía habitualmente en la prensa impresa, el punto de entrada en la página, es innegable que los textos con fotografía siguen teniendo más atractivo visual que aquellos que no van acompañados de una foto. Por ello, se le concedieron 25 puntos sobre 100. El caso de la posición entrañó más dificultades a la hora de la ponderación.

Por un lado, según el Poynter Institute, su relevancia era evidente. Sin embargo, una gran mayoría de autores citados también en el epígrafe sobre las circunstancias de la producción en cibermedios recordaban que muchas veces es el criterio de inmediatez y no de preponderancia el que prima a la hora de situar a las noticias en página. Si a esto le añadimos el hecho de que las páginas de los cibermedios sometidos a estudio se actualizan con gran frecuencia a lo largo del día, el peso de la posición en página se vuelve aún más relativo. Por ello, sin negar su influencia (como se puede comprobar en el cuadro 9, se le ha otorgado 15 puntos), se le ha relegado al tercer lugar en la lista de prioridades.

Sobre la base de los estudios de prioridades visuales reseñados por el Poynter Institute se concluyó que la posición de la pieza periodística también había de ser considerada entre los dos elementos de más importancia en la lectura de un cibermedio. Aquel estudio determinaba tres prioridades de lectura sobre la página de un cibermedio, pero introducía una variable que debía tenerse en cuenta: el *scroll*. Las zonas de prioridad 1, 2 y 3 sólo eran aplicables de una manera rigurosa sobre la pantalla inicial, es decir, aquella en la que el lector no

tenía que mover el cursor de su ratón hacia abajo. Por ello, había que establecer una primera diferenciación a la hora de determinar la posición en página: si había o no que hacer *scroll* para llegar a la noticia.

En el caso de que no hubiera que hacer *scroll*, se aplicaba la plantilla con las zonas de prioridad expuestas en el gráfico 9.



Gráfico 9. Puntos de atracción visual de un cibermedio. Fuente: Poynter Institute

En el caso en el que sí hubiera que hacer *scroll*, se seguían únicamente las pautas de lectura occidentales, es decir, se le concedía más importancia a las noticias situadas a la izquierda de la página que a las situadas a la derecha. En el caso de las noticias de elpais.com, como su base de datos no conserva la

publicación del día tal con el orden exacto de noticias publicado en su momento sino que, como ya se ha comentado, se ofrece sólo un flujo de noticias, con lo cual los datos que se obtuvieron del análisis de elpais.com no fueron ponderados según el modelo expuesto anteriormente.

Del *blurb* se comentaba en los estudios sobre prominencia visual que era, tras los titulares y las fotografías, el elemento que más potencial tenía para llamar la atención del lector dado que el ojo, después de pasearse sobre grandes masas (los titulares, fundamentalmente), buscaba elementos de tipografía más reducida sobre los que posarse. En este sentido, se ha valorado positivamente el tamaño del blurb como elemento de atracción, por lo que, a mayor blurb, mayor puntuación obtendrá la pieza periodística en este apartado.

En el mismo nivel que el *blurb* (esto es, con 10 puntos sobre 100 cada uno de ellos) se han situado dos de los cuatro elementos propuestos por López et al. (2005:46) para su test de dinamismo: hipertextualidad y multimedialidad. El tercero, la interactividad, no era aplicable a todas las noticias estudiadas y además exigía que se entrara en la página de la noticia, mientras que el análisis ponderado propuesto se centraba más bien en las noticias dispuestas en la portada de cada una de las secciones. Del mismo modo, el cuarto, la frecuencia de actualización del medio, resultaba menos interesante desde un punto de vista del análisis de piezas periodísticas (en su origen se consideró más bien para el análisis del medio en su conjunto), por lo que se desestimó su inclusión en el presente modelo.

Para la hipertextualidad se ha tenido en cuenta su doble carácter, completivo y dispersor (Joyanes, 1997:146), a la hora de otorgar las diferentes puntuaciones. En palabras de Palomo Torres (2005:202), el hiperenlace “supone una contradicción para los medios. Por un lado, aporta profundidad y redistribuye la sobreabundancia de información y, por otro, distrae al lector invitándole a abandonar el texto que estaba leyendo”. Por esta razón, se estableció en cuatro el número óptimo de hiperenlaces, por entenderse que hasta esta cifra se completaba la información sin llegar a sacar al lector de la pieza en cuestión. Por debajo de cuatro las puntuaciones por hipertextualidad son menores (por entenderse que no se aprovecha al máximo las posibilidades de la hipertextualidad), lo mismo que sucede cuando aparecen cinco o más hiperenlaces (en este caso, por entender que pueden dispersar al lector de la pieza a la que accedió en un principio).

Por último, en el caso de la multimedialidad, se valoró, al igual que sucedía con la hipertextualidad, el aprovechamiento de los distintos soportes con los que se podía enriquecer la noticia. En este caso, partiendo de que el soporte textual y fotográfico son los más habituales en las piezas periodísticas de los cybermedios, se ponderó positivamente la presencia de complementos a la pieza en forma de audios, vídeos e infografías.

3.3.6. Elementos de medición. Un sumario breve

A lo largo de este subepígrafe se han explicado los fundamentos sobre los que se construyó el análisis de periódicos y de cybermedios para la presente

investigación. Sin embargo, dada la profusión requerida en algunas explicaciones, se ha considerado de utilidad hacer, a modo de conclusión, un resumen esquemático del procedimiento seguido para analizar los medios estudiados con el fin de clarificar de un modo breve todo lo hasta aquí expuesto.

En primer lugar, se podría hablar de una aproximación metodológica que, asumiendo las dosis de interpretación ineludibles en todo estudio exhaustivo del fenómeno de la comunicación social, propone varios niveles de análisis. Por encima de todo, se partía con el objetivo claro de proporcionar datos relevantes sobre las tres unidades de análisis propuestas: presencia, repercusión mediática y caracterización, las dos primeras referidas a todas las comunidades españolas y la última aplicada en exclusiva a la comunidad autónoma de Castilla y León.

Así pues, los niveles se podrían dividir en dos grandes etapas: una primera (que abarca los niveles 1 y 2) centrada en el estudio de la repercusión mediática de las comunidades en general, y de Castilla y León en particular, en los medios estudiados y una segunda (que comprende los niveles 3 y 4) en la que se analiza la caracterización de Castilla y León. El estudio de la repercusión mediática resulta de gran interés puesto que da una respuesta clara a las hipótesis en las que interviene esta variable, que son la gran mayoría de las propuestas en el apartado metodológico. Por su parte, el estudio de la caracterización que se realiza en los niveles 3 y 4 de análisis arrojan datos para responder a la subhipótesis 1.

Como se pone de manifiesto en el cuadro 10, los distintos niveles de análisis proponen una escala en la que se observa una progresión directa de dos variables: exhaustividad y capacidad de ser repetida bajo las mismas condiciones.

Nivel de análisis	¿Qué se mide?	¿Cómo se mide?	Ventajas	Inconvenientes
1	<p>Presencia (Hipótesis generales 1 y 2 subhipótesis 2-6)</p> <p>Espacio dedicado a Castilla y León y otras comunidades autónomas en medios impresos y digitales.</p>	<p>Recuento de número de noticias. División de la página en una retícula de cien módulos y observación de la evolución del espacio dedicado a las diferentes comunidades en general, y a Castilla y León en particular.</p>	<p>- Absoluta replicabilidad (medición cuantitativa exacta y totalmente repetible).</p>	<p>- Falta de datos matizados sobre el modo en el que se disponen las informaciones en la página física y electrónica.</p> <p>- Falta de datos sobre el contenido.</p>
2	<p>Presencia matizada (Hipótesis generales 1 y 2 subhipótesis 2-6)</p> <p>Espacio dedicado a las comunidades ponderado en función de los elementos del diseño aplicado a prensa impresa y cybermedios.</p>	<p>Análisis de contenido expuesto en los modelos de los anexos 2 y 3 del presente episodio metodológico y fundamentado en los estudios sobre diseño periodístico y diseño web citados.</p>	<p>- Valoración más exhaustiva del espacio dedicado a las diferentes comunidades, por cuanto no termina en el cuantitativismo de los módulos, sino que va más allá y analiza otros elementos que indudablemente intervienen de manera crucial en los índices de impacto y legibilidad.</p> <p>- Altas dosis de replicabilidad. Se podría debatir el modelo de análisis, si bien éste aparece justificado en los anexos y está fundamentado en los resultados obtenidos a raíz de estudios previos; pero, una vez se asume tal modelo, la puntuación tiene altas cotas de replicabilidad.</p>	<p>- Falta de datos sobre el contenido.</p> <p>- Replicabilidad relativa. El modelo de ponderación se acerca más al cualitativismo, por cuanto se trata de una interpretación hecha en función de estudios previos.</p>
3	<p>Caracterización n 1 (subhipótesis 1)</p> <p>Temáticas asociadas a la presencia de Castilla y León en la prensa impresa y los cybermedios.</p>	<p>Se aplica el modelo de análisis de contenido categorial de temáticas expuesto en el anexo 1 de este capítulo.</p>	<p>- Se proporcionan datos más exhaustivos y relevantes con respecto a la caracterización de Castilla y León.</p> <p>- El análisis de contenido categorial mantiene dosis de replicabilidad y está asentado en niveles de fiabilidad aceptables proporcionados por un primer análisis intercodificadores.</p>	<p>- Falta de puesta en contexto general de los datos obtenidos tanto en el análisis de la presencia como esta primera aproximación de la caracterización.</p>
4	<p>Caracterización n (subhipótesis 1)</p> <p>Retrato de Castilla y León en la prensa española.</p>	<p>Se realiza un análisis interpretativo previo de la connotación negativa, positiva o neutra de las temáticas expuestas empleadas en el paso 3.</p>	<p>- Se ponen en contexto los resultados obtenidos en las etapas anteriores.</p>	<p>- El análisis interpretativo ha de descansar indefectiblemente en la honestidad del codificador.</p>

Cuadro 10. Niveles de análisis metodológico de los periódicos estudiados. Fuente: Elaboración propia

En realidad, ambas variables funcionan en una proporción inversa: a más exhaustividad en el análisis, menor capacidad de repetición absoluta, y viceversa. Pero, más allá de entenderse como un obstáculo, se ha considerado que tal disposición en cuatro niveles de análisis representa una riqueza de la investigación. Dado la amplitud del espectro de investigadores en comunicación social, cabe prever que no todos los lectores de esta investigación esperen las mismas aproximaciones metodológicas al estudio del fenómeno de la comunicación social en general y al análisis de periódicos en particular. Pues bien, lo que aquí se ofrece es un análisis a cuatro niveles en los que las divisiones obedecen a las expectativas de cada lector.

Aquellos más dados a confiar de manera exclusiva en datos absolutamente replicables y recelosos de la interpretación deberán detenerse en el primer nivel de análisis, ya que la mera exposición de datos acerca del espacio dedicado a las comunidades en la prensa española (impresa y digital) deja poco margen a la interpretación y ofrece una replicabilidad absoluta.

El segundo nivel ofrece un estudio más exhaustivo no sólo de cuánto espacio se dedicó a Castilla y León, sino que se valora también qué tipo de espacio fue en cada momento. Asumiendo que el modelo de análisis de los elementos de la página de periódico en función de los estudios previos sobre diseño periodístico (y su posterior adaptación a la página en Internet) tiene un evidente punto de interpretación que nace en la asignación misma de puntos efectuada en la ponderación, lo cierto es que eso es lo único discutible desde un punto de vista científico, ya que su aplicación no deja de ser de todo punto

repetible. Por ello, este segundo nivel está pensado para colmar las expectativas – en lo que al análisis de periódicos y cybermedios se refiere– de quienes, apostando predominantemente por lo cuantitativo, sí están dispuestos a enriquecer el análisis permitiendo que se introduzcan ciertas dosis cualitativas.

A partir del tercer nivel se mantiene el matiz cualitativo, en esta ocasión referido al empleo de un modelo de categorización en función de las temáticas utilizadas. En este tercer nivel se ha querido dar cabida a todos aquellos que, sin despreciar el valor investigador de la interpretación, siguen prefiriendo un análisis sistemático que permita cierta replicabilidad. Por eso se ideó un análisis de contenido categorial, porque dejando al margen la subjetividad inherente a todo intento de acotar la realidad (temático o de otro cariz) en una parrilla de categorías, una aproximación metodológica tal permitía introducir cierto orden replicable en el caos multisémico que representa la comunicación, ya sea en su formato impreso o digital.

Por ello, en el caso concreto de Castilla y León, el análisis realizado hasta el nivel 3 debería satisfacer las expectativas de aquellos dispuestos a leer una interpretación de la presencia y caracterización de la región castellanoleonesa en la prensa española sin perder de vista un cierto rigor cuantitativo.

Pero puede, del mismo modo, quien entienda la investigación en medios de comunicación social desde una perspectiva esencialmente interpretativa. Puede haber quien esté dispuesto a sacrificar, dando por supuesto el buen hacer del investigador, la absoluta e inequívoca repetibilidad de la investigación en aras de la obtención de un análisis multifacético que contemple aspectos del estímulo

comunicativo imposibles de codificar a través de ninguna plantilla de análisis elaborada previamente. Para los defensores de esta postura se ha incluido un cuarto nivel, el del análisis interpretativo, en el que se corrigen los resultados obtenidos a través del estudio de la presencia, la presencia matizada, y el análisis de contenido temático con la aplicación de un análisis interpretativo previo sobre las connotaciones de estas temáticas en la configuración del retrato regional por parte de la prensa analizada. Se apela aquí a la honradez del investigador que es capaz de captar sutilezas que escapan a cualquier análisis cerrado. El índice de replicabilidad en esta etapa del análisis es menor; si bien, a cambio, se obtienen datos de interés que, de otra forma, sería imposible considerar.

La disposición en cuatro niveles del análisis de periódicos no sólo trató de dar cabida a aproximaciones metodológicas al estudio de la comunicación social muy distintas y distantes entre sí. Permitted, además, evitar que la presente investigación se decantase por una opción metodológica que pudiese resultar incómoda para los partidarios de otras alternativas, igualmente respetables, por supuesto, a la hora de enfrentarse al estudio de la comunicación social.

Su riqueza, por ende, trasciende de la dificultad (logística, incluso) que ha supuesto realizar un análisis en cuatro niveles diferentes. La fortaleza estriba, esencialmente, en comprender la variedad de modos en los que se puede afrontar una investigación aplicada a los medios de comunicación y tratar de dar una respuesta inclusiva y no excluyente que aporte datos de interés a estudiosos cuya perspectiva metodológica pueda diferir enormemente.

3.4. Resultados

Antes de pasar a detallar el desglose de resultados obtenidos tras el análisis de los periódicos y medios digitales sometidos a estudio, es conveniente clarificar algunos pormenores que ayudarán a su correcta comprensión y puesta en contexto. Podríamos comenzar diciendo que, tal y como se avanzó y explicó anteriormente, el análisis se ha centrado en dos grandes bloques de investigación, destinados a su vez cada uno de ellos a dar respuesta a los interrogantes planteados en las preguntas de investigación y las consiguientes hipótesis formuladas en subepígrafes anteriores.

El primer bloque se centra en el análisis cuantitativo de la cobertura mediática de Castilla y León en los medios nacionales. Como también se explicó anteriormente, resultaba inevitable realizar un análisis comparado con otras comunidades si lo que se pretendía era ponderar lo mucho o lo poco que se hablaba de la región castellanoleonesa. En otras palabras, unos resultados “crudos” sobre el número de noticias o módulos destinados a la región en cuestión no dirían gran cosa si no se comparan con esos mismos números aplicados a otras regiones españolas; del mismo modo que no se habría podido dar respuesta a la pregunta de investigación sobre la hipotética infrarrepresentación de la región castellanoleonesa si no se hubiera contrastado tal fenómeno por oposición a otras comunidades que sí estuvieran más representadas.

Por todo ello, este primer gran bloque de análisis no se detiene sólo en el examen del caso castellanoleonés, sino que se sustenta sobre la comparación de

sus resultados con los de las otras comunidades de la geografía española, que también han sido sometidas a estudio. Esto, en cifras totales, ha situado el número de noticias cuantificadas en torno a diez mil (algo menos de tres mil noticias de prensa impresa y más del doble extraídas de periódicos digitales)²⁷⁸.

El segundo bloque de análisis se ha concentrado en la categorización temática (a través del modelo de análisis temático propuesto en el apartado metodológico) de las noticias analizadas y se ha centrado, por mor de las cuestiones planteadas en las preguntas de investigación, solo en la comunidad de Castilla y León. Tal hecho parte de la base de que, para dar respuesta a la hipótesis sobre las temáticas predominantes en la cobertura mediática de la región, no era tan necesario ponerlo en comparación con otras comunidades, especialmente si se tiene en consideración que los resultados obtenidos en el apartado cuantitativo también se han detallado por secciones, lo cual ya proporciona de por sí una primera aproximación temática a la cobertura de las diferentes comunidades. Es evidente que un estudio más exhaustivo que hubiera aplicado el modelo de análisis temático a todas las comunidades, y no sólo a la de Castilla y León, habría sido más interesante aún; pero dada la cantidad de noticias inventariadas y la logística disponible, los beneficios habrían sido demasiado escasos para el esfuerzo que habría acaparado y, por ende, restado de la ejecución de otras tareas imprescindibles para la correcta consecución de la presente investigación.

²⁷⁸ Esta cifra incluye el número de noticias repetidas (tanto las que versaban sobre varios comunidades como las que, en medios digitales, aparecían publicadas varios días).

Por último, cabe destacar también que los resultados, tanto en el análisis cuantitativo comparado entre comunidades como en la categorización temática de la cobertura de Castilla y León se han desglosado en tres grandes apartados: número de noticias, peso en módulos y peso ponderado. El primero, como su propio nombre indica, hace referencia al número bruto de noticias publicadas sobre una región, o sobre una provincia o localidad de esa misma comunidad. El peso en módulos, por su parte, se refiere al número de módulos dedicados a esa región; mientras que el peso ponderado es ese mismo número de módulos después de pasar por el tamiz del modelo de análisis ponderado según los elementos del diseño periodístico propuesto en la metodología.

Igualmente, dado que en las piezas periodísticas recogidas de los medios digitales era frecuente, especialmente en algunas secciones, la repetición de algunas noticias; en las tablas se ha discriminado el número de elementos (noticias, módulos, módulos ponderados) repetidos y sin repetir.

3.4.1. Análisis cuantitativo por número de noticias, módulos y módulos ponderados

3.4.1.1. Resultados totales por número de noticias

Los datos en bruto del número de noticias en las distintas comunidades analizadas arrojan una primera conclusión que, como observaremos más adelante, se va a repetir de manera sistemática tanto en los datos del peso modular como del ponderado: cinco comunidades (Madrid, Cataluña, País Vasco,

Comunidad Valenciana y Andalucía) configuran una “primera división” informativa distanciada a años luz, en términos de cobertura, de las otras doce.

Posición	COMUNIDAD AUTÓNOMA	Noticias totales	Noticias no repetidas
1	Madrid	2.168	1.687
2	Cataluña	2.127	1.751
3	País Vasco	1.063	940
4	Comunidad Valenciana	1.021	850
5	Andalucía	926	722
6	Castilla y León	299	238
7	Galicia	272	241
8	Castilla La Mancha	254	204
9	Cantabria	183	136
10	Aragón	177	134
11	Asturias	151	119
12	Baleares	145	130
13	Canarias	145	119
14	Región de Murcia	95	74
15	Extremadura	91	70
16	Navarra	71	51
17	Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	60	51
18	La Rioja	38	12
TOTAL		9.286	7.529

Tabla 32. Datos comparativos por Comunidad y número de noticias publicadas (totales y sin repetir). Fuente: Elaboración propia²⁷⁹,

²⁷⁹ Dado que, como se explicó anteriormente, los datos expuestos en estas tablas de contingencia son una muestra correspondiente a ocho semanas del año 2010, la proporción para calcular su universo es de 1/6,5. Por tanto, y asumiendo que (como se justificó también en el apartado metodológico) para el conjunto del territorio español tanto la muestra como el universo es suficientemente grande como para poder hacer inferencias posteriores a la hora de testar las hipótesis, si se quiere valorar la extrapolabilidad de los datos de una comunidad en concreto en función del tamaño del universo calculado, habría que tomar su muestra de noticias correspondiente (el que aparece en la tabla de contingencia a la que se refiere esta nota al pie) y multiplicarlo por 6,5. La misma regla se puede aplicar para las mediciones a partir de módulos que se expondrán unas páginas más adelante. El motivo de no poner los datos del universo calculado en cada una de las categorías de la variable independiente dentro de las propias tablas de contingencia obedece a una voluntad de no sobrecargar la disposición de datos y al hecho de que su cálculo para casos concretos (en caso, por ejemplo, de que el lector quiera obtenerlos para evaluar si las dimensiones del universo utilizado para alguna determinada autonomía permite realizar inferencias posteriores) se puede obtener a través de la sencilla multiplicación antes referida.

Después de examinar los resultados de la tabla 32 con algo más de detenimiento podríamos llegar a afirmar que existe una “elite” dentro de esta “primera división de Comunidades” que encabezan claramente Madrid y Cataluña. Si antes hablábamos de una brecha patente entre cinco comunidades y las doce restantes, no está de más señalar la distancia abismal que separa a las dos primeras comunidades de las tres que las siguen en la lista (ver anexo mapas, p. 29).

Si, en términos absolutos, la cobertura total en Madrid y Cataluña duplica a cualquiera de las de País Vasco, Comunidad Valenciana o Andalucía; cualquiera de la de esas tres últimas comunidades triplica, y a menudo quintuplica o más, a la del resto de comunidades. Por todo ello, no resulta descabellado ampliar el espectro de análisis a tres categorías en lugar de dos: una elite informativa copada por Madrid y Cataluña; un grupo de tres regiones compuesto por País Vasco, Comunidad Valenciana y Andalucía que se lleva una buena porción, aunque comparativamente mucho menor a la de sus predecesoras en la lista, del pastel informativo; y un último grupo de doce comunidades que parecen vivir más alejadas del foco mediático de la prensa nacional.

El papel protagónico de Castilla y León en este “vagón de cola” se debe, fundamentalmente, a la mayor prominencia obtenida, en relación a la concedida a otras comunidades que se mueven en parámetros similares, en las páginas de la versión impresa de El Mundo (ver anexo mapas, p. 30), así como a las versiones digitales tanto de El Mundo (ver anexo mapas, p. 31) como de El País (ver anexo mapas, p. 32). En este sentido, cabe destacar que Castilla y León ocupa casi

siempre la sexta posición por número de noticias publicadas totales y la séptima cuando se eliminan las noticias repetidas (Galicia la adelantaría cambiando este criterio) en todos los medios estudiados a excepción de El País en versión papel (ver anexo mapas, p. 33). Si nos quedamos con el análisis tan sólo de la cabecera impresa del Grupo PRISA, Castilla y León desciende hasta la novena posición.

Centrándonos en el número de noticias publicadas, se puede ver que este “vagón de cola” de comunidades (paradójicamente compuesto por tres cuartas partes del número total de autonomías) está comandado por Castilla y León y su característica principal es que (a diferencia de lo que ocurre entre los diferentes grupos, que presentan grandes brechas al saltar del primero al segundo y del segundo al tercero) las diferencias de cobertura entre las doce comunidades (más las ciudades autónomas) situadas en la parte baja de la lista no son muy grandes en términos absolutos. En otras palabras, puede darse el caso de que, porcentualmente, Castilla y León duplique el número de noticias publicadas sobre Canarias o Baleares; pero la diferencia en términos absolutos es de aproximadamente 150 noticias, frente a las casi 2.000 que separan a Madrid o Cataluña de Castilla y León.

3.4.1.1.1. Resultados por número de noticias en prensa impresa

Si centramos nuestro análisis sólo en la prensa impresa, veremos ciertas diferencias con el agregado total, tal y como se puede apreciar en la tabla 33. En el caso de El Mundo, por ejemplo, se observa cómo se mantienen las dos comunidades dominantes en el panorama mediático, Cataluña y Madrid, si bien

se produce un intercambio en el orden de las dos primeras posiciones. En el periodo de tiempo sometido a estudio, El Mundo concede un mayor número de noticias a la comunidad catalana, lo cual puede deberse también a que parte de la muestra seleccionada de manera aleatoria incluyó el periodo de campaña electoral para las elecciones autonómicas en esa región (lo cual es muestra, también, sin duda alguna, del interés que este acontecimiento político suscitó en la cabecera de Unidad Editorial).

Posición	Comunidad Autónoma	EL MUNDO	Comunidad Autónoma	EL PAÍS
1	Cataluña	377	Madrid	296
2	Madrid	321	Cataluña	294
3	País Vasco	297	País Vasco	166
4	Andalucía	133	Andalucía	109
5	Comunidad Valenciana	120	Comunidad Valenciana	100
6	Castilla y León	65	Galicia	42
7	Castilla La Mancha	45	Castilla La Mancha	35
8	Baleares	39	Cantabria	27
9	Galicia	37	Castilla y León	25
10	Asturias	32	Aragón	24
11	Canarias	26	Asturias	20
12	Aragón	25	Canarias	18
13	Extremadura	22	Baleares	17
14	Cantabria	21	Región de Murcia	15
15	Navarra	13	Navarra	10
16	Región de Murcia	13	Ciudades Autónomas	6
17	Ciudades Autónomas	12	Extremadura	6
18	La Rioja	2	La Rioja	1
TOTAL		1.600		1.211

Tabla 33. Datos comparativos de prensa impresa por Comunidad y número de noticias publicadas. Fuente: Elaboración propia.

Las diferencias respecto al agregado total continúan con la cobertura dada al País Vasco, que en el caso de El Mundo en edición papel, está mucho más cerca

de las dos comunidades que le preceden que en el cómputo global. Esto se podría explicar por la mayor preocupación editorial del periódico dirigido por Pedro J. Ramírez por las cuestiones relativas al terrorismo. Igualmente, hay un intercambio en la cuarta y quinta posición entre Andalucía y Comunidad Valenciana, si bien proporcionalmente mantienen un equilibrio similar al del agregado general. Castilla y León ocupa, al igual que en la tabla general, la sexta plaza.

En el caso de El País, también existen variaciones significativas respecto al agregado total, sobre todo en lo concerniente a la comunidad que es principal objeto de nuestro estudio, Castilla y León, que desciende desde la sexta a la novena posición, siendo rebasada también por Galicia, Castilla-La Mancha y Cantabria. Este fenómeno puede explicarse por la ausencia de una edición autonómica de El País en Castilla y León, al contrario de lo que sucede con El Mundo, que sí dispone de suplemento diario para la región castellanoleonesa.

De hecho, uno de los fenómenos más reseñables en el análisis de la tabla 33, por cuanto encaja a la perfección con la teoría formulada en el párrafo anterior, es el hecho de que tanto en el caso de El Mundo como de El País las comunidades que ocupan las primeras posiciones en la tabla de cobertura mediática suelen coincidir con las que tienen una edición propia. Por ejemplo, las ocho ediciones autonómicas de El Mundo (Madrid, Andalucía, Baleares, Cataluña, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Galicia y País Vasco) están entre las diez primeras que más cobertura reciben en el periódico de Unidad Editorial. El País, por su parte, cuenta con ediciones regionales en Madrid,

Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana, Galicia y País Vasco, exactamente las comunidades que copan las seis primeras posiciones de la lista de relevancia por número de noticias del periódico de PRISA.

3.4.1.1.2. Resultados por número de noticias en prensa digital

En los resultados comparados del número de noticias totales publicadas en prensa digital, observamos cómo hay un cambio significativo al frente de la tabla respecto a los datos observados en la prensa impresa: tanto en *elpais.com* como en *elmundo.es* se invierten los resultados de las dos primeras posiciones, tal y como se observa en la tabla 34.

Sin embargo, mientras en *elpais.com* se mantiene más o menos el patrón de cobertura similar en Madrid y Cataluña (en torno a un 10% más de noticias publicadas sobre esta segunda comunidad), en el caso de *elmundo.es* sí se aprecia un vuelco reseñable: no sólo es Madrid y no Cataluña la comunidad con mayor cobertura por número de noticias totales, sino que la distancia se eleva hasta más del 30% entre una y otra (611 noticias publicadas sobre Madrid²⁸⁰, frente a las 420 de Cataluña). Andalucía, País Vasco y Comunidad Valenciana, tal y como ocurría en la edición impresa, copan las tres siguientes posiciones, separadas ya por un margen significativo de las tres primeras.

²⁸⁰ Insistimos, a modo de recordatorio, que cuando hablamos de noticias de Madrid, nos referimos estrictamente a aquellas relativas, o bien a la Comunidad, o bien al municipio. Aquellas que hacen referencia a Madrid en cuanto a su condición de capital del país o sede de organismos centrales de Gobierno no han sido incluidos en esta cuantificación por comunidades.

La brecha entre estas tres comunidades que ocupan las posiciones de la 3ª a la 5ª con el resto de autonomías es, igualmente, significativa. Este tercer vagón aparece encabezado en las versiones digitales de El Mundo y El País por Castilla y León, que cuenta con una proporción de impacto mediático por número de noticias totales de 1 a 6 en el caso de elmundo.es y de 1 a 10 en el caso de elpais.com. Igualmente destacable, en este caso por su invisibilidad al foco mediático, es el caso de La Rioja en elmundo.es, ya que durante todo el periodo sometido a estudio tan sólo se han recogido dos noticias referidas a esta autonomía.

Posición	Comunidad Autónoma	ELMUNDO.ES	Comunidad Autónoma	ELPAIS.COM
1	Madrid	611	Cataluña	1036
2	Cataluña	420	Madrid	940
3	Andalucía	267	Comunidad Valenciana	597
4	País Vasco	226	Andalucía	417
5	Comunidad Valenciana	204	País Vasco	374
6	Castilla y León	99	Castilla y León	110
7	Galicia	89	Galicia	104
8	Castilla La Mancha	74	Castilla La Mancha	100
9	Canarias	56	Cantabria	99
10	Asturias	51	Aragón	79
11	Baleares	50	Asturias	48
12	Aragón	49	Canarias	45
13	Extremadura	39	Baleares	39
14	Cantabria	36	Región de Murcia	38
15	Región de Murcia	29	La Rioja	33
16	Ciudades Autónomas	23	Navarra	28
17	Navarra	20	Extremadura	24
18	La Rioja	2	Ciudades Autónomas	19
TOTAL		2.345		7.529

Tabla 34. Datos comparativos de prensa digital por Comunidad y número total de noticias publicadas. Fuente: Elaboración propia

En el caso de la prensa digital, como ya se ha advertido en algunos pasajes de la presente investigación, resulta más pertinente observar los datos de noticias no repetidas; ya que, al no existir una edición diaria de noticias como ocurre en la prensa impresa (se trata, más bien, de un flujo que se renueva permanentemente), es frecuente que, especialmente en algunas secciones, se repita la misma noticia en diferentes días. En la tabla 35 se pueden examinar los datos de publicación de noticias no repetidas en los dos medios digitales nacionales sometidos a estudio.

Posición	Comunidad Autónoma	ELMUNDO.ES	Comunidad Autónoma	ELPAIS.COM
1	Madrid	511	Cataluña	721
2	Cataluña	359	Madrid	559
3	Andalucía	204	Comunidad Valenciana	461
4	País Vasco	207	Andalucía	276
5	Comunidad Valenciana	169	País Vasco	270
6	Galicia	81	Galicia	81
7	Castilla y León	79	Castilla y León	69
8	Castilla La Mancha	61	Castilla La Mancha	63
9	Canarias	43	Cantabria	63
10	Asturias	45	Aragón	45
11	Baleares	44	Asturias	22
12	Aragón	40	Canarias	32
13	Extremadura	33	Baleares	30
14	Cantabria	25	Región de Murcia	22
15	Región de Murcia	24	La Rioja	7
16	Ciudades Autónomas	21	Navarra	8
17	Navarra	20	Extremadura	9
18	La Rioja	2	Ciudades Autónomas	12
TOTAL		1.968		7.529

Tabla 35. Datos comparativos de prensa digital por Comunidad y número de noticias publicadas no repetidas. Fuente: Elaboración propia.

Vemos que tanto el orden como las proporciones se mantienen esencialmente, con respecto a los datos de las noticias totales. Madrid encabeza el número de noticias no repetidas en la versión digital de El Mundo (ver anexo mapas, p. 34), mientras que en la de El País es Cataluña quien se lleva la palma (ver anexo mapas, p. 35). En el primer caso, la distancia se reduce a unas 150 noticias, si bien la distancia, en proporción sigue siendo más o menos la misma que en el caso de la prensa impresa. En el caso de elpais.com, en cambio, la brecha entre Cataluña y Madrid se ensancha tanto en términos absolutos como relativos, producto tal vez del impacto de la inclusión de una semana de campaña electoral en Cataluña. El resto de posiciones se mantiene exactamente igual, con Castilla y León en sexto lugar de la cobertura en prensa digital, a la cabeza de las comunidades descolgadas del mayor impacto mediático de las cinco “grandes”: Madrid, Cataluña, Andalucía, País Vasco y Comunidad Valenciana.

3.4.1.2. Resultados por espacio (módulos)

Tal y como se indicó en el apartado metodológico, a fin de realizar una medición más exacta de la cobertura mediática que se le concedía a las diferentes comunidades autónomas durante el año sometido a estudio se realizó el cálculo no sólo del número de noticias sino del número de módulos dedicados a cada autonomía (ver anexo mapas, p. 36).

En el caso de la prensa digital se computó el número de módulos en la portada de cada una de las secciones; si bien en el caso de elpais.com, como se

advirtió antes también, esto resultó imposible ya que el archivo de noticias aparece en forma de flujo y no refleja la misma disposición en pantalla que tuvieron las noticias en el momento de su publicación. Por ello, los datos de espacio en módulos referidos a prensa digital sólo se computaron en el caso de la versión digital de El Mundo. Siendo así las cosas, los resultados totales del espacio en módulos publicado sobre cada autonomía se pueden observar en la tabla 36.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	NÚMERO DE MÓDULOS	
	Módulos totales	Módulos no repetidos
Cataluña	27.364,64	27.098,24
Madrid	26.950,1	26.496,9
País Vasco	18.640,3	18.551,1
Comunidad Valenciana	8.478,3	8.290,4
Andalucía	8.389,5	8.148,6
Castilla y León	3.927,8	3.831
Castilla La Mancha	3.779,1	3.705,8
Galicia	3.416,9	3.387,6
Cantabria	1.981,4	1.932,7
Aragón	1.845,3	1.803,7
Canarias	1.789,2	1.741,7
Asturias	1.741,9	1.721,7
Baleares	1.289	1.270,2
Extremadura	1.287,8	1.252,6
Región de Murcia	1.175,9	1.154,3
Navarra	679,3	679,3
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	618,4	604,4
La Rioja	111,9	111,9
TOTAL	9.286	7.529

Tabla 36. Datos comparativos por Comunidad y número de módulos publicados (totales y no repetidos). Fuente: Elaboración propia.

Como vemos, los resultados en cuanto a número de módulos vuelven a repetir las mismas tendencias observadas anteriormente. Por un lado, Cataluña y Madrid vuelven a copar las dos primeras posiciones, con escasas diferencias entre una y otra y una gran brecha entre las dos y sus inmediatas perseguidoras. Es en este grupo de perseguidores donde observamos, tal vez, la principal diferencia con respecto a las cifras de cobertura por número de noticias: de nuevo vuelven a ser País Vasco, Comunidad Valenciana y Andalucía las regiones que más cobertura obtienen; pero en este caso las distancias entre País Vasco y las otras dos sí son significativas: mientras que antes todas se movían en torno a las mismas cifras, aquí sobre la comunidad autónoma vasca recae una cobertura por número de módulos que duplica ampliamente la de valencianos y andaluces (más de dieciocho mil de los primeros frente a los más de ocho mil de los segundos).

Castilla y León es la primera de las comunidades que viven, por así decirlo, alejadas del foco mediático. En este caso, encabeza un grupo de tres, compuesto por Castilla La Mancha, Galicia y ella misma, cuya cobertura mediática rebasa los tres mil módulos, situándose proporcionalmente en la mitad aproximadamente de Andalucía y Comunidad Valenciana, algo menos de un cuarto de la cobertura del País Vasco y menos de un sexto del número de módulos que reciben Cataluña y Madrid en los medios sometidos a estudio. A continuación, Cantabria, Aragón, Canarias, Asturias, Baleares, Extremadura y Región de Murcia se sitúan en el intervalo de 1.000-2.000 módulos, cifra (la primera) que no son capaces de rebasar sólo dos comunidades, Navarra y La Rioja, amén de las ciudades autónomas.

El análisis por cabecera también arroja datos interesantes, puesto que, por ejemplo, Castilla y León mantiene su sexta posición en el número de módulos totales publicados en El Mundo (ver tabla 37), incluso recortando sensiblemente la diferencia relativa que le separa de Andalucía y Comunidad Valenciana, las dos autonomías que le preceden en la tabla. La diferencia, por ejemplo, entre Castilla y León y Andalucía, es “sólo” de un 30%, unas cifras muy inferiores a los guarismos observados tanto por número de noticias como en el agregado de módulos totales (ver anexo mapas, p. 37).

NÚMERO DE MÓDULOS	EL MUNDO
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Módulos totales
Cataluña	14.563,9
Madrid	13.122,4
País Vasco	11.648,4
Comunidad Valenciana	4.086,4
Andalucía	3.507,9
Castilla y León	2.302,2
Castilla La Mancha	1.704,2
Galicia	1.597,2
Asturias	902,6
Canarias	848,4
Baleares	781,6
Extremadura	678,5
Cantabria	624,6
Aragón	623,3
Región de Murcia	368,8
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	333,4
Navarra	320,4
La Rioja	70,3
TOTAL	58.084,5

Tabla 37. Datos por Comunidad y número de módulos publicados en El Mundo. Fuente: Elaboración propia.

En el caso de El Mundo, llama la atención también que País Vasco, tal vez por el dato que observábamos anteriormente del mayor interés de la cabecera de Unidad Editorial por el tema del terrorismo, recibe una cobertura en número de módulos cercana a los datos de Madrid y Cataluña. En otras palabras, no hay una brecha tan significativa entre las tres primeras posiciones (Cataluña, Madrid y País Vasco) como sí sucedía en alguna de las referencias tomadas como medida anteriormente. Sí la hay, de nuevo, con respecto a la cuarta y quinta clasificada, Comunidad Valenciana y Andalucía, cuyos guarismos se sitúan entre el tercio y el cuarto del número de módulos totales que reciben las tres primeras autonomías.

El resto de datos sigue pautas similares a las observadas en el agregado general de medios; ya que, si bien puede haber cambios de posiciones con respecto a la tabla anterior, todas las autonomías por debajo de Galicia se sitúan por debajo de los mil módulos, una cifra que apenas roza el 10% de la cobertura total que reciben cada una de las tres primeras comunidades.

Si examinamos los datos de El País por separado en lo referente a número de módulos publicados (ver tabla 38, Anexo tablas, p. 43), nos encontramos con algunas diferencias significativas, muchas de las cuales ya quedaron apuntadas en el análisis por número de noticias totales. Comparativamente, observamos cómo, al igual que en El Mundo, Cataluña y Madrid copan (por ese orden) las dos primeras posiciones, seguidas de País Vasco, Andalucía y Comunidad Valenciana (en estos dos últimos casos sí se invierten las posiciones). Sin embargo, la cobertura de El País (de nuevo, quizá por su menor interés editorial por cuestiones de terrorismo) sobre el País Vasco es significativamente inferior a la

de El Mundo: aquí el número de módulos dedicados a la comunidad autónoma vasca apenas supera la mitad de los que reciben catalanes y madrileños, lo que la sitúa más cercana a la órbita de cuarta y quinta clasificada, Andalucía y Comunidad Valenciana respectivamente.

NÚMERO DE MÓDULOS	EL PAÍS
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Módulos totales
Cataluña	10.759,3
Madrid	10.547,3
País Vasco	5.720
Andalucía	3.640,1
Comunidad Valenciana	3.324,6
Castilla La Mancha	1.710,8
Galicia	1.382,8
Cantabria	1.191,2
Castilla y León	1.034,5
Aragón	990,8
Canarias	696,6
Región de Murcia	691,3
Asturias	558,5
Extremadura	391
Baleares	300,8
Navarra	254,2
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	168,1
La Rioja	36
TOTAL	43.397,9

Tabla 38. Datos por Comunidad y número de módulos publicados en El País. Fuente: Elaboración propia.

No deja de ser llamativo también que Castilla y León recibe en El País menos de la mitad de cobertura de la que obtiene en El Mundo, con apenas mil módulos, lo que la sitúa por debajo, además de las ya cinco comunidades habituales (Cataluña, Madrid, País Vasco, Andalucía y Comunidad Valenciana),

de Castilla La Mancha, Galicia y Cantabria. La Rioja y Navarra vuelven a copar los últimos puestos en la lista de cobertura por autonomías (ver anexo mapas, p. 38).

NÚMERO DE MÓDULOS	elmundo.es	
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Módulos totales	Módulos no repetidos
Madrid	3.280,4	2.827,2
Cataluña	2.041,44	1.775,04
País Vasco	1.271,9	1.182,7
Andalucía	1.241,5	1.000,6
Comunidad Valenciana	1.067,3	879,4
Castilla y León	591,1	494,3
Galicia	436,9	407,6
Castilla La Mancha	364,1	290,8
Asturias	280,8	260,6
Canarias	244,2	196,7
Aragón	231,2	189,6
Extremadura	218,3	183,1
Baleares	206,6	187,8
Cantabria	165,6	116,9
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	116,9	102,9
Región de Murcia	115,8	94,2
Navarra	104,7	104,7
La Rioja	5,6	5,6
TOTAL	11.984,34	10.299,74

Tabla 39. Datos por Comunidad y número de módulos publicados en elmundo.es. Fuente: Elaboración propia.

Por último, en lo referente al análisis de los medios digitales, como se apuntó anteriormente, por exigencias logísticas sólo se han podido recopilar los datos de elmundo.es. Como se puede observar en la tabla 39, es Madrid quien lidera la tabla de cobertura por módulos totales (tanto repetidos como no repetidos –recuérdese la salvedad hecha anteriormente sobre los índices de rotación en prensa digital–), muy por encima de Cataluña, y aun

significativamente por encima (casi tres veces más) de País Vasco, Andalucía y Comunidad Valenciana (ver anexo mapas, p. 39).

De hecho esa es, quizá, la gran diferencia con respecto al agregado total y a los resultados de la prensa impresa: en el caso de la cobertura de elmundo.es, Madrid tiene aproximadamente un tercio más de módulos que Cataluña. Castilla y León aparece, al igual que ocurría en la edición de papel, en una sexta posición que sitúa a la autonomía castellanoleonesa sólo por debajo de las cinco “fijas” (Madrid, Cataluña, País Vasco, Andalucía y Comunidad Valenciana). Con todo, la cobertura sigue siendo francamente inferior a la de Madrid (apenas una quinta parte), Cataluña (algo más de una cuarta parte), y País Vasco, Andalucía y Comunidad Valenciana (en torno a la mitad).

3.4.1.3. Resultados ponderados

El tercer elemento de medida, denominado “módulos ponderados” a lo largo del proceso de investigación, introducía un coeficiente corrector resultante de la aplicación de múltiples factores dependientes del diseño periodístico y digital que ya se explicaron en el apartado metodológico. Como también se anticipó antes, por las características del archivo digital de elpais.com resultó imposible aplicar este coeficiente corrector (ya que no se conservaban elementos mensurables como la ubicación en página, el tamaño de la noticia, etc.) a este medio. En cambio, el coeficiente corrector en función de las peculiaridades del diseño periodístico sí se aplicó a las noticias analizadas de El País y El Mundo. Del

mismo modo, también se aplicó el modelo de análisis ponderado referido a publicaciones digitales a las piezas extraídas de elmundo.es.

En la tabla 40 se pueden observar los resultados del agregado de noticias para los tres medios que se pueden evaluar en función de la aplicación del coeficiente corrector correspondiente a los elementos del diseño periodístico impreso y digital respectivamente (El País, El Mundo y elmundo.es).

NÚMERO DE MÓDULOS PONDERADOS	TOTAL	
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Ponderados totales	Ponderados no repetidos
Madrid	35.849,45	34.786,4
Cataluña	35.246,57	34.585,62
País Vasco	23.228,15	21.200,2
Comunidad Valenciana	11.796,4	11.307,7
Andalucía	11.629,25	11.128,55
Castilla y León	5.518,15	5.294,25
Castilla La Mancha	5.027,3	4.840,9
Galicia	4.739,2	4.664,3
Asturias	2.707,2	2.680,6
Cantabria	2.472,7	2.376,85
Aragón	2.469,4	2.376,1
Canarias	2.351,1	2.246,85
Baleares	1.989,5	1.955,85
Extremadura	1.760,4	1.693,8
Región de Murcia	1.519,95	1.501,55
Navarra	1.038,4	1.038,4
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	983,2	952,2
La Rioja	157,95	157,95
TOTAL	9286	7529

Tabla 40. Datos totales por Comunidad y número de módulos ponderados. Fuente: Elaboración propia.

De nuevo observamos que Madrid y Cataluña lideran la clasificación con resultados tan parejos entre sí como distanciados del resto (ver anexo mapas, p.

40). Casi se podría decir que sus guarismos duplican a los de la tercera comunidad en nivel de publicación por módulos ponderados, País Vasco, y prácticamente cuadruplican los de Comunidad Valenciana y Andalucía.

Castilla y León vuelve a aparecer en el sexto lugar, lo cual sitúa a la comunidad cuantitativamente por encima de otras como Castilla La Mancha y Galicia (regiones ambas con registros muy similares a la castellanoleonesa), e incluso porcentualmente destacada con respecto a Asturias, Cantabria, Aragón, Canarias, Baleares, Extremadura, Murcia, Navarra o La Rioja. Pero esto tampoco puede hacer obviar la evidencia de la brecha, en términos de niveles de cobertura mediática, existente con respecto a las cinco comunidades que gozan de mayor cobertura.

Si Castilla y León duplica en términos porcentuales el número de módulos ponderados dedicados a Asturias o Cantabria, lo mismo puede decirse que hacen con ella comunidades como Valencia o Andalucía (con la diferencia de que la distancia en términos absolutos entre Valencia y Castilla y León –unos seis mil módulos ponderados– duplica ampliamente la diferencia de cobertura ponderada entre Castilla y León y Asturias –apenas tres mil–). Y si la comparación asciende hasta las dos primeras posiciones, la infrarrepresentación es evidente: en la relación de módulos ponderados referida en la tabla 40 (Anexo tablas, p. 45), por cada módulo publicado sobre Castilla y León se publican más de seis sobre Cataluña o la Comunidad de Madrid.

Si pasamos a los resultados detallados por publicación, veremos que existen ciertas diferencias con respecto al agregado de la tabla 40. Por ejemplo, en

la tabla 41 se muestran los resultados individuales de El Mundo, y aquí es Cataluña quien recibe una mayor cobertura ponderada, con un margen relativo de algo más de un 10% de cuota de publicación con respecto a su inmediata perseguidora, de nuevo la Comunidad de Madrid.

MÓDULOS PONDERADOS	EL MUNDO
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Ponderados totales
Cataluña	17.133,95
Madrid	15.188,7
País Vasco	13.510,4
Comunidad Valenciana	5.028,2
Andalucía	4.470,95
Castilla y León	2.865,6
Castilla La Mancha	2.165,6
Galicia	1.924,6
Asturias	1.151,3
Baleares	1.050,3
Canarias	1.003,2
Extremadura	837,25
Aragón	792,65
Cantabria	758,3
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	454,7
Región de Murcia	448,9
Navarra	415,7
La Rioja	115,15
TOTAL	69.315,45

Tabla 41. Datos totales por Comunidad y módulos ponderados en El Mundo. Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, tal y como sucedía en el análisis de los módulos en bruto, la peculiaridad en el periódico de Unidad Editorial es que el lapso entre las dos primeras comunidades y la tercera, el País Vasco, no es tan grande como en las cifras del agregado de publicaciones (la comunidad autónoma vasca recibe en

torno a un 15% menos de módulos ponderados que Madrid, cuando en el agregado la brecha subía por encima del 50%) (Ver anexo mapas, p. 41).

Las tendencias con respecto a Castilla y León se mantienen, sin embargo, bastante estables con respecto a lo ya destacado en el agregado general. Además de repetir la sexta posición en la tabla 41, la región castellanoleonesa recibe en El Mundo una cobertura ponderada que a duras penas supera la mitad de la que reciben Andalucía y Valencia. Del mismo modo, la distancia que la separa de Madrid y Cataluña hace que estas dos comunidades reciban una cobertura que sextuplica la concedida a Castilla y León.

MÓDULOS PONDERADOS	EL PAÍS
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Ponderados totales
Cataluña	12702,65
Madrid	12276,65
País Vasco	6638,5
Andalucía	4360,55
Comunidad Valenciana	4082,3
Castilla La Mancha	1939,4
Galicia	1682,9
Cantabria	1322,1
Castilla y León	1192,25
Aragón	1117,4
Región de Murcia	778,15
Canarias	755,8
Asturias	733,25
Extremadura	446,5
Baleares	413,9
Navarra	313,6
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	255,55
La Rioja	32
TOTAL	51043,45

Tabla 42. Datos totales por Comunidad y módulos ponderados en El País. Fuente: Elaboración propia.

La tabla 42, en la que se pueden ver los resultados detallados de El País, muestra si cabe un mayor monopolio de las dos comunidades de referencia mediática, Cataluña y Madrid, que se reparten las dos primeras posiciones con una separación delimitada por un muy estrecho margen. De ahí sí se da, como sucede en el agregado general, y a diferencia de los datos observados en El Mundo, una gran diferencia con la cobertura concedida al tercer clasificado, País Vasco (ver anexo mapas, p. 42).

En El País, la cobertura en módulos ponderados otorgada a la Comunidad Autónoma Vasca a duras penas alcanza la mitad de la de Cataluña o Madrid. Sus guarismos, en este caso, la acercan más a Andalucía y Valencia (en términos relativos, en torno a un 50% menos de cobertura que la concedida al País Vasco; pero en términos absolutos mucho más próxima –unos dos mil módulos entre País Vasco y Andalucía; pero más de seis mil entre Madrid y País Vasco–).

También hay cambios en lo que respecta a Castilla y León. Al igual que ocurría en el análisis de la cobertura por número de noticias y módulos totales, en El País la comunidad castellanoleonesa desciende en la lista de regiones por número de módulos ponderados: frente al sexto puesto del agregado de medios, en El País Castilla y León ocupa una discreta novena posición. Y es que, si antes la distancia entre la cobertura concedida a Castilla y León con respecto a Madrid y Cataluña se situaba en una relación aproximada de 1/6, en el caso de El País la proporción aproximada es 1/11; es decir, por cada módulo publicado sobre Castilla y León (aplicado el coeficiente corrector en función de los elementos del diseño), se publican 11 sobre Madrid o sobre Cataluña.

La distancia con las comunidades que copan por sistema los cinco primeros puestos también se dispara: por cada módulo publicado sobre Castilla y León se publican casi cuatro sobre Comunidad Valenciana o Andalucía, y cerca de seis sobre País Vasco. Por todo ello se podría afirmar que, en el caso de El País, las dos fracturas habituales (entre Cataluña y Madrid, y el resto; y entre País Vasco, Comunidad Valenciana y Andalucía, y el resto) quedan incluso marcadas de una manera más pronunciada.

Del mismo modo, en los resultados detallados de la versión digital de El Mundo observamos diferencias notables con respecto a los vistos en el agregado general y los datos individuales de El País y El Mundo en sus versiones impresas. Para empezar, a diferencia de lo visto en estas dos últimas tablas, en los resultados de elmundo.es Madrid lidera claramente la clasificación de módulos ponderados, con un margen insólito (casi un 60%) con respecto a la segunda región de la lista, Cataluña. A su vez, Madrid casi triplica los datos de País Vasco, que a diferencia de la versión en papel de El Mundo, no está tan distanciada respecto a Andalucía y Comunidad Valenciana. Como nexo de unión, eso sí, se puede decir que cambian las distancias entre las cinco primeras comunidades, pero no el nombre.

Como ocurría con la edición en papel de El Mundo, la versión digital tiene a Castilla y León en sexta posición de la tabla 43, por encima de Galicia y de las comunidades restantes (que no llegan al millar de módulos ponderadas). Sin embargo, las diferencias en términos absolutos entre Castilla y León y las comunidades que figuran por debajo de ella en la lista no son muy grandes (por

más que en términos relativos puedan ser significativas). Al igual que se comentó antes, sí son mayores estas diferencias cuando se mira a las regiones que figuran por encima de Castilla y León: por cada módulo ponderado de Castilla y León se publican dos sobre el País Vasco (una relación similar a la que se mantiene con Andalucía y Comunidad Valenciana), casi cuatro sobre Cataluña y casi seis sobre la Comunidad Autónoma de Madrid. Por todo ello, se constata de nuevo un flujo informativo más o menos constante para 12 comunidades, con brechas significativas a medida que se va ascendiendo desde la quinta posición hasta la primera de la tabla (ver anexo mapas, p. 43).

MÓDULOS PONDERADOS	elmundo.es	
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Ponderados totales	Ponderados no repetidos
Madrid	8.384,1	7.321,05
Cataluña	5.409,97	4.749,02
País Vasco	3.079,25	1.051,3
Andalucía	2.797,75	2.297,05
Comunidad Valenciana	2.685,9	2.197,2
Castilla y León	1.460,3	1.236,4
Galicia	1.131,7	1.056,8
Castilla La Mancha	922,3	735,9
Asturias	822,65	796,05
Canarias	592,1	487,85
Aragón	559,35	466,05
Baleares	525,3	491,65
Extremadura	476,65	410,05
Cantabria	392,3	296,45
Navarra	309,1	309,1
Región de Murcia	292,9	274,5
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	272,95	241,95
La Rioja	10,8	10,8
TOTAL	30125,37	24429,17

Tabla 43. Datos totales por Comunidad y módulos ponderados en elmundo.es. Fuente: Elaboración propia.

3.4.2. Resultados por secciones

Con vistas a realizar una caracterización temática de las comunidades sometidas a estudio, en especial la de Castilla y León, los datos analizados hasta este punto en el presente epígrafe de resultados también fueron desglosados en función de la sección donde apareciera cada noticia examinada. De este modo, se obtuvieron datos pormenorizados de la cobertura en las secciones de Cultura, Economía, España y Portada (comunes a los cuatro medios analizados, dos digitales y dos impresos), Ciencia (El Mundo y elmundo.es), Salud (elmundo.es), Sociedad (El País y elpais.com), Solidaridad (elmundo.es) y Tecnología (elpais.com y elmundo.es). Repasaremos en primer lugar las secciones que son comunes a los cuatro medios analizados.

3.4.2.1. Cultura

Los resultados detallados de la sección de cultura, para el periodo sometido a estudio permiten trazar algunas tendencias generales que se repiten con cierta frecuencia en los cuatro medios sometidos a estudio. En primer lugar, Madrid es el claro referente de las publicaciones relativas a la sección de Cultura, con unas cifras que la destacan clarísimamente con respecto al resto de regiones españolas. Como se puede observar en la tabla 44, el agregado de noticias de los cuatro medios sometidos a estudio (tres en el caso del cómputo de módulos totales y ponderados, por las razones expuestas con anterioridad), Madrid casi duplica a Cataluña en todos los apartados medidos. Su relación con el resto de comunidades es incluso más interesante: el número de noticias de Madrid en los

cuatro medios casi cuadruplica al de Andalucía, pero si nos fijamos en el peso total y ponderado, la relación se dispara: por cada módulo publicado en Andalucía hay casi seis en Madrid. Luego no sólo es que Madrid concentre la atención mediática de la sección de Cultura por número de noticias, sino que además sus piezas suelen ser más extensas y tener más elementos que captan la atención del lector.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Madrid	509	10.468,9	12.624,45
Cataluña	277	5.714,5	6.800,75
Andalucía	132	1.676,8	2.238,9
Comunidad Valenciana	92	1.065,8	1.401,9
Castilla y León	64	465	1.656,25
País Vasco	64	938,6	1.152,3
Castilla La Mancha	41	960	1.112,5
Galicia	38	643,6	839,3
Aragón	37	736,3	894,15
Asturias	35	769,2	903,6
Cantabria	23	772	858
Región de Murcia	23	508,2	602,6
Canarias	22	428,3	559,15
Navarra	9	271,5	306,75
Baleares	7	74,5	85,25
Extremadura	7	292,6	327,1
La Rioja	2	44,2	72,1
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	0	0	0

Tabla 44. Sección de Cultura. Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia.²⁸¹

La misma relación se observa, por ejemplo, con la cuarta clasificada de la tabla 44, la Comunidad Valenciana: se publican aproximadamente un cuarto de

²⁸¹ Como se advirtió anteriormente, los datos expuestos en estas tablas de contingencia son una muestra correspondiente a ocho semanas del año 2010, por lo que la proporción para calcular su universo es de 1/6,5. El lector puede realizar, tanto en esta sección de Cultura como en las que se referirán a continuación, los cálculos oportunos para evaluar si en algún caso específico los datos correspondientes a alguna comunidad concreta no proporcionan ni un universo ni una muestra suficientemente representativa como para realizar inferencias posteriores.

noticias en esta región si se la compara con Madrid; pero si nos fijamos en el número de módulos, la distancia se amplía hasta establecer una relación de casi 1/10 (ver anexo mapas, p. 44). En lo que a Castilla y León se refiere, lo primero que llama la atención es que aparece empatada, por número de noticias, a una de las comunidades que habitualmente la superaban en las estadísticas agregadas analizadas hasta ahora, País Vasco.

Cultura	El Mundo	elmundo.es	El País	elpais.com
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Nº Noticias	Nº Noticias	Nº Noticias	Nº Noticias
Madrid	119	35	77	311
Cataluña	47	17	50	214
Castilla y León	21	20	3	32
Andalucía	19	33	13	72
Comunidad Valenciana	17	17	7	54
Castilla La Mancha	9	14	7	23
País Vasco	9	9	6	48
Asturias	8	7	5	32
Galicia	5	7	6	19
Navarra	5	0	2	2
Región de Murcia	5	7	5	15
Aragón	4	5	8	25
Canarias	4	10	4	6
Cantabria	3	10	10	9
Baleares	2	2	1	6
Extremadura	2	14	2	5
La Rioja	1	0	0	0
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	0	2	0	0

Tabla 45. Número de noticias publicadas en la sección de Cultura. Fuente: Elaboración propia.

Sorprendentemente, en número de módulos, la región castellanoleonesa descendería un número notable de posiciones en la tabla 45, si bien también ha de notarse que si aplicamos los modelos de ponderación explicados en el

apartado metodológico, Castilla y León sería la cuarta comunidad en orden de importancia, sólo superada por Madrid, Cataluña y Andalucía; por encima de Comunidad Valenciana y País Vasco. Si observamos el detalle por publicación, obtenemos datos interesantes que no se observan en el agregado de la tabla 44. Al igual que sucedía antes, en la tabla 45 constatamos que en la versión impresa de El Mundo, los guarismos de Madrid se sitúan por encima del doble de su más inmediata perseguidora, Cataluña, y casi seis veces por encima de las tres siguientes, Castilla y León, Andalucía y Comunidad Valenciana (ver anexo mapas, p. 45).

Sin embargo, la cobertura cultural de la región castellanoleonesa adquiere especial relevancia en la cabecera en papel de Unidad Editorial, pues se sitúa en un tercer puesto que sólo la coloca por detrás de Madrid y Cataluña, y por delante de comunidades que, tal y como hemos visto con anterioridad, en el agregado general la superan ampliamente (fundamentalmente Andalucía, Comunidad Valenciana y País Vasco). En la versión digital, Castilla y León descendería hasta la cuarta plaza, al ser rebasada también por Andalucía (ver anexo mapas, p. 46).

En lo que a El País (tanto en versión digital como impresa) se refiere, los datos presentan una similitud reseñable con respecto a los observados en El Mundo: Madrid y Cataluña se reparten los dos primeros puestos en el mismo orden que lo hacían en los casos anteriores, si bien la brecha entre una y otra no es tan destacable como antes (ver anexo mapas, p. 47). Lo que sí varía de manera exponencial es la cobertura cultural que se le da, desde los dos medios de Prisa, a

Castilla y León. En la versión de papel apenas se han recogido tres noticias relativas a Castilla y León, cifra que no sólo desbanca a la región de su privilegiado tercer puesto observado en los datos de El Mundo, sino que la relega a la parte baja de la tabla, sólo por encima de Navarra, Baleares, Extremadura y La Rioja.

En la versión digital de El País la cobertura cultural concedida a Castilla y León sitúa a la región en un sexto puesto (empatada con Asturias), que si bien sigue sin concederle tanta importancia como El Mundo, sí se sitúa en unos parámetros más próximos a los observados en los agregados generales (ver anexo mapas, p. 48).

Cultura	El Mundo	elmundo.es	El País
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Peso total	Peso total	Peso total
Madrid	5.585,3	176,3	4.230,2
Cataluña	2.546,9	334,8	2.895,2
Andalucía	687,9	176,5	752,5
Comunidad Valenciana	668,4	98,2	260,9
Asturias	457,9	28	332
País Vasco	452,3	30,8	385,6
Castilla La Mancha	344,8	82	479,4
Galicia	238,2	30	341,9
Castilla y León	194,8	133,2	178
Aragón	180,2	26,4	522,8
Región de Murcia	174,6	31	313,8
Canarias	152,7	32,9	222,4
Extremadura	146,2	74,8	142,4
Navarra	141,5	0	130
Cantabria	117,4	52,4	637,4
La Rioja	41,8	0	0
Baleares	30,6	8,1	41,6
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	0	17,6	0

Tabla 46. Número de módulos publicados en la sección de Cultura. Fuente: Elaboración propia.

Observando los datos del peso total y ponderado de la sección de Cultura de los tres medios de los que se han podido extraer (El País, El Mundo y elmundo.es), se aprecian, no obstante, algunos cambios significativos. Por ejemplo, en el caso de elmundo.es, pese a que el número de noticias de Cultura sobre la comunidad de Madrid, la cantidad de módulos totales (ver tabla 46) dedicados a esta sección en Cataluña es significativamente superior (casi el doble que los dedicados a Madrid).

En lo que respecta a Castilla y León, hay dos aspectos diferenciales con respecto al número de noticias que deben ser reseñados. En primer lugar, si nos centramos estrictamente en los datos de la versión en papel de El Mundo, vemos que la posición de la región castellanoleonesa desciende notablemente hasta la décima posición (ver anexo mapas, p. 49).

Sin embargo, en la versión digital de El Mundo Castilla y León sí mantiene una posición de privilegio por número de módulos, con unos parámetros cercanos a Madrid y Andalucía, y aproximadamente en una relación de 1/3 con respecto a Cataluña. En este mismo medio, vemos cómo la relación 33/20 en número de noticias mengua hasta 176,5/133,2 en número de módulos, lo que acerca sustancialmente a Castilla y León a la comunidad andaluza (ver anexo mapas, p. 50).

3.4.2.2. Economía

La sección de Economía ofrece ciertas similitudes, pero también divergencias notables, respecto al panorama observado en la sección de Cultura. Para comenzar con los paralelismos, Madrid, Cataluña, Andalucía y Comunidad Valenciana se vuelven a repartir, por ese orden, los primeros puestos por número de noticias. La distancia entre Madrid y Cataluña se vuelve a situar en los mismos parámetros que los observados anteriormente: aproximadamente una noticia, un módulo y un módulo ponderado catalanes por cada dos noticias, módulos y módulos ponderados publicados sobre Madrid (ver tabla 47).

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Madrid	385	4.269,9	5.377,95
Cataluña	219	2.072,5	2.684,75
Andalucía	87	750,4	969,2
Comunidad Valenciana	84	330,8	496,4
País Vasco	75	870	1.121,25
Cantabria	52	476,8	652,4
Galicia	32	453	567,5
Castilla La Mancha	27	234	338,75
Castilla y León	19	145,8	182,9
Canarias	14	77,4	105,7
Asturias	12	118,2	189,35
Región de Murcia	9	45,2	58,1
Baleares	8	73,9	115,25
La Rioja	8	0	0
Navarra	6	65	89,5
Aragón	5	30,3	58,65
Extremadura	4	22,6	34,05
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	1	25,2	38,6

Tabla 47. Sección de Economía. Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, en un análisis pormenorizado de las tres unidades de medida observadas (número de noticias, número de módulos, módulos ponderados) observamos cómo País Vasco adquiere una especial relevancia si se tienen en cuenta fundamentalmente los dos últimos (ver anexo mapas, p. 51); lo cual significa esencialmente que, pese a que se cubren menos temas económicos relacionados con el País Vasco en los medios analizados, cuando se hace, se hace con un mayor despliegue (ya sea por tamaño de la pieza –número de módulos– como por la inclusión de elementos que priorizan su lectura – módulos ponderados–).

Economía	El Mundo	elmundo.es	El País	elpais.com
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Nº de noticias	Nº de noticias	Nº de noticias	Nº de noticias
Madrid	49	66	83	187
Cataluña	27	24	47	121
Andalucía	12	6	14	55
País Vasco	12	8	20	35
Cantabria	6	10	8	28
Castilla y León	6	0	3	10
Comunidad Valenciana	5	9	11	59
Galicia	5	7	7	13
Asturias	3	2	3	4
Castilla La Mancha	3	3	5	16
Canarias	2	1	2	9
Extremadura	2	1	0	1
Aragón	1	1	1	2
Baleares	1	2	3	2
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	1	0	0	0
Navarra	1	0	3	2
La Rioja	0	0	0	8
Región de Murcia	0	1	1	7

Tabla 48. Número de noticias publicadas en la sección de Economía. Fuente: Elaboración propia

El retrato económico de Castilla y León adquiere bastante menos notoriedad que en la sección de Cultura: la región castellanoleonesa ocupa la novena posición (décima si el criterio es el de módulos ponderados) de la tabla 47; aunque lo más relevante es que, en términos relativos, la repercusión en prensa de la actividad económica en la región a juicio del retrato comparativo con otras comunidades es muy poco significativa.

Economía	El Mundo	elmundo.es	El País
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Peso total	Peso total	Peso total
Madrid	2.242,4	273,6	1.753,9
Cataluña	1.115,4	102,1	855
País Vasco	572,8	43,2	254
Andalucía	382,5	35	332,9
Cantabria	212,2	41,8	222,8
Galicia	182	35,8	235,2
Comunidad Valenciana	152,9	38,2	139,7
Castilla La Mancha	129,2	12,2	92,6
Castilla y León	128,6	0	17,2
Asturias	97,6	11,8	8,8
Navarra	58	0	7
Canarias	35,1	4,7	37,6
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	25,2	0	0
Extremadura	18,6	4	0
Aragón	13,8	6,5	10
Baleares	3,4	9,7	60,8
Región de Murcia	0	5,2	40
La Rioja	0	0	0

Tabla 49. Número de módulos publicados en la sección de Economía. Fuente: Elaboración propia

Sirvan, a modo de ejemplo, las siguientes conclusiones que se pueden extraer de un análisis de la tabla 47: por cada noticia de economía que se publica sobre Castilla y León se publican 19 sobre Madrid, 11 sobre Cataluña, en torno a 4 sobre Andalucía, Comunidad Valenciana o País Vasco y 2 de Cantabria (ver anexo

mapas, p. 52). Si nos fijamos en los módulos publicados, el abismo se agranda: por cada módulo publicado sobre Castilla y León en la sección de Economía se publican 29 sobre Madrid, 14 en Cataluña, casi 6 en País Vasco y 5 en Andalucía.

Los resultados de la tabla 48 clarifican que, en el caso de Castilla y León, la mayor repercusión mediática en la sección de Economía se da en las noticias de elpais.com: 1/19 con respecto al número de noticias en Madrid. La proporción se contrae, en cambio, si observamos el número de noticias publicadas en la versión escrita de El Mundo, ya que por cada noticia de Economía publicada sobre Castilla y León hay “solo” 8 dedicadas a la Comunidad de Madrid (ver anexo mapas, p. 53).

Economía	El Mundo	elmundo.es	El País
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Peso ponderado	Peso ponderado	Peso ponderado
Madrid	2.557,7	661,3	2.158,95
Cataluña	1.257,2	289,55	1.138
País Vasco	620,4	110,85	390
Andalucía	455,75	80,5	432,95
Cantabria	269,1	100,4	282,9
Galicia	194	83,4	290,1
Comunidad Valenciana	181,45	103,1	211,85
Castilla La Mancha	172,6	34,35	131,8
Castilla y León	157,8	0	25,1
Asturias	123,8	44,65	20,9
Navarra	74,5	0	15
Canarias	56,05	9,35	40,3
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	38,6	0	0
Extremadura	22,8	11,25	0
Aragón	17,4	20,75	20,5
Baleares	10	22,85	82,4
Región de Murcia	0	11,6	46,5
La Rioja	0	0	0

Tabla 50. Número de módulos ponderados publicados en la sección de Economía. Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, esta proporción vuelve a dispararse como se observaba antes si hacemos caso de los resultados desglosados por número de módulos totales (ver tabla 49) o módulos ponderados (ver tabla 50). En el caso de la versión digital de El Mundo el silencio informativo respecto a la actividad económica en Castilla y León alcanza su máxima expresión, ya que no se registró ninguna noticia publicada en la muestra del periodo sometido a estudio.

3.4.2.3. España

Los resultados de la sección de Nacional de las cabeceras sometidas a estudio presentan variaciones importantes con respecto a los resultados generales examinados hasta ahora y también con relación a las otras secciones analizadas en este epígrafe.

En primer lugar, Cataluña y País Vasco desplazan a Madrid de la primera posición tanto en cobertura por número de noticias como en peso total y en peso ponderado (ver anexo mapas, p. 54). En el primer caso, la influencia de las elecciones catalanas puede ser una de las explicaciones de que los resultados de la comunidad catalana (para los tres elementos de medición adoptados) dupliquen ampliamente los de Madrid. En el segundo, la cobertura del terrorismo vasco es sin duda el elemento diferencial que hace que sobre esta autonomía se publiquen casi 300 noticias más que sobre la comunidad madrileña, y que la cobertura matizada por el número de módulos y el número de módulos ponderados eleve la distancia hasta parámetros casi similares a los de Cataluña.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Cataluña	970	16.247,34	19.507,92
País Vasco	695	15.435,9	18.351,45
Madrid	413	7.388,6	8.596,55
Comunidad Valenciana	413	5.635,3	7.101,65
Andalucía	340	3.801,1	4.939,55
Galicia	125	1.906	2.487,5
Castilla y León	107	1.735,7	2.441,35
Castilla La Mancha	100	1.718,7	2.340,35
Baleares	81	912,7	1.272,85
Aragón	69	880,9	1.104,45
Canarias	53	648,8	849,9
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	47	530,8	797,4
Extremadura	34	641,2	918,85
Asturias	32	387,5	588,25
Región de Murcia	30	288	379,5
Cantabria	21	311,9	384,45
Navarra	16	164,1	292,55
La Rioja	3	31,7	53,85

Tabla 51. Sección "España". Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia.

Esto también es significativo: pese a que durante el periodo sometido a estudio se publican casi un 30% de noticias más sobre Cataluña que sobre País Vasco, proporcionalmente las noticias sobre la segunda comunidad acaparan más módulos y más elementos que reclaman la atención del lector. Es significativo, también, con respecto a la cobertura concedida a Castilla y León que su papel en la sección de Nacional es manifiestamente marginal. No sólo abandona las posiciones de privilegio que sí tenía, por ejemplo, en la sección de Cultura; sino que, además, se sitúa dentro del pelotón de doce comunidades que o no llegan o rebasan sólo tímidamente el umbral de las 100 noticias.

Por encima de Castilla y León en la sección de Nacional se sitúan, además de las ya mencionadas Cataluña, País Vasco y Madrid, la Comunidad Valenciana, Andalucía y Galicia. Pero, y se debe insistir en ello, más allá de las posiciones, si se observa las proporciones que separan a las cinco primeras comunidades del resto se aprecia una flagrante brecha mediática. Comunidad Valenciana, pese a contar con una cobertura en módulos menos exhaustiva que la Comunidad de Madrid, acapara el foco del mismo número de noticias (413), lo que le sitúa porcentualmente en torno al cuádruple (o más, en muchos casos) de otras doce comunidades, entre las que se incluye Castilla y León. Andalucía, por ejemplo, triplica en número de noticias a las que recibe la región castellanoleonesa.

España	El Mundo	elmundo.es	El País	elpais.com
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Nº de noticias	Nº de noticias	Nº de noticias	Nº de noticias
Cataluña	260	94	124	492
País Vasco	225	121	117	232
Andalucía	90	35	39	176
Comunidad Valenciana	86	44	51	232
Madrid	82	65	57	209
Baleares	35	13	9	24
Castilla y León	33	26	12	36
Castilla La Mancha	29	29	9	33
Galicia	23	30	18	54
Aragón	19	19	9	22
Extremadura	16	15	1	2
Canarias	15	14	6	18
Asturias	12	5	3	12
Cantabria	9	3	2	7
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	9	14	6	18
Región de Murcia	8	8	3	11
Navarra	5	11	0	0
La Rioja	1	1	0	1

Tabla 52. Número de noticias publicadas en la sección “España”. Fuente: Elaboración propia.

En el análisis individualizado por cabeceras en función del número de noticias totales publicadas, se observan también ligeras variaciones con respecto a las tendencias generales descritas en la tabla 51. Por ejemplo, vemos cómo en El Mundo (ver anexo mapas, p. 55) la Comunidad Autónoma de Madrid desciende hasta la quinta posición por número de noticias, mientras que en las versiones digitales de El Mundo (ver anexo mapas, p. 56) y El País se sitúa en la cuarta.

España	El Mundo	elmundo.es	El País
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Peso total	Peso total	Peso total
Cataluña	10.524,4	481,54	5.241,4
País Vasco	10102,6	686,2	4.647,1
Madrid	4.557	354	2.477,6
Comunidad Valenciana	3.178,9	225,1	2.231,3
Andalucía	2.363,4	220,3	1.217,4
Castilla La Mancha	1.109,1	148,8	460,8
Galicia	1.108,7	149,1	648,2
Castilla y León	1.019,9	172,9	542,9
Baleares	745,6	59,9	107,2
Extremadura	486,8	98,4	56
Canarias	454,7	70,7	123,4
Aragón	415,5	83,9	381,5
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	301,1	61,6	168,1
Asturias	270,9	36,2	80,4
Cantabria	260,8	15,5	35,6
Región de Murcia	194,2	32,8	61
Navarra	111	53,1	0
La Rioja	28,5	3,2	0

Tabla 53. Número de módulos publicados en la sección “España”. Fuente: Elaboración propia.

Las dos primeras posiciones, al igual que ocurría en la tabla 51, se reparten entre Cataluña y País Vasco, si bien en el caso de la versión digital de El Mundo es la Comunidad Autónoma Vasca la que ocupa la primera posición, con una

significativa ventaja sobre el resto de regiones (seis veces más, por ejemplo, que Castilla y León, como se puede ver en la propia tabla 52).

Con todo, la distancia de Castilla y León con las regiones de cabeza es incluso mayor si nos fijamos en otros medios. En el caso de la versión en papel de El Mundo la proporción es, aproximadamente, de una noticia sobre Castilla y León por cada casi nueve de Cataluña. En el caso de El País la proporción sube a 1/10, y en la versión digital del periódico de PRISA roza una relación de 1/14. En la tabla 53 observamos cómo los guarismos correspondientes al peso total comparten patrones similares a los observados con el desglose de noticias por periódicos. Cataluña y País Vasco se reparten las dos primeras posiciones (en el caso de elmundo.es es esta última la que ocupa la parte más alta de la tabla), con una aplastante distancia sobre sus inmediatas perseguidoras.

La clasificación por número de módulos publicados sí cambia, por ejemplo, la posición definitiva de Madrid, que se asienta en la tercera posición. En el caso de Castilla y León, se repiten los patrones de posición (octava, por detrás de Cataluña, País Vasco, Madrid, Comunidad Valenciana, Andalucía, Castilla La Mancha y Galicia en El Mundo y El País; sexta, por delante de Castilla La Mancha y Galicia en la versión digital de El Mundo), si bien se suavizan en algunos casos las proporciones de publicación con respecto a las comunidades de cabeza: Castilla y León representa cerca de un 10% de lo que se publica con la comunidad sobre la que más se publica en número de módulos en El Mundo y El País, y en torno a un 25% de lo publicado sobre País Vasco, la región con más cobertura por número de módulos totales para elmundo.es).

Lo mismo se puede decir de los datos sobre módulos ponderados, cuyo detalle se puede observar en la tabla 54. Cataluña y País Vasco se vuelven a repartir las dos primeras posiciones, con la comunidad vasca encabezando la tabla de módulos ponderados en la versión digital de El Mundo y la catalana en la versión en papel de los dos periódicos; Madrid se asienta definitivamente en la tercera posición, con una generosa ventaja del 20% sobre su inmediata perseguidora, Valencia; y Castilla y León se acomoda en torno a la octava posición con unas distancias proporcionales similares a las observadas para el número total de módulos comentado anteriormente en la tabla 53.

España	El Mundo	elmundo.es	El País
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Peso ponderado	Peso ponderado	Peso ponderado
Cataluña	12.186,2	1.167,02	6.154,7
País Vasco	11.449,5	1.644,4	5.257,55
Madrid	5.078,5	808,75	2.709,3
Comunidad Valenciana	3.923,95	512,55	2.665,15
Andalucía	3.007,2	462,15	1.470,2
Castilla La Mancha	1.458,55	357,9	523,9
Castilla y León	1.391,95	414,45	634,95
Galicia	1.334,35	372,55	780,6
Baleares	1.001,8	107,95	163,1
Extremadura	627,9	216,95	74
Aragón	551,75	177,45	375,25
Canarias	534,85	154,35	160,7
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	406,55	135,3	255,55
Asturias	388,45	100,1	99,7
Cantabria	316,4	35,75	32,3
Región de Murcia	242,6	64,9	72
Navarra	151,5	141,05	0
La Rioja	49,25	4,6	0

Tabla 54. Número de módulos ponderados publicados en la sección “España”. Fuente: Elaboración propia.

3.4.2.4. Portada

La sección de Portada se centra principalmente en los datos analizados con respecto a sólo tres publicaciones: El País, El Mundo y la versión digital de este último. El caso de elpais.com, por las condiciones peculiares de su archivo, ya comentadas anteriormente, no conservaba la portada del periódico digital del día y no contemplaba (salvo escasos casos concretos que se han incluido en la tabla 55) la portada como una sección distinta al resto de piezas listadas a modo de flujo de noticias.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Madrid	324	2.125,1	5.232,2
Cataluña	243	1.493,7	3.594,85
País Vasco	164	1.070,8	2.118,15
Andalucía	95	467,1	1.098,05
Comunidad Valenciana	95	641,9	1.412,95
Asturias	46	366,2	886,1
Castilla y León	34	246,2	549,1
Galicia	34	230,8	512,4
Baleares	25	94,3	282,65
Canarias	18	68,6	180,8
Castilla La Mancha	18	112,1	255,05
Cantabria	14	79,3	172,15
Extremadura	13	236,6	319,8
Aragón	11	69,5	150,75
Navarra	10	59,1	184,8
Región de Murcia	10	40,1	112,55
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	9	44,8	107,9
La Rioja	0	0	0

Tabla 55. Sección de Portada. Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia.

Madrid, Cataluña y País Vasco vuelven a liderar la tabla con una patente distancia con respecto al resto de comunidades (menor en el caso de Andalucía y

Comunidad Valenciana, mucho más evidente con las demás). Sin embargo, en las portadas es la Comunidad Autónoma de Madrid quien vuelve a reclamar un mayor peso mediático, casi doblando en número de noticias (y haciéndolo ampliamente en número de módulos y cantidad de módulos ponderados) al País Vasco, y con un sustancioso margen de en torno al 30% de mayor repercusión mediática en las portadas que Cataluña (ver anexo mapas, p. 57).

	El Mundo	elmundo.es	El País	elpais.com
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Nº de noticias	Nº de noticias	Nº de noticias	Nº de noticias
Madrid	62	223	39	0
Cataluña	43	164	34	2
País Vasco	41	108	15	0
Andalucía	12	75	8	0
Comunidad Valenciana	12	60	23	0
Asturias	9	29	8	0
Castilla y León	5	26	2	1
Galicia	4	26	4	0
Cantabria	3	9	2	0
Castilla La Mancha	3	12	3	0
Canarias	2	14	2	0
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	2	7	0	0
Navarra	2	8	0	0
Aragón	1	7	3	0
Baleares	1	23	1	0
Extremadura	1	9	3	0
Región de Murcia	0	7	3	0
La Rioja	0	0	0	0

Tabla 56. Número de noticias publicadas en la sección de Portada. Fuente: Elaboración propia.

Andalucía y Comunidad Valenciana marcan de nuevo un cierto límite de relevancia informativa. Por debajo de ellas se aglutina un pelotón de doce comunidades que no consiguen llegar a las 50 noticias de portada. Castilla y

León, séptima en la lista independientemente del criterio utilizado, vuelve a situarse de manera casi matemática en unas proporciones de 1 a 10 con respecto a la comunidad con mayor repercusión mediática en la portada de las cabeceras analizadas. Descollante, por el lado opuesto, es el caso de La Rioja, que en secciones analizadas anteriormente ya había recibido el dudoso honor de ser la comunidad con menos repercusión mediática y que, en el caso que nos ocupa, no ha protagonizado ninguna noticia de portada en la muestra sometida a estudio.

Un detalle pormenorizado de los datos por noticias en función de las diferentes cabeceras (Ver tabla 56) nos permite ver, no obstante, que los resultados analizados en el agregado general se ven matizados seriamente por la versión digital de El Mundo. Las distancias en las versiones de papel de los diarios sometidos a estudio entre las cinco primeras comunidades de la tabla (sobre todo las tres de cabeza) y el resto son incluso mayores que las ya observadas anteriormente.

Por ejemplo, Castilla y León sólo acapara cinco noticias de portada en El Mundo (ver anexo mapas, p. 58), frente a las 62 de Madrid (más de 12 veces más), las 43 de Cataluña o las 41 de País Vasco (mas de 8 veces más). En el caso de El País, sólo hay dos noticias sobre Castilla y León, lo que sitúa la relación con los puestos de cabeza en unos términos más desiguales si cabe: se publican casi 20 noticias de Madrid, 14 de Cataluña, casi 12 de Comunidad Valenciana (influencia evidente de la cobertura de los casos de corrupción en el seno del PP) y casi 8 de País Vasco, por cada una de la región castellanoleonés (ver anexo mapas, p. 59).

Los resultados por número de módulos publicados de la tabla 57 (Anexo tablas, p. 62) constatan las tendencias observadas en la tabla anterior, con ciertas matizaciones: en El Mundo, el País Vasco pasa a ser la segunda comunidad por número de módulos, rebasando ampliamente a Cataluña (pese a que ésta tiene más noticias), por influencia, a buen seguro, de la mayor extensión de la cobertura a temas relacionados con el terrorismo. También es destacable que, pese a que no le sirva para subirse al “tren de cabeza” del trío Madrid-Cataluña-País Vasco, la cobertura por número módulos sí acerca a Castilla y León a sus inmediatas predecesoras (Galicia, Andalucía, Asturias y Comunidad Valenciana).

	El Mundo	elmundo.es	El País
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Peso total	Peso total	Peso total
Madrid	576,3	1.225,9	322,9
País Vasco	520,7	350,4	199,7
Cataluña	355,2	777,9	360,6
Comunidad Valenciana	86,2	328,3	227,4
Asturias	76,2	158,7	131,3
Andalucía	74,1	342,6	50,4
Galicia	68,3	136	26,5
Castilla y León	58,9	166,5	20,8
Cantabria	34,2	38,7	6,4
Castilla La Mancha	21,1	59,5	31,5
Aragón	13,8	35,2	20,5
Navarra	9,9	49,2	0
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	7,1	37,7	0
Canarias	5,9	57,1	5,6
Extremadura	2,9	41,1	192,6
Baleares	2	89,5	2,8
Región de Murcia	0	27	13,1
La Rioja	0	0	0

Tabla 57. Número de módulos publicados en la sección de Portada. Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, las proporciones de la cobertura de Castilla y León en las portadas de los medios analizados con respecto a las comunidades con mayor capacidad de atraer la atención mediática sigue mostrando una brecha considerable (por cada módulo publicado sobre Castilla y León hay casi diez de Madrid en El Mundo, casi ocho en elmundo.es y casi 16 en El País).

	El Mundo	elmundo.es	El País
COMUNIDAD AUTÓNOMA	Peso ponderado	Peso ponderado	Peso ponderado
Madrid	1.110,15	3.496,6	625,45
País Vasco	934,85	849,95	333,35
Cataluña	719,1	2.205,95	669,8
Andalucía	179,55	799,8	118,7
Comunidad Valenciana	174,1	861,65	377,2
Asturias	150,6	525,35	210,15
Castilla y León	130,45	392,75	25,9
Galicia	116,15	360	36,25
Cantabria	43,6	111,85	16,7
Castilla La Mancha	33,55	147,75	73,75
Canarias	33,45	138,55	8,8
Navarra	27,95	156,85	0
Aragón	20,9	82,6	47,25
Extremadura	16,95	89,55	213,3
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	9,55	98,35	0
Baleares	4	271,75	6,9
Región de Murcia	0	74,5	38,05
La Rioja	0	0	0

Tabla 58. Número de módulos ponderados publicados en la sección "España". Fuente: Elaboración propia.

Los resultados por módulos ponderados expuestos en la tabla 58 responden más o menos a las mismas tendencias apuntadas anteriormente, con ligeros matices como la mayor presencia, según este criterio, de Cataluña en las portadas de El País (supera levemente a Madrid), o el descenso hasta la 12ª posición de Castilla y León en las portadas de El País.

Este último hecho acrecienta aún más la distancia, si observamos este criterio de módulos ponderados, entre Castilla y León y el resto de comunidades: por cada módulo ponderado de esta región se publican 25 de Madrid o Cataluña, casi 16 de Comunidad Valenciana y 14 de País Vasco.

3.4.2.5. Ciencia

Los resultados de la sección de Ciencia se refieren exclusivamente a las versiones en papel y digital de El Mundo, pues son las dos únicas cabeceras de las elegidas para este estudio que contienen una sección específica con este nombre.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Madrid	38	337,7	619,85
Andalucía	33	176,5	361,75
Castilla y León	20	133,2	331,6
Cataluña	18	87,1	157,05
Comunidad Valenciana	17	98,2	267,1
Castilla La Mancha	15	182	203,2
Extremadura	15	94,8	172,9
Canarias	13	232,9	266,95
Cantabria	10	52,4	204
País Vasco	9	30,8	82,9
Asturias	7	28	62
Galicia	7	32,8	109,9
Región de Murcia	7	31	93
Aragón	5	26,4	60,45
Baleares	2	8,1	29,05
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	2	17,6	39,3
La Rioja	0	0	0
Navarra	0	0	0

Tabla 59. Sección de Ciencia. Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia.

La tabla 59 otorga un sorprendente (por lo inhabitual en la mayoría de las secciones analizadas hasta ahora) tercer puesto a la Comunidad de Castilla y León, sólo por detrás de Madrid y Andalucía, y por delante de regiones como Cataluña y Comunidad Valenciana (ver anexo mapas, p. 60). Sin embargo, para valorar en su justo término estos resultados, ha de tenerse en cuenta que ciertas secciones “menores” de los medios analizados presentan, en la versión digital, un índice de repetición de noticias muy superior al de otras, como las examinadas hasta el presente subepígrafe. La razón es que o bien el volumen informativo de secciones como “Ciencia”, “Salud” o “Solidaridad” es menor, o el interés del medio sobre ellas es proporcionalmente menos relevante que el que suscitan otras secciones más “fuertes”, como “España”, “Economía” o la propia “Portada”. Por ello, en las versiones digitales de los medios estudiados ocurre con frecuencia que ciertas noticias se repiten varios días.

Por esta razón, se incluyó en todas las secciones dos análisis independientes: uno por número de noticias totales y otro por número de noticias no repetidas, que sería de especial utilidad en el análisis de secciones que tendieran a reciclar con frecuencia ciertas piezas. Así, si se observa la tabla 60, se puede apreciar cómo Castilla y León desciende hasta la séptima posición (octava, si lo que se tiene en cuenta es el número de módulos totales y quinta por módulos ponderados) si se excluyen las noticias repetidas (ver anexo mapas, p. 61).

Llama también la atención la posición predominante de Andalucía en las noticias de esta sección, algo que se explica también por el hecho de que en la

sección se suelen incluir con cierta frecuencia noticias de Naturaleza (el impacto del Parque de Doñana es singular, en este apartado). Sin embargo, una corrección por número de módulos totales o ponderados vuelve a situar a Madrid en primera posición (incluso Canarias, con sus noticias sobre los observatorios espaciales, supera a Andalucía en número de módulos totales no repetidos).

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Andalucía	21	120,9	247,95
Madrid	20	259,4	445
Cataluña	13	68	119,5
Comunidad Valenciana	11	63,7	166,85
Extremadura	10	67,4	122,7
Castilla La Mancha	9	141,4	109,4
Castilla y León	8	56,1	133,05
Asturias	7	28	62
Cantabria	7	16,3	37,15
Canarias	6	209,7	228,35
País Vasco	4	15,4	47,2
Aragón	3	20	13,2
Galicia	3	17,2	54,1
Baleares	2	8,1	29,05
Región de Murcia	2	9,4	35,7
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	1	8,8	20,9
La Rioja	0	0	0
Navarra	0	0	0

Tabla 60. Sección de Ciencia. Agregado de periódicos (noticias no repetidas). Fuente: Elaboración propia.

3.4.2.6. Salud

Sólo la versión digital de El Mundo tiene una sección propia bajo el encabezamiento específico de “Salud”. Por ello, los resultados que se pueden observar en la tabla 61 se refieren exclusivamente a las noticias examinadas en

esta publicación, y por ende se corresponden con una muestra de noticias de volumen muy inferior a otras secciones examinadas anteriormente. Con todo, la mayoría de tendencias observadas hasta ahora se repiten casi con el mismo patrón. Cataluña, Comunidad Valenciana y Madrid ocupan, por este orden, las tres primeras posiciones, con escasas diferencias entre ellas (tanto por número de noticias como, sobre todo, por peso total y peso ponderado).

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Cataluña	17	91,8	238,4
Comunidad Valenciana	14	92	257
Madrid	14	91,1	237,55
Andalucía	9	20,2	74,1
Galicia	5	16,8	52,65
Aragón	2	5,2	25,1
Canarias	2	8	43
Asturias	1	3,8	5,9
Cantabria	1	5,7	17,85
Navarra	1	2,4	11,2
Baleares	0	0	0
Castilla La Mancha	0	0	0
Castilla y León	0	0	0
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	0	0	0
Extremadura	0	0	0
La Rioja	0	0	0
País Vasco	0	0	0
Región de Murcia	0	0	0

Tabla 61. Sección de Salud. Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, hay algunos datos llamativos con respecto a los patrones observados en otras secciones y en el agregado total, como es la gran cantidad de comunidades que no aparecen representadas en esta sección (hasta siete; y si el criterio se ampliase hasta las comunidades con dos o menos noticias, el registro subiría hasta doce), entre las que se encuentran País Vasco (una de las que

siempre suele aparecer en las primeras posiciones) y Castilla y León (ver anexo mapas, p. 62).

3.4.2.7. Sociedad

La sección de Sociedad solo está presente en las versiones digital e impresa de El País. Por la antedicha imposibilidad de cuantificar y ponderar el número de módulos de elpais.com, solo se tienen datos conjuntos del número de noticias; mientras que los datos de módulos totales y ponderados corresponden únicamente a El País.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Comunidad Valenciana	253	465,3	504,65
Madrid	241	1.762,7	2.007,85
Cataluña	194	1.407,1	1.575,05
Andalucía	134	1.286,9	1.502,45
País Vasco	62	233,6	260,3
Cantabria	57	289	301,5
Castilla y León	31	275,6	297,8
Aragón	30	56	78
Castilla La Mancha	30	646,5	691,75
Navarra	29	117,2	153,6
La Rioja	25	36	32
Galicia	23	131	167
Extremadura	16	0	0
Canarias	12	307,6	302,3
Baleares	7	88,4	116,7
Región de Murcia	7	263,4	274,2
Asturias	1	6	8,5
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	1	0	0

Tabla 62. Sección de Sociedad. Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia.

Los datos de la tabla 62 sitúan a la Comunidad Valenciana a la cabeza de la sección de Sociedad por número de noticias; sin embargo se observa un claro desfase con respecto al número de módulos totales y ponderados. Esto se debe, como sucedía en casos anteriores ya comentados, a la influencia de las noticias repetidas (ver anexo mapas, p. 63).

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Cataluña	101	1.407,1	1.575,05
Madrid	93	1.762,7	2.007,85
Andalucía	78	1.286,9	1.502,45
Comunidad Valenciana	56	465,3	504,65
Castilla La Mancha	21	646,5	691,75
País Vasco	21	233,6	260,3
Castilla y León	16	275,6	297,8
Galicia	15	131	167
Extremadura	14	0	0
Cantabria	11	289	301,5
Canarias	10	307,6	302,3
Navarra	9	117,2	153,6
Región de Murcia	7	263,4	274,2
Aragón	6	56	78
Baleares	6	88,4	116,7
La Rioja	4	36	32
Asturias	1	6	8,5
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	1	0	0

Tabla 63. Sección de Sociedad. Agregado de periódicos (piezas no repetidas). Fuente: Elaboración propia.

La tabla 63 corrige esta distorsión eliminando las noticias repetidas. Dado que la repetición, por los motivos explicados anteriormente, se suele dar con más frecuencia en los medios digitales, el número de módulos totales y ponderados en este caso permanece igual, sólo varía el número de noticias, que es el único que incluye un agregado de datos de El País y elpais.com (ver anexo mapas, p. 64).

Con esta nueva clasificación se observa que Cataluña y Madrid vuelven a dominar el panorama de la sección: la primera por número de noticias, la segunda en peso total y peso ponderado. Igualmente destacable (por la influencia de las noticias de sucesos) es la tercera posición de Andalucía, cuya distancia con las dos primeras clasificadas es manifiestamente inferior a la que le separa de su inmediata perseguidora, la Comunidad Valenciana, especialmente si se atiende a los criterios de módulos totales y módulos ponderados.

3.4.2.8. Solidaridad

La sección de Solidaridad, únicamente presente en la versión digital de El Mundo, presenta un índice de repetición de noticias más exacerbado si cabe que otras secciones “menores” analizadas hasta ahora. Así, se puede apreciar que existen diferencias significativas entre las tablas 64 y 65, que hacen referencia respectivamente a los índices de publicación totales y sin repetición.

En la primera, Madrid y Cataluña lideran con una amplia distancia sobre Andalucía y Valencia (tercera y cuarta respectivamente), mientras que el resto de comunidades, excepción hecha de la simbólica cobertura en Solidaridad a Baleares, no reciben ningún tipo de cobertura en la muestra analizada (ver anexo mapas, p. 65). La mayoría de estas tendencias se repiten si nos centramos sólo en aquellas noticias que no se repiten, pero se introducen algunas variaciones. Cataluña, por ejemplo, ve cómo más de la mitad de la cobertura que aparecía

representada en la tabla 65 desaparece, algo que también sucede con Valencia y, en menor medida, con Madrid y Andalucía (ver anexo mapas, p. 66).

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Madrid	64	325,9	833,45
Cataluña	46	171,6	464,3
Andalucía	29	92,7	203,35
Comunidad Valenciana	24	115	279,25
Baleares	4	14,3	34,15
Aragón	0	0	0
Asturias	0	0	0
Canarias	0	0	0
Cantabria	0	0	0
Castilla La Mancha	0	0	0
Castilla y León	0	0	0
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	0	0	0
Extremadura	0	0	0
Galicia	0	0	0
La Rioja	0	0	0
Navarra	0	0	0
País Vasco	0	0	0
Región de Murcia	0	0	0

Tabla 64. Sección de Solidaridad. Agregado de periódicos (total de piezas). Fuente: Elaboración propia.

El resto de comunidades aparecen igualmente poco infrarrepresentadas: doce de las diecisiete no recibe cobertura alguna durante el periodo sometido a estudio, y además una de ellas, Baleares, sólo presenta dos noticias en la sección de Solidaridad para la muestra analizada.

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Peso total	Peso ponderado
Madrid	35	149,7	385,85
Cataluña	21	49,8	135,9
Andalucía	21	37,9	99,45
Comunidad Valenciana	10	50,2	126,1
Baleares	2	9,1	28,55
Aragón	0	0	0
Asturias	0	0	0
Canarias	0	0	0
Cantabria	0	0	0
Castilla La Mancha	0	0	0
Castilla y León	0	0	0
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	0	0	0
Extremadura	0	0	0
Galicia	0	0	0
La Rioja	0	0	0
Navarra	0	0	0
País Vasco	0	0	0
Región de Murcia	0	0	0

Tabla 65. Sección de Solidaridad. Agregado de periódicos (piezas no repetidas). Fuente: Elaboración propia.

3.4.2.9. Tecnología

Exclusivamente presente en las versiones digitales de El Mundo y El País (no existe una sección diaria como tal bajo ese epígrafe en las versiones de papel de esos mismos periódicos), la sección de Tecnología repite algunos de los patrones observados en Solidaridad, pero con ciertos matices.

Por ejemplo, un número significativo de comunidades se queda sin representación en esta sección; si bien siguen siendo menos que en la sección anterior (seis frente a las doce anteriores). Como se puede apreciar también en la tabla 66, Madrid y Cataluña siguen encabezando la lista, si bien las primeras posiciones se invierten si se tienen en cuenta sólo las noticias no repetidas. De

hecho, siguiendo este segundo criterio (noticias no repetidas), estas dos comunidades son las únicas capaces de superar la barrera de las diez noticias (ver anexo mapas, p. 67).

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Número de noticias	Número de noticias no repetidas
Madrid	49	25
Cataluña	45	39
Andalucía	25	10
Castilla La Mancha	13	6
Comunidad Valenciana	10	6
Baleares	7	6
Canarias	7	2
País Vasco	6	2
Cantabria	5	5
Castilla y León	5	2
Aragón	4	2
Asturias	0	0
Ciudades Autónomas (Ceuta y Melilla)	0	0
Extremadura	0	0
Galicia	0	0
La Rioja	0	0
Navarra	0	0
Región de Murcia	0	0

Tabla 66. Sección de Tecnología. Comparación de noticias repetidas y no repetidas. Fuente: Elaboración propia.

Entre las otras nueve comunidades con representación en la sección de Tecnología se encuentra Castilla y León, que presenta (en este grupo de regiones representadas) el registro más bajo de noticias no repetidas, con dos, las mismas que Canarias, País Vasco y Aragón. Esto no hace, en cambio, sino redundar en la enorme distancia proporcional que también existe entre el número de noticias no repetidas publicadas en la sección de Tecnología sobre Castilla y León y sobre Madrid y Cataluña: por cada noticia (no repetida) de Castilla y León publicada en

la sección de Tecnología se registran casi 20 de Cataluña y más de 10 de Madrid (ver anexo mapas, p. 68).

3.4.3. Correlaciones entre la cobertura mediática y otros datos autonómicos

Una vez analizados los datos de publicación por comunidades y secciones en los medios sometidos a estudio, se resolvió explorar las posibles relaciones existentes entre tales estadísticas y otras variables relevantes desde el punto de vista autonómico. Así, se consultaron diferentes variables que el Instituto Nacional de Estadística actualiza con relativa frecuencia para dilucidar cuáles podrían dar mejor respuesta a las subhipótesis planteadas en la metodología. Fruto de esta búsqueda se estimó pertinente estudiar, en primer lugar, la relación existente entre los sentimientos de apego a las diferentes regiones o autonomías y el nivel de repercusión mediática de cada una de estas regiones o autonomías.

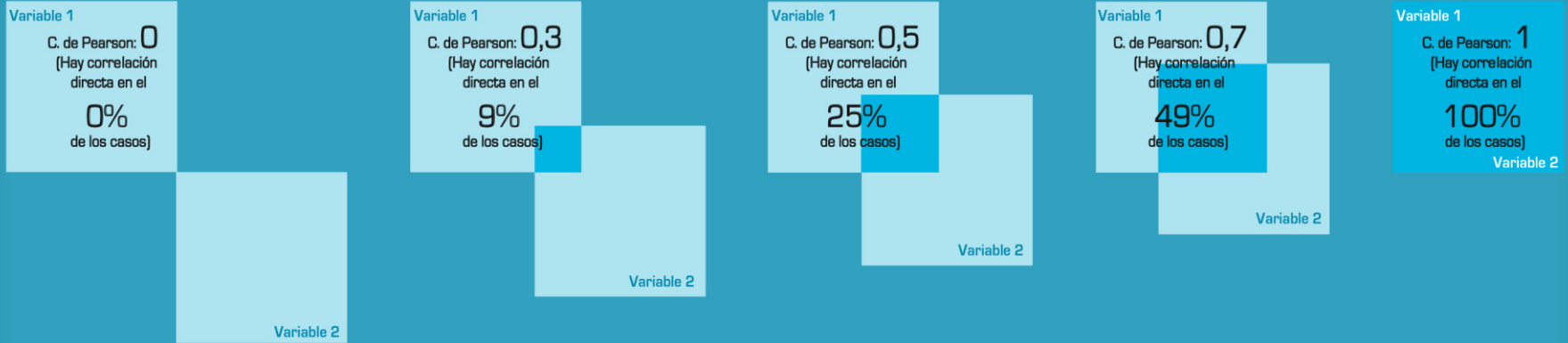
De igual manera, también se analizaron las correlaciones existentes entre el nivel de repercusión mediática de las distintas autonomías y las siguientes variables discriminadas también por comunidades: población, superficie, densidad, nivel de renta, nivel de producción y actividad editorial. Tal y como se planteó en el apartado metodológico, el estudio de la correlación de las variables anteriormente mencionadas y el nivel de repercusión mediática de las autonomías emplearon los índices de Pearson y Spearman, cuyos resultados se pueden ver reflejados tanto en los gráficos de los subepígrafes que se relatan a continuación como en las tablas correspondientes.

Gráficamente se representarán los elementos de medición de cada una de las dos variables con sendos cuadrados. La superficie común de cada uno de ellos será el tanto por ciento de casos para los que se da una correlación entre las dos variables. A mayor superficie, mayor será la correlación. Por último, como ya se había advertido en la metodología, existía la posibilidad de que la correlación fuera positiva (directa) o negativa (inversa). Para diferenciar ambas modalidades, se ha dispuesto que, cuando la correlación es directa, la superficie de correlación (porcentaje de casos en los que se cumple que existe una relación entre las dos variables) está resaltada en azul oscuro; mientras que cuando la correlación es inversa la superficie de correlación está resaltada en azul claro.

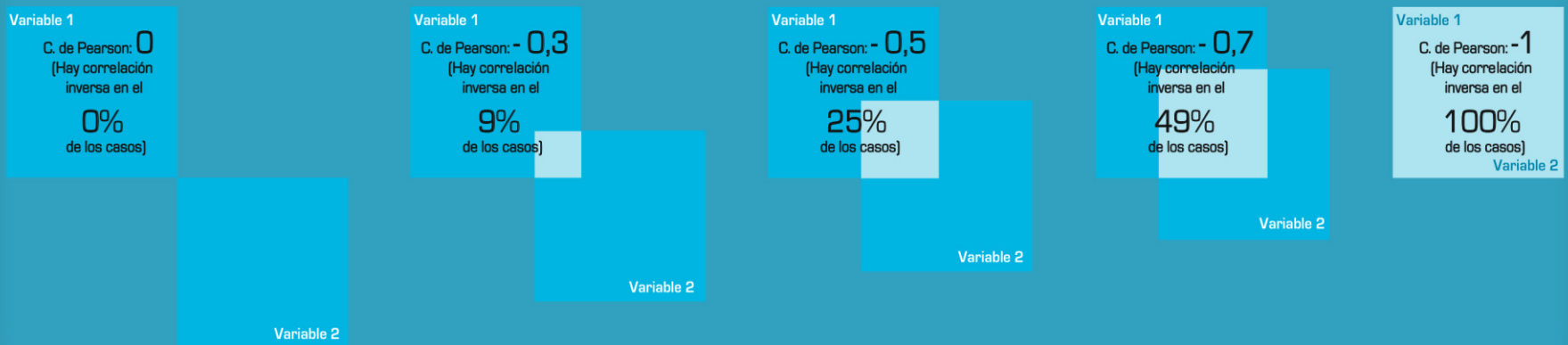
En el siguiente gráfico se pueden observar diversos ejemplos de correlaciones con algunos de los umbrales que, tal y como observábamos en el apartado dedicado a la metodología, los expertos manejaban para determinar la fortaleza de las correlaciones. Concretamente, se representan los umbrales de correlación de 0, 0.3, 0.5, 0.7 y 1 (en sus representaciones directas –positivas- e inversas –negativas-), por cuanto esos fueron los umbrales que autores como **Ratner**, **Russ-Eft**, **Da Costa Lewis**, **Cohen**, **Bryman** y **Cramer** consideraban como representativos a la hora de estudiar las correlaciones (en realidad la mayoría de ellos contemplan los umbrales de 0, 0.3, 0.7 y 1, y es **Cohen** quien introduce, como vimos en la metodología, el umbral de 0.5).

Modelos de representación

Correlaciones directas



Correlaciones inversas



3.4.3.1 Repercusión mediática y regionalismo

En el análisis comparado de los índices de repercusión mediática y el sentimiento de pertenencia a las comunidades autónomas se observa que existe una relación directa y bastante significativa entre el volumen de producción mediática referida a una región y la exaltación de su sentimiento identitario.



Como se puede observar en la tabla 67, las correlaciones no sólo son significativas, sino que además cumplen la regla de ser directas en el caso de que las distintas variables de producción mediática se pongan en relación con los

indicadores del Barómetro Autonómico 2010 que resaltan la conciencia regional, e inversas con aquellas respuestas de los encuestados que no resaltan la conciencia regional.

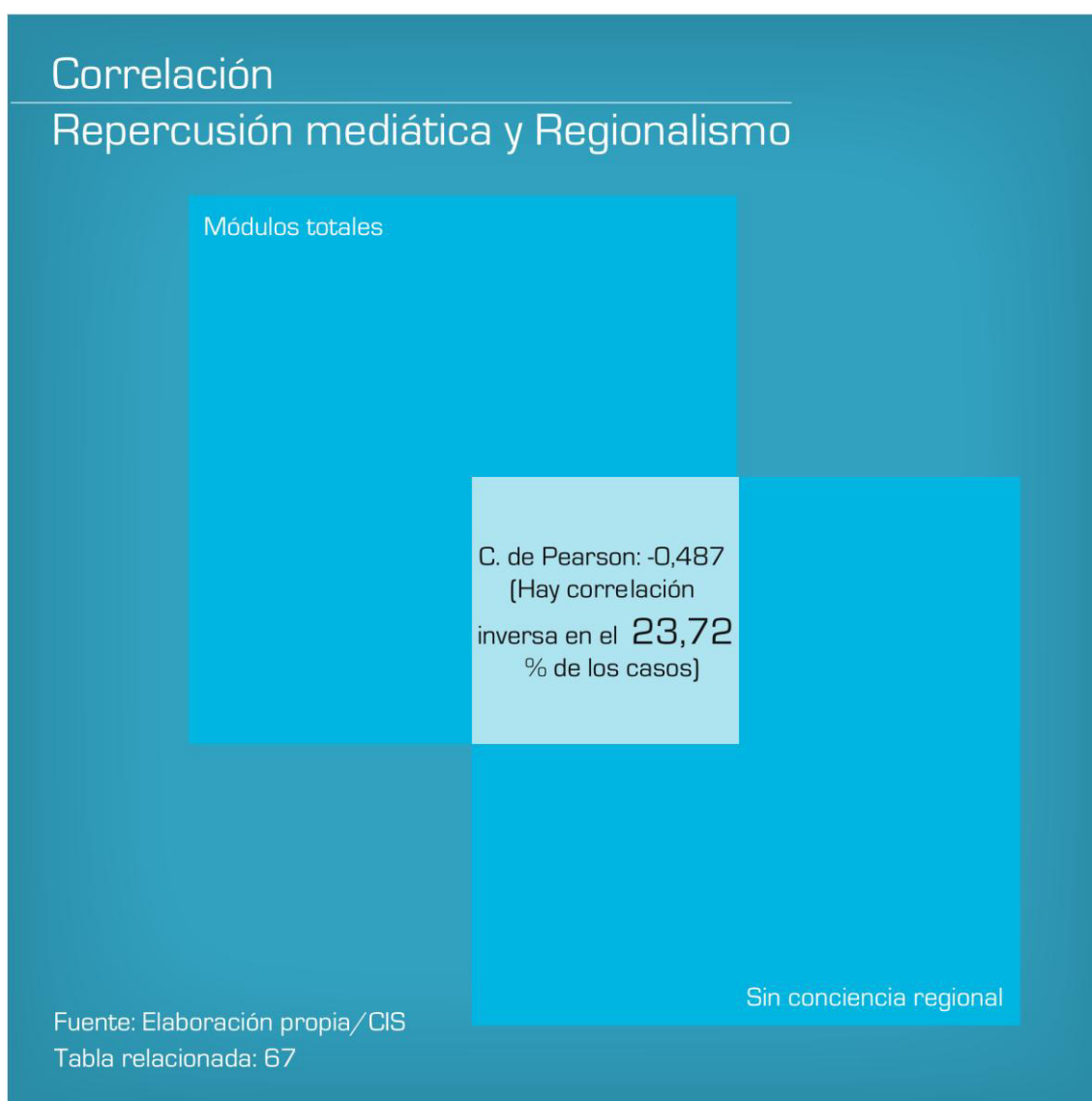
Repercusión mediática / Regionalismo	Conciencia regional exacerbada	Poco o nada orgulloso de ser español	Muy o bastante orgulloso de ser de la comunidad
Noticias totales	0,402	0,459	0,587
Módulos totales	0,562	0,582	0,532
Módulos Ponderados totales	0,503	0,55	0,58
Noticias sin repetir	0,44	0,491	0,587
Módulos sin repetir	0,534	0,576	0,576
Módulos Ponderados sin repetir	0,488	0,537	0,581

Repercusión mediática / Regionalismo	Sin conciencia regional	Muy o bastante orgulloso de ser español	Poco o nada orgulloso de ser de la comunidad
Noticias totales	-0,351	-0,454	-0,663
Módulos totales	-0,487	-0,57	-0,542
Módulos Ponderados totales	-0,457	-0,553	-0,672
Noticias sin repetir	-0,387	-0,485	-0,648
Módulos sin repetir	-0,487	-0,579	-0,66
Módulos Ponderados sin repetir	-0,441	-0,539	-0,672

Tabla 67. Correlación entre la repercusión mediática y regionalismo. Fuente: Elaboración propia/Barómetro Autonómico II (INE).²⁸²

²⁸² Los datos referidos a la repercusión mediática (noticias, módulos y módulos ponderados totales; y noticias, módulos y módulos ponderados sin repetir) que se han puesto en relación con el resto de indicadores (regionalismo, nivel de población, renta, etc.) se refieren al conjunto del territorio español. Puede suceder que los tamaños del universo o de la muestra correspondiente de alguna comunidad autónoma en concreto no sean suficientemente relevantes como para realizar este tipo de inferencias, pero tal y como se aclaraba en las notas al pie 265 (p. 316), 278 (p. 382) y 280 (p. 406), los datos de las tablas 32 a 43 permiten constatar que en la gran mayoría de los casos el tamaño muestral sí tiene suficiente tamaño como para realizar inferencias como las expuestas en esta correlación y las subsiguientes con vistas a afirmar o rechazar las hipótesis planteadas en esta investigación.

El resultado de correlacionar aquellos datos por comunidades autónomas del Barómetro Autonómico II con los obtenidos en el estudio de caso realizado para la presente tesis nos arroja un coeficiente de Pearson siempre superior a 0,4 y, en algunos casos, como al cruzar los datos del INE con el número de módulos totales publicados sobre cada comunidad supera ampliamente el umbral de 0,5 señalado por Cohen para considerar las correlaciones como importantes.



El ítem “Sin conciencia regional”, que como se explicaba en el marco teórico correspondía a la suma de las respuestas “Mi país”, “Una nación de la que

me siento miembro” y “Un estado formado por varias nacionalidades y regiones”, presenta un coeficiente de correlación de Pearson negativo solo ligeramente inferior al observado (en positivo) cuando la variable relacionada con el peso mediático era la respuesta correspondiente a la conciencia regional exacerbada.

Esto confirma lo observado anteriormente, ya que si antes quedaba demostrada una correlación significativa directa entre la variable “Conciencia regional exacerbada” y la variable “repercusión mediática”, lo que aquí se ratifica es justamente lo mismo en términos negativos: existe una correlación significativa e inversa entre la variable de respuestas “Sin conciencia regional” y la variable de “repercusión mediática”. En otras palabras, existe una correlación significativa por la que se puede establecer que cuantas más respuestas que no destacan especialmente la conciencia regional se cosechan en una comunidad autónoma, más probable es que la repercusión mediática de esa comunidad sea menor.

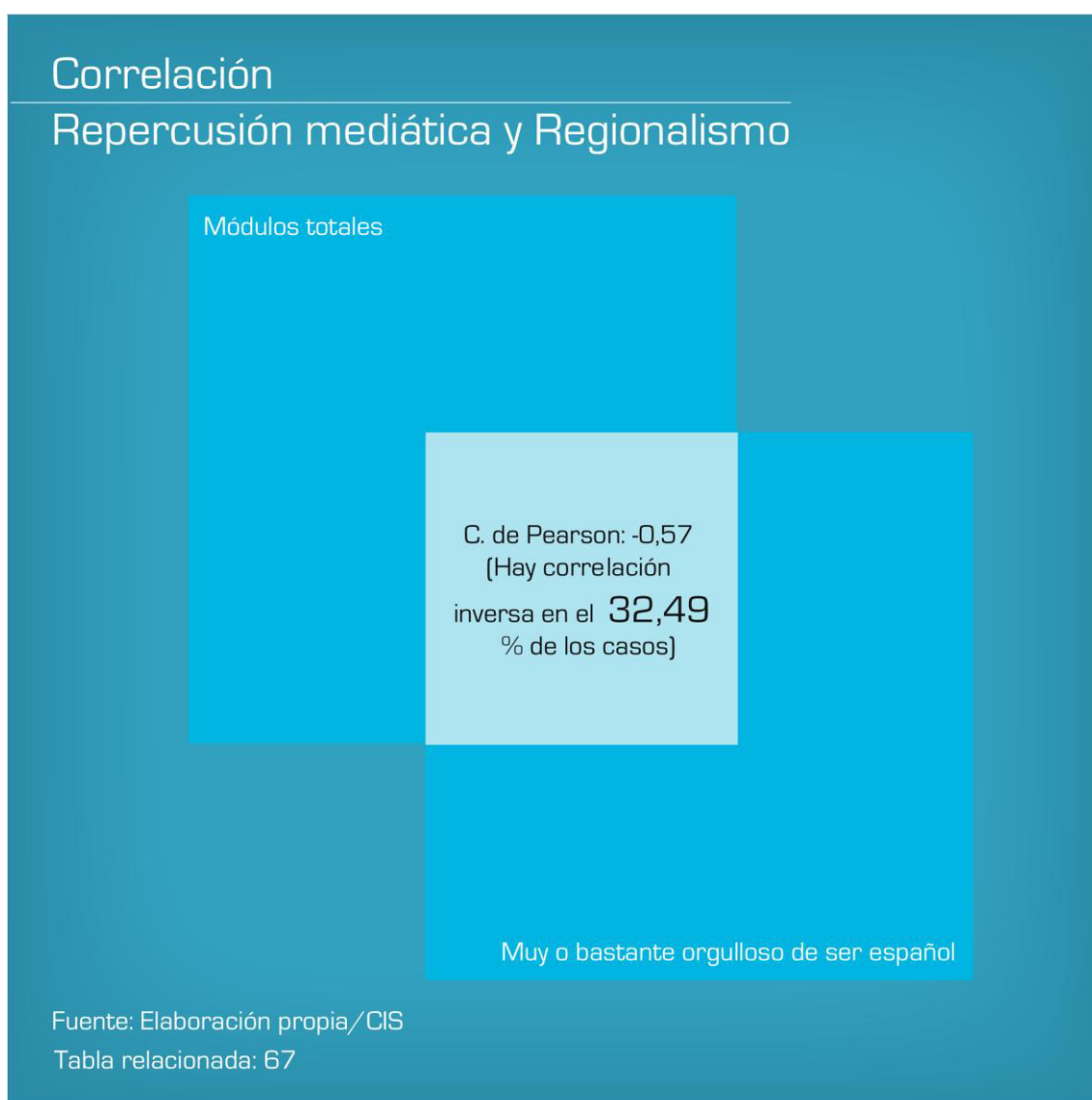
El patrón se repite con el resto de respuestas seleccionadas para evaluar la conciencia regional. Si nos centramos, por ejemplo, en la pregunta 21 del estudio 2.829 del INE, veremos que la correlación entre la variable de producción mediática y la variable de respuestas que condensan las opciones “poco o nada orgulloso de ser español” es igualmente significativa (todos los coeficientes de Pearson estimados se sitúan alrededor del 0,5) y directa. Esto significa que sí existe una correlación directa y significativa entre las comunidades donde más popularidad tiene la respuesta “me siento poco o nada orgulloso de ser español” y el volumen de producción mediático referido a esa comunidad.

En otras palabras, con un coeficiente de correlación de Pearson que se sitúa en torno al 0,5 estipulado por Cohen para delimitar las correlaciones relevantes, se puede afirmar que aquellas comunidades con más ciudadanos que se sienten poco o nada orgullosos de ser españoles tienen más probabilidades de gozar de una mayor repercusión en los medios.



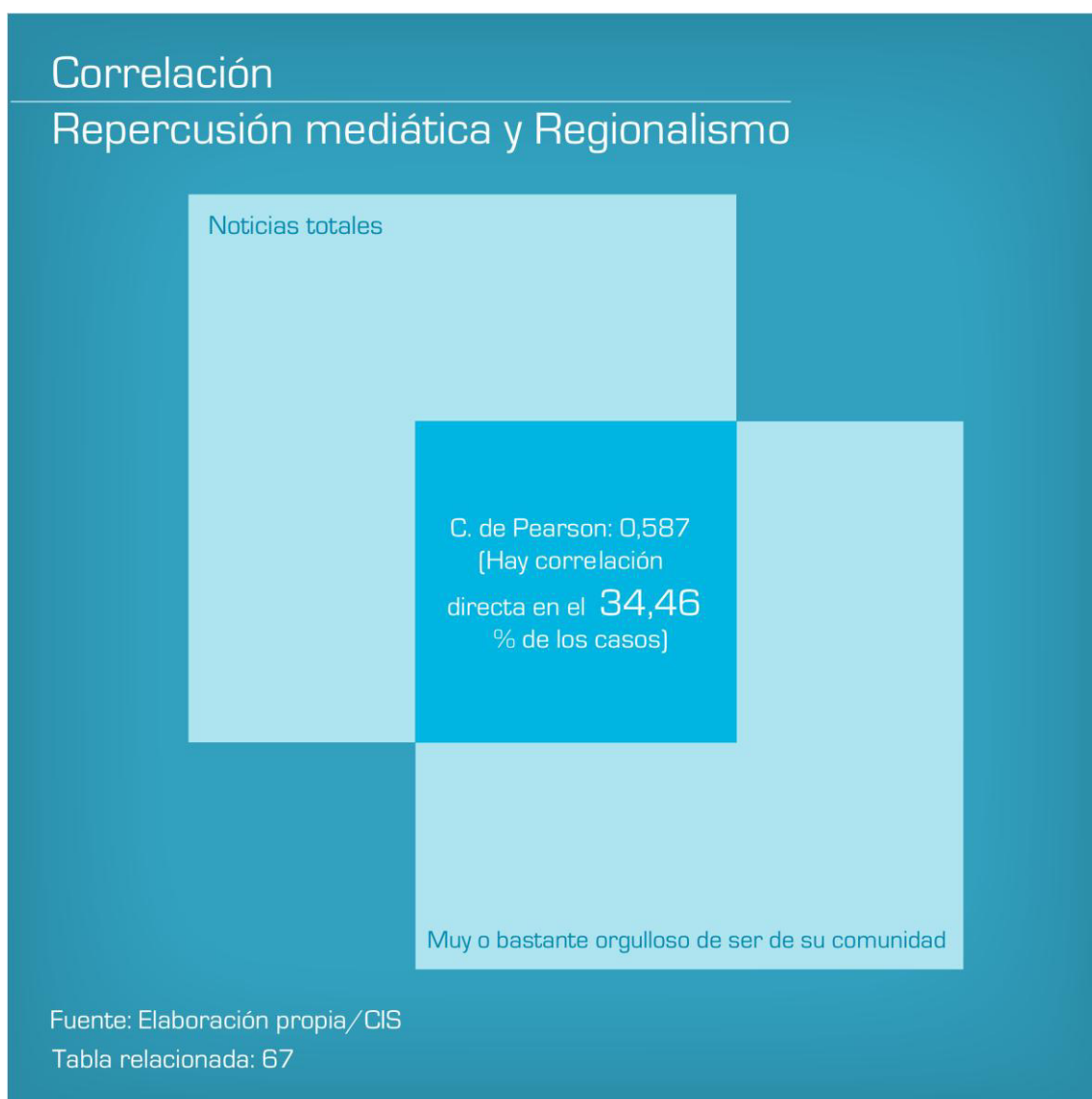
Del mismo modo, se cumple lo contrario si observamos la correlación entre los distintos modos de medir la variable “repercusión mediática” y los resultados conjuntos de las respuestas “me siento muy orgulloso de ser español” y

“me siento bastante orgulloso de ser español”: existe una correlación significativa (en torno, nuevamente al 0,5) e inversa (en este caso hay signo negativo) que demuestra que aquellas comunidades en las que tienen más aceptación las respuestas “me siento muy orgulloso de ser español” y “me siento bastante orgulloso de ser español” tienen más probabilidades de tener una menor repercusión mediática.



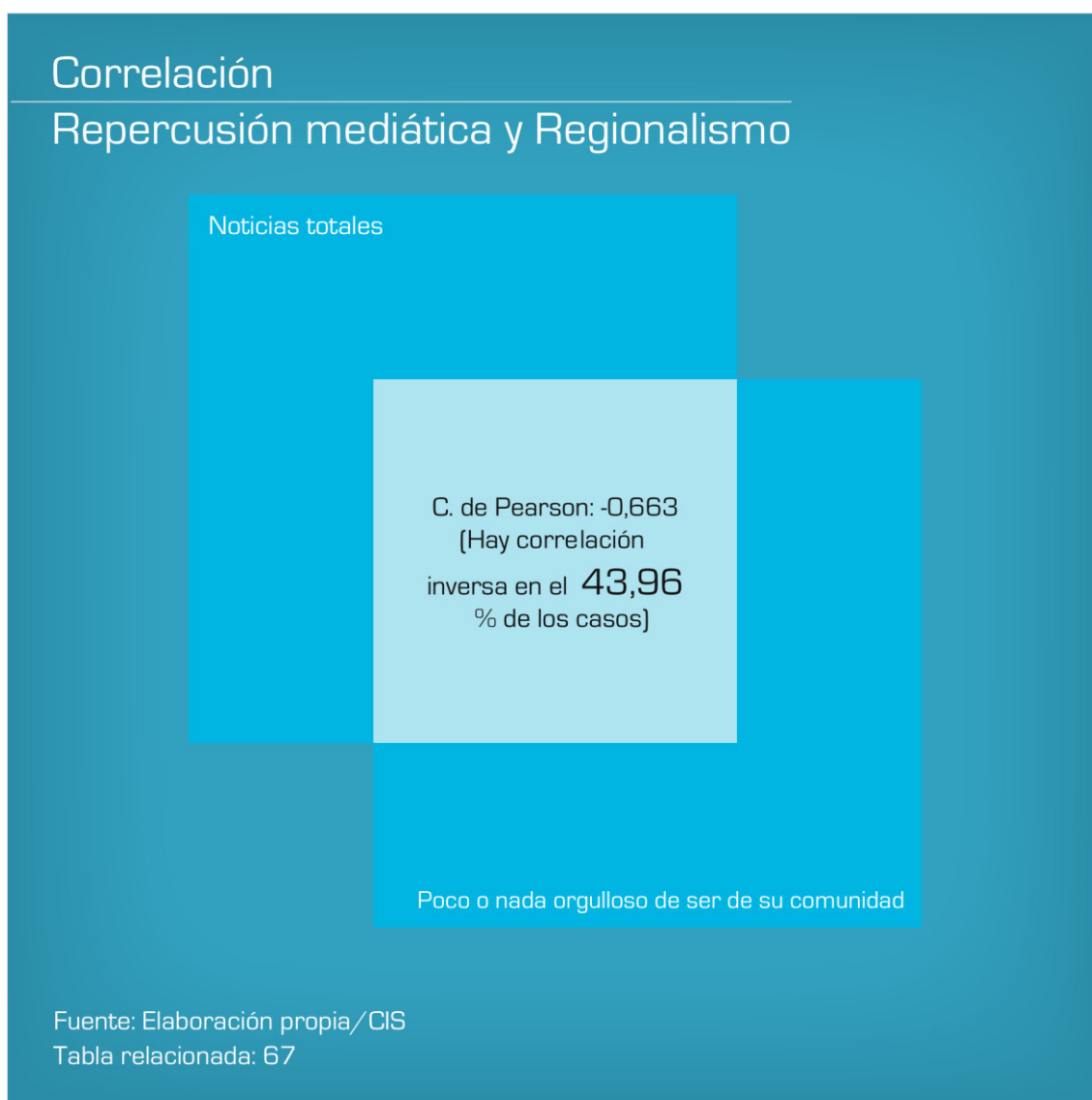
El coeficiente se dispara aún un poco más si ponemos en relación la variable de repercusión mediática con las respuestas ofrecidas a la pregunta 22

del Barómetro Autonómico II, en la que se interrogaba a los encuestados sobre su orgullo regional.



En la tabla 67 vemos que estar “muy o bastante orgulloso” de la comunidad a la que uno pertenece presenta unos índices de correlación superiores al 0,5 en todas las formas posibles de medir la variable “repercusión mediática”, cercanos al 0,6 en prácticamente todos los casos. Existe, pues, una correlación bastante significativa y directa entre estas dos variables, lo cual nos permite afirmar que aquellas comunidades con más ciudadanos “muy o bastante

orgullosos” de pertenecer a tal región tienen más visos de recibir un mejor tratamiento mediático en términos cuantitativos (repercusión).



Igualmente, y de manera más exacerbada si cabe, se cumple lo opuesto: aquellas comunidades con más ciudadanos que no resaltan la conciencia regional a través de la respuesta a esta pregunta tienen más posibilidades de recibir una menor cobertura mediática. Si tenemos en cuenta, para esta última correlación, la medición de la variable “repercusión mediática” a través de los módulos ponderados, el coeficiente de Pearson roza el 0,7.

Correlación

Repercusión mediática y Regionalismo

Módulos totales

C. de Pearson: 0,46
(Hay correlación
directa en el 21,16
% de los casos)

Voto nacionalista como primera opción

Fuente: Elaboración propia/CIS
Tabla relacionada: 68

Existe, por último, una correlación significativa entre la repercusión mediática, medida en cualquiera de las formas propuestas (Noticias, módulos y módulos ponderados, con y sin repetición), y el índice de voto nacionalista. Si consideramos sólo las noticias, la correlación de Pearson nos arroja un coeficiente cercano al 0,3 tanto si consideramos a aquellos que afirman que el voto nacionalista es su primera opción, o su primera o segunda opción. Si nos centramos en los módulos totales y ponderados, el coeficiente se acerca al 0,5, como se puede ver en la tabla 68.

Repercusión mediática / Regionalismo	Voto nacionalista como 1ª opción	Voto nacionalista como 1ª y 2ª opción
Noticias totales	0,329	0,327
Módulos totales	0,46	0,477
Módulos Ponderados totales	0,451	0,446
Noticias sin repetir	0,372	0,37
Módulos sin repetir	0,483	0,477
Módulos Ponderados sin repetir	0,43	0,427

Tabla 68. Correlación entre la repercusión mediática y opciones de voto nacionalista. Fuente: Elaboración propia/Barómetro Autonómico 2010.

Esto implica que existe una correlación significativa y directa entre la repercusión mediática de las comunidades y el índice de simpatía electoral hacia las opciones nacionalistas: aquellas comunidades donde más ciudadanos afirman una filiación nacionalista como primera o segunda opción política presentan una mayor probabilidad de recibir una mayor cobertura mediática.

Por todo ello, quedan demostradas todas las correlaciones planteadas para estudiar si la hipótesis sobre la relación entre la conciencia regional y el nivel de repercusión mediática de las comunidades autónomas en España en 2010. Como conclusión general, se puede afirmar que aquellas comunidades con mayor sentimiento regionalista (ya sea expresado de manera positiva, como exaltación de una conciencia regional exacerbada o expresión de una filiación política nacionalista, o negativa, como oposición a la pertenencia a España) gozan de una mayor repercusión mediática en los periódicos sometidos a estudio.

3.4.3.2. Repercusión mediática y población

El resultado de cruzar los datos de población extraídos del Padrón del Instituto Nacional de Estadística de 2010 con los indicadores de repercusión mediática extraídos del análisis de caso del presente estudio revela unos niveles de correlación extraordinarios (ver tabla 69).

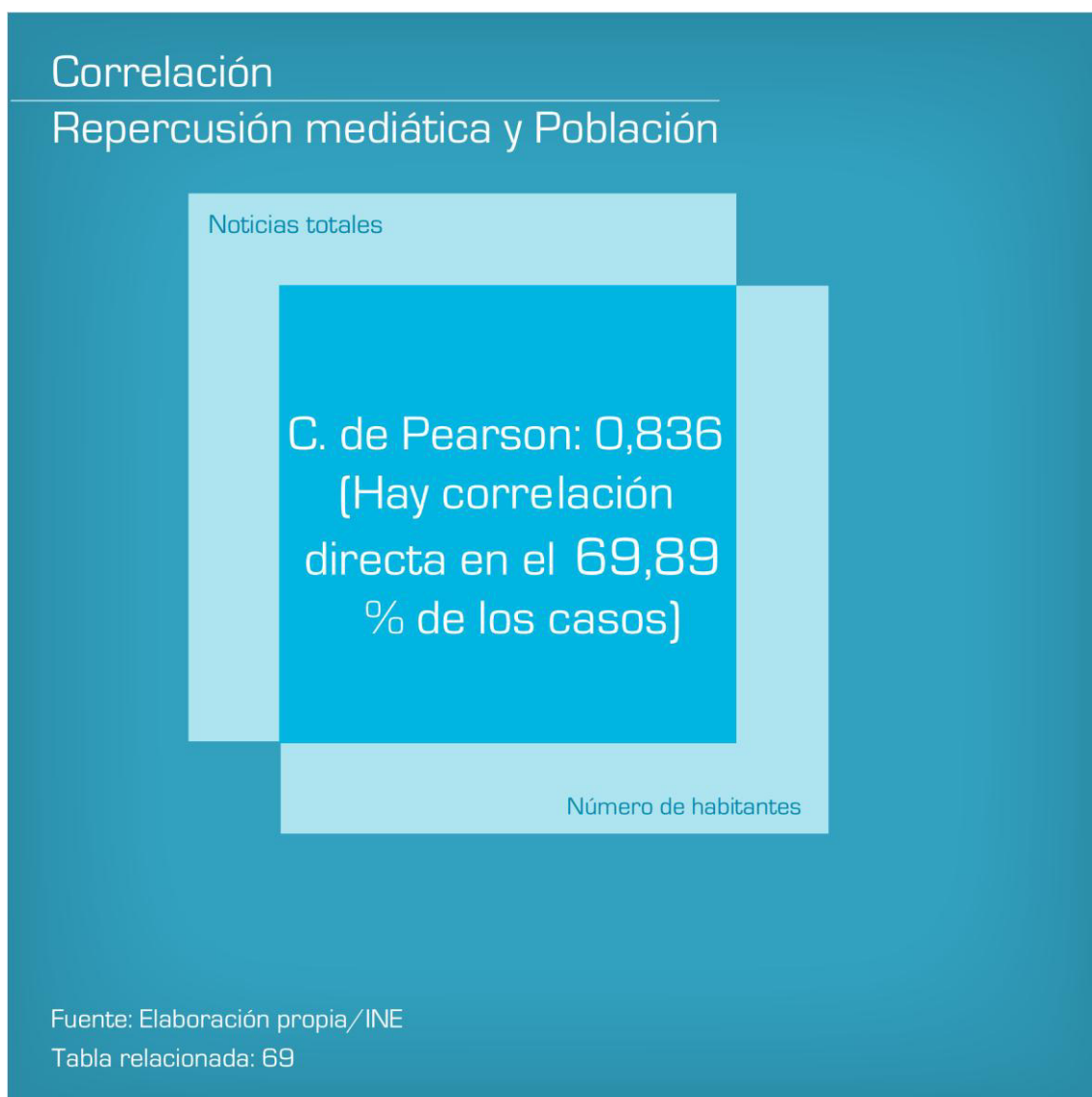
Repercusión mediática/ Población	Correlación de Pearson	% correlación	Rho de Spearman
Número de Noticias	0,836	69,89%	0,847
Módulos ponderados	0,758	57,46%	0,837
Módulos	0,729	53,14%	0,853
Noticias sin repetir	0,829	68,72%	0,851
Módulos Ponderados Sin Repetir	0,764	58,37%	0,837
Módulos Totales Sin Repetir	0,74	54,76%	0,853

Tabla 69. Correlación entre la repercusión mediática y datos de población. Fuente: Elaboración propia/INE.

Todos los marcadores empleados para medir cuantitativamente la cobertura mediática de las distintas comunidades autónomas presentan un índice de correlación con los datos de población superior al 0,7, guarismo que duplica sobradamente el mínimo establecido en el apartado metodológico para considerar la correlación significativa (0,3).

La correlación se hace especialmente significativa, superando la barrera del 0,8 si nos fijamos en el número de noticias publicadas (totales y sin repetir), tanto según el coeficiente de correlación de Pearson como según el Rho de Spearman. Esto supone que, si usáramos tal criterio para evaluar cuantitativamente la cobertura mediática, en casi un 70% de los casos estudiados se cumpliría la relación “cuanta más población tenga una comunidad autónoma,

más noticias se publican sobre ella”. Por ello, a la luz de los datos reflejados en la tabla 69, se considera probada la subhipótesis de trabajo número 2: “El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su número de habitantes”. La población, pues, sí es un criterio relevante a la hora de anticipar la cobertura mediática de las comunidades.



3.4.3.3. Repercusión mediática y superficie

El resultado de cruzar los datos de superficie por comunidad autónoma recabados del Instituto Nacional de Estadística de 2010 con los indicadores de repercusión mediática extraídos del análisis de caso del presente estudio revela unos niveles de correlación muy poco significativos (ver tabla 70).



Aparentemente, observando los resultados totales, sí que existe una correlación significativa (en torno al 0,4) entre los datos de superficie y de relevancia mediática. Sin embargo, a diferencia de lo que sucedía con los datos de

población, la inclusión de Ceuta y Melilla sí que distorsiona de manera palpable los resultados, al tratarse de ciudades autónomas que no ocupan una porción de territorio ni lejanamente similar al de las 15 comunidades peninsulares y las 2 insulares.

Repercusión mediática/ Superficie	RESULTADOS TOTALES			RESULTADOS SIN CEUTA Y MELILLA		
	Corr. de Pearson	% correlación	Rho de Spearman	Corr. de Pearson	% correlación	Rho de Spearman
Número de Noticias	0,4	16,00%	0,035	-0,004	0,00%	0,292
Módulos ponderados	0,418	17,47%	0	-0,039	0,15%	0,314
Módulos Noticias sin repetir	0,426	18,15%	0,004	-0,03	0,09%	0,324
Módulos Ponderados Sin Repetir	0,371	13,76%	0,028	-0,011	0,01%	0,266
Módulos Totales Sin Repetir	0,418	17,47%	0,002	-0,036	0,13%	0,314
Módulos Totales Sin Repetir	0,426	18,15%	-0,013	-0,052	0,27%	0,324

Tabla 70. Correlación entre la repercusión mediática y datos de superficie. Fuente: Elaboración propia/INE.

De hecho, si se observan los resultados excluyendo Ceuta y Melilla vemos que, efectivamente, la correlación entre cobertura mediática y superficie de las comunidades apenas se da en el 1% de los casos. No es, por tanto, significativa. Así las cosas, se puede considerar que la subhipótesis 3 queda afirmada, ya que no se puede afirmar que cuanta más superficie tenga una comunidad autónoma más se publicará sobre ella. El nivel de repercusión mediática de una región no está, pues, correlacionado con su superficie, tal y como se afirmaba en la metodología; por lo que queda probado que la variable superficie no es relevante a la hora de predecir la cobertura mediática que se le da a una comunidad.

3.4.3.4. Repercusión mediática y densidad de población

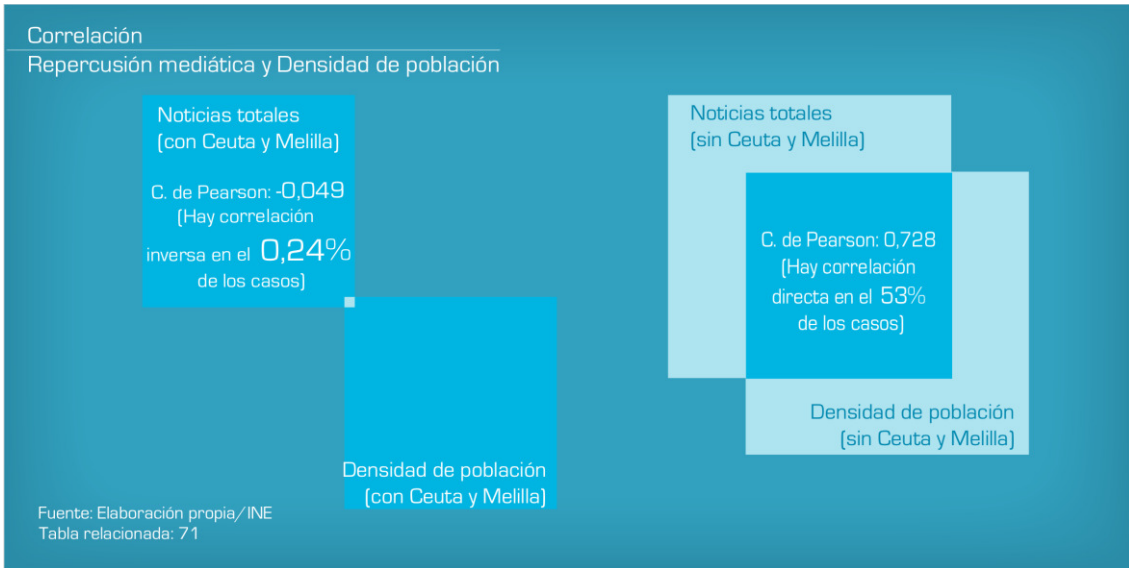
Al igual que ocurría con la superficie, los datos de Ceuta y Melilla introducen una distorsión relevante a la hora de establecer correlaciones entre el nivel de relevancia mediática y la densidad de población de las regiones españolas, tal y como se puede observar en la tabla 71.

En este caso, sin embargo, si observamos los resultados totales parece que no hay correlación entre la relevancia mediática de las comunidades autónomas y su densidad de población; pero si eliminamos el elemento de distorsión de Ceuta y Melilla²⁸³, el índice de correlación es tremendamente significativo. En todos los casos, excepto en el número de módulos totales, la correlación supera el 0,7, más del doble del mínimo establecido en el capítulo metodológico para considerar la correlación como significativa.

Incluso en el caso de los módulos totales la correlación está cercana al 0,6, lo cual sigue siendo muy significativo. No lo es tanto (aunque todavía lo sigue siendo de manera significativa) en el caso del Rho de Spearman, pero ya en el apartado metodológico se estableció que el criterio de referencia sería el coeficiente de Pearson²⁸⁴.

²⁸³ Por tratarse de ciudades y no comunidades autónomas, tienen poca superficie y, por ende, una densidad de población mucho más alta que las 17 comunidades autónomas del Estado español.

²⁸⁴ La razón de esta prevalencia es doble. Por un lado, el coeficiente de Pearson es más preciso para las variables que manejamos en este capítulo de resultados porque lo que pone en relación son variables cuantitativas y lo que tiene en cuenta son variables cuantitativas absolutas. El Rho de Spearman se utiliza para aquellas variables que se miden ordinalmente, por lo que, en el caso que nos ocupa, sí nos sirve para establecer relaciones entre las variables por el puesto que ocupan las comunidades en función de cada criterio, pero no contempla si la diferencia entre una posición u otra es más o menos grande. Además de que dadas las variables que nos ocupan el coeficiente de Pearson nos proporciona una medición más exacta de la correlación que puede existir entre ellas, los expertos en estadística también suelen coincidir en señalar que el coeficiente de correlación de Pearson es el que se usa con más frecuencia en las ciencias sociales (Urdan, 2005:85).



Por todas estas razones se puede concluir que la subhipótesis 4 queda confirmada, ya que se puede afirmar, a la luz de los datos observados en la tabla 71, que “cuanta más densidad de población tiene una comunidad autónoma, más noticias se publican sobre ella”. La densidad, pues, sí es un criterio relevante a la hora de predecir la cobertura mediática de las comunidades.

Repercusión mediática/ Densidad de población	RESULTADOS TOTALES			RESULTADOS SIN CEUTA Y MELILLA		
	Correlación de Pearson	% correlación	Rho de Spearman	Correlación de Pearson	% correlación	Rho de Spearman
Número de Noticias	-0,049	0,24%	0,23	0,728	53,00%	0,432
Módulos ponderados	-0,042	0,18%	0,209	0,736	54,17%	0,407
Módulos	-0,048	0,23%	0,207	0,583	33,99%	0,404
Noticias sin repetir	-0,051	0,26%	0,258	0,714	50,98%	0,449
Módulos Ponderados Sin Repetir	-0,042	0,18%	0,209	0,735	54,02%	0,407
Módulos Totales Sin Repetir	-0,043	0,18%	0,207	0,725	52,56%	0,404

Tabla 71. Correlación entre la repercusión mediática y datos de densidad de población. Fuente: Elaboración propia/INE.

3.4.3.5. Repercusión mediática y nivel de renta

El resultado de cruzar los datos de renta anual media por persona en 2009, recabados del Instituto Nacional de Estadística con los indicadores de repercusión mediática extraídos del análisis de caso del presente estudio revela unos niveles de correlación significativos (ver tabla 72).

Situado el umbral de significatividad en el grado 0,3 de correlación, en la tabla anterior se observa que, efectivamente, para el coeficiente de correlación de Pearson se supera en todos los elementos de medición cuantitativa de la repercusión mediática de las comunidades autónomas. Se debe observar también que ésta correlación es menos fuerte que las observadas, por ejemplo, en los casos de los datos de población (absoluto y de densidad).

Repercusión mediática/ Renta	RESULTADOS TOTALES		
	Correlación de Pearson	% correlación	Rho de Spearman
Número de Noticias	0,315	9,92%	0,336
Módulos ponderados	0,373	13,91%	0,319
Módulos	0,335	11,22%	0,296
Noticias sin repetir	0,325	10,56%	0,316
Módulos Ponderados Sin Repetir	0,367	13,47%	0,319
Módulos Totales Sin Repetir	0,382	14,59%	0,296

Tabla 72. Correlación entre la repercusión mediática y nivel de renta. Fuente: Elaboración propia/INE.

Correlación

Repercusión mediática y Nivel de renta

Módulos totales
(sin repetir)

C. de Pearson: 0,382
(Hay correlación directa
en el **14,59%**
de los casos)

Nivel de renta

Fuente: Elaboración propia/INE
Tabla relacionada: 72

Con todo, teniendo en cuenta los parámetros establecidos en la metodología, la subhipótesis 5, “El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su cifra de ingresos por habitante”, queda probada por superar el umbral del 0,3 en la correlación de Pearson.

El nivel de renta, cuya medición se asoció en el apartado metodológico a los datos de renta anual media por persona, sí es, así pues, un criterio relevante a la hora de predecir la cobertura mediática de las comunidades.

3.4.3.6. Repercusión mediática y capacidad productiva

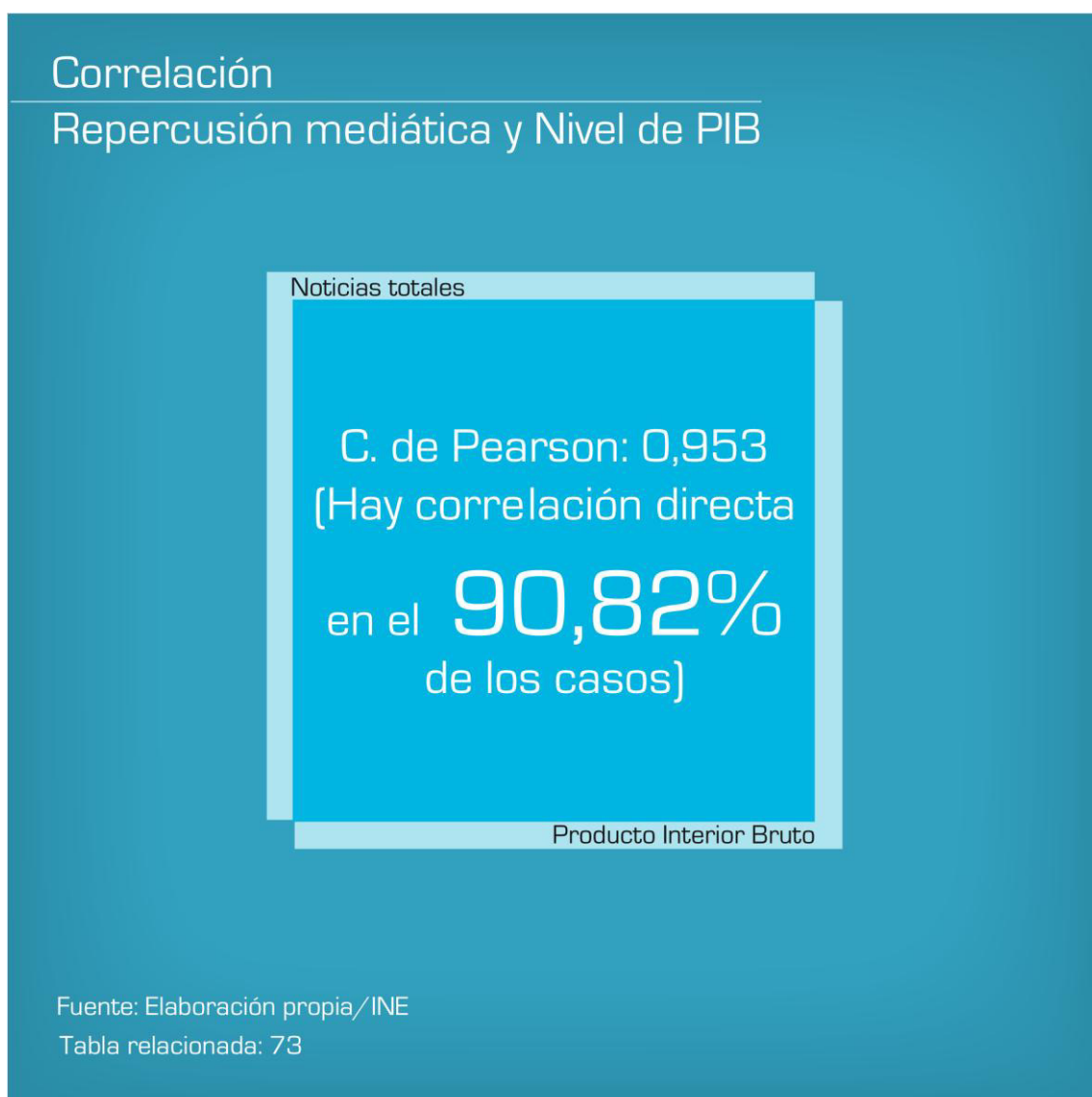
La tabla resultante de cruzar los datos de repercusión mediáticos (empleados para evaluar la cobertura cuantitativa concedida a las comunidades) con los de la capacidad productiva de las autonomías (medida a través del PIB autonómico) arroja el grado de correlación más significativo de los observados hasta el momento. En todos los casos, tanto empleando el coeficiente de Pearson y el Rho de Spearman, el índice de correlación supera la barrera de los 0,85 (ver tabla 73).

Repercusión mediática/ PIB	RESULTADOS TOTALES		
	Correlación de Pearson	% correlación	Rho de Spearman
Número de Noticias	0,953	90,82%	0,897
Módulos ponderados	0,904	81,72%	0,889
Módulos	0,871	75,86%	0,901
Noticias sin repetir	0,946	89,49%	0,897
Módulos Ponderados Sin Repetir	0,91	82,81%	0,889
Módulos Totales Sin Repetir	0,889	79,03%	0,901

Tabla 73. Correlación entre la repercusión mediática y PIB. Fuente: Elaboración propia/INE.

En algunos casos, como al cruzar los datos del PIB con el número de noticias totales dedicadas a cada comunidad durante el periodo sometido a estudio, el coeficiente de Pearson roza el máximo posible (0,953 sobre 1, lo que significa que la correlación se cumple en más de un 90% de los casos). Por todo ello, queda sobradamente probada la subhipótesis 6, “El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su índice de

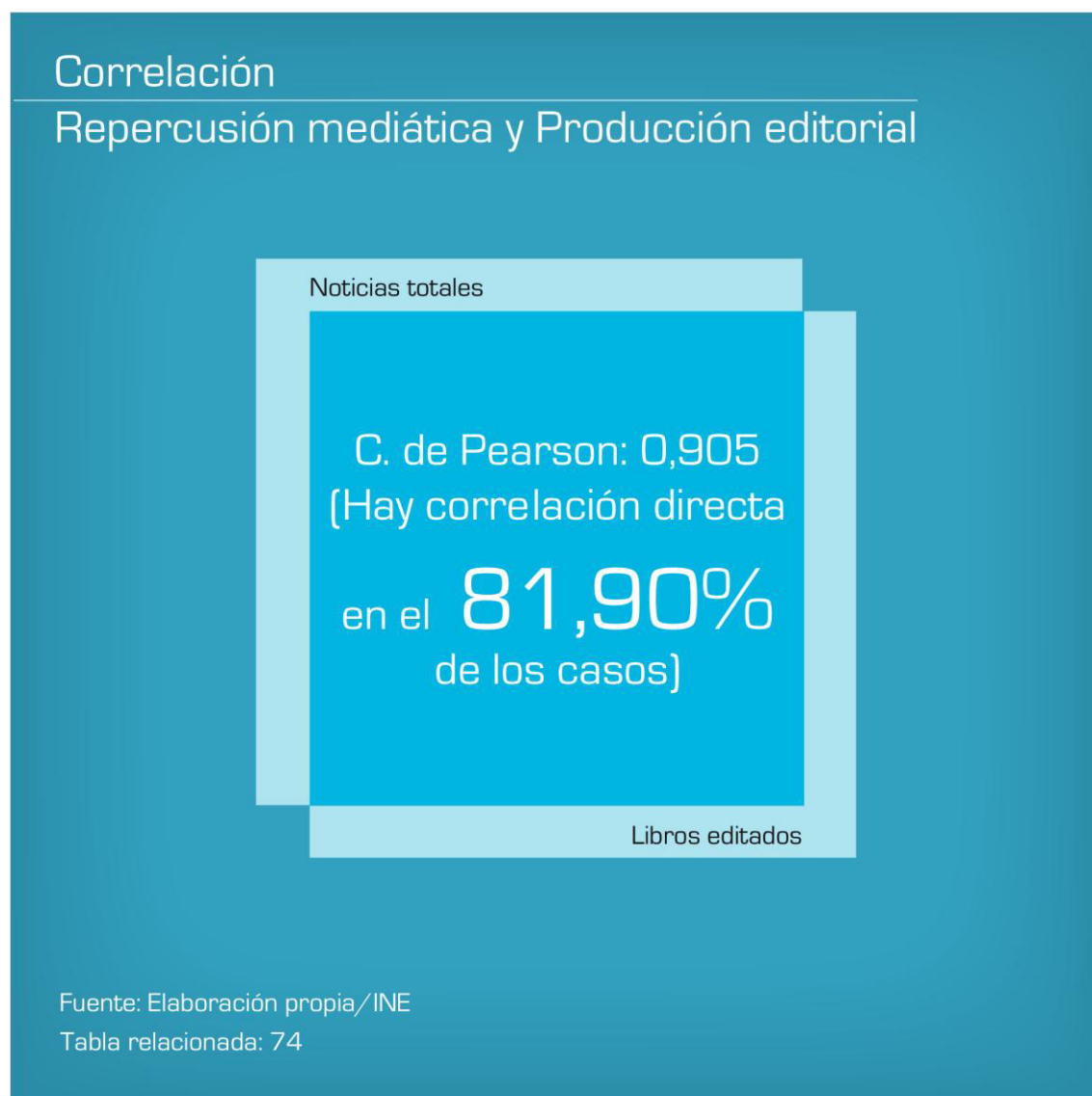
producción”. La producción sí es, pues, un criterio relevante a la hora de predecir la cobertura mediática de las comunidades.



3.4.3.7. Repercusión mediática y producción editorial

El cruce de los datos de repercusión mediática de las autonomías y su índice de producción editorial presenta, al igual que ocurría con el PIB, un altísimo grado de correlación directa, tanto con el coeficiente de Pearson como con el Rho de Spearman. El número de libros publicados por comunidad (el indicador que se

estableció en la metodología para operacionalizar la variable “producción editorial”) guarda una correlación, por ejemplo, de más del 0,9 según el coeficiente de Pearson con el número de noticias publicadas en cada comunidad. El coeficiente fluctúa en torno al 0,8 y el 0,9 en todos los casos de otros índices de medición cuantitativa de la relevancia mediática, lo que implica que en torno a un 80% de los casos la relevancia mediática por autonomía y la cantidad de libros editados tienen relación.



Por todas estas razones, también se considera probada la subhipótesis de trabajo 7, “El nivel de repercusión mediática de una Comunidad Autónoma está correlacionado con su índice de actividad editorial.” La densidad, pues, sí es un criterio relevante a la hora de predecir la cobertura mediática de las comunidades.

Repercusión mediática/ PIB	RESULTADOS TOTALES		
	Correlación de Pearson	% correlación	Rho de Spearman
Número de Noticias	0,905	81,90%	0,876
Módulos ponderados	0,894	79,92%	0,86
Módulos	0,923	85,19%	0,858
Noticias sin repetir	0,894	79,92%	0,868
Módulos Ponderados Sin Repetir	0,906	82,08%	0,86
Módulos Totales Sin Repetir	0,887	78,68%	0,858

Tabla 74. Correlación entre la repercusión mediática y la producción editorial. Fuente: Elaboración propia/INE.

3.4.4. Análisis de las temáticas empleadas en Castilla y León

Al margen del análisis del número de noticias publicadas sobre Castilla y León en la prensa nacional, puesto en relación con el impacto cuantitativo de otras comunidades en los medios, otro de los objetivos de la presente tesis era evaluar la caracterización que sobre la región se hace a través de estas mismas piezas. Tal y como se detalló en el apartado metodológico, se optó por medir la caracterización a través de un análisis temático semicualitativo.

En primer lugar, se elaboró una lista de temáticas recurrentes empleadas en los medios durante el año 2010, que se completó después de una exploración previa del material destinado a ser analizado posteriormente. A continuación se definieron las temáticas y subtemáticas, se realizó un último filtro destinado a eliminar categorías redundantes o que se solapasen y se revisaron las definiciones finales. Por último, se aplicó el modelo de análisis a la muestra de noticias, obteniendo así el listado de temáticas y subtemáticas que se puede observar en la tabla 75.

TEMÁTICAS	SUBTEMÁTICAS	Total			Total (noticias no repetidas)		
		Noticias	Peso total	Peso ponderado	Noticias	Peso total	Peso ponderado
1. Ciencia y tecnología		24	92,9	213,95	9	37,8	81,4
	1.1. Campañas de promoción	3	0	0	1	0	0
	1.4. Otros	21	92,9	213,95	8	37,8	81,4
2. Cultura		81	1.370,2	1.728,2	64	1.333,6	1.636
	2.1. Música	6	53,3	81,15	6	53,3	81,15
	2.1.2. Estrellas regionales	4	9,5	18,25	4	9,5	18,25
	2.1.3. Festivales en suelo regional	2	43,8	62,9	2	43,8	62,9
	2.2. Cine	25	517,4	636,5	18	506,9	607,75
	2.2.2. Estrellas regionales	10	273,8	353,9	8	266,9	332,45
	2.2.3. Festivales en suelo regional	15	243,6	282,8	10	240	275,5
	2.3. Artes escénicas	12	80,9	145,35	9	80,9	145,35
	2.3.1. Estrellas nacionales o internacionales	1	19,2	21,2	1	19,2	21,2
	2.3.2. Estrellas regionales	7	56,9	104,2	5	56,9	104,2
	2.3.3. Festivales en suelo regional	4	4,8	19,9	3	4,8	19,9
	2.4. Literatura	15	172	210,5	13	169,6	201,8
	2.4.1. Estrellas nacionales o internacionales	1	0	0	1	0	0
	2.4.2. Estrellas regionales	14	172	210,5	12	169,6	201,8
	2.5. Ferias de arte	1	30	30	1	30	30
	2.5.5 Otros	1	30	30	1	30	30
	2.8. Lenguas	2	100	99	2	100	99
	2.9. Premios/Reconocimientos	3	146,2	148,1	3	146,2	148,1
	2.9.3. A ciudades/regiones	3	146,2	148,1	3	146,2	148,1
	2.10. Otros eventos culturales	17	270,3	377,15	12	246,7	322,35
5. Deporte		7	35,1	100,05	7	35,1	100,05
	5.2. Equipos /deportistas	7	35,1	100,05	7	35,1	100,05
	5.2.2. No victorias	1	4,6	17,8	1	4,6	17,8
	5.2.3. Dopaje	2	13,2	27,1	2	13,2	27,1
	5.2.4. Otros	4	17,3	55,15	4	17,3	55,15

6. Economía				18	108,7	163,35	13	108,7	163,35
	6.2. Indicadores negativos			1	41,9	65,95	1	41,9	65,95
	6.3. Sectores económicos			3	6,6	21,8	2	6,6	21,8
		6.3.2. Secundario		2	0	0	1	0	0
			6.3.2.1. Industria	2	0	0	1	0	0
		6.3.3. Terciario		1	6,6	21,8	1	6,6	21,8
			6.3.3.1. Transportes	1	6,6	21,8	1	6,6	21,8
	6.4. Entidades financieras			12	26,8	32,9	8	26,8	32,9
		6.4.1. Fusiones		10	15	21	6	15	21
		6.4.3. Pérdidas		1	9,6	7,8	1	9,6	7,8
		6.4.5. Otros		1	2,2	4,1	1	2,2	4,1
	6.6. Otros			2	33,4	42,7	2	33,4	42,7
7. Educación				14	17,7	34,35	5	17,7	34,35
	7.2. Indicadores positivos			1	4,4	11,7	1	4,4	11,7
	7.5. Experiencias negativas			4	8	14,5	2	8	14,5
	7.6. Otros			9	5,3	8,15	2	5,3	8,15
8. Empleo				4	86,7	110,85	4	86,7	110,85
	8.6. Experiencias personales negativas			2	15,5	19,25	2	15,5	19,25
	8.7. Otros			2	71,2	91,6	2	71,2	91,6
9. Historia				17	148,3	235,15	15	148,3	235,15
	9.1. Franquismo			16	137,3	219,15	14	137,3	219,15
		9.1.1. Manifestaciones a favor		0	0	0	0	0	0
		9.1.2. Manifestaciones en contra		1	0	0	1	0	0
		9.1.3. Memoria histórica		15	137,3	219,15	13	137,3	219,15
			9.1.3.1. Reparación	2	10,2	20,6	2	10,2	20,6
			9.1.3.2. Fosas	12	122,3	190,65	10	122,3	190,65
	9.3. Otros			1	11	16	1	11	16
10. Infraestructuras				39	234,4	407,2	35	220,4	372,3
	10.1. Creación/ desarrollo de nuevas infraestructuras			39	234,4	407,2	35	220,4	372,3
		10.1.1. Proyectos/ Candidaturas		38	226,4	389,7	34	212,4	354,8

		10.1.2. Concesiones/ Inauguraciones	1	8	17,5	1	8	17,5
12. Política			52	708,9	946,45	45	708,9	946,45
	12.6. Corrupción		3	60	75,5	3	60	75,5
	12.8. Polémicas		47	624,1	837,55	40	624,1	837,55
	12.9. Desautorizaciones judiciales		1	14,6	17,8	1	14,6	17,8
	12.10. Otros		1	10,2	15,6	1	10,2	15,6
13. Religión			1	0	0	1	0	0
	13.1. Iglesia católica		1	0	0	1	0	0
		13.1.5. Sucesos delictivos vinculados a la Iglesia	1	0	0	1	0	0
15. Sociedad			4	7,7	20,85	4	7,7	20,85
	15.1. Manifestaciones		4	7,7	20,85	4	7,7	20,85
		15.1.2. Huelgas/Manifestaciones de empleados de un sector económico/laboral	3	4,8	10,4	3	4,8	10,4
		15.1.7. Otras manifestaciones	1	2,9	10,45	1	2,9	10,45
16. Solidaridad			2	105,8	120,9	2	105,8	120,9
	16.4. Otros		2	105,8	120,9	2	105,8	120,9
17. Sucesos			24	178,6	362,6	22	178,6	362,6
	17.1. Accidentes		4	22,7	31,85	4	22,7	31,85
	17.2. Fenómenos meteorológicos		9	63,1	153,55	9	63,1	153,55
	17.5. Malos tratos/ Vejaciones/ Abusos		9	70,4	124,5	7	70,4	124,5
		17.5. 2. Contra niños/adolescentes	2	22,4	38,7	2	22,4	38,7
		17.5. 3. Contra mujeres	7	48	85,8	5	48	85,8
	17.8. Otros sucesos		2	22,4	52,7	2	22,4	52,7
18. Terrorismo			11	232	302	11	232	302
	18.1. ETA		11	232	302	11	232	302
		18.1.2. Lucha antiterrorista	11	232	302	11	232	302
		18.1.2.1. Operaciones legales	11	232	302	11	232	302

Tabla 75. Resultados totales de la caracterización temática. Fuente: Elaboración propia.

A fin de simplificar el esquema final, se han eliminado todas aquellas temáticas y subtemáticas que sí se contemplaban en el modelo de análisis, pero que no obtuvieron representación al analizar la muestra de periódicos. Así, con vistas a facilitar el análisis de los datos expuestos en la tabla 75, se ha simplificado en primer lugar el análisis por temáticas eliminando las subcategorías, y ordenando las temáticas por número de noticias publicadas.

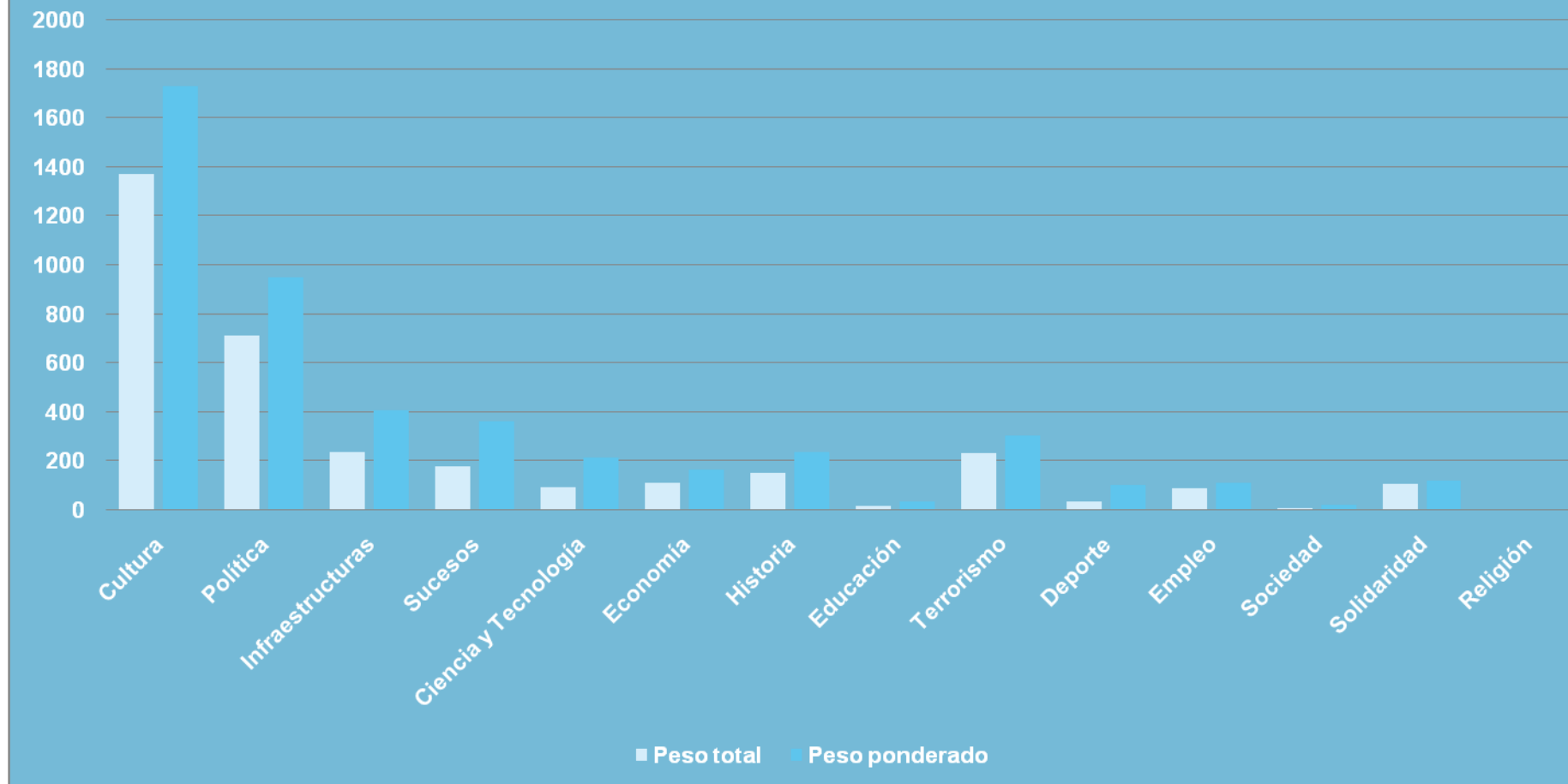
CARACTERIZACIÓN TEMÁTICA		Total		
Posición	TEMÁTICAS	Noticias	Peso total	Peso ponderado
1	Cultura	81	1370,2	1728,2
2	Política	52	708,9	946,45
3	Infraestructuras	39	234,4	407,2
4	Sucesos	24	178,6	362,6
5	Ciencia y Tecnología	24	92,9	213,95
6	Economía	18	108,7	163,35
7	Historia	17	148,3	235,15
8	Educación	14	17,7	34,35
9	Terrorismo	11	232	302
10	Deporte	7	35,1	100,05
11	Empleo	4	86,7	110,85
12	Sociedad	4	7,7	20,85
13	Solidaridad	2	105,8	120,9
14	Religión	1	0	0
	TOTAL	337	3561,4	5153,1

Tabla 76. Resultados simplificados de la caracterización temática. Piezas totales. Fuente: Elaboración propia.

Así, en la tabla 76 se puede observar cómo la mayoría de noticias que se publicaron sobre Castilla y León en la prensa nacional son de Cultura, tanto por número de noticias como por número de módulos y por módulos ponderados. La diferencia con respecto a sus más inmediatas perseguidoras, si nos ceñimos al número total de piezas publicadas, es significativa: las noticias de cultura representan casi un 25% del total, y son más del doble que cualquiera de las otras categorías excepto la de Política. Los cinco primeros puestos los completan las noticias de Sucesos, y Ciencia y Tecnología, ambas con 24 noticias.

Retrato mediático de Castilla y León por temáticas (I)

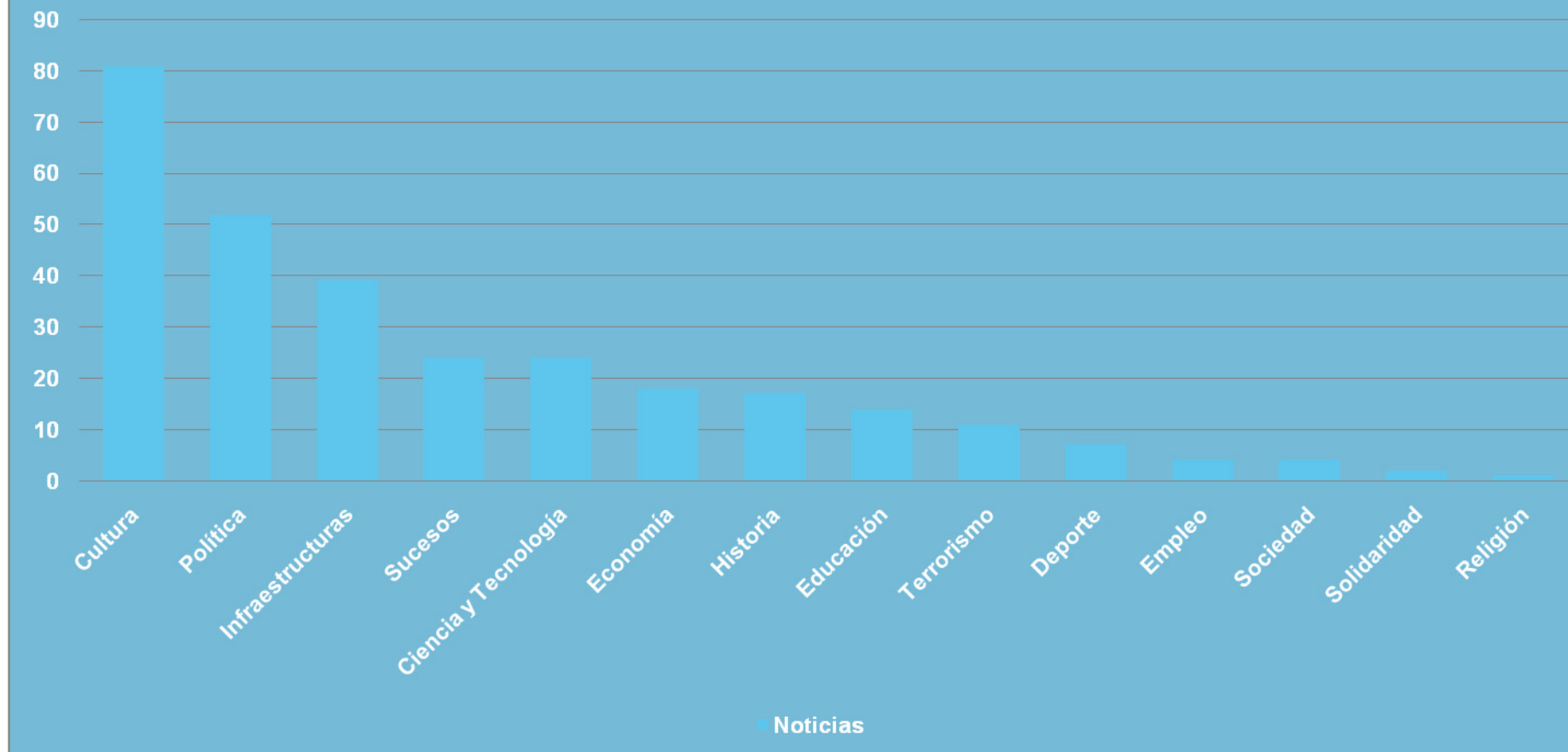
Piezas totales



Fuente: Elaboración propia. Tabla relacionada: 76

Retrato mediático de Castilla y León por temáticas (II)

Piezas totales



Fuente: Elaboración propia. Tabla relacionada: 76

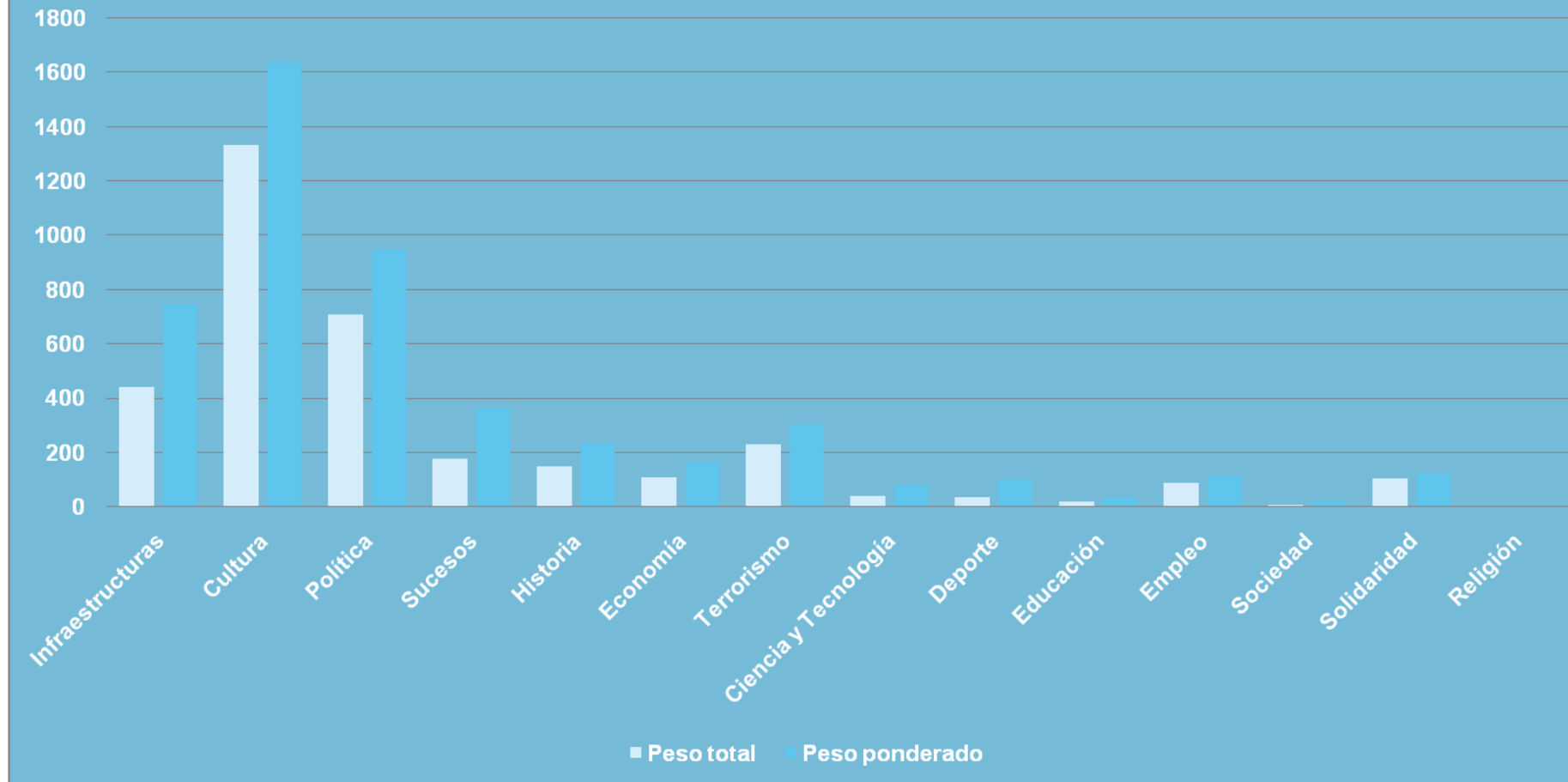
Este último caso presenta varias peculiaridades interesantes. Por número total de noticias, Ciencia y Tecnología ocupa el quinto lugar, con el mismo número de piezas que su inmediata predecesora, Sucesos; sin embargo, por número de módulos totales, descendería hasta el noveno puesto, tal y como se puede comprobar en la tabla 76. Resulta también interesante observar ciertas disparidades con respecto a la clasificación por criterios distintos al número de noticias: si bien los tres primeros lugares permanecen estables independientemente del criterio, si atendemos al número de módulos el terrorismo aparecería en cuarta posición, superando a las noticias de sucesos, y las de solidaridad ascenderían hasta la octava posición, en lugar de la 13ª que ocupa por número de noticias.

Si nos centramos exclusivamente en el número de noticias no repetidas, se observan algunas variaciones significativas con respecto a los resultados de la tabla 77. Por ejemplo, por número de noticias la clasificación aparecería liderada por la temática “Infraestructuras”, por delante de “Cultura” (si bien, en peso total y peso ponderado “Cultura” duplica ampliamente los resultados de “Infraestructuras”, que aparece también superada según estos criterios por “Política”), tal y como se ve reflejado en los datos de la tabla 77.

Es destacable también el desplome de “Ciencia y Tecnología”, que ve reducido su número de noticias a menos de la mitad si descontamos las que aparecen repetidas. Otras apenas se resienten del recorte de noticias repetidas y escalan puestos en la tabla 77 gracias a este escaso índice de repetición, como ocurre con “Terrorismo”.

Retrato mediático de Castilla y León por temáticas (III)

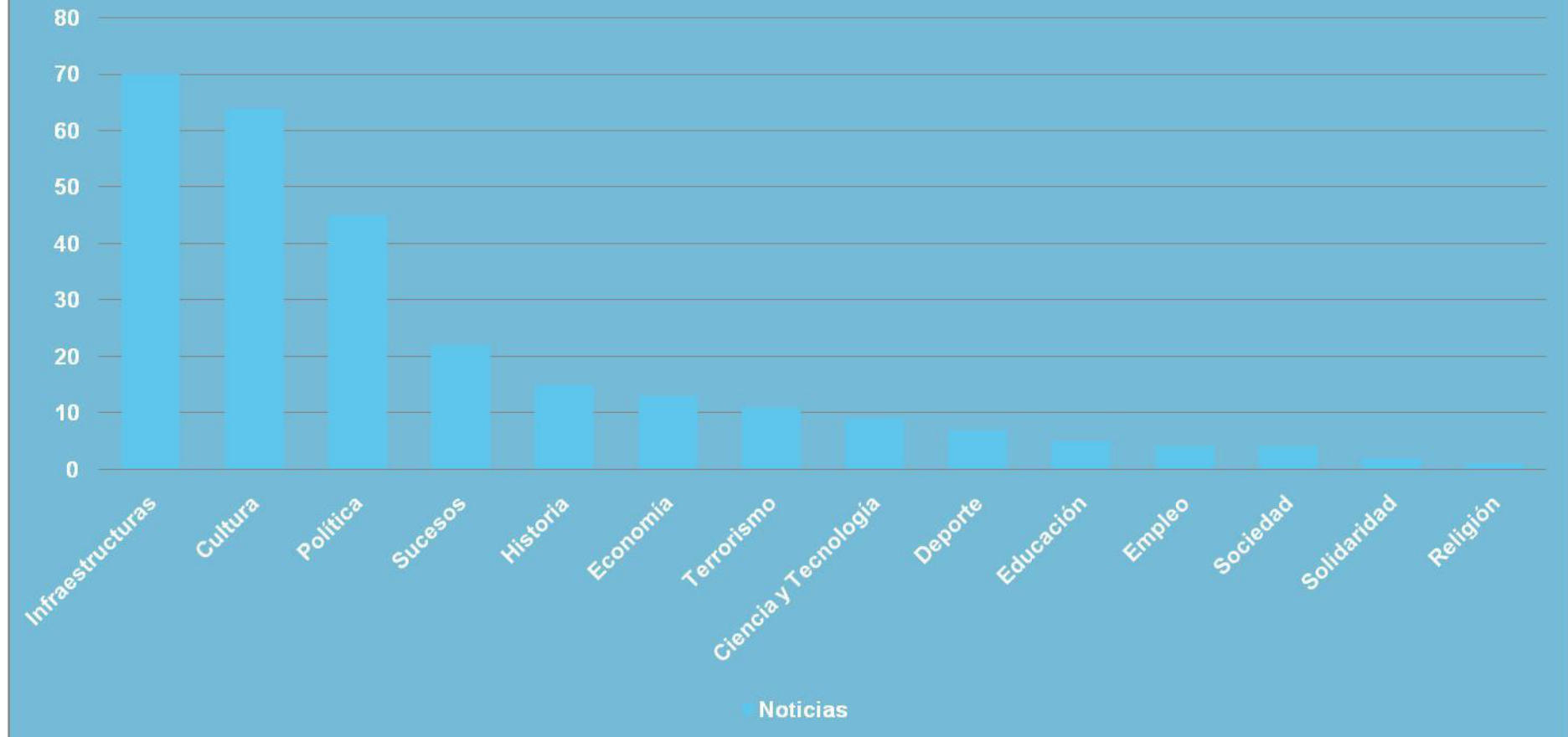
Piezas no repetidas



Fuente: CIS. Tabla relacionada: 77

Retrato mediático de Castilla y León por temáticas (IV)

Piezas no repetidas



Fuente: CIS. Tablas relacionadas: 77

CARACTERIZACIÓN TEMÁTICA		Total (noticias no repetidas)		
Posición	TEMÁTICAS	Noticias	Peso total	Peso ponderado
1	Infraestructuras	70	440,8	744,6
2	Cultura	64	1333,6	1636
3	Política	45	708,9	946,45
4	Sucesos	22	178,6	362,6
5	Historia	15	148,3	235,15
6	Economía	13	108,7	163,35
7	Terrorismo	11	232	302
8	Ciencia y Tecnología	9	37,8	81,4
9	Deporte	7	35,1	100,05
10	Educación	5	17,7	34,35
11	Empleo	4	86,7	110,85
12	Sociedad	4	7,7	20,85
13	Solidaridad	2	105,8	120,9
14	Religión	1	0	0
	TOTAL	272	3440,2	4859,3

Tabla 77. Resultados simplificados de la caracterización temática. Piezas no repetidas. Fuente: Elaboración propia.

Tal y como se especificó en el subepígrafe relativo al análisis interpretativo incluido dentro del apartado metodológico de la presente tesis, existen ciertos datos que requieren de la interpretación del investigador para cobrar cierto sentido. En este caso, los resultados expuestos en este apartado de caracterización temática requerían de un trabajo de interpretación para dar una respuesta a la subhipótesis de trabajo número 1, formulada como sigue: “La caracterización de Castilla y León en la prensa española aparece asociada de manera predominante a temáticas de connotación negativa.”

De este modo, antes de aplicar el modelo de análisis temático se realizó una asignación de valores positivos, negativos o neutros a las diferentes temáticas y subtemáticas establecidas. Para ello se apeló a la competencia interpretativa del investigador para realizar una asignación previa honesta en la que se consideraba que las categorías positivas realizaban un retrato favorecedor de la región, y las negativas hacían una caracterización perjudicial; mientras que las neutras eran

aquellas que, o bien pertenecían a temáticas que no favorecían ni perjudicaban al retrato de la comunidad, o bien presentaban una caracterización con aspectos positivos y negativos en la que no descollaba claramente uno de los dos polos.

En este sentido, la tabla 78 recopila los resultados de las temáticas a las que se les asignó una caracterización positiva y que obtuvieron representación en el análisis de Castilla y León en la prensa nacional.

CARACTERIZACIÓN TEMÁTICA		Total			Total (noticias no repetidas)		
TEMÁTICAS	SUBTEMÁTICAS	Noticias	Peso total	Peso ponderado	Noticias	Peso total	Peso ponderado
1. Ciencia y tecnología		24	92,9	213,95	9	37,8	81,4
2. Cultura		81	1370,2	1728,2	64	1333,6	1636
7. Educación		1	4,4	11,7	1	4,4	11,7
	7.2. Indicadores positivos	1	4,4	11,7	1	4,4	11,7
10. Infraestructuras		39	234,4	407,2	35	220,4	372,3
16. Solidaridad		2	105,8	120,9	2	105,8	120,9
	TOTAL	147	1807,7	2481,95	111	1702	2222,3

Tabla 78. Temáticas de caracterización positiva. Fuente: Elaboración propia.

Del mismo modo, la tabla 79 recoge las temáticas a las que se les asignó una caracterización negativa, con sus respectivos resultados. Las temáticas restantes que sí obtuvieron representación en el análisis (5.2.4, 6.3, 6.4.1, 6.4.5, 7.6., 8.7., 9, 12.10, y 18) pero no aparecen en las tablas 78 y 79 forman parte del grupo de categorías que quedaron caracterizadas como “neutras” según el análisis interpretativo del modelo de análisis temático. Así las cosas, se observa que las temáticas positivas predominan claramente sobre las negativas según todos los criterios observables: más noticias tanto totales como sin repetir (147 y 111 frente a

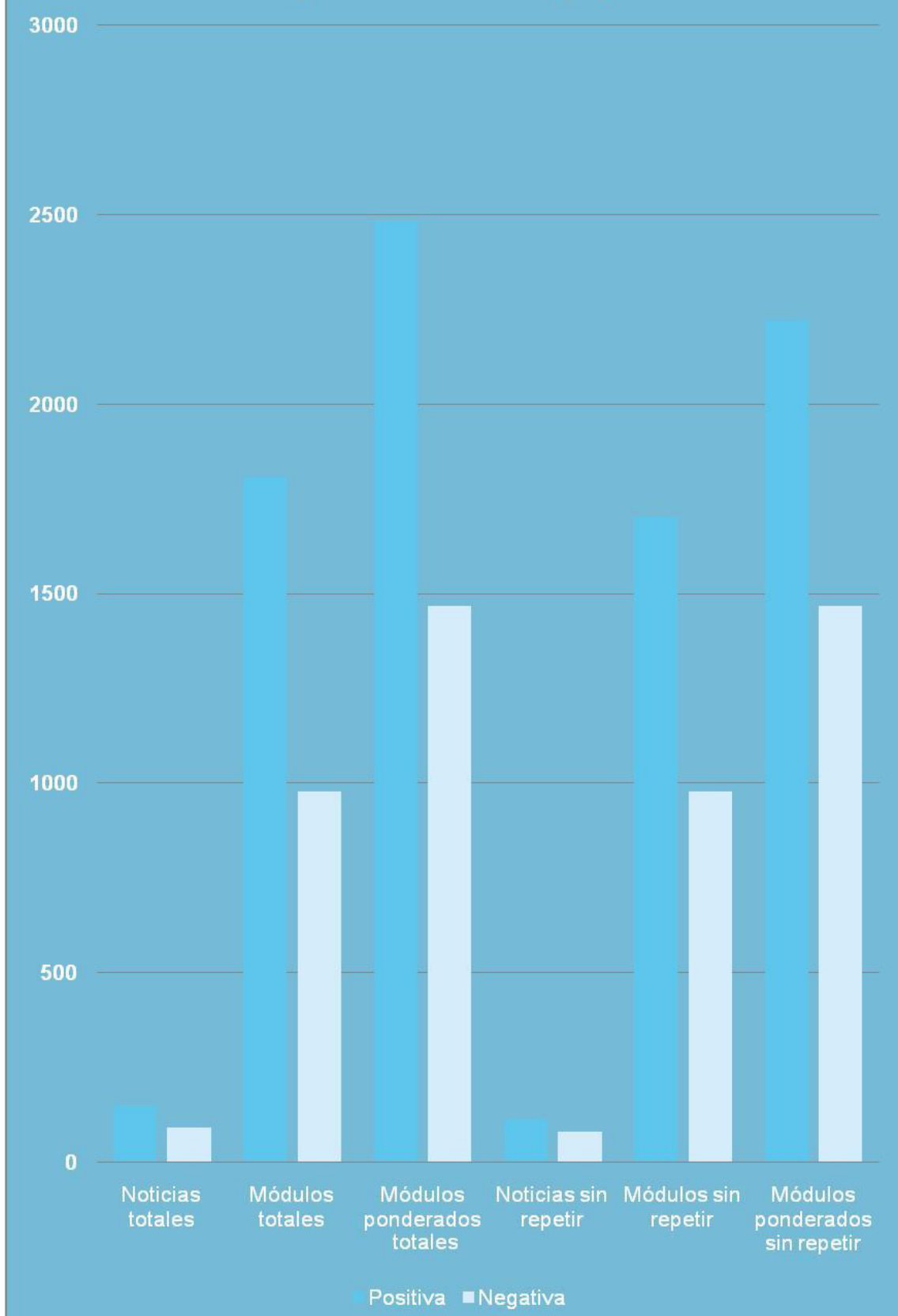
91 y 80), más módulos totales (1807,7 y 1702 frente a 977,8) y más módulos ponderados (2481,95 y 2222,3 frente a 1466,7²⁸⁵).

²⁸⁵ El hecho de que, en las temáticas de caracterización negativa, haya más noticias totales que sin repetir pero el número de módulos se mantenga estable se debe a que en las noticias de *elpais.com* no se pudieron cuantificar los módulos porque su hemeroteca digital no recoge la portada general y las portadas por secciones como fueron publicadas en su día.

TEMÁTICAS	SUBTEMÁTICAS	SUBTEMÁTICAS	Total			Total (noticias no repetidas)		
			Noticias	Peso total	Peso ponderado	Noticias	Peso total	Peso ponderado
5. Deporte			3	17,8	44,9	3	17,8	44,9
	5.2. Equipos /deportistas		3	17,8	44,9	3	17,8	44,9
		5.2.2. No victorias	1	4,6	17,8	1	4,6	17,8
		5.2.3. Dopaje	2	13,2	27,1	2	13,2	27,1
6. Economía			2	51,5	73,75	2	51,5	73,75
	6.2. Indicadores negativos		1	41,9	65,95	1	41,9	65,95
	6.4. Entidades financieras		1	9,6	7,8	1	9,6	7,8
		6.4.3. Pérdidas	1	9,6	7,8	1	9,6	7,8
7. Educación			4	8	14,5	2	8	14,5
	7.5. Experiencias negativas		4	8	14,5	2	8	14,5
8. Empleo			2	15,5	19,25	2	15,5	19,25
	8.6. Experiencias personales negativas		2	15,5	19,25	2	15,5	19,25
12. Política			51	698,7	930,85	44	698,7	930,85
	12.6. Corrupción		3	60	75,5	3	60	75,5
	12.8. Polémicas		47	624,1	837,55	40	624,1	837,55
	12.9. Desautorizaciones judiciales		1	14,6	17,8	1	14,6	17,8
13. Religión			1	0	0	1	0	0
15. Sociedad			4	7,7	20,85	4	7,7	20,85
17. Sucesos			24	178,6	362,6	22	178,6	362,6
		TOTAL	91	977,8	1466,7	80	977,8	1466,7

Tabla 79. Temáticas de caracterización negativa. Fuente: Elaboración propia.

Retrato mediático de Castilla y León por temáticas (V)



Fuente: Elaboración propia. Tabla relacionada: 79

4. Conclusiones

A continuación se recopilan algunas de las conclusiones que se pueden extraer de la presente tesis doctoral. Se ha tratado de formularlas de la manera más clara y simplificada posible en aras de facilitar su comprensión.

1. La identidad es un concepto escurridizo que, sin embargo, parece estar muy presente en el imaginario colectivo de los españoles en la actualidad. Así lo indica, por ejemplo, el hecho de que haya copado buena parte de los dos estudios esenciales que el Centro de Investigaciones Sociológicas ha dedicado a las Autonomías desde 2005. Así pues, la identidad puede ser, en esencia, algo cambiante y quimérico, pero caben pocas dudas de que ha sido uno de los centros de debate de la opinión pública española en su Historia reciente.
2. La identidad no tiene componentes naturales, ni es algo estático o uniforme, como parece desprenderse del discurso de los nacionalismos periféricos, sino que ha ido alimentándose de varias fuentes a lo largo de la Historia y ha ido amoldando su forma a diferentes estándares. Así, la lengua, la religión o el territorio pueden exaltarse de manera diferencial, si bien es con frecuencia el proyecto de vida en común lo que define la voluntad de las gentes de aglutinarse en torno a una identidad. Es a partir de este consenso sobre el proyecto común donde suelen trazarse los elementos identitarios que refuerzan esta voluntad, que no tiene por qué ser necesariamente mayoritaria dentro de un determinado colectivo.

3. Reputados historiadores coinciden en señalar que Castilla fue figura central del proyecto español porque, en primer lugar, recogió el testigo de la Reconquista que emprendieron en un principio astures y leoneses. Pero lo fue también porque supo ir integrando al resto de reinos cristianos que estaban repartidos por la península en este proyecto común de Reconquista.
4. Los estertores del siglo XV y el nacimiento del nuevo siglo traen consigo un nuevo paradigma que obliga a Castilla, por aquel entonces motor natural de la refundada Hispania, a replantear su posición y hasta su propia personalidad. Concluida la Reconquista, los reinos peninsulares van a acabar uniéndose (con la excepción de Portugal, que también lo hará algo más tarde) y se acabará descubriendo un Nuevo Mundo. Todo eso se interpreta como una señal divina de respaldo al emergente reino que ha conseguido, después de ocho siglos, acabar con la ocupación musulmana de la Península.

El ascenso al trono de un rey, Carlos I, que por primera vez aleja físicamente a Castilla de su monarca, sienta las bases de la que se podría considerar primera gran crisis identitaria de la región, con dos partes claramente diferenciadas y opuestas. De un lado, los castellanos que quieren volver al modelo de gobierno dirigido y cercano que representaban los anteriores monarcas, en especial los Reyes Católicos; del otro, Carlos I, el nuevo monarca que piensa en Castilla como un territorio más de su proyecto imperial. Lo que colisiona aquí vuelve a ser la idea de lo que debe ser el motor del país: frente a la concepción más interior de los

castellanos que se sublevan en la Revuelta Comunera, Carlos I propone un nuevo proyecto de vida en común, el imperial. La derrota de los Comuneros en Villalar constata la transición del proyecto anterior de vida en común, Reconquista y unión de los reinos peninsulares, hacia un proyecto de gloria imperial que trasciende las fronteras peninsulares.

Paralelamente comienza un proceso de dilución de la personalidad castellana, que si hasta entonces había actuado como motor del proyecto reconquistador, ahora será una más dentro de la nueva empresa imperial española. Y, precisamente, por entenderse que aquella Castilla, sofocada la insurrección comunera hacia un destino que trazaron los mismos Reyes Católicos, ha sido el motor de esta España comienza a solaparse la identidad castellana con la española hasta el punto de que, con el tiempo, ambas se confundirán con facilidad. Castilla, núcleo indiscutible de la formación de la identidad española, pierde, como dice **Linz**, su identidad en el proceso.

5. Si el siglo XIX es el de las causas románticas, y el nacionalismo tal y como hoy lo entendemos es una de ellas, se puede entender por qué surgen nacionalismos periféricos y no emerge, en cambio, un nacionalismo castellano: en Castilla no hay ni políticos aglutinadores de una historia reescrita desde el victimismo (la importancia de los líderes queda renovada en la comparación de Barómetros Autonómicos, que constata que la presencia de líderes regionales fuertes favorece la identificación de sus ciudadanos con ellos) ni apoyo popular contra la supuesta fuerza centrípeta opresora. Si Castilla ha creado España, no habría nada más

estúpido, como diría **Azaña**, que un nacionalismo castellano antiespañol. Y si se da en algún momento, parece más bien obedecer a una reacción defensiva ante la proliferación de los nacionalismos periféricos, fundamentalmente el vasco y el catalán, que no dudan en reescribir la Historia cuando les conviene. Esto sucede, entre otras cosas porque, como dijo **Ortega**, cuando el proyecto en común es ambicioso y las gentes tienen motivos para sentirse orgullosas de formar parte de él, no hay fuerzas centrífugas que valgan; pero cuando cunde el pesimismo y el desencanto, proliferan las voces que reivindican la necesidad de extirparse del centro opresor. No hay que olvidar, en este sentido, que el final del XIX fue una época marcada por la fuerte decepción que supuso la pérdida de las últimas colonias; simbólica, si se quiere, pero de innegable constatación de que el imperio, tambaleante en los últimos siglos, se había desplomado definitivamente. Por ello, y con el caldo de cultivo de los romanticismos nacionalistas, surgieron en la periferia quienes culparon de sus infortunios al centro, a Castilla misma aunque Castilla ya no fuera más que centro simbólico; quienes comenzaron, en suma, a reivindicar un camino propio, aunque el peaje que hubiera de pagarse para embarcarse en tal empresa fuera ni más ni menos que la falsificación de la Historia.

6. La Transición trata de recuperar algunos de los asuntos identitarios que quedaron aplazados durante cuarenta años (tras el final de la Guerra Civil), en la convicción de que el reconocimiento de los hechos diferenciales, por más que estos hubieran sido forjados por hombres que no dudaban en reescribir la Historia, apagaría la alergia centralista que

habían desarrollado ciertas regiones de la periferia peninsular (e insular) durante el siglo XX. Sin embargo, el resto de regiones reaccionaron exaltando su propia diferencia, unas, y de manera defensiva, otras; de tal manera que se impuso una fórmula del “café para todos”, que en la práctica ha demostrado no ser una solución para el problema de la fragmentación del país. Si se acepta que la identidad regional se asiente sobre la idea central de la exaltación de la diferencia, el proceso disgregador es potencialmente ilimitado.

7. El proceso autonómico que se gestó en la Transición no ha servido para revitalizar el orgullo regional castellano, que con el paso del tiempo ya había dado un paso al costado para quedar subsumido bajo lo español, realidad histórica de un calado indiscutiblemente mayor.

Ni siquiera la identidad castellana ha emergido orgullosa de manera defensiva, como sí lo hizo en cierto modo en la época de la Segunda República. Y la respuesta a este fenómeno tal vez haya de ser encontrada no en el pasado, sino en el presente de una región despoblada, dispersa, yerma y con escaso tejido industrial, con unos niveles de desempleo elefantiásicos y escasos elementos simbólicos propios con los que sus gentes puedan identificarse de verdad. El análisis comparativo de los Barómetros Autonómicos I y II certifican este hecho, pues Castilla y León presenta unas cotas de orgullo regional (incluso cuando no se le hace colisionar con el orgullo de ser español) muy discretas en comparación con el resto de comunidades.

8. Los sondeos de opinión actuales contradicen, no obstante, a los postulados nacionalistas periféricos por dos frentes principales: por un lado, las identidades no son singulares ni excluyentes, sino que con frecuencia suelen convivir en el mismo individuo más de una y de dos sin que ello suponga mayor problema; y por otro, que un porcentaje abrumador de españoles manifiestan a través de estos sondeos su inclinación hacia este modelo dual, por el que se sienten orgullosos tanto de ser parte de su región como de su país.

La prueba es que cuando el orgullo regional no entra en colisión con el orgullo español (es decir, cuando no se obliga al entrevistado a elegir), los Barómetros Autonómicos I y II del CIS reflejan elevados niveles de adhesión hacia ambos sentimientos entre la mayoría de comunidades españolas, con índices próximos al 90%. Estos niveles de adhesión descienden cuando la pregunta formulada en el Barómetro obliga a elegir al encuestado entre una identidad y otra, pero tal enfrentamiento reside más en el tipo de respuestas ofrecidas por el encuestador que en una dificultad del encuestado por sentirse orgulloso de pertenecer a su región y a su país al mismo tiempo, como ya había adelantado **Linz**.

9. El análisis de la cobertura periodística de 2010 demuestra que existe una elite informativa copada por Madrid y Cataluña, seguida de un grupo de tres regiones compuesto por País Vasco, Comunidad Valenciana y Andalucía que se lleva una buena porción del pastel informativo, aunque comparativamente mucho menor a la de sus predecesoras en la lista; y un

último grupo de doce comunidades que parecen vivir más alejadas del foco mediático de la prensa nacional.

Castilla y León es la más importante de las comunidades menos importantes a ojos de los medios, a juzgar por la cobertura que de ella hacen las versiones digitales de El Mundo y El País y la versión impresa de El Mundo. Sin embargo, la diferencia absoluta entre el tercer vagón y los dos primeros es mucho más pronunciada que la que existe entre las doce comunidades de cola.

10. La medición ponderada de la cobertura mediática establece también tres grandes grupos, si bien compuestos por diferentes comunidades. El primero engloba a tres comunidades, Cataluña, Madrid y País Vasco, que se mueven en cifras parecidas. El segundo está integrado por la Comunidad Valenciana y Andalucía, a las que las tres comunidades que ocupan el vagón de cabeza triplican en cobertura mediática ponderada. Y el último, también encabezado por Castilla y León, engloba a las doce comunidades restantes, que apenas alcanzan la mitad de la cobertura del grupo intermedio y no reciben más que una sexta parte de la atención mediática de Cataluña, Madrid y País Vasco.
11. Los resultados de la cobertura mediática varían ligeramente si se valoran aspectos concretos (soporte impreso o soporte digital, unas cabeceras u otras, unas secciones u otras); pero, en líneas generales, los tres grupos de referencia se mantienen más o menos estables. El examen de la portada de los periódicos analizados, por ejemplo, ratifica la tendencia de los tres

grupos principales, pero acentúa la brecha entre las comunidades menos representadas y las que suelen centrar la atención mediática.

12. La correlación entre los datos sobre exaltación de la conciencia regional, obtenidos a partir de los Barómetros Autonómicos del CIS, y los datos de cobertura mediática de las comunidades autónomas, obtenidos a partir del estudio de caso de esta tesis, revelan que existe una vinculación significativa entre ambas variables. Eso nos permite verificar la hipótesis de que aquellas comunidades con mayor sentimiento regionalista (ya sea expresado de manera positiva, como exaltación de una conciencia regional exacerbada o expresión de una filiación política nacionalista, o negativa, como oposición a la pertenencia a España) gozan de una mayor repercusión mediática.
13. Existen correlaciones también significativas entre la repercusión mediática de las comunidades y el nivel de renta, y los índices de población, capacidad productiva y producción editorial (en especial con estos tres últimos). Así, se confirma lo que sugerían la mayoría de las subhipótesis planteadas: que las comunidades con mayor peso demográfico, nivel de producción, renta o capacidad editorial tienen más visos de acaparar una porción más amplia del discurso periodístico.
14. Al contrario de lo que se planteaba en una de las subhipótesis de la presente investigación, la comunidad de Castilla y León aparece asociada con más frecuencia a temáticas positivas que negativas en el discurso periodístico de 2010. Queda rechazada, pues, esa subhipótesis.

15. Una vez se ha demostrado que el retrato mediático de las comunidades autónomas refleja un claro desequilibrio cuantitativo entre las distintas regiones españolas, se puede afirmar que los medios están contribuyendo, sea o no de manera pretendida, a acentuar la brecha entre comunidades autónomas españolas. Sea o no intencional, los medios responden al discurso de diferenciación alimentado durante años desde distintas esferas políticas, en especial del nacionalismo periférico. **Noelle-Neumann** ya había hablado de la consonancia, la acumulación, la omnipresencia y el clima de opinión como factores cruciales para entender el funcionamiento de la opinión pública, con lo que la teoría de la espiral del silencio sirve de respaldo a nuestra formulación anterior: que a base de producir, de manera más o menos uniforme y a través de distintos medios y soportes, un retrato desequilibrado de las distintas regiones españolas lo que se consigue es multiplicar el desequilibrio.

También se podría aplicar a la expresión misma del nacionalismo periférico la tesis del silenciamiento de las opiniones para evitar el aislamiento. Si los individuos tienden a percibir que el nacionalismo excluyente es la expresión predominante de la opinión pública, puede suceder que quienes no tengan esta interpretación excluyente de las identidades silencien su opinión para evitar el rechazo social.

16. Que exista una infrarrepresentación de ciertas comunidades en el discurso periodístico español significa en los términos de **McCombs** y **Shaw** que se está sacando a estas regiones de la agenda mediática y, por ende, en buena medida de la agenda pública porque, como decía **Cohen**,

puede que los medios no puedan decirle a su audiencia durante mucho tiempo qué tienen que pensar, pero sí pueden ser tremendamente influyentes a la hora de determinar sobre qué tienen que pensar (cf. también **Iyengar** y **Kinder**, 1993:188). La presencia sobredimensionada de unas comunidades o el silenciamiento de los temas relacionados con otras es, pues, una forma, sea pretendida o no, de ahondar en la brecha interautonómica y la exaltación de los hechos diferenciales.

De esta manera, los resultados del presente estudio se ven respaldados por las dos teorías predominantes en la actualidad en cuanto al fenómeno de la opinión pública, la **agenda-setting** y la **espiral del silencio**, que tienen una aplicación inmediata en la presente tesis.

A partir de las conclusiones anteriores se pueden formular tres ideas a modo de resumen indispensable de todo lo trabajado en esta tesis doctoral:

- Existe una cobertura desigual de las comunidades autónomas españolas en la prensa española, tanto impresa como digital. Cataluña, País Vasco y Madrid centran una abrumadora mayoría de la atención mediática.
- La conclusión anterior, unida a las teorías vigentes sobre el impacto de los medios sugiere que el desigual retrato de las regiones españolas en la prensa nacional ahonda la brecha que concede más importancia a unas y silencia la realidad de las otras.
- Las correlaciones de la cobertura mediática con datos estadísticos de las comunidades autónomas sugieren que la prensa da prioridad a las comunidades con mayor conciencia regional y concede más peso a

aquellas que tienen mayor peso demográfico, más nivel de renta y son más productivas. Por ende, lo que hace el discurso mediático no es fomentar la igualdad sino ahondar en la diferencia, ya que aquellas comunidades más pobres, de población menor o más dispersa, o menos productivas van siendo silenciadas progresivamente de la esfera pública a través de su limitada aparición en los medios de comunicación de masas.

Enlazando con estas tres ideas, tal vez cabría preguntarse por el papel que han de desempeñar los medios de comunicación en la actual configuración del espacio público. Hemos visto que son muchos los teóricos de la opinión pública que sostienen que los medios ejercen una fuerte influencia sobre su audiencia, pero en muchos casos ni siquiera es pretendida. En cierta medida se puede pensar esto de los resultados obtenidos en esta investigación: quizá los periódicos y portales estudiados no den de manera deliberada mayor preponderancia a las comunidades que más exaltan su conciencia regional como parte de una estrategia centrífuga.

Es probable que tampoco estén consultando los datos demográficos o de renta per cápita para decidirse entre publicar una noticia de una comunidad o de otra. Pero el caso es que los datos arrojan una conclusión clara: las comunidades con mayor expresión del regionalismo suelen hacerse más eco en la prensa, y aquellas que tienen más peso demográfico o económico también reciben un mayor tratamiento, al menos cuantitativo. Este desequilibrio puede gestar una sensación de desplazamiento entre aquellas comunidades que no se sientan tan bien tratadas, y la Historia nos demuestra que este país sabe tanto de

nacionalismos periféricos como defensivos. La solución, como la Historia misma nos demuestra, está más en la integración que en exaltar la diferencia y fomentar la disolución, y los periódicos deberían ser conscientes de que la ausencia de intención no elimina los efectos que, de hecho, sí están teniendo en la audiencia.

No está de más recordar la filiación de la presente investigación con determinadas publicaciones que se han considerado relevantes por las razones ya expresadas en el capítulo metodológico. Del mismo modo la investigación se ha centrado sobre un periodo temporal muy concreto, el año 2010, con vistas a mantener el proyecto en unas dimensiones abordables. Esto puede interpretarse como una limitación, y en realidad lo es, puesto que la fotografía no permite extrapolaciones a otros contextos periodísticos y temporales; antes bien, se ha tratado de aplicar los resultados con el máximo rigor al modesto ámbito en el que se ha circunscrito la extracción de datos y su posterior análisis.

No obstante, también se puede interpretar la limitación del marco de estudio como una plataforma de salida para futuras investigaciones. En este sentido, una de las fortalezas de la investigación es, a nuestro juicio, la utilización de diferentes herramientas de análisis que podrán satisfacer las necesidades de aquellos que aborden la investigación desde diferentes paradigmas. Quienes entiendan la comunicación social como un fenómeno que ha de ceñirse a mediciones cuantitativas y alejarse de la interpretación podrán recuperar los distintos mecanismos de medición de noticias y módulos que explicamos en la metodología y aplicamos al estudio de caso. Aquellos que entiendan el fenómeno como algo que ha de pasar ineludiblemente por el tamiz interpretativo encontrarán en los modelos de análisis ponderado de noticias que hemos

diseñado una herramienta útil, y por supuesto sujeto a ser perfeccionado, para extraer información de manera sistemática de distintos soportes periodísticos (impresos y digitales).

Así, quizá resultaría interesante que en futuras investigaciones se analizase el fenómeno mismo del que se ha ocupado esta tesis desde otras perspectivas temporales. Sería interesante evaluar, por ejemplo, si este tratamiento desigual a las distintas comunidades autónomas que se ha demostrado en este estudio sucedía en términos similares en otros años anteriores, o si perduraría en el tiempo. Quien quiera adentrarse en el análisis de tan fascinante fenómeno cuenta con la ventaja de no tener que empezar de cero. Si, como se ha dicho antes, los modelos de análisis aquí sugeridos no son ni mucho menos cerrados y se prestan a revisión, ampliación y mejora, serán sin duda una herramienta útil desde la cual partir. El investigador que se sienta atraído hacia una empresa como la de ampliar el margen temporal del presente análisis cuenta también con una modesta contribución por nuestra parte en forma de datos: aquí podrá encontrar como elemento de referencia la recopilación de más de diez mil noticias de todo un año periodístico y su posterior análisis a través de los modelos propuestos, con lo cual las bases de una hipotética comparación diacrónica ya están sentadas.

Asimismo, puede resultar interesante ampliar el corpus de estudio más allá de las cabeceras estudiadas, cuya elección se justificó también en el apartado metodológico por su mayor impacto sobre un público nacional. No sería irrelevante, así y todo, ampliar el número de cabeceras o incluso establecer una comparación con otros soportes como la televisión o la radio, para evaluar si alguno es más o menos equilibrado en su retrato de las regiones españolas o si,

como presumimos, siguen una lógica similar a la ya expuesta en esta investigación.

Del mismo modo, queda por explorar uno de los caminos que sólo abrimos con el análisis temático de la región de Castilla y León. Habíamos formulado una subhipótesis que afirmaba que a la región se la caracterizaba de una manera predominantemente negativa en la prensa española, y los datos han demostrado que nos equivocábamos. Sin embargo, este aparente revés (que en el fondo no entendemos como tal, no del todo al menos, por cuanto es también interesante lo que se ha descubierto en este sentido) no debe invitar a perder de vista esta perspectiva. El presupuesto sobre el que se asentaba tal subhipótesis era que una caracterización cualitativamente negativa y recurrente de una región podía ahondar en el deseo de diferenciación por parte de los habitantes de otras regiones, interpretación que viene respaldada por los estudios sobre los estereotipos de **Noelle-Neumann**. Que la subhipótesis no se haya cumplido para Castilla y León no quiere decir que haya de abandonarse la investigación con otras comunidades, incluso algunas de las más representadas. En este sentido, resultaría extraordinariamente interesante aplicar el mismo estudio temático que se ha aplicado aquí a Castilla y León a otras comunidades. Quien desee emprender este camino podrá contar con un modelo de análisis temático que, igual que los anteriores, puede ser ampliado, revisado y mejorado pero que es ya hoy una base de la que partir.

5. Índice de tablas, cuadros y gráficos

TABLAS

Tabla 1. ¿Qué significa España para los españoles?.....	235
Tabla 2. ¿Qué significa España para Ud.?	237
Tabla 3. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español?.....	239
Tabla 4. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español? (simplificada)....	241
Tabla 5. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad?.....	243
Tabla 6. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad? (simplificada).....	245
Tabla 7. ¿Qué palabra representa mejor lo que es su comunidad: región o nación?.....	247
Tabla 8. ¿Con qué frase se identifica Ud. más?.....	249
Tabla 9. Ciudadanos que se sienten únicamente españoles.....	250
Tabla 10. Ciudadanos que se sienten únicamente de su comunidad autónoma.....	252
Tabla 11. Agregado de ciudadanos que se sienten principal o únicamente de su comunidad autónoma.....	253
Tabla 12. Grado de autonomía deseable (por comunidades).....	258
Tabla 13. ¿Qué significa España para Usted?.....	261
Tabla 14. ¿Qué significa España para Usted? (simplificada).....	262
Tabla 15. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español?.....	264
Tabla 16. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español? (simplificada).....	265
Tabla 17. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad autónoma?.....	267
Tabla 18. ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad autónoma? (simplificada).....	268
Tabla 19. ¿Cómo calificaría las relaciones entre el Gobierno central y el Gobierno de su Comunidad?.....	271
Tabla 20. ¿Cómo calificaría las relaciones entre el Gobierno central y el Gobierno de su Comunidad? (simplificada).....	272

Tabla 21. A la hora de debatir una norma o medida puede haber distintos puntos de vista entre el (Gobierno autonómico) y el Gobierno central. Cuando esto sucede, ¿cuál cree Ud. qué debe ser la actitud del (Gobierno autonómico)?.....	274
Tabla 22. ¿Con qué frase se identifica más?.....	276
Tabla 23. ¿Con qué frase se identifica más? Opciones extremas listadas en orden descendente.....	277
Tabla 24. ¿Con qué frase se identifica más? Opciones que priorizan el sentimiento regional.....	278
Tabla 25. Ciudadanos que eligen el nacionalismo como primera y segunda opción política.....	281
Tabla 26. Comparativa Barómetros Autonómicos I y II a la pregunta: ¿Qué significa España para Ud.?.....	285-6
Tabla 27. Barómetros Autonómicos I y II. Comparativa simplificada: ¿Qué significa España para Ud.?.....	288
Tabla 28. Barómetros Autonómicos I y II Comparativa simplificada: ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser español?.....	292
Tabla 29. Barómetros Autonómicos I y II. Comparativa simplificada: ¿Hasta qué punto se siente orgulloso de ser de su comunidad?.....	297
Tabla 30. Barómetros Autonómicos I y II Comparativa: ¿Podría decirme quién ocupa la presidencia del (Gobierno Autonómico)?.....	302
Tabla 31. Barómetros Autonómicos I y II. Comparativa simplificada: Personas que se sienten principal o únicamente de la comunidad autónoma.....	305
Tabla 32. Datos comparativos por Comunidad y número de noticias publicadas (totales y sin repetir).....	392
Tabla 33. Datos comparativos de prensa impresa por Comunidad y número de noticias publicadas.....	395
Tabla 34. Datos comparativos de prensa digital por Comunidad y número total de noticias publicadas.....	398
Tabla 35. Datos comparativos de prensa digital por Comunidad y número de noticias publicadas no repetidas.....	399
Tabla 36. Datos comparativos por Comunidad y número de módulos publicados (totales y no repetidos).....	401

Tabla 37. Datos por Comunidad y número de módulos publicados en El Mundo.....	403
Tabla 38. Datos por Comunidad y número de módulos publicados en El País.....	405
Tabla 39. Datos por Comunidad y número de módulos publicados en elmundo.es.....	406
Tabla 40. Datos totales por Comunidad y número de módulos ponderados.....	408
Tabla 41. Datos totales por Comunidad y módulos ponderados en El Mundo....	410
Tabla 42. Datos totales por Comunidad y módulos ponderados en El País.....	411
Tabla 43. Datos totales por Comunidad y módulos ponderados en elmundo.es.....	414
Tabla 44. Sección de Cultura. Agregado de periódicos (total de piezas).....	416
Tabla 45. Número de noticias publicadas en la sección de Cultura.....	417
Tabla 46. Número de módulos publicados en la sección de Cultura.....	419
Tabla 47. Sección de Economía. Agregado de periódicos (total de piezas).....	421
Tabla 48. Número de noticias publicadas en la sección de Economía.....	422
Tabla 49. Número de módulos publicados en la sección de Economía.....	423
Tabla 50. Número de módulos ponderados publicados en la sección de Economía.....	424
Tabla 51. Sección “España”. Agregado de periódicos (total de piezas).....	426
Tabla 52. Número de noticias publicadas en la sección “España”.....	427
Tabla 53. Número de módulos publicados en la sección “España”.....	428
Tabla 54. Número de módulos ponderados publicados en la sección “España”.....	430
Tabla 55. Sección de Portada. Agregado de periódicos (total de piezas).....	431
Tabla 56. Número de noticias publicadas en la sección de Portada.....	432
Tabla 57. Número de módulos publicados en la sección de Portada.....	434
Tabla 58. Número de módulos ponderados publicados en la sección “España”.....	435
Tabla 59. Sección de Ciencia. Agregado de periódicos (total de piezas).....	436
Tabla 60. Sección de Ciencia. Agregado de periódicos (noticias no repetidas).....	438

Tabla 61. Sección de Salud. Agregado de periódicos (total de piezas).....	439
Tabla 62. Sección de Sociedad. Agregado de periódicos (total de piezas).....	440
Tabla 63. Sección de Sociedad. Agregado de periódicos (piezas no repetidas).....	441
Tabla 64. Sección de Solidaridad. Agregado de periódicos (total de piezas).....	443
Tabla 65. Sección de Solidaridad. Agregado de periódicos (piezas no repetidas).....	444
Tabla 66. Sección de Tecnología. Comparación de noticias repetidas y no repetidas.....	445
Tabla 67. Correlación entre la repercusión mediática y regionalismo.....	450
Tabla 68. Correlación entre la repercusión mediática y opciones de voto nacionalista.....	458
Tabla 69. Correlación entre la repercusión mediática y datos de población.....	459
Tabla 70. Correlación entre la repercusión mediática y datos de superficie.....	462
Tabla 71. Correlación entre la repercusión mediática y datos de densidad de población.....	464
Tabla 72. Correlación entre la repercusión mediática y nivel de renta.....	465
Tabla 73. Correlación entre la repercusión mediática y PIB.....	467
Tabla 74. Correlación entre la repercusión mediática y la producción editorial.....	470
Tabla 75. Resultados totales de la caracterización temática.....	472-74
Tabla 76. Resultados simplificados de la caracterización temática. Piezas totales.....	475
Tabla 77. Resultados simplificados de la caracterización temática. Piezas no repetidas.....	481
Tabla 78. Temáticas de caracterización positiva.....	482
Tabla 79. Temáticas de caracterización negativa.....	484

CUADROS

Cuadro 1. Paradigmas de investigación.....	32
Cuadro 2. Influencias positivas y negativas en la lectura de periódicos.....	42
Cuadro 3. Subhipótesis de trabajo.....	328

Cuadro 4. Subhipótesis, variables y elementos de medición.....	331
Cuadro 5. Modelo de análisis de contenido categorial.....	354-59
Cuadro 6. Definición de las temáticas para el análisis de contenido categorial.....	371
Cuadro 7. Propuesta de ponderación de las noticias en la página de periódico.....	373
Cuadro 8. Puntos en función de la posición.....	376
Cuadro 9. Propuesta de análisis ponderado de noticias en cibermedios.....	379
Cuadro 10. Niveles de análisis metodológico de los periódicos estudiados.....	385

GRÁFICOS

Gráfico 1. Fórmula de las 10.30 y Diagrama de Gutenberg.....	38
Gráfico 2. Itinerario visual ante un cibermedio.....	47
Gráfico 3. Modelo de dos pasos de Katz y Lazarsfeld.....	194
Gráfico 4. Modelo de la difusión en J de Greenberg.....	204
Gráfico 5. El consumo de medios en Internet.....	318
Gráfico 6. Evolución del número de usuarios de Internet por comunidades. Datos comparativos 2005-2011.....	321
Gráfico 7. Clasificación de sitios de Internet en función del número de visitas.....	346
Gráfico 8. Hábitos de consumo de periódicos electrónicos.....	352
Gráfico 9. Puntos de atracción visual de un cibermedio.....	381

6. Bibliografía

- Ackroyd, S. y Hughes, J. A. (1992). *Data collection in context*. Nueva York: Longman.
- AIMC (2011). *Encuesta AIMC a usuarios de Internet 2010*. 25 de febrero de 2011.
- Alcalá Zamora y Queipo de Llano, J. (2000). "Idea y realidad de España en los siglos XVI y XVII". En VVAA (2000). *España como nación*. Madrid: Real Academia de la Historia, pp. 79-112.
- Allport, F. G. (1937). "Toward a Science of Public Opinion". *Public Opinion Quarterly*, vol. 1, nº 1.
- Almuña, C., González-Posada, E., Hernández, A., Blanco, J. M., Fernández-Abascal, H., Martín, I., Dueñas, L. J. y Pascual, M. C. (2006). *Radiografía de la Profesión Periodística en Castilla y León*. Universidad de Valladolid-Junta de Castilla y León.
- Almuña, C. (1991). "Castilla ante el problema nacionalista durante la II República. El estatuto castellano 'non nato'". En Justo G. Beramendi, Ramón Máiz Suárez y César R. Aguilera de Prat. *Los nacionalismos en la España de la II República*. Madrid: Siglo XXI de España editores, 1991.
- Alonso Torrens, F. J. y Portilla Serrano, F. J. (2006). *Salamanca: retos, posibilidades y esperanzas. Un estudio de la realidad sociodemográfica, laboral y económica de Salamanca y su provincia*. Fundación Fomento de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada.
- Altheide, D.L. (1987). "Ethnographic content analysis". *Qualitative Sociology*, 10 (1), pp. 65-7.
- Anguera, P. (2008). *L'onze de setembre: història de la Diada (1886-1938)*. Barcelona: Centre d'Història Contemporània de Catalunya.
- Aram, B. (2001). *La reina Juana: gobierno, piedad y dinastía*. Madrid: Marcial Pons, Ediciones de Historia.
- Arfurch L., Chaves, N. y Ledesma, M. (1997). *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques científicos*. Barcelona: Paidós.
- Arnold, E.C. (1986). *Diseño total de un periódico*. México D.F.: EDAMEX.
- Aróstegui, J., Blanco, J. A., Delibes, G., García Simón, A., Mangas, J., Ortega Valcárcel, J., Rodríguez Sánchez, Á., Valdeón, J., y Yun Casalilla, B. (1995). *Historia de una cultura. Castilla y León en la Historia de España*. Junta de Castilla y León: Consejería de Turismo y Comercio.
- Azaña, M. (2004). *Discursos políticos (Edición de Santos Juliá)*. Barcelona: Crítica.
- Azurmendi, M. (2003). *Todos somos nosotros: etnicidad y multiculturalismo*. Madrid: Taurus.
- Balfour, S. y Quiroga, A. (2007). *España reinventada. Nación e identidad desde la transición*. Barcelona: Península
- Barraclough, G. (1981). "Historia". En M. Freedman, S. J. De Late y G. Barraclough (eds.) *Corrientes de la investigación en las ciencias sociales*. Madrid: Tecnos – UNESCO, 1981.

- Bardin, L. (2007). *L'analyse de contenu*. París: Presses Universitaires de France (1ª Ed : 1977).
- Baumhauer, O. (1976). "Clima de opinión, opinión pública, control social: un acercamiento sistémico-general". En R. Rivadeneira. *La opinión pública*. Trillas: México, 1976.
- Beardsworth, A. (1980). "Analysing Press Content. Some Technical and Methodological Issues". En H.Christian (ed.) *Sociology of Journalism and the Press*. Keele: Keele University Press, 1980.
- Bennett, S. (1989). "'Know-nothings' revisited: The meaning of political ignorance today". *Social Science Quarterly*, 69, pp. 476-90.
- Beramendi, J.G. (1984). "Aproximación a la historiografía reciente sobre los nacionalismos en la España contemporánea". *Estudios de Historia Social*, n.28-29 (1984), pp. 49-76.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Nueva York: Free Press.
- Berger, A.A. (1991). *Media research techniques*. Newbury Park, CA: Sage.
- Berger, P. L. y Luckmann, T. (2006). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu (1ª ed.: 1968).
- Berzal de la Rosa, E. (2008). *Los comuneros: de la realidad al mito*. Madrid: Sílex.
- Bilbao Henry, J. (2010). *Transición*. New Haven (Connecticut): Yale University Press.
- Blanco Rodríguez, J. A. (1997). *Problemas de la Castilla contemporánea*. Zamora: Caja España.
- Blanco Valdés, R. L. (2005). *Nacionalidades históricas y regiones sin historia*. Madrid: Alianza Editorial.
- Blumer, H. (1948). *El interaccionismo simbólico*. Barcelona: Hora (1ª ed. en castellano:1982).
- Bockélmann, F. (1975). *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili (1ª ed. en castellano: 1983).
- Botti, A. (1993). "Il nazionalismo spagnolo nella ricerca e nel dibattito storiografico". *Italia Contemporanea*, 191, pp. 317-323.
- Bryman, A. y Cramer, D. (2003). *Quantitative Data Analysis with SPSS Release 8 for Windows: A Guide for Social Scientists*. Londres: Routledge. (1ª edición: 1999)
- Brubaker, R. (1996). *Nationalism Reframed: Nationhood and the National Question in the New Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Burgelin, O. (1974). *La comunicación de masas*. Barcelona: Ediciones Planete y A.T.E.
- Carey, James (1978). "The Ambiguity of Policy Research". *Journal of Communication*, vol. 28:2.
- Caridad Sebastián, M. (1999). *La sociedad de la información: política, tecnología e industria de los contenidos*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.

- Carr, R. (2009). *España: 1808-2008*. Barcelona: Ariel. 1ª edición: 1982.
- Carrasco Pozo, V. (1998). "La creación de un canal regional en Castilla y León: el proceso de concentración de TV locales en un canal de ámbito regional". Proyecto de Fin de Carrera, Universidad Pontificia de Salamanca.
- Carter, R. F. (1965). "Communication and affective relations". *Journalism Quarterly*, 42, 203-12.
- Casanova y Todolí, U. (2008). *Castilla y León: momentos culminantes para la constitución de un reino*. Salamanca: Amarú.
- _____. *Los orígenes de Castilla y León: de Autrigonia/Vardulia a Castella Vetula. Apuntes para una reflexión sobre la historia de España*. Salamanca: Amarú.
- Castro, A. (1949). *España en su historia. Cristianos, moros y judíos*. Buenos Aires: Losada.
- Cea D'Ancona, M. Á. (1996). *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis.
- Chaffee, S. (1980). "Mass Media Effects, New Research Perspectives". En G. Cleveland Wilhoit y Harold De Bock (eds). *Mass Communication Review Yearbook*, vol. 1, Beverly Hills (CA): Sage, pp. 77-108, 1980.
- Checa Godoy, A. (2002). *Historia de la prensa pedagógica en España*. Universidad de Sevilla.
- Cirujano Marín, P.; Elorriaga Planes, T.; y Pérez Garzón, J. S. (1985). *Historiografía y nacionalismo español 1834-1868*. Madrid: Centro de Estudios Históricos, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Clark, F. e Illman, D.L. (2003). "Content Analysis of New York Times. Coverage of Space Issues for the Year 2000". *Science Communication*, Vol. 25 No. 1, septiembre 2003, pp. 14-38.
- Cobb R. y Elder C. (1983). *Participation in American politics: The dynamics of agenda - building*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Coca, C. y Peñalva, J.L. (1998). *Modelos de los medios de comunicación social*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Cohen, B. (1963). *The Press and the Foreign Policy*. Princeton: N.J. University Press.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum, 2ª Ed.
- Comstock, G. (1978). *Television and Human Behavior*. Nueva York: Columbia University Press.
- Contreras, F. y San Nicolás, C. (2001). *Diseño gráfico, creatividad y comunicación*. Madrid: Blur.
- Converse, P. (1962). "Information Flow and the Stability of partisan Attitudes", *Public Opinion Quarterly*, vol. 26, pp. 578-99.

_____ (1964). "The Nature of Beliefs Systems in Mass Publics". En David Apter (ed.) *Ideology and Discontent*. Nueva York: Free Press, 1964.

Costa, J. (1991). *Imagen didáctica*. Barcelona: CEAC.

Cuenca Toribio, J. M. (2001). *La obra historiográfica de Florentino Pérez-Embid*. Sevilla: Escuela de Estudios Hispanoamericanos.

Da Costa Lewis N. (2004). *Operational risk with Excel and VBA: applied statistical methods for risk management*. Nueva Jersey: John Wiley & Sons.

Dader, J. L. (1986). *Opinión pública y periodismo. Claves para una reflexión crítica*. Pamplona (Navarra): Facultad de Comunicación.

_____ (1990a). "La evolución de las investigaciones sobre la influencia de los medios y su primera etapa: Teorías del impacto directo". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y J. L. Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 221-41, 1990.

_____ (1990b). "Teorías de transición". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y J. L. Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 256-80, 1990.

_____ (1990c). "La canalización o fijación de la "agenda" por los medios". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y J. L. Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 294-318, 1990.

_____ (1990d). "Repercusión política y social de los sondeos de opinión". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y J. L. Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 488-507, 1990.

_____ (1992). *El periodista en el espacio público*. Barcelona: Bosch.

Darlene Russ-Eft, H. P. (2009). *Evaluation in Organizations: A Systematic Approach to Enhancing Learning, Performance and Change*. Nueva York: Basic Books.

Davis, R. (1965). *History and the Social Sciences*. University of Leicester.

De Blas Guerrero, A. (2001). "El nacionalismo español a partir de la crisis del 98". En F. García de Cortázar (ed.). *La nación española: historia y presente*. Madrid: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, pp. 73-92, 2001.

_____ (2009). "Nacionalismo y regionalismo en un regeneracionista tardío. El caso de Julio Senador Gómez". En M. E. de Vega y A. Morales Moya. *Castilla en España: historia y representaciones*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, pp. 293-314, 2009.

De Fleur, M. (1970). *Theories of Mass Communication*, Nueva York: David McKay.

De Fleur, M. L. y Ball-Rokeach, S. (1986). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Deacon, D., Pickering, M., Golding, P. y Murdock, G. (1999). *Researching communications. A practical guide to methods in media and cultural analysis*. Londres: Arnold (1ª Ed: 1998).

Díaz González, M. J. (2003). Estructura empresarial del grupo multimedia PROMECAL (Promotora de Medios de Castilla y León). En R. López Lita, F. Fernández Beltrán y F. Vilar Moreno. *Radio y televisión en el ámbito local*. Castellón de la Plana: Ediciones Universidad Jaume I, pp. 585-92, 2003.

Díaz Noci, J. (2005). "Historia de los cybermedios en España". En R. Salaverría (Coord.) *Cibermedios*. Sevilla: Comunicación Social, pp. 21-38.

Díaz Nosty, F. L. y Álvarez, J. T. (1988). *La nueva identidad de la prensa: transformación tecnológica y futuro*. Madrid: Fundesco.

Díaz-Jiménez y Molleda, E. (1978). *Historia de los Comuneros de León y de su influencia en el movimiento general de Castilla*. León: Nebrija.

Díez Espinosa, J. R. (1987). *Revolución liberal en Castilla : tierra, nobleza y burguesía*. Valladolid: Secretariado de Publicaciones, Universidad de Valladolid.

Díez Nicolás, J. (1986). "Estudios sobre los medios de comunicación en Castilla y León". Citado en Almuiña Fernández, C. (1986). "Enseñanza, Cultura y Medios de Comunicación Social". En Valdeón, J. *Tiempo de reto y esperanza (Siglo XX)*. *Historia de Castilla y León*. Valladolid: Ambito, 1986.

_____ (1999). *Identidad nacional y cultura de defensa*. Madrid: Síntesis

Dondis, D.A. (2002). *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*. Barcelona: Gustavo Gili, 15ª ed (1ª ed., 1976).

Duke, N.K. y Mallette, M.H. (2004). *Literacy Research Methodologies*. Nueva York: The Guilford Press.

Eco, U. (1986). *Travels in hyper reality: essays*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich.

Edelman, M. (1964). *The Symbolic Uses of Politics*. Urbana: University of Illinois Press.

Elliott, J. H. (1984). *The Revolt of the Catalans: A Study in the Decline of Spain (1598-1640)*. Cambridge: Cambridge University Press (1ª ed.: 1963).

_____ (2002). *España en Europa*. Valencia: Universidad de Valencia. Col·lecció Honoris Causa.

Elosúa, M.R. (2000). *Procesos de la comprensión, memoria y aprendizaje de textos*. Madrid: Sanz y Torres.

Espina Barrio, Á. B. (2004). *Familia, educación y diversidad cultural: Antropología en Castilla y León e Iberoamérica*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

Esteban de Vega, M. (2009). "La creación simbólica de la Comunidad Autónoma de Castilla y León". En M. E. de Vega y A. Morales Moya. *Castilla en España: historia y representaciones*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, pp. 315-328, 2009.

Esteban de Vega, M. y Morales Moya, A. (2009). *Castilla en España: historia y representaciones*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

Estepa Díez, C. (1987). *Castilla y León, consideraciones sobre su historia: los nombres, los territorios y el proceso histórico*. León: Universidad de León.

Estrin, Mark W. (2002). *Orson Welles: Interviews*. Mississippi: University Press of Mississippi.

- Ezkerra, I. (2001). "Del sentido y del sentimiento de España". En F. García de Cortázar (ed.). En *La nación española: historia y presente*. Madrid: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, pp. 19-39, 2001.
- Fernández, P. V. (2008). *La transición en León*. León: Instituto Leonés de Cultura.
- Frascara, J. (1999). *El poder de la imagen. Reflexiones sobre comunicación visual*. Buenos Aires: Infinito.
- Fusi, J. P. (2001). "España. La evolución de la identidad nacional". En F. García de Cortázar (ed.). En *La nación española: historia y presente*. Madrid: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, pp. 93-107, 2001.
- Galindo, A. (1984). "El regionalismo castellano en la España de la Restauración: un apunte". *Estudios de Historia Social*, 28-29, pp. 389-394.
- Gamson, W. y Modigliani, A. (1966). "Knowledge and foreign policy opinions: Some models for consideration". *Public Opinion Quarterly*, 30, pp. 187-99.
- Gans, H. J. (1979). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. Evanston, Illinois: Northwestern University Press.
- García, M. (1993). *Contemporary newspaper design: a structural approach*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- García Ferrando, M. (1986). "La encuesta". En M. García Ferrando, J. Ibáñez y F. Alvira (comp.). *El análisis de la realidad social*. Madrid: Alianza, 1986.
- Garfinkel, H. (2006). *Estudios en etnometodología*. Barcelona: Anthropos Editorial (1ª ed.:1968).
- Gautier Dalché, J. (1979). *Historia urbana de León y Castilla en la Edad Media (siglos IX-XIII)*. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores.
- Gellner, E. (2006). *Nations and nationalism*. Oxford: Blackwell (1ª ed.:1983).
- Ghanem, S. y Evatt, D. (1995). "Media coverage and public concern about crime: An exploration of the second dimension of agenda setting". Artículo presentado en la reunión de la World Association for Public Opinion Research de 1995, La Haya (Holanda).
- Gibson, I. (1993). *España*. Barcelona: Ediciones B.
- Gispert, C. y Prats, J.M. (1978). *España, un estado plurinacional*. Barcelona: Blume.
- Gitlin, T. (1981). "Media Sociology: The Dominant Paradigm". En G. Cleveland Wilhoit y H. Bock (eds.). *Mass Communications Review Yearbook*. Londres: Sage, 1981.
- Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity*. Nueva York: Simon & Schuster.
- González Antón, L. (2002). *España y las Españas*. Madrid: Alianza Editorial (Historia, El libro de bolsillo).
- González García, F. (1998). *Castilla y León en el cine*. Valladolid: Semana Internacional de Cine de Valladolid-Junta de Castilla y León.

- Gracia Cárcamo, J. (2009). "Una hija mayor cada vez más hostil: la imagen de Castilla y la España interior en la historiografía de las provincias vascas (1770-1820). En M. E. de Vega y A. Morales Moya (eds.). *Castilla en España. Historia y representaciones*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, pp. 19-95, 2009.
- Greenberg, B. S. (1964). "Person-to-Person Communication in the Diffusion of News Events". *Journalism Quarterly*, vol. 41, pp. 489-94.
- Gunter, B. (2000). *Media research methods. Measuring audiences, reactions and impact*. Londres: Sage.
- Gutiérrez Nieto, J. I. (1973) *Las comunidades como movimiento antiseñorial: La formación del bando realista en la guerra civil castellana de 1520-1521*. Barcelona: Planeta.
- Habermas, J. (1962). *Historia y crítica de la opinión pública*. Gustavo Gili: Barcelona.
- Haliczer, S. (1987) *Los Comuneros de Castilla: la forja de una revolución (1475-1521)*. Valladolid: Universidad de Valladolid
- Hardt, H. (1979). *Social Theories of the Press: Early German and American Perspectives*. Beverly Hills, California: Sage.
- Heller, H. (1947). *Teoría del Estado*. México: FCE.
- Hernández Sánchez, A. (1995). *Estructura social de Castilla y León*. Valladolid: Ámbito
- Hijmans, E. (1996). "The logic of qualitative media content analysis: A typology". *Communications*. 21, 93-109.
- Hobsbawm, E. J. (1990). *Nations and nationalism since 1780: Programme, myth, reality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Holsti, O.R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading: Addison-Wesley Pub. Co.
- Igartua, J. J. ; Otero, J.; Muñiz, C.; Cheng, L.; y Gómez, J. (2007). "Efectos cognitivos y afectivos de los encuadres noticiosos de la inmigración". En J. J. Igartua y C. Muñiz (eds.) *Medios de comunicación, inmigración y sociedad*. Ediciones Universidad de Salamanca, 2007.
- Iyengar, S. y Kinder, D. (1993). "Televisión y opinión pública", Gernika: Mexico DF.
- Jasperson, A.E., Shah, D., Watts, M., Faber, R.J., Fan, D.P. (1998) "Framing and the Public Agenda: Media Effects on the Importance of the Federal Budget Deficit". *Political Communication*, 15, pp. 205-24.
- Joyanes, L. (1997). *Cibersociedad. Los retos sociales ante un nuevo mundo digital*. Madrid: McGraw-Hill.
- Juaristi, J. (1997). *El bucle melancólico*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Juliá, S. (2009). *Hoy no es ayer*. Barcelona: RBA.
- Kamen, H. (2004). *La Inquisición Española: una revisión histórica*. Barcelona: Crítica.
- Katz, E. (1959). "Mass Communication Research and the Study of Culture". *Studies in Public Communication*, vol. 2, pp. 1-6.

- Katz, E., Blumler, J. y Gurevitch, M. (1973). "Uses and gratifications research". *Public Opinion Quarterly*, 37:4.
- Katz, E. y Lazarsfeld, P. F. (1974). *La influencia personal*. Barcelona: Hispano Europea (1ª ed.: 1955).
- Kayser, J. (1982). *El diario francés*. Barcelona: A.T.E.
- Kedourie, E. (1993). *Nationalism*. Oxford: Blackwell (1ª ed.: 1960).
- Keane, J. (2009). *The life and death of democracy*. London: Simon&Schuster.
- Kinder, D. y Sanders, L. (1990). "Mimicking political debate with survey questions: The case of white opinion on affirmative action for blacks", *Social cognition*, 8, pp. 73-103.
- Klapper, J. T. (1960). *Efectos de las comunicaciones de masas*, Madrid: Aguilar (1974).
- Kraus, S. y Davis, D. (1976). *The Effects of Mass Communication on Political Behavior*. Univ. Park (PA): Pennsylvania State Univ. Press.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis. An introduction to its methodology*. Londres: Sage, 2ª ed.
- Kumar, R. (1999). *Research methodology: a step-by-step guide for beginners*. Londres: Sage.
- Küpper, N. (1990). "Grabación de la mirada. Investigación del comportamiento del lector al leer periódicos". Office for Newspaper Design. Documento consultado vía electrónica en la web www.editorial-design.com/leseforschung/Grabaciondelamirada.pdf (última consulta: marzo 2011).
- Labio Bernal, A. (2006). *Comunicación, periodismo y control informativo: Estados Unidos, Europa y España*. Barcelona: Anthropos.
- Lafuente, M. (1889). *Historia General de España*, vol. I. Barcelona.
- Laín Entralgo, P. (2000). "Epílogo". En VVAA (2000). *España como nación*. Madrid: Real Academia de la Historia, pp. 251-3.
- Laínz, J. (2004). *Adiós, España. Verdad y mentira de los nacionalismos*. Madrid: Encuentro.
- Lang, G. y Lang, K. (1981). "Watergate. An exploration of the Agenda - Building process". En G.C. Wilhoit y H. DeBock (Eds.), *Mass communication review yearbook 2*. Beverly Hills, CA: Sage, pp. 447-68.
- Lasswell, H. D. (1927). *Propaganda technique in the world war*. New York: Peter Smith.
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B. y Gaudet, H. (1948). *The People's Choice*. Nueva York: Columbia University Press.
- Lawler, E.J. (1992). "Affective attachments to nested groups: A choice-process theory". *American Sociological Review*, 57 (Junio): 327-39.
- Leguineche, M. (1998). *"Yo pondré la guerra": Cuba 1898, la primera guerra que se inventó la prensa*. Madrid: El País-Santillana.

Lemert, J.B. (1983). *Después de todo... ¿puede la comunicación masiva cambiar la opinión pública?* México: Publigráficos (1ª ed.: 1981).

Linz, J. J. (1973). "Early State-Building and Late Peripheral Nationalisms Against the State". En S. N. Eisenstadt y S. Rokkan (eds) (1973). *Building States and Nations: Models, Analyses, and Data Across Three Worlds*. Beverly Hills (Los Angeles): Sage, pp.32-112, Volume II.

_____ (1985) "From Primordialism to Nationalism". En E. A. Tiryakian y R. Rogowski, (eds) (1985). *New Nationalisms of the Developed West*. Boston: Allen & Unwin, pp. 203-253.

_____ (1993a). "Innovative Leadership in the Transition to Democracy and a New Democracy: The Case of Spain." En G. Sheffer (ed.). *Innovative Leaders in International Politics*. Albany, Nueva York: State University of New York Press, pp. 141-186, 1993.

_____ (1993b). "State building and nation building". *European Review*, Vol. 1, No. 4, pp. 355-369.

_____ (2008). "De la crisis de un Estado unitario al Estado de las Autonomías". En J. J. Linz, edición de J. R. Montero y T. J. Miley. *Obras escogidas*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales, pp. 161-275, 2008.

Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. Nueva York: The Free Press.

_____ (1927a). *Liberty and the news*. Forgotten Books.

_____ (1927b). *The Phantom Public*. Nueva York: MacMillan.

López Castellón, E. (Coord.) (1983). *Historia de Castilla y León. T. 2, Orígenes de Castilla y León*. Valladolid: Reno.

López García, G. (2001). "Comunicación electoral y formación de la opinión pública. Las elecciones generales de 2000 en la prensa española". Tesis doctoral dirigida por J. V. Gavalda Roca y presentada en el Departamento de Teoría de los Lenguajes de la Universidad de Valencia.

_____ (2004). *Comunicación electoral y formación de la opinión pública: las elecciones generales de 2000 en la prensa española*. Valencia: Ediciones Universidad de Valencia.

López García, X.; Limia Fernández, M.; Isasi Varela, A.; Pereira Fariña, X.; Gago Mariño, M.; y Calvo Diéguez, R. (2005a). "Tipología de los cibermedios". En R. Salaverría (Coord.)(2005). *Cibermedios*. Sevilla: Comunicación Social, pp. 39-70.

López García, X.; Limia Fernández, M.; Isasi Varela, A.; Pereira Fariña, X.; Gago Mariño, M.; y Calvo Diéguez, R. (2005b). "Análisis comparativo de cibermedios: Lavanguardia.es, Elmundo.es y Elpaís.es". En Ramón Salaverría (coord.). *Cibermedios*. Sevilla: Comunicación Social, pp. 125-143, 2005.

López, M. (1995). *Cómo se fabrican las noticias*, Barcelona, Paidós.

Losa Ranz, J. L. (1996). "La estructura regional del diario ABC". Proyecto de Fin de Carrera, Universidad Pontificia de Salamanca.

Lucena Giraldo, M. (2006). *A los cuatro vientos. Las ciudades de la América Hispánica*. Madrid: Ambos Mundos.

- Luhmann, N. (2007). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.
- Lupton, E. (1993). "Diccionario visual". En E. Lupton y J.A. Miller (eds.) *La Bauhaus y la teoría del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 22-33, 1993.
- Maciá Mercadé, J. (1993). *La comunicación regional y local*. Madrid: Ciencia 3.
- Maddens, B. y Van den Berghe, K. (2001). "The identity politics of multicultural nationalism: A comparison between the regular public addresses of the Belgian and the Spanish monarchs (1990-2000)". *Workshop No. 19*. ECPR Joint Sessions. Grenoble.
- Manero, F. (2003) *La entidad recuperada: (veinte años de Castilla y León), 1983-2003*. Valladolid: Ámbito.
- Maravall, J. A. (1963). *Las comunidades de Castilla: una primera revolución moderna*. Madrid: Revista de Occidente
- Mariás, J. (1966). *Los españoles*. En *Obras, VII*, Madrid: Revista de Occidente.
- Martín, J. L. (1995). "Tímida conciencia castellanista. El despertar de una dolida conciencia castellana que puede generar resentimiento. En Aróstegui, J., Blanco, J. A., Delibes, G., García Simón, A., Mangas, J., Ortega Valcárcel, J., Rodríguez Sánchez, Á., Valdeón, J., y Yun Casalilla, B. *Historia de una cultura III. Las Castillas que no fueron*. Junta de Castilla y León: Consejería de Turismo y Comercio, 1995.
- Martínez-Herrera, E. (2002). "From nation-building to building identification with political communities: Consequences of political decentralisation in Spain, the Basque Country, Catalonia and Galicia, 1978-2001". *European Journal of Political Research*, 41, pp. 421-53.
- Martínez Peñas, L. (2007). *El confesor del rey en el Antiguo Régimen*. Madrid: Editorial Complutense.
- McCombs, M. (2003). "Myth and reality in scientific discovery: the case of agenda-setting theory". En Brenda Dervin y Steven Chaffee (comps.). *Communication: A Different Kind of Horse Race*. Nueva York: Hampton Press, 2003.
- _____ (2006). *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- McCombs, M. y Estrada, G. (1994), "The news media and the pictures in our heads". En S. Iyengar y R. Reeves (eds.). *Do the media govern? Politicians, voters, and reporters in America*. Thousand Oaks, CA: Sage, pp. 237-247, 1994.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- McQuail, D. y Windhal, S. (1984). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: EUNSA.
- Menéndez Pidal, R. (1957a). *España y su historia*. Madrid: Minotauro. Volumen I.
- _____ (1957b). *España y su historia*. Madrid: Minotauro. Volumen II.

____ (1958). "Carlos V y las Comunidades vistas a nueva luz documental", en *El P. Las Casas y Vitoria, con otros temas de los siglos XVI y XVII*, Col. Austral, núm. 1.286. Madrid: Espasa-Calpe, pp. 65-98.

Miley, T. J. (2006). *Nacionalismo y política lingüística: El caso de Cataluña*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales.

Monzón Arribas, C. (1987). *La opinión pública. Teorías, concepto y métodos*. Madrid: Tecnos.

____ (1990a). "Teoría de los efectos limitados". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y J. L. Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 242-55, 1990.

____ (1990b). "La espiral del silencio y la hipótesis del distanciamiento social". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y J. L. Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 282-93, 1990.

____ (1996). *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público*. Madrid: Tecnos.

Monzón, C. y Dader, J. L. (1990). "Las encuestas y su tratamiento periodístico". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y José Luis Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 465-87, 1990.

Monzón, C. y Rospir, J. I. (1990). "Las encuestas electorales". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J. I. Rospir y José Luis Dader. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid, Eudema, p. 508-15, 1990.

Moragas, M. (1981). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.

Morales Moya, A. (2005). "La interpretación castellanista de la historia de España". En A. Morales Moya y M. Esteban de Vega. *¿Alma de España?: Castilla en las interpretaciones del pasado español*. Madrid: Marcial Pons, Ediciones de Historia, 2005.

Moreno Fernández, L. (1997). *La federalización de España. Poder político y territorio*. Madrid: Siglo XXI.

Moreno Hernández, C. (2009). *En torno a Castilla*. Londres: Lulu Enterprises.

Müller, P. (1970). *Die Soziale Gruppe im Prozess der Massenkommunikation*. Stuttgart.

Munari, B. (2000). *Diseño y comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica*. Barcelona: Gustavo Gili.

Nasaw, D. (2005). *Hearst. Un magnate de la prensa*. Barcelona: Tusquets Editores.

Neuendorf, K. (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Londres: Sage.

Nie, N.H. (2004). "Ten years after the birth of Internet, how do Americans use the Internet in their daily lives?". *Stanford Center for the Quantitative study of Society*, Diciembre 2004.

Noelle-Neumann, E. (1973). "Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt. Ein neuer Ansatz zur Analyse der Wirkung der Massenmedien", *Publizistik*, 18, 26-55.

____ (1977). “El doble clima de opinión: la influencia de la televisión en una campaña electora”, *REIS*, 4, 1978.

____ (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.

Nowak, K., Rosengren, K. E. y Sigurd, B. (1976). “Kommunikation, underpriviligiering, mänskliga värden”. En *Kommunikation, Social Organisation, Mänskliga Resurser*, Estocolmo: Samarbetskommittén för Langtidsmotiverad Forskning,

Núñez Seixas, X. M. (1993) *Historiographical Approaches to Nationalism in Spain*. Fort Lauderdale: Breitenbach.

____ (2005). “From National Catholic nostalgia to constitutional patriotism: conservative Spanish nationalism since the early 1990s”. En S. Balfour (ed.). *The Politics of Contemporary Spain*. Londres: Routledge, pp 121-45, 2005.

Obradors Barba, M. (2007). *Creatividad y generación de ideas: estudio de la práctica creativa en cine y publicidad*. Barcelona: Universitat Jaume I.

Orduña, E. (1986). *El regionalismo en Castilla y León*. Valladolid: Ámbito.

____ (2009). “La tradición municipal en Castilla”. En M. E. de Vega y A. Morales Moya (eds.). *Castilla en España. Historia y representaciones*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, pp. 19-95, 2009.

Ortega y Gasset, J. (1921). *España invertebrada. Bosquejo de algunos pensamientos históricos*. Madrid: Calpe.

Ortigosa Alonso, M. T. (1994). “La prensa en Castilla y León durante el Siglo XX”, Tesina de fin de carrera, Universidad Pontificia de Salamanca, Facultad de Ciencias de la Información.

Padioleau, J. (1981). “De l’opinion publique à la communication politique”. En Jean Padioleau (ed.). *L’opinion publique: examen critique, nouvelles directions*. París: Mouton, 1981.

Palmer, P. A. (1950). “The Concept of Public Opinion in Political Theory”. En Berelson, B. y Janowitz. *Public Opinion and Communication*. Glencoe, 1950.

Palomares, J.M. (1985). “El regionalismo castellano-leonés y las tensiones por conseguir el Estatuto de Autonomía (1900-1936)”. En VVAA, *Regionalismo y nacionalismo en España*, Córdoba, 75-90, 1985.

Palomo Torres, M. B. (2005). “Estructura editorial: diseño, navegación y usabilidad”. En R. Salaverría (Coord.). *Cibermedios*. Sevilla: Comunicación Social, pp. 186-222, 2005.

Patterson, T. (1987). “Journalist’s Role in the Making of Candidate’s Images”. *Paper to the WAPOR World Congress*.

Pellistrandi, B. (2005). “El papel de Castilla en la historia nacional según los historiadores del siglo XIX”. En A. Morales Moya y M. E. de Vega. *¿Alma de España?: Castilla en las interpretaciones del pasado español*. Madrid: Marcial Pons, Ediciones de Historia, 2005.

Pérez Díaz, V. (1993). *La primacía de la sociedad civil*. Madrid: Alianza. 2ª Ed.

- Pérez y Pérez, F. (2005). *Castilla y León: autonomía dividida. De la guerra de las Comunidades a la campaña de Villalar de los Comuneros (1520-2004)*. Burgos: Dossoles.
- Pérez, J. (1999). *La revolución de las comunidades de Castilla (1520-1521)*. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores, 1ª ed: 1977.
- Pérez Vejo, T. (2001). “La nación: mito identitario de la modernidad”. En F. García de Cortázar (ed.). En *La nación española: historia y presente*. Madrid: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, pp. 41-71, 2001.
- Pipitone, U. (2003). *Ciudades, naciones, regiones: los espacios institucionales de la modernidad*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Pietschmann, H. (1992). “El problema del “nacionalismo” en España en la Edad Moderna. La resistencia de Castilla contra el Emperador Carlos V”. *Hispania*, 180, pp. 83-106.
- Pizzolo, C. (1997). *Democracia, opinión pública y prensa: en la construcción de un paradigma*. Mendoza (Argentina): Cuyo.
- Ramírez Estévez, G. (2005). *Un ensayo sobre la población de Castilla y León*. Valladolid: Estévez.
- Redero San Román, M. y De la Calle Velasco, M. D. (2008). *Castilla y León en la historia contemporánea*, Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Reguillo, R. (1998). “De la pasión metodológica o de la (paradójica) posibilidad de la investigación”. En R. Mejía y S.A. Sandoval (coords.) *Tras las vetas de la investigación cualitativa: perspectivas y acercamientos desde la práctica*. Tlaquepaque, Jalisco (México): Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Renan, E. (1887). *Discours et conférences*. Paris: Calman Levy.
- Represa, A. (1983). *El pendón real de Castilla*. Valladolid: Ámbito.
- Reyero, C. (2001). “La construcción iconográfica del nacionalismo español en el siglo XIX”. En F. García de Cortázar (ed.). En *La nación española: historia y presente*. Madrid: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, pp. 109-120, 2001.
- Reyna, P. (1980). *Resistencias y luchas campesinas en la época del crecimiento y consolidación de la formación feudal Castilla y León, siglos X-XIII*. Madrid: Siglo XXI de España Editores.
- Riffe, D., Lacy, S. y Fico, F.G. (1998). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Rivas Nieto, P. E. (2004). “Periodismo libresco de viajes del último tercio del siglo XX : autores españoles en los cinco continentes : estudio de contenidos, personajes y estereotipos”. Tesis doctoral, Universidad Pontificia de Salamanca, director: Fernando Martínez Vallvey.
- _____ (2011). *Periodismo libresco de viajes del último tercio del siglo XX. Autores españoles en los cinco continentes*. Editorial Académica Española (Lambert): Saarbrücken (Alemania)

_____. (2012). "La fragua del Estado (o de cómo España ha sido, pese a todo, siempre Europa)". En Carlos Alberto Patiño Villa (ed.). *Estado, guerras internacionales e idearios políticos en Iberoamérica*, pp. 143-82, 2012.

Rivero, Á. (2011). *La Constitución de la Nación. Patriotismo y libertad individual en el nacimiento de la España liberal*. Madrid: FAES.

Roda Fernández, R. (1989). *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Rodríguez Bravo, Á. (1995). *Una nueva propuesta metodológica en torno al ritmo visual: aplicación del método instrumental al ritmo visual de una telenovela y un telefilme norteamericano*. Universidad Autónoma de Barcelona. Bellaterra, Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Rodríguez, M. S. (2007). "En busca de un hipotético cine castellano o castellano-leonés". En N. Berthier y J. C. Seguin. *Cine, nación y nacionalidades en España*, Madrid: Collection de la Casa Velázquez, vol. 100, pp. 101-119, 2007.

Rodríguez Díaz, R. (2001). "Los profesores universitarios como medios de comunicación: la 'agenda-setting' de los alumnos y profesores". Tesis doctoral dirigida por Fermín Bouza Álvarez y Maxwell McCombs, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Sociología VI (Opinión Pública y Cultura de Masas), Universidad Complutense de Madrid.

Rodríguez Sánchez, Á. (1995) "Castilla y León, Cabeça, Fundamento de los demás reynos". En Aróstegui, J., Blanco, J., Delibes, G., García Simón, A., Mangas, J., Ortega Valcárcel, J., Rodríguez Sánchez, Á., Valdeón, J., y Yun Casalilla, B. *Historia de una cultura. Castilla y León en la Historia de España*, Junta de Castilla y León: Consejería de Turismo y Comercio, pp. 295-348, 1995.

Rogers, E. (1976). "Communication and Development: The Passing of a Dominant Paradigm". *Communication Research*, vol. 3, pp. 213-40, 1976.

Rogers, E. y Shoemaker, F. (1972). *Communication of Innovations*. Glencoe: Free Press.

Rogers, E. y Dearing, J. (1988). "Agenda-setting research: Where has it been? Where is it going?" En J. A. Anderson (Ed.). *Communication Yearbook, 11*, Newbury Park, CA: Sage, 555-594, 1988.

Rovigatti, V. (1981), *Lecciones sobre la ciencia de la opinión pública*. Quito: CIESPAL.

Sádaba, C. y Portilla, I. (2005). "Modelos de negocio". En R. Salaverría (coord.). *Cibermedios*. Sevilla: Comunicación Social, pp. 82-121, 2005.

Salaverría, R. y Cores, R. (2005). "Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos". En R. Salaverría (coord.). *Cibermedios*. Sevilla: Comunicación Social, pp. 145-185, 2005.

Sánchez-Albornoz, C. (1958). *Espanoles ante la historia*. Buenos Aires: Losada.

Sánchez Badiola, J. J. (2010). *Simbolos de España y de sus regiones y autonomías*. Madrid: Vision Libros.

- Sánchez Prieto, J. M. (2011). "Nación española y nacionalismos". En Fernando García de Cortázar (ed.) (2001). En *La nación española: historia y presente*. Madrid: Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, pp. 153-178.
- Satué, E. (1988). *El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días*. Madrid: Alianza.
- Satué, F. J. (2005). *Los secretos de la transición. Los nombres, los hechos, la memoria*. Madrid: La Esfera de los Libros.
- Saperas, E. (1985). *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*. Barcelona: Ariel.
- Savater, F. (1995). *El mito nacionalista*. Madrid: Alianza editorial.
- Seco Serrano, C. (1994). *Al correr de los días: Crónicas de la transición (1975-1993)*. Madrid: Editorial Complutense.
- ____ (2000). "Nacionalismo español y nacionalismos periféricos en la Edad contemporánea". En VVAA. *España como nación*. Madrid: Real Academia de la Historia, pp. 215-240, 2000.
- Serrano, C. (1995). "Castilla en cuestión". En Aróstegui, Julio, Blanco, Juan Andrés, Delibes, Germán, García Simón, Agustín, Mangas, Julio, Ortega Valcárcel, José, Rodríguez Sánchez, Ángel, Valdeón, Julio, y Yun Casalilla, Bartolomé. *Historia de una cultura III. Las Castillas que no fueron*. Junta de Castilla y León: Consejería de Turismo y Comercio, 1995.
- Shaw, D. L. y McCombs, M. E. (1977). *The emergence of American political issues: the agenda-setting function of the press*. St. Paul (MN): West Pub.
- Shaw, D. L. y McKenzie, C. (2003). "American Daily Newspaper Evolution: Past, Present ... and Future?". En Shannon E. Martin y David A. Copeland (eds.). Westport (CT): Praeger, pp. 139-152, 2003.
- Shoemaker, P. (1996). "Hardwired for news: using biological and cultural evolution to explain the surveillance function". *Journal of Communication*, 46 (3), pp. 32-47.
- Sierra, R. (1988). *Técnicas de Investigación Social. Teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo.
- Slater, D. (1998). "Analysing Cultural Objects: Content Analysis and Semiotics". En C. Seale (Ed.) *Researching Society and Culture*. Londres: Sage, 1998.
- Speier, H. (1950). "El desarrollo histórico de la opinión pública". En C. Steinberg y W. A. Bluem (eds.). *Los medios de comunicación social*, México: Roble, 1969.
- Statera, G. (1976). "Las investigaciones sobre los efectos de los mass media". En M. Moragas (ed.). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili, 1976.
- Stoetzel, J. y Girard, A. (1973). *Las encuestas de opinión pública*. Madrid: Instituto de la Opinión Pública.
- Stone, P.J., Dunphy, D.C., Smith, M.S. y Ogilvie, D.M. (1966). *The general inquirer: A computer approach to content analysis*. Cambridge: MIT Press.

Suárez Carballo, F. (2004). "Repercusiones cognitivas del Diseño Periodístico Impreso". Tesis doctoral dirigida por Javier Nó Sánchez. Facultad de Comunicación. Universidad Pontificia de Salamanca.

____ (2008). *Fundamentos del diseño periodístico: claves para interpretar el lenguaje visual del diario*. Pamplona: EUNSA.

Suárez Fernández, L. (2000). "Hispania. Los fundamentos de la nación española". En VVAA (2000). *España como nación*. Madrid: Real Academia de la Historia, pp. 13-44.

Suárez Fernández, L. y Andrés-Gallego, J. (1991). *La crisis de la hegemonía española, siglo XVII*. Madrid: Rialp.

Tamarit Rodríguez, A. (2006). *Periodistas locales. El caso de Castilla y León*, Madrid: Fragua

Tena, D. (1997). "La influencia de la composición gráfica en la elección de un bloque de texto escrito". Tesis doctoral dirigida por Ángel Rodríguez Bravo y presentada en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad*. Barcelona: Paidós.

Thompson, I.A.A. (2001). "Castilla, España y la monarquía: la comunidad política, de la patria natural a la patria nacional". En J. H. Elliott, R. L. Kagan y G. Parker. *España, Europa y el mundo atlántico: homenaje a John H. Elliott*, Madrid: Marcial Pons, 2001.

Tichenor, P.J., Donohue, G.A. y Olien, C. (1970). "Mass Media and Differential Growth in Knowledge", *Public Opinion Quarterly*, vol. 34, pp. 158-70.

Tomás y Valiente, F. (1981). *Manual de Historia del Derecho Español*. Madrid:Tecnos.

Tönnies, F (1902). *Kritik der öffentlichen*. Berlín: Meinung.

Triandis, H.C. (1971). *Actitudes y cambio de actitudes*. Barcelona: Toray (1ª ed.: 1974).

Tusell, J. (1995). "El entierro del centralismo". En J. Ceberio. *Memoria de la transición: del asesinato de Carrero a la integración en Europa*. Madrid: El País, 1995.

____ (1999). *España, una angustia nacional*. Madrid: Espasa.

Urdan, T. C. (2005). *Statistics in plain English*, Mahwah (NJ): Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers

Valdeón Baruque, J. (1984) *Aproximación histórica a Castilla y León*. Valladolid: Ámbito

____ (1995). "Origen y consolidación de León y Castilla". En Aróstegui, J., Blanco, J., Delibes, G., García Simón, A., Mangas, J., Ortega Valcárcel, J., Rodríguez Sánchez, Á., Valdeón, J., y Yun Casalilla, B. *Historia de una cultura. Castilla y León en la Historia de España*, Junta de Castilla y León: Consejería de Turismo y Comercio, pp. 198-294, 1995.

____ (1996). "Castilla y León. De la transición democrática a la autonomía". En A. García Simón y J. Ortega Valcárcel (eds.). *Historia de una cultura. España y León*. Informe, Junta de Castilla y León, t. IV, pp. 11-29, 1996.

____ (2008) *Historia de Castilla y León*. Valladolid: Ámbito.

- Vallés, J.M. (1992). "La política autonómica como política de reforma institucional". En R. Cotarelo (ed.) *Transición política y consolidación democrática*. Madrid: CIS, 1992.
- Vilches, L. (1998). "Teoría de la Imagen/pedagogía de la imagen". En J.L. Rodríguez Illera (ed.). *Educación y comunicación*. Barcelona: Paidós, pp. 183-206, 1998.
- VVAA (2006). *La prensa diaria en Castilla y León (1856-2006)*. Valladolid: Junta de Castilla y León.
- VVAA (2006). *La relevancia de los Medios de Comunicación en Castilla y León. Informe a Iniciativa Propia IIP 1/08*. Consejo Económico y Social, Valladolid, Comunidad de Castilla y León.
- Wanta, W. y Wu, Y. C. (1992). "Interpersonal communication and the agenda-setting process". *Journalism Quarterly*, 69, 847-55.
- Weaver, D., Zhu, J. H. y Willnat, L. (1992). "The bridging function of interpersonal communication in agenda-setting". *Journalism Quarterly*, 69, 856-67.
- Weber, M. (1968a). *Economy and Society*. Nueva York: Bedminster Press, Vol I.
- _____ (1968b). *Economy and Society*. Nueva York: Bedminster Press, Vol. II.
- Weber, R.P. (1994). "Basic content analysis". En M.S. Lewis-Beck (ed.) *Research Practice*. California: Sage, pp. 251-338, 1994.
- Welch, M., Weber, L., Y Edwards, W. (1998). "All the News That's Fit to Print. A Content Analysis of the Correctional Debate in the New York Times". *The Prison Journal*, Vol. 80 No. 3, septiembre 2000, pp. 245-264.
- Whitbread, D. (2001). *The design manual*. Sydney: University of New South Wales Press.
- Whorf, B.L. (1971). "La relación del pensamiento y el comportamiento habitual con el lenguaje". En B.L. Whorf (ed.) *Lenguaje, pensamiento y realidad*. Barcelona: Barral Editores. Breve Biblioteca de Reforma pp. 155-183, 1971.
- Williams, R. (1975). *Television, Technology and Cultural Form*, Londres: Fontana.
- Williams, F., Rice, R.E. y Rogers, E.M. (1988). *Research methods and the new media*. Nueva York: The Free Press
- Wimmer, R.D. y Dominick, J.R. (1996). *La investigación científica en los medios de comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Wright Mills, C. (1959). *La imaginación sociológica*. México: Fondo de Cultura Económica.
- _____ (1960). "Functional analysis and mass communication", *Public Opinion Quarterly*, vol. 24:4.
- _____ (1973). *La elite del poder*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Yun Casalilla, Bartolomé (1995) "De la decadencia al final del antiguo régimen". En Aróstegui, J., Blanco, J., Delibes, G., García Simón, A., Mangas, J., Ortega Valcárcel, J., Rodríguez Sánchez, Á., Valdeón, J., y Yun Casalilla, B. *Historia de una cultura. Castilla y*

León en la Historia de España, Junta de Castilla y León: Consejería de Turismo y Comercio, pp. 349-415, 1995.

Zaller, J. (1992). *The nature and origins of mass opinion*. Cambridge University Press.

Zorrilla, J. (1997). *Introducción al diseño periodístico*. Pamplona: EUNSA.

Zucker, H. (1978). "The variable nature of news media influence". En Brent Ruben (comp.) *Communication Yearbook 2*. New Brunswick (Nueva Jersey): Transaction Books, 1978.

La relación de la visibilidad mediática de las Comunidades Autónomas con la conciencia regional y otros indicadores sociales.

ANEXO DE MAPAS

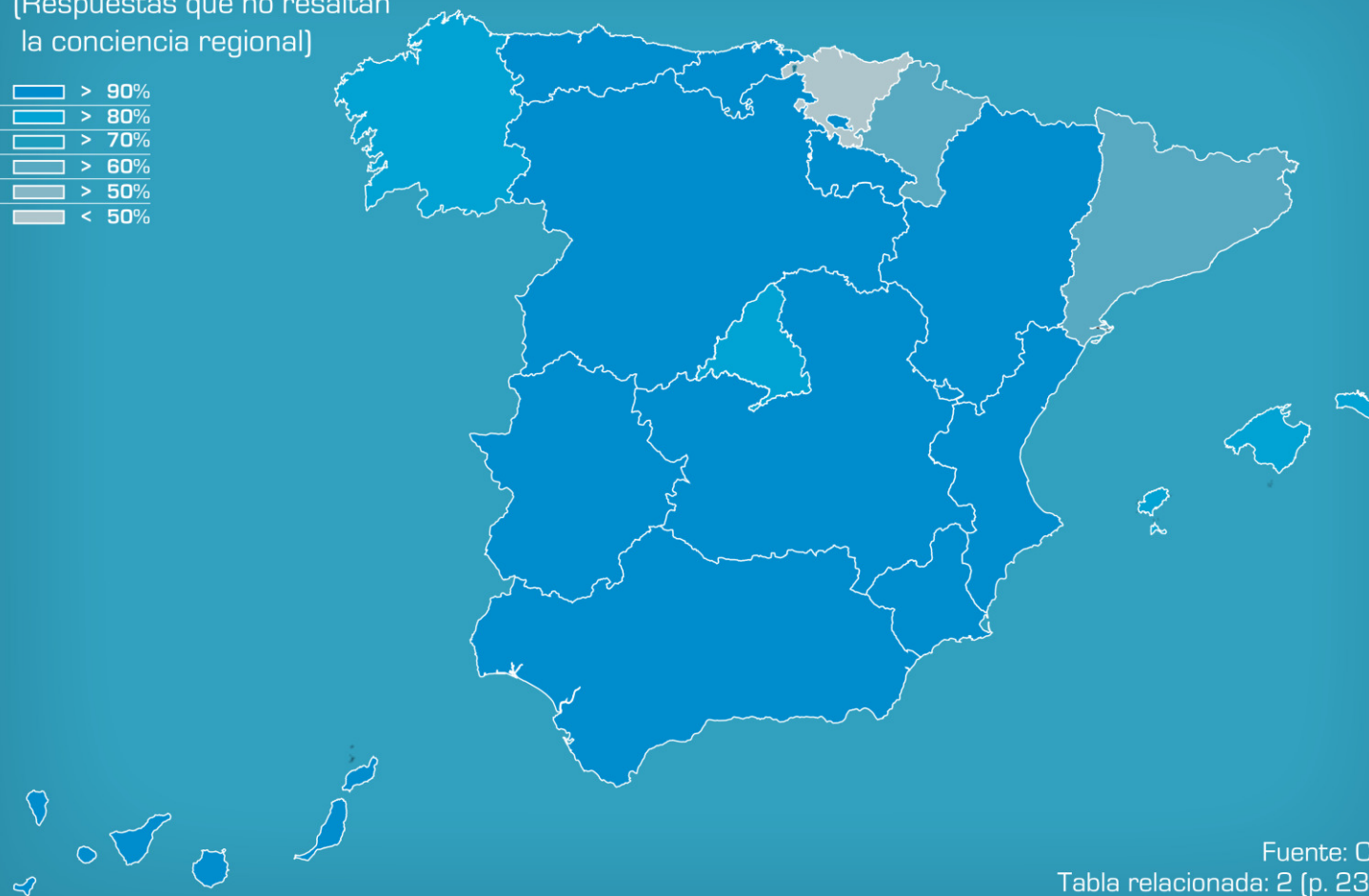
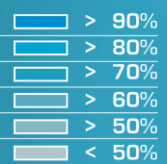
[Tesis doctoral]

[Roberto Gelado Marcos]

[Director: Dr. D. Pedro Rivas Nieto]

Barómetro Autonómico I

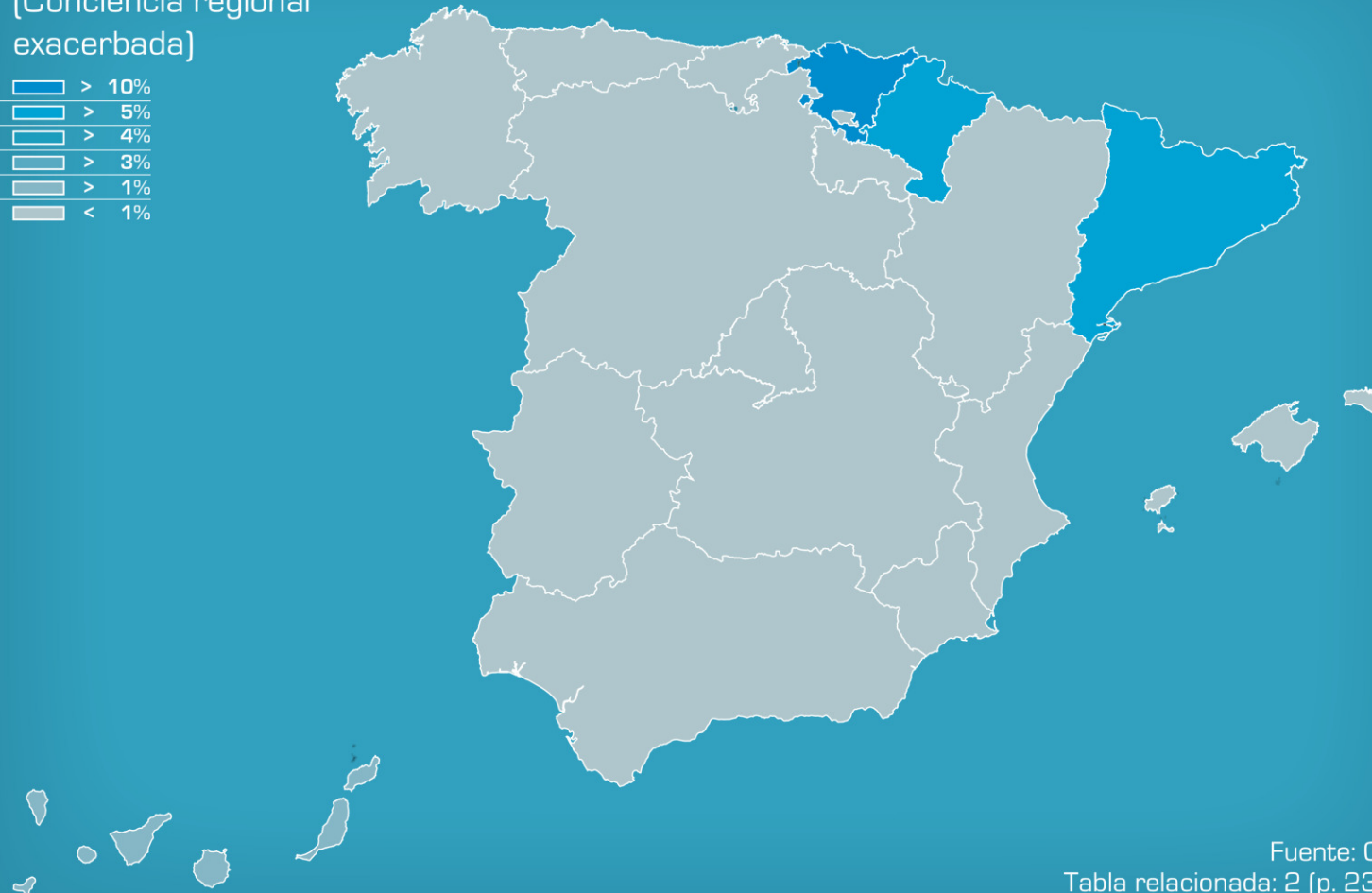
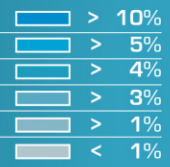
(Respuestas que no resaltan la conciencia regional)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 2 (p. 234)

Barómetro Autonómico I

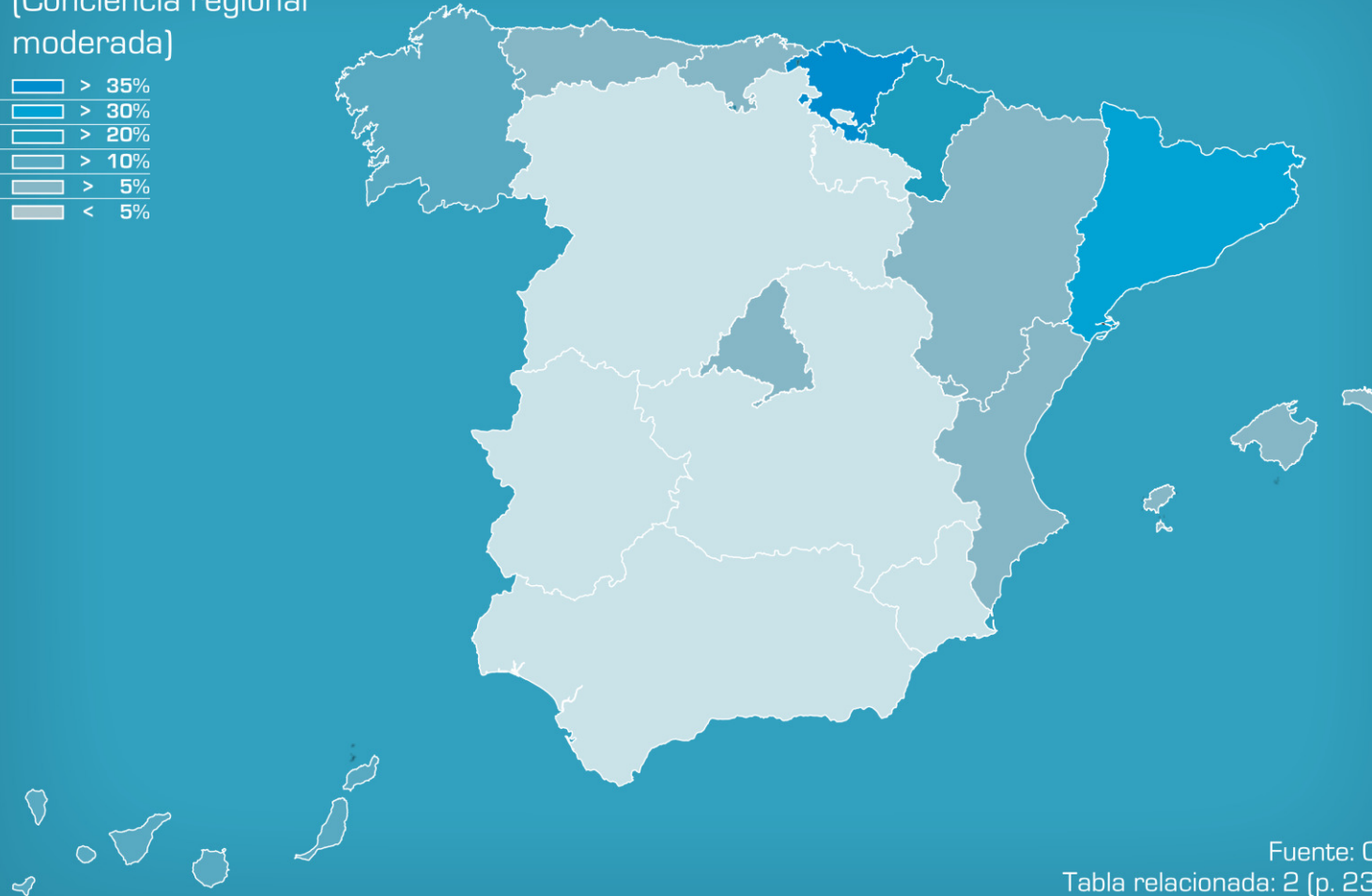
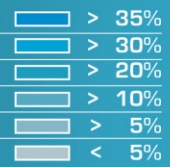
[Conciencia regional exacerbada]



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 2 (p. 234)

Barómetro Autonómico I

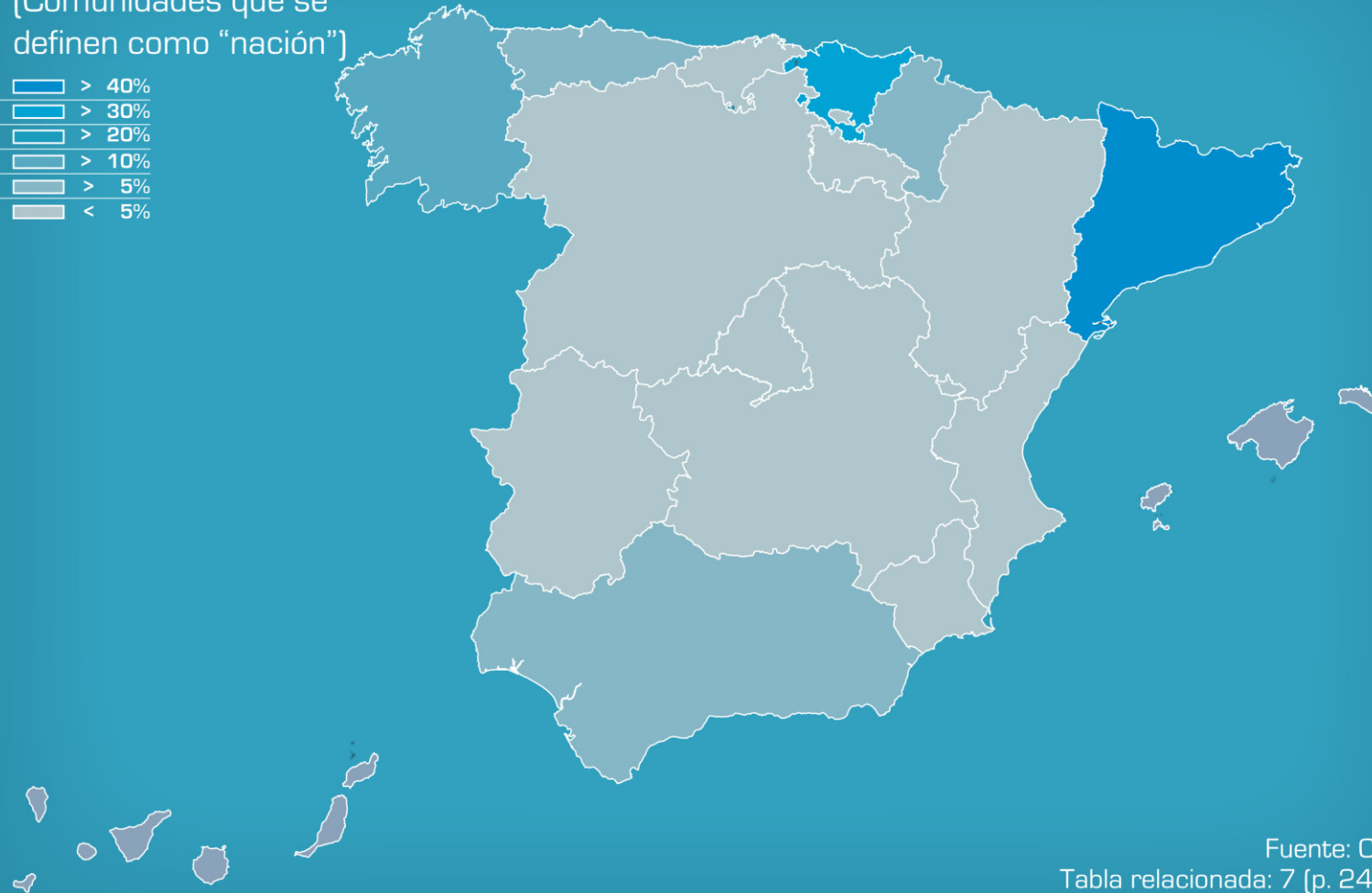
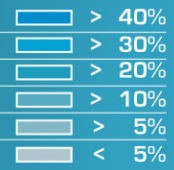
(Conciencia regional moderada)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 2 [p. 234]

Barómetro Autonómico I

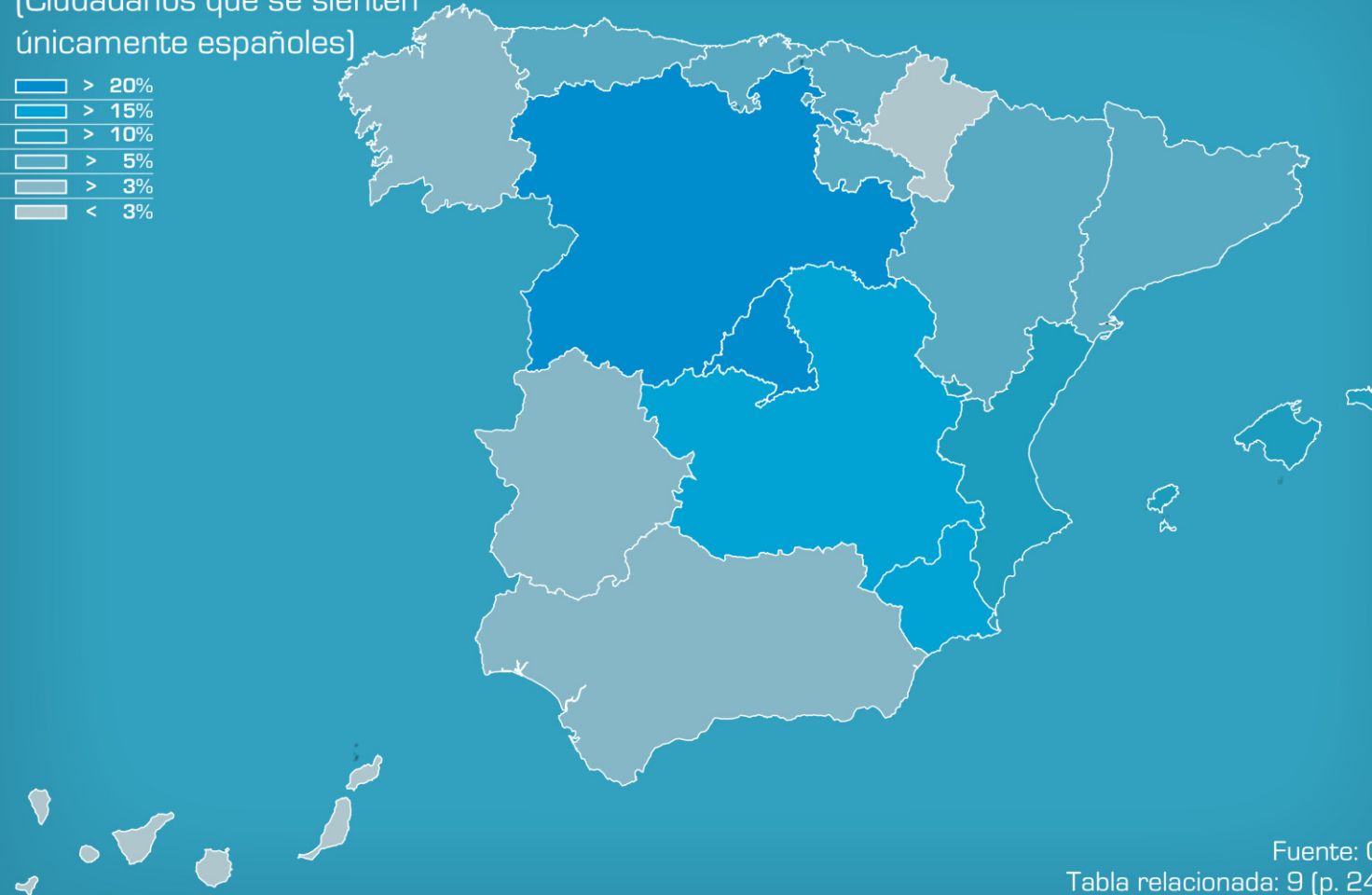
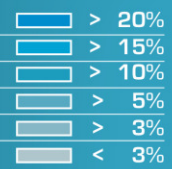
[Comunidades que se definen como "nación"]



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 7 (p. 244)

Barómetro Autonómico I

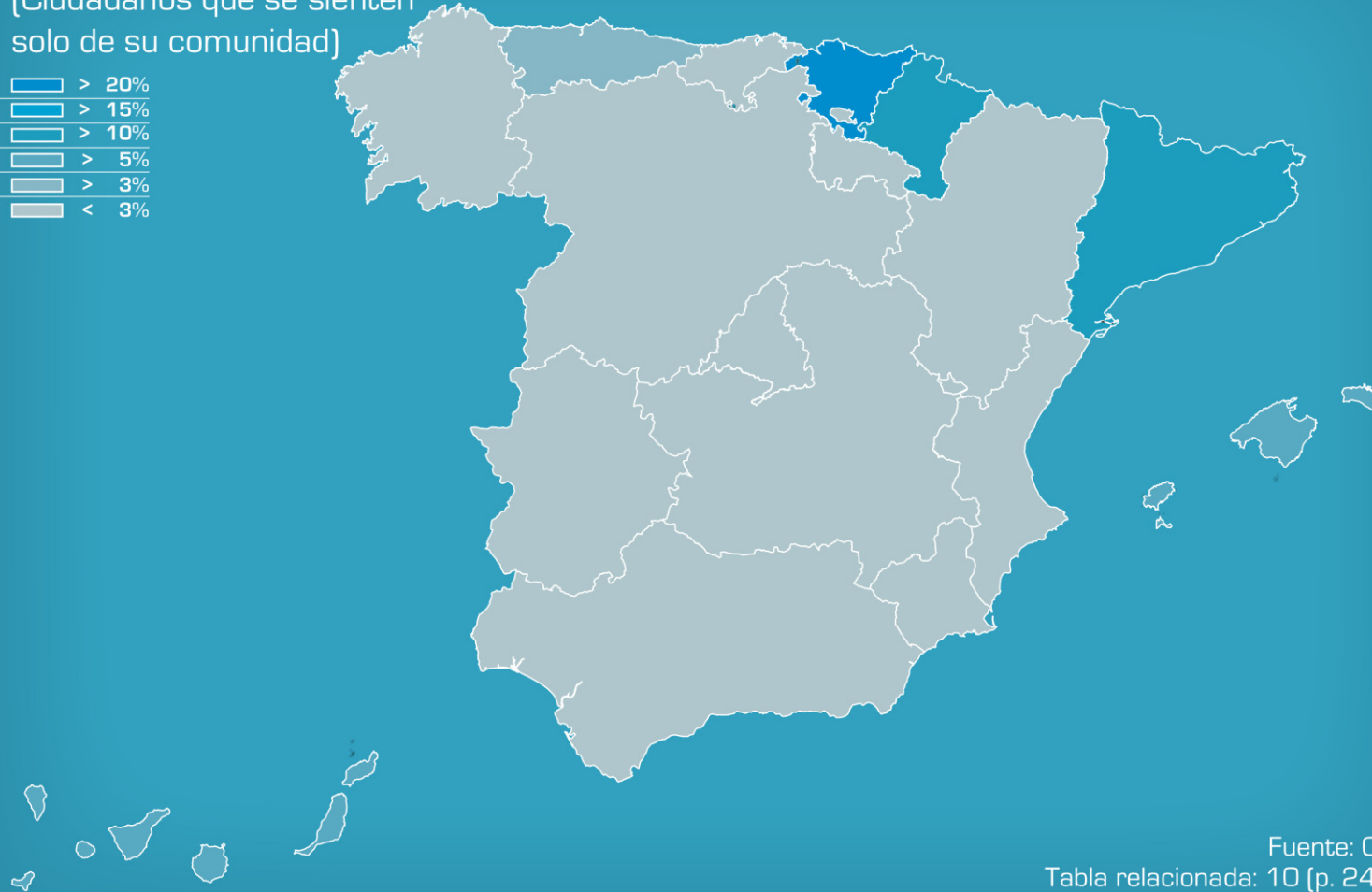
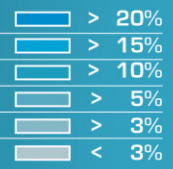
(Ciudadanos que se sienten únicamente españoles)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 9 (p. 247)

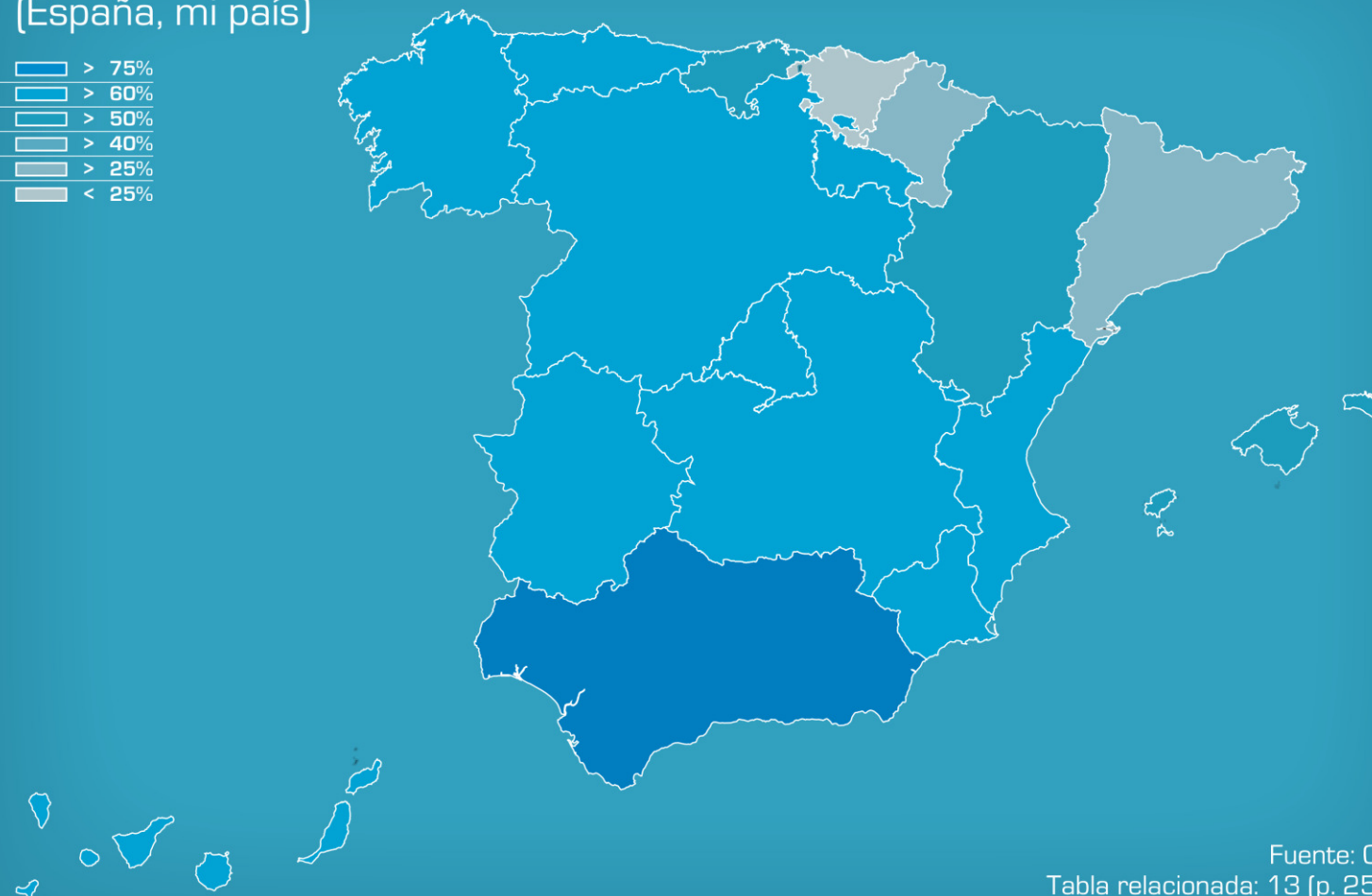
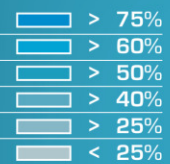
Barómetro Autonómico I

(Ciudadanos que se sienten solo de su comunidad)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 10 (p. 249)

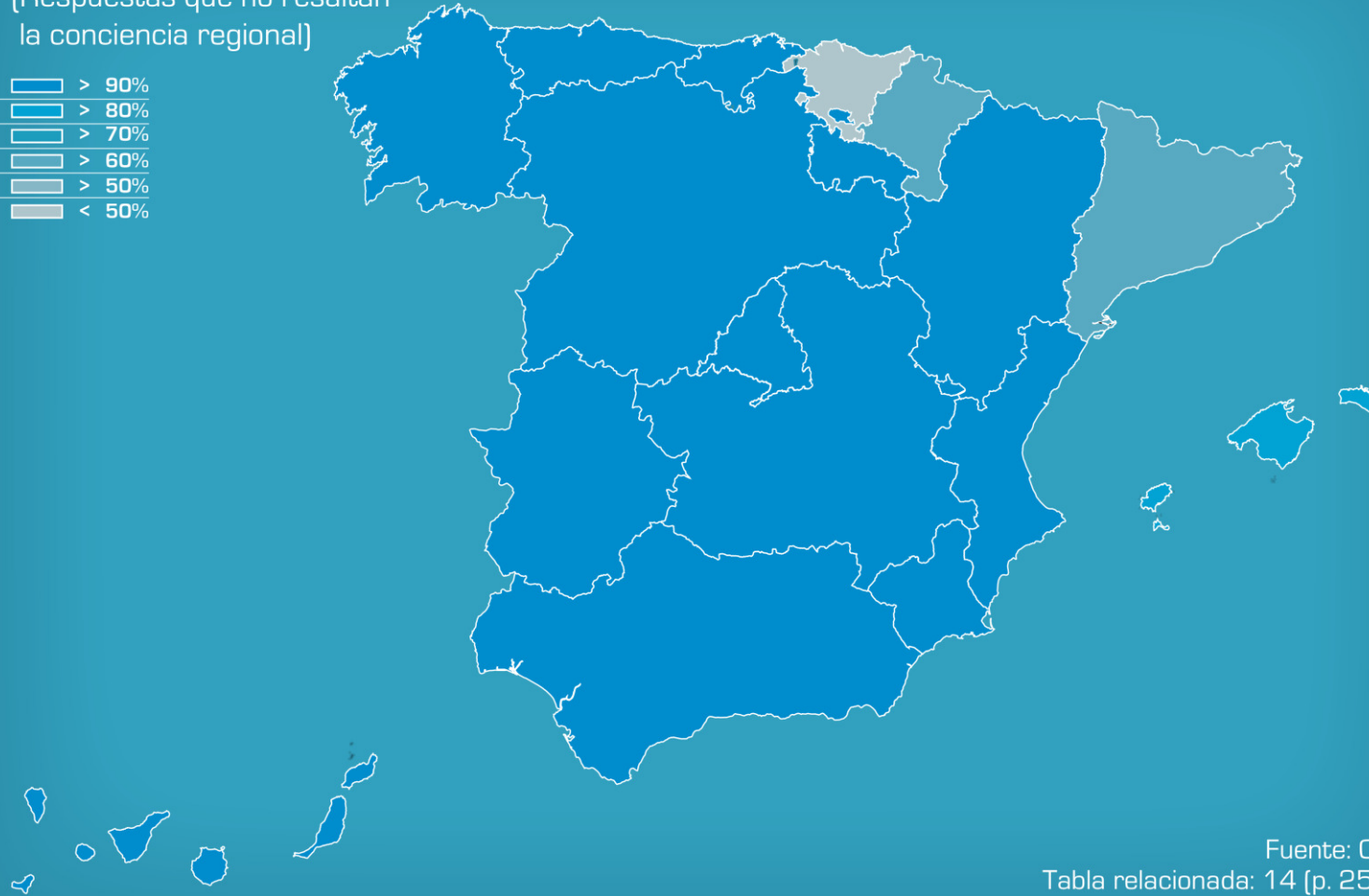
Barómetro Autonómico II (España, mi país)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 13 (p. 257)

Barómetro Autonómico II

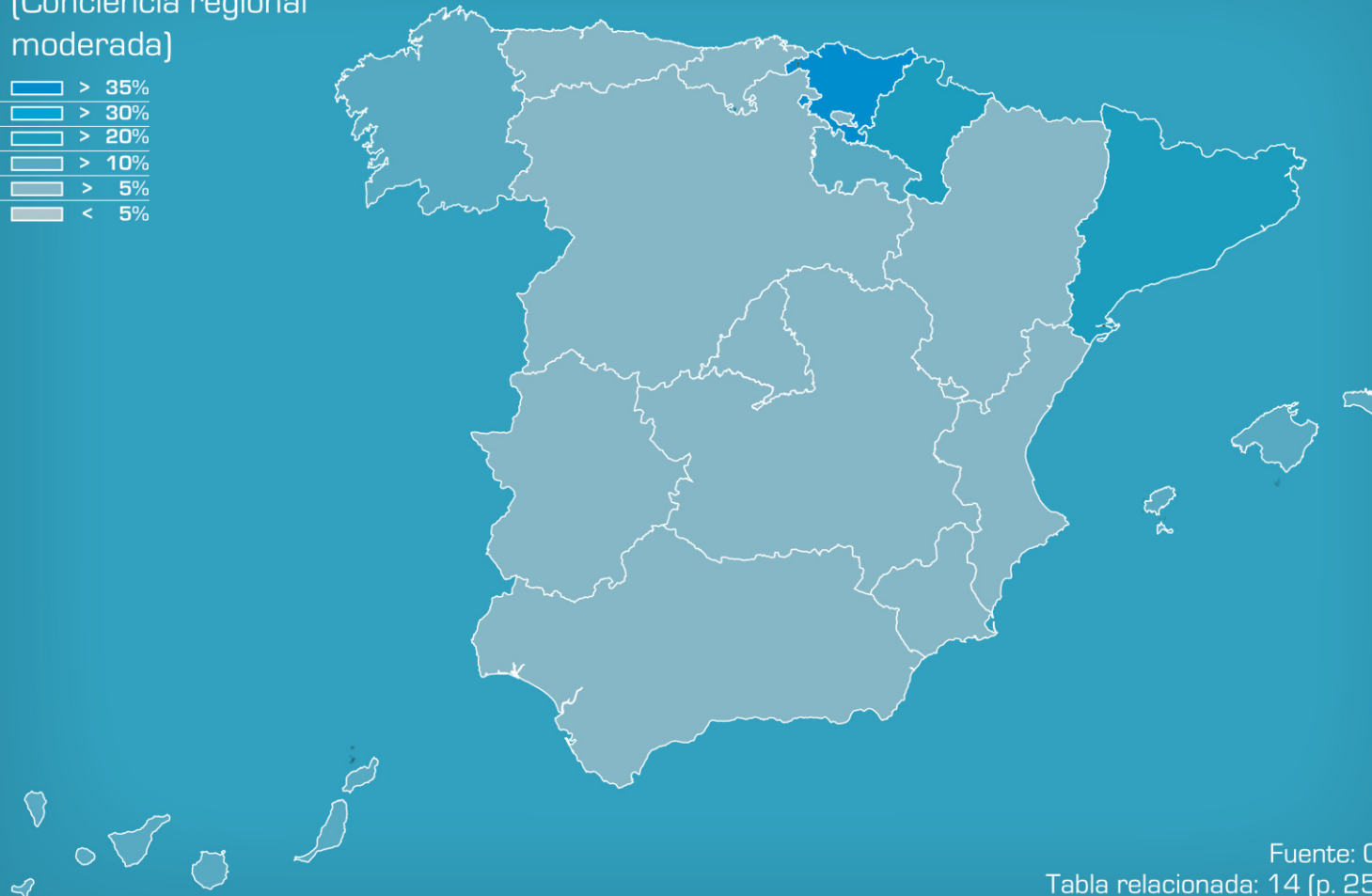
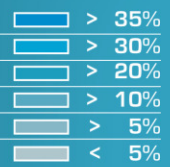
(Respuestas que no resaltan la conciencia regional)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 14 (p. 258)

Barómetro Autonómico II

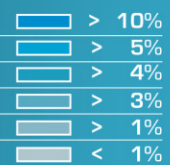
(Conciencia regional moderada)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 14 [p. 258]

Barómetro Autonómico II

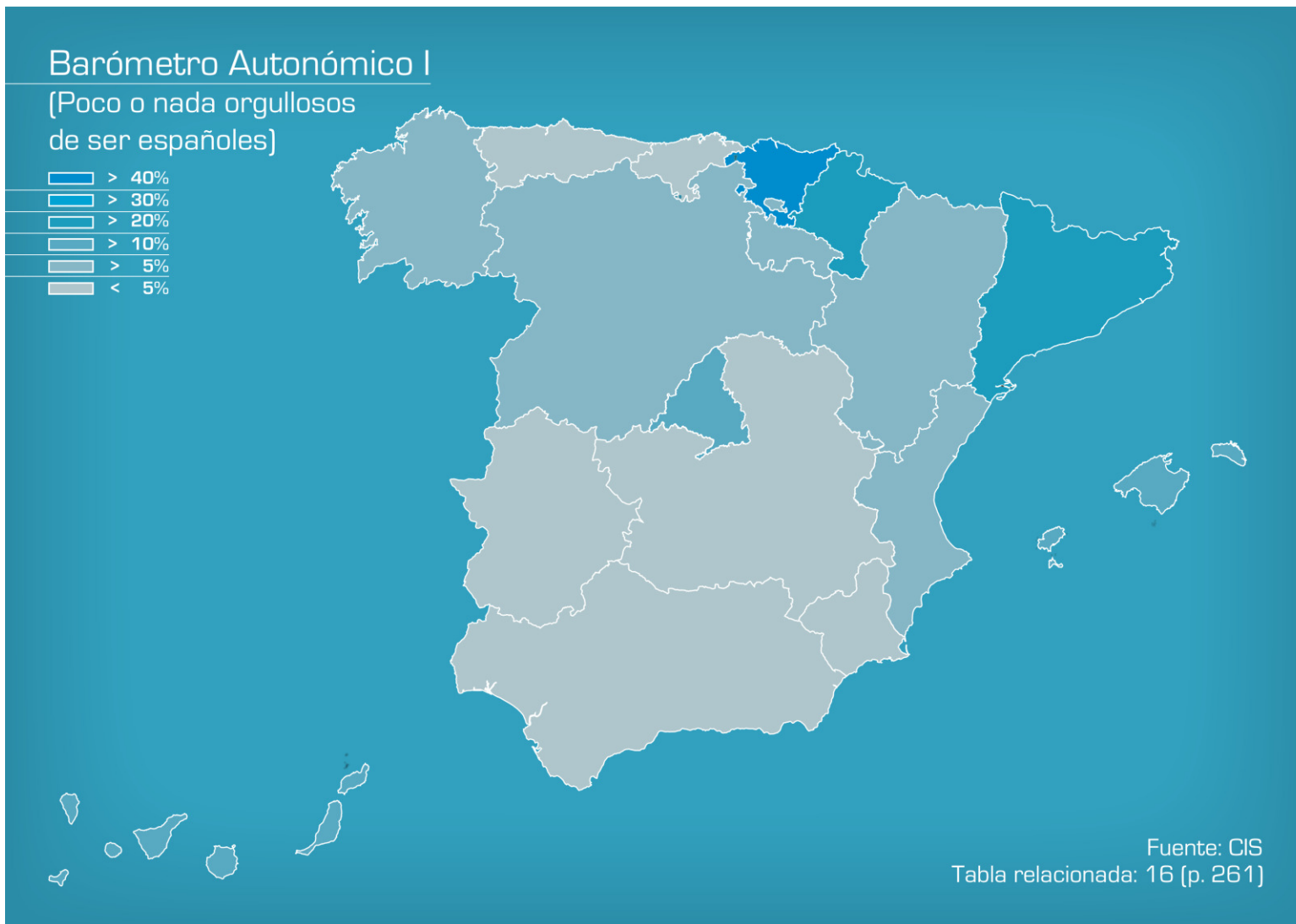
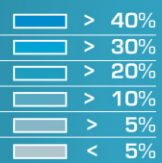
[Conciencia regional exacerbada]



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 14 (p. 258)

Barómetro Autonómico I

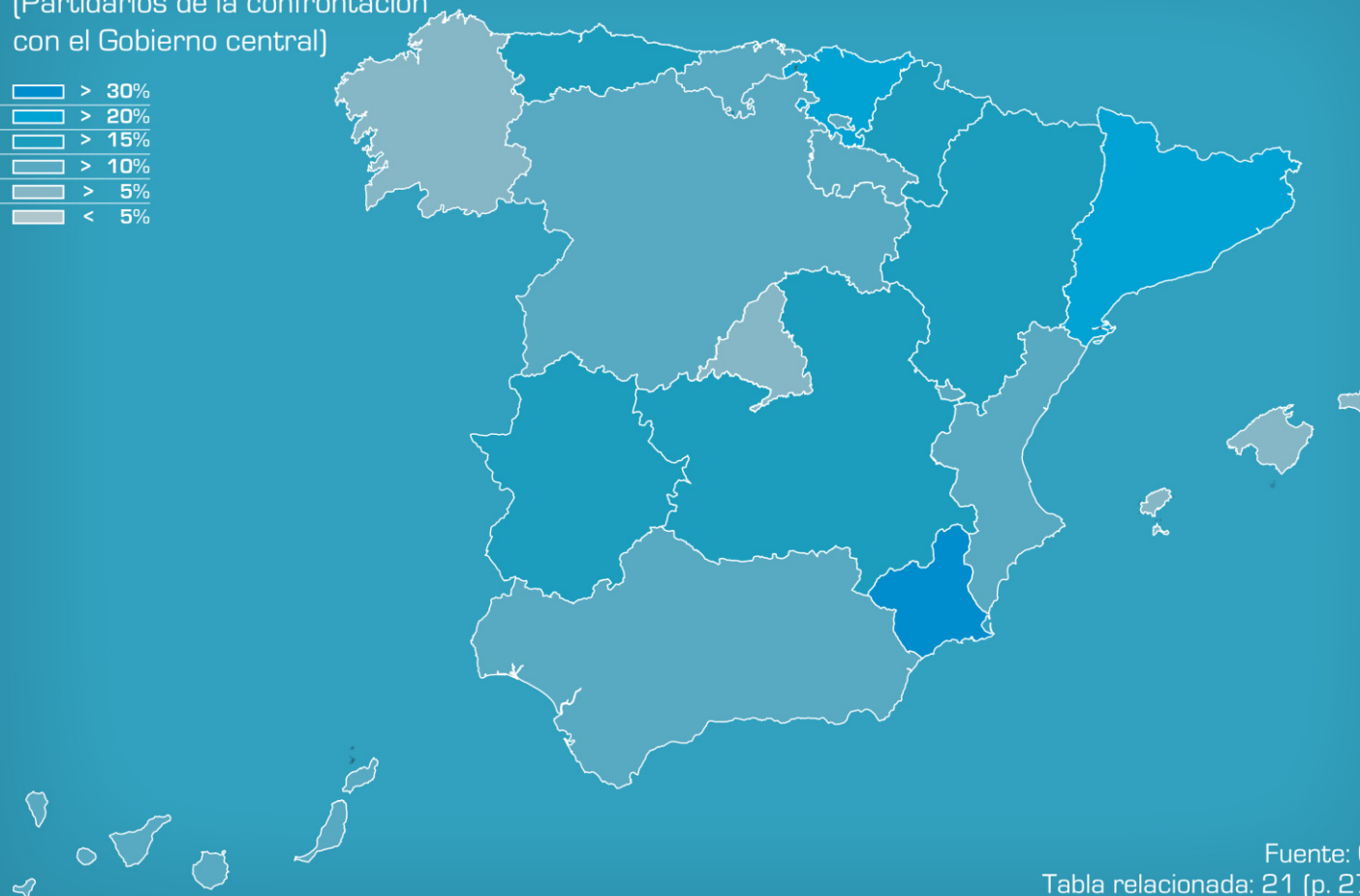
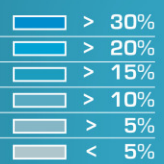
(Poco o nada orgullosos de ser españoles)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 16 (p. 261)

Barómetro Autonómico II

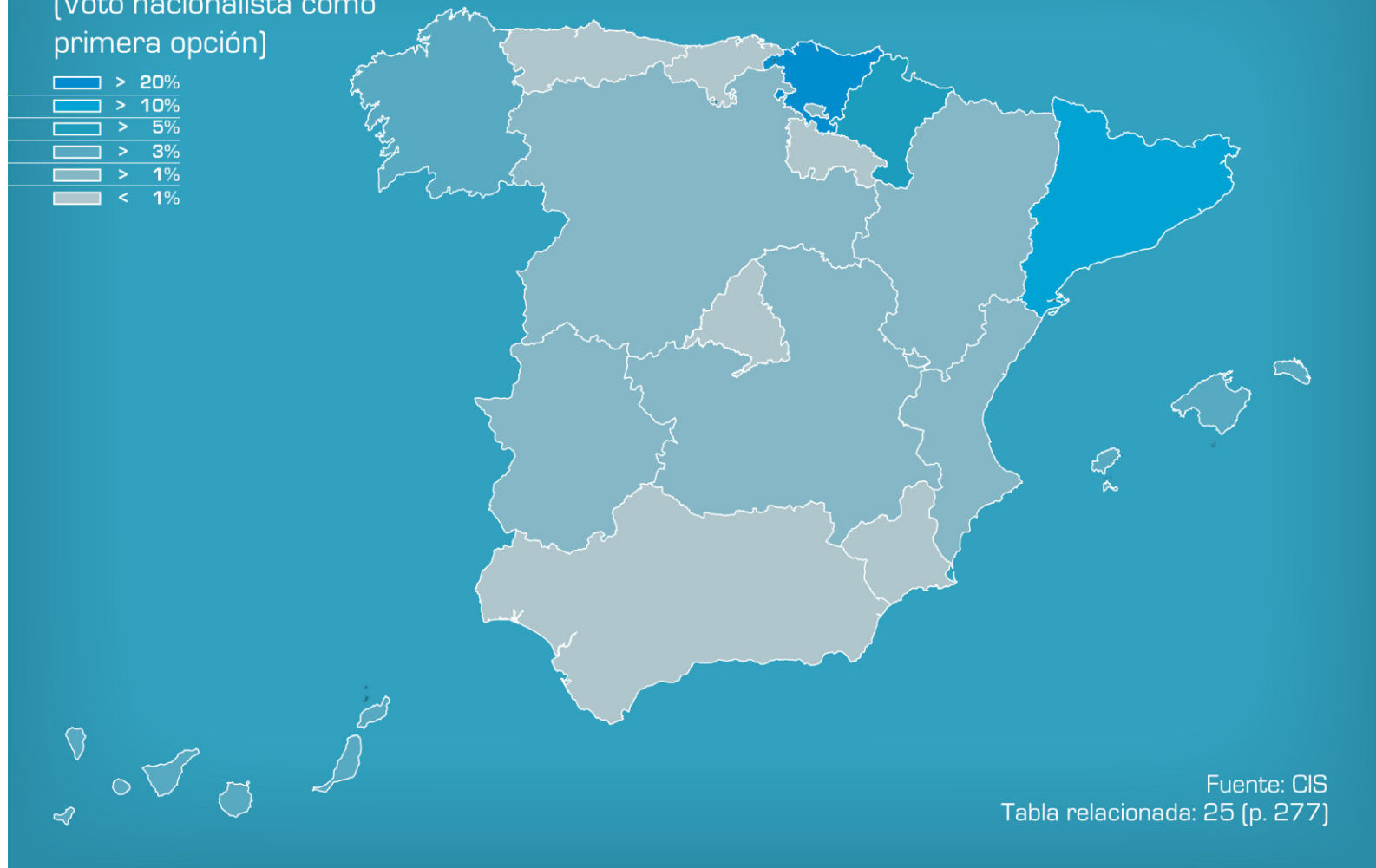
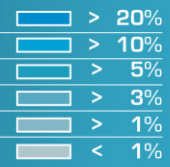
(Partidarios de la confrontación con el Gobierno central)



Fuente: CIS
Tabla relacionada: 21 (p. 270)

Barómetro Autonómico II

(Voto nacionalista como primera opción)

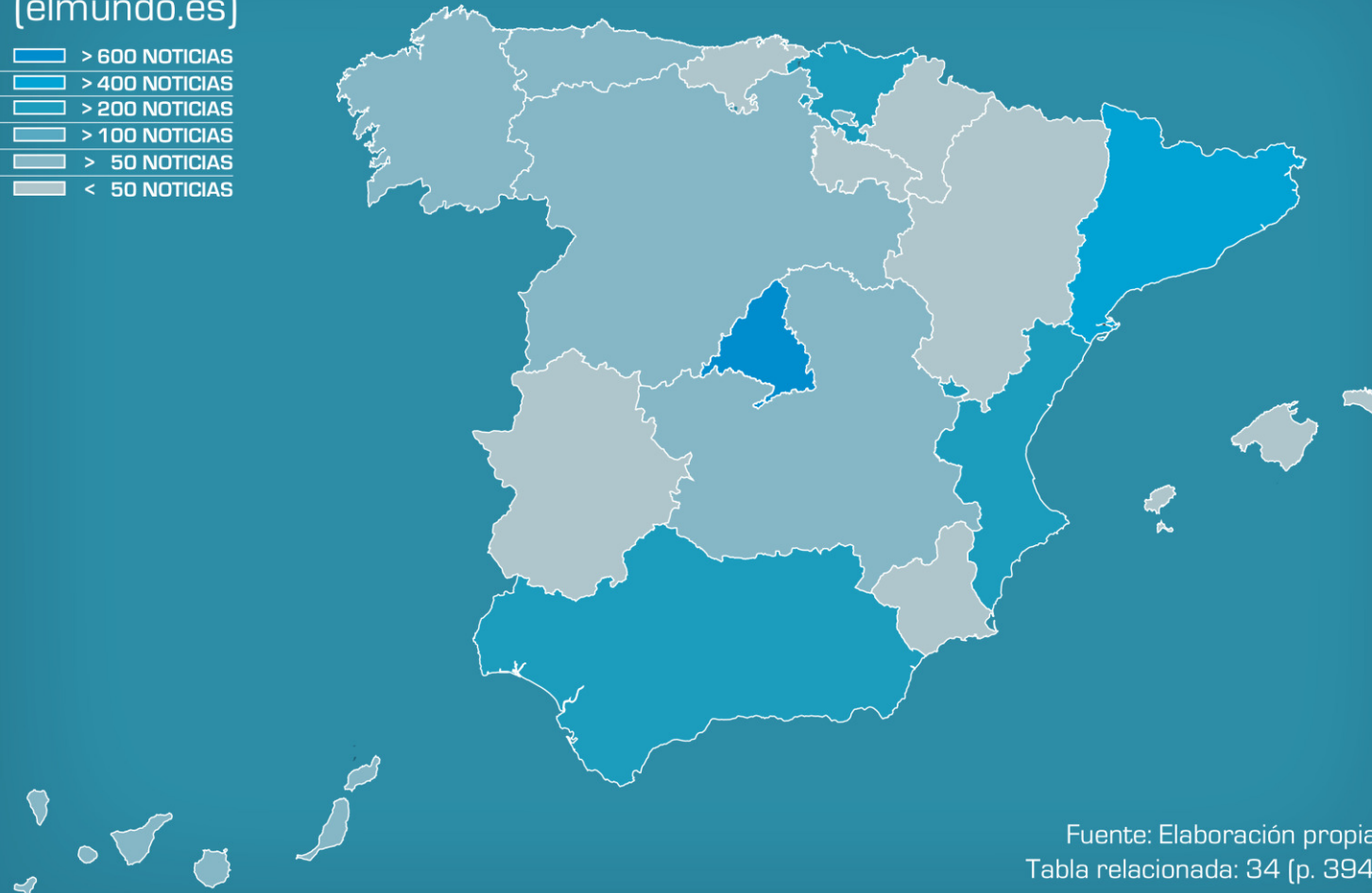


Fuente: CIS
Tabla relacionada: 25 (p. 277)

Número de noticias totales

(elmundo.es)

- > 600 NOTICIAS
- > 400 NOTICIAS
- > 200 NOTICIAS
- > 100 NOTICIAS
- > 50 NOTICIAS
- < 50 NOTICIAS

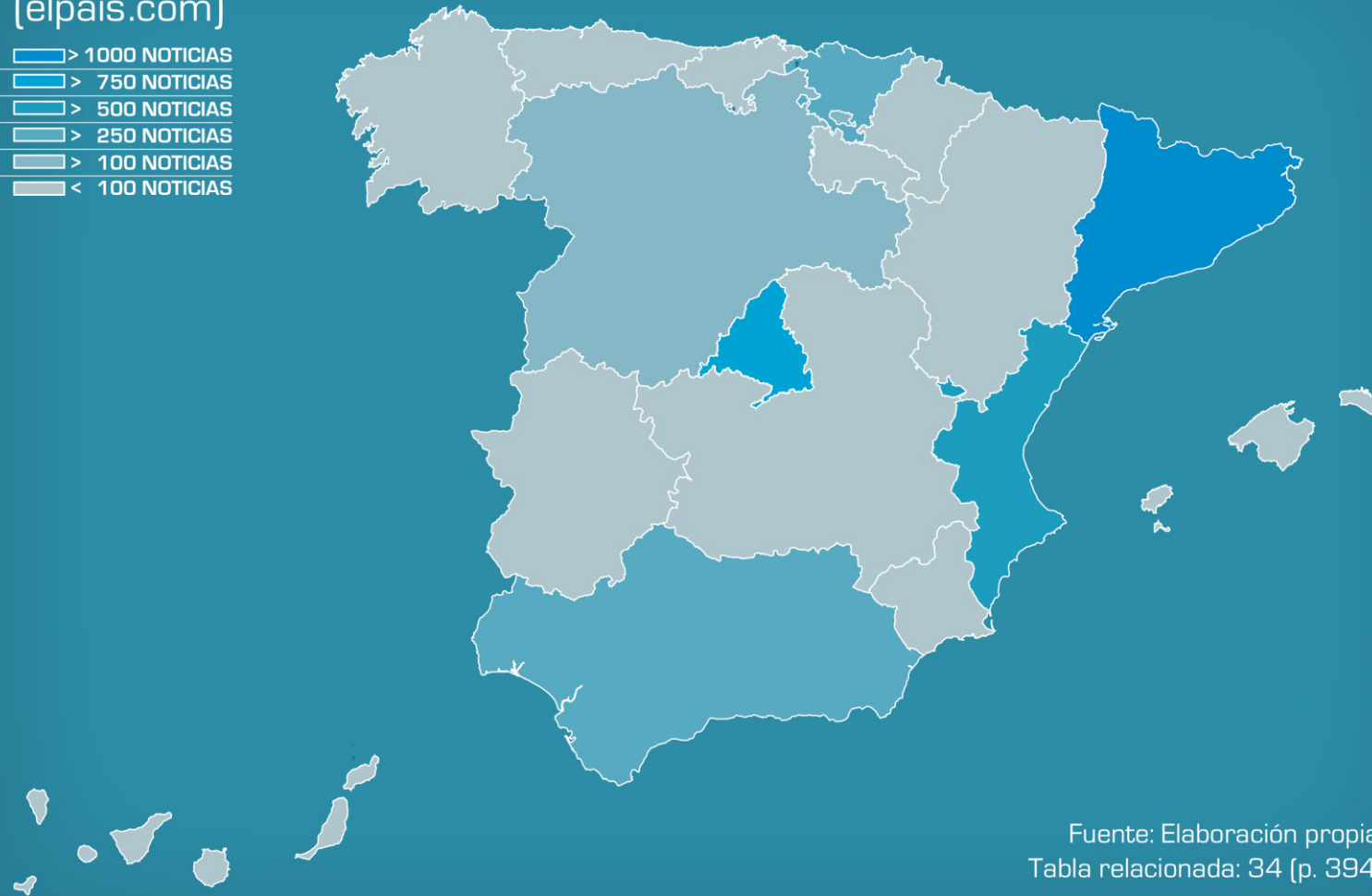


Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 34 (p. 394)

Número de noticias totales

(elpais.com)

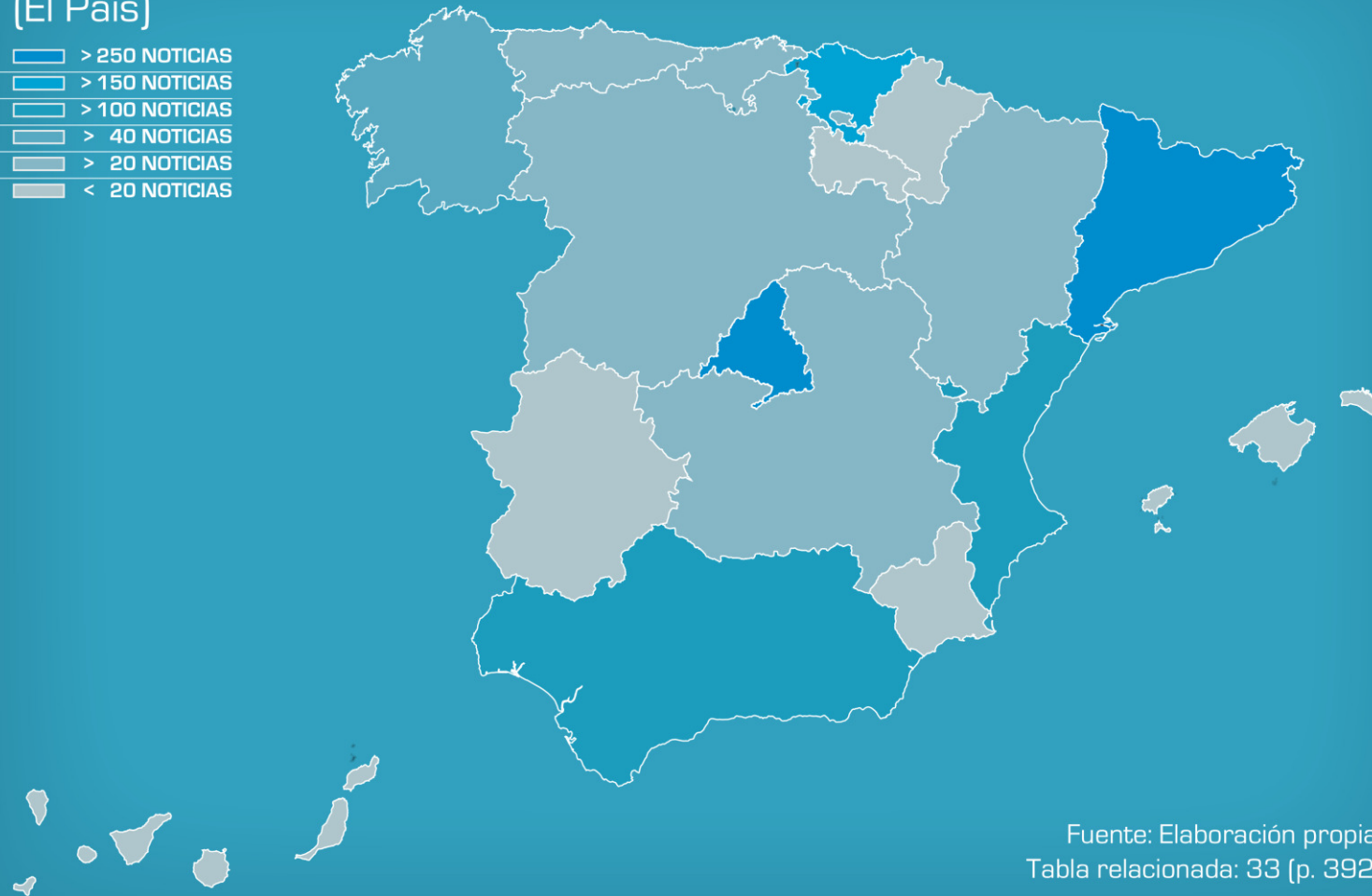
- > 1000 NOTICIAS
- > 750 NOTICIAS
- > 500 NOTICIAS
- > 250 NOTICIAS
- > 100 NOTICIAS
- < 100 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 34 (p. 394)

Número de noticias (El País)

- > 250 NOTICIAS
- > 150 NOTICIAS
- > 100 NOTICIAS
- > 40 NOTICIAS
- > 20 NOTICIAS
- < 20 NOTICIAS

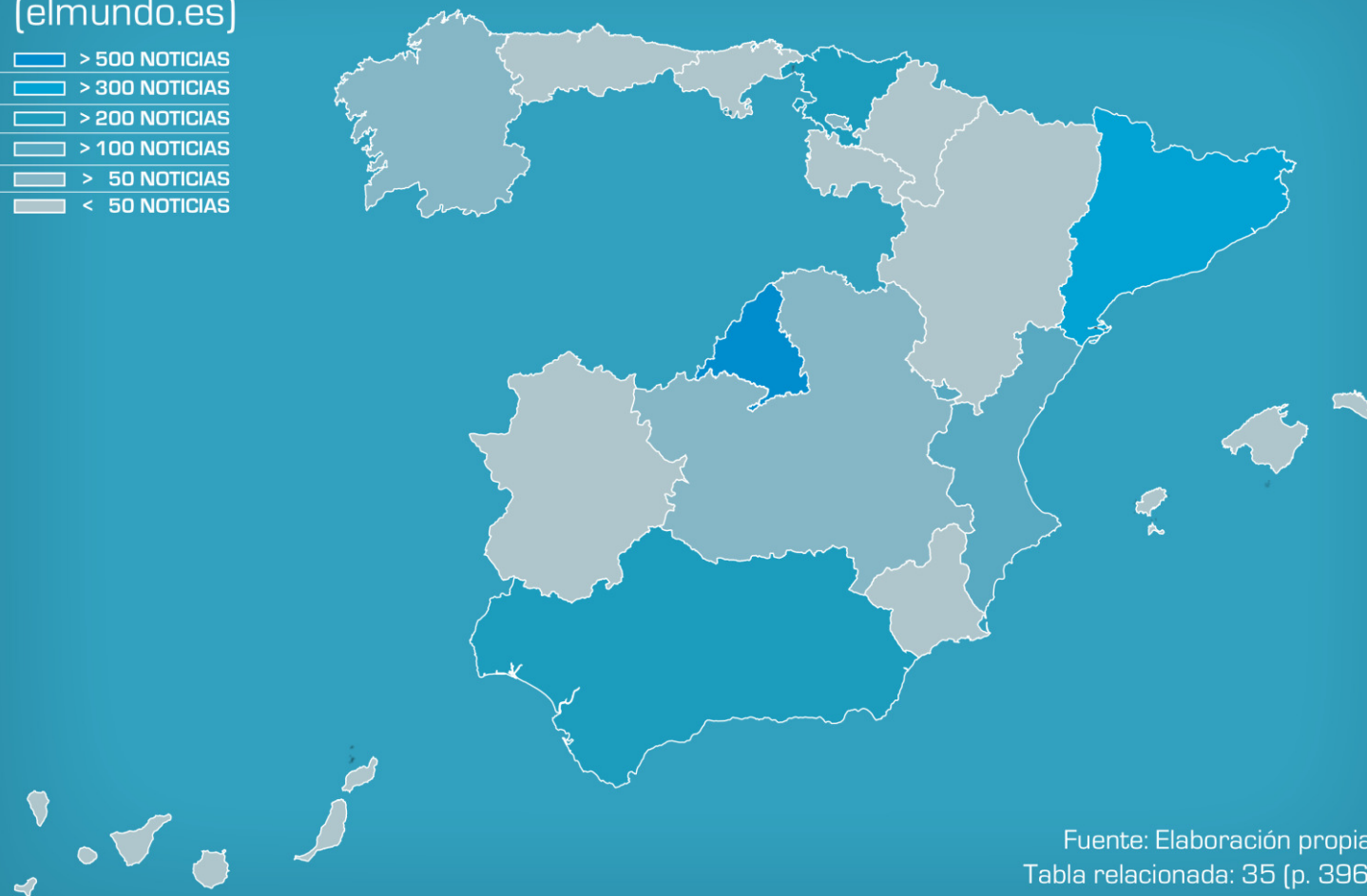


Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 33 (p. 392)

Número de noticias no repetidas

(elmundo.es)

- > 500 NOTICIAS
- > 300 NOTICIAS
- > 200 NOTICIAS
- > 100 NOTICIAS
- > 50 NOTICIAS
- < 50 NOTICIAS

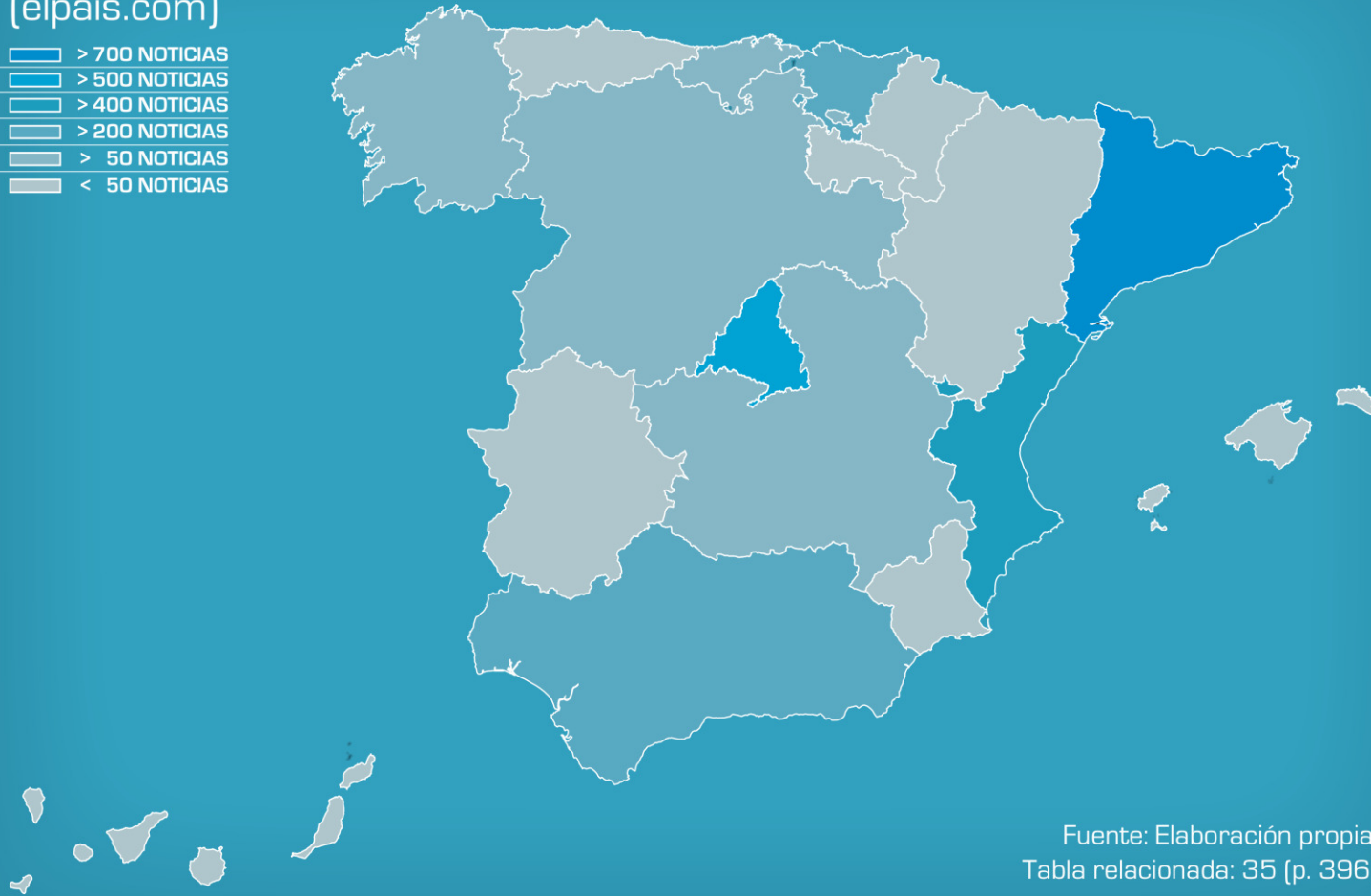


Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 35 (p. 396)

Número de noticias no repetidas

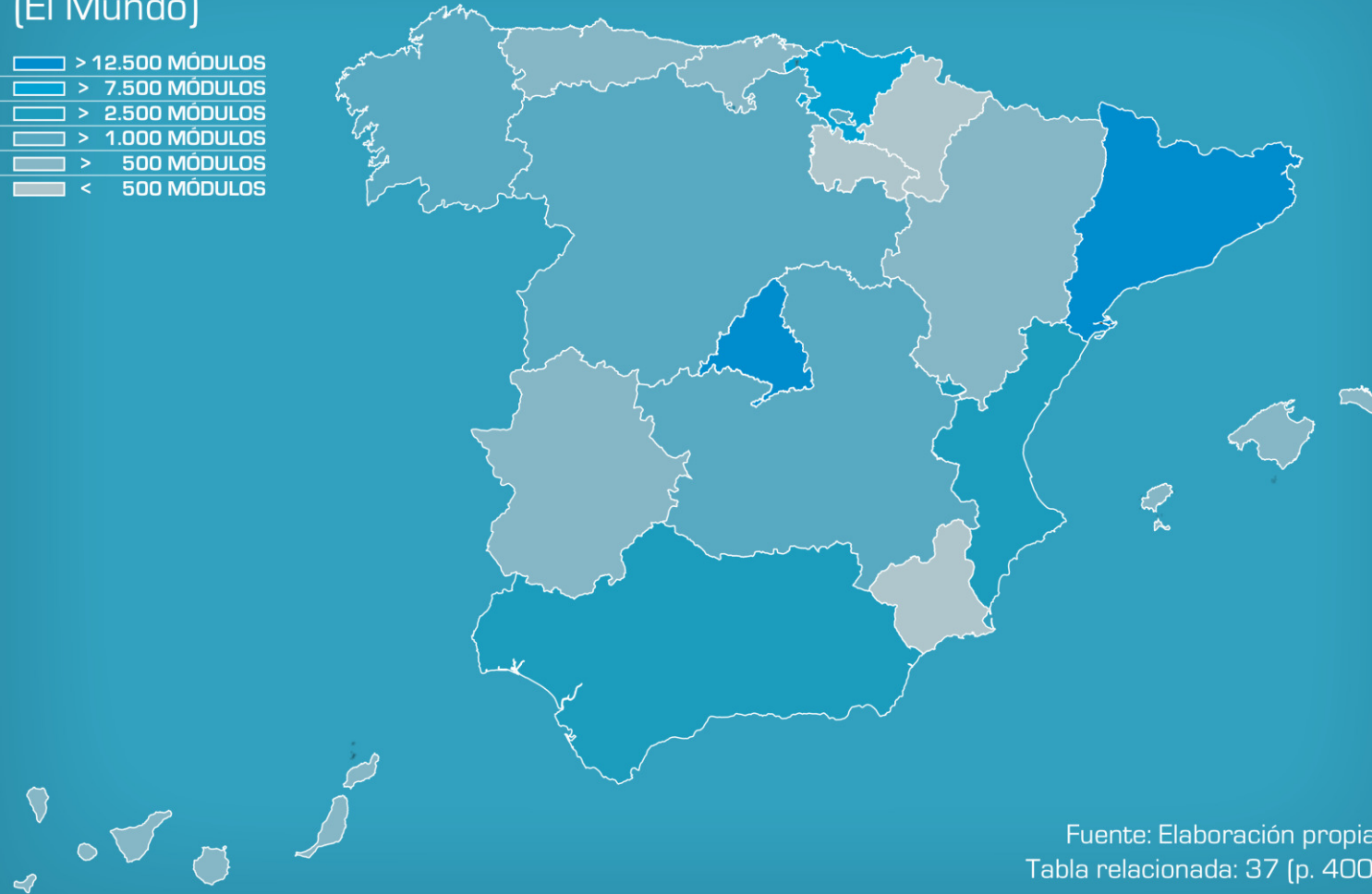
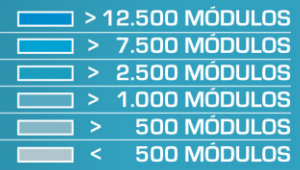
(elpais.com)

- > 700 NOTICIAS
- > 500 NOTICIAS
- > 400 NOTICIAS
- > 200 NOTICIAS
- > 50 NOTICIAS
- < 50 NOTICIAS



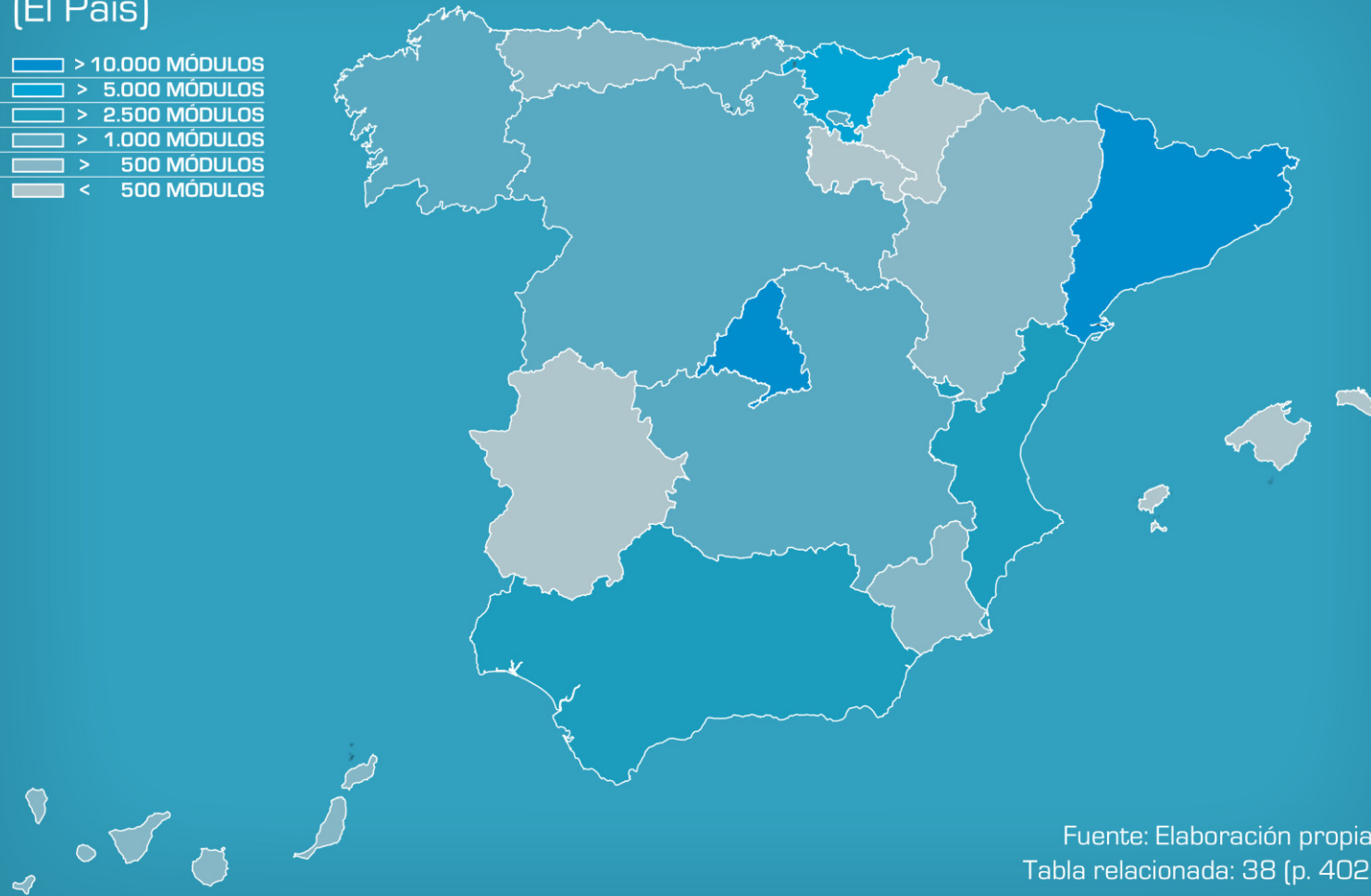
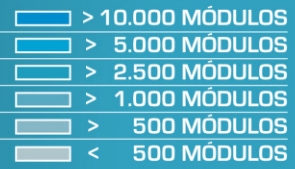
Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 35 (p. 396)

Número de módulos (El Mundo)



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 37 (p. 400)

Número de módulos (El País)

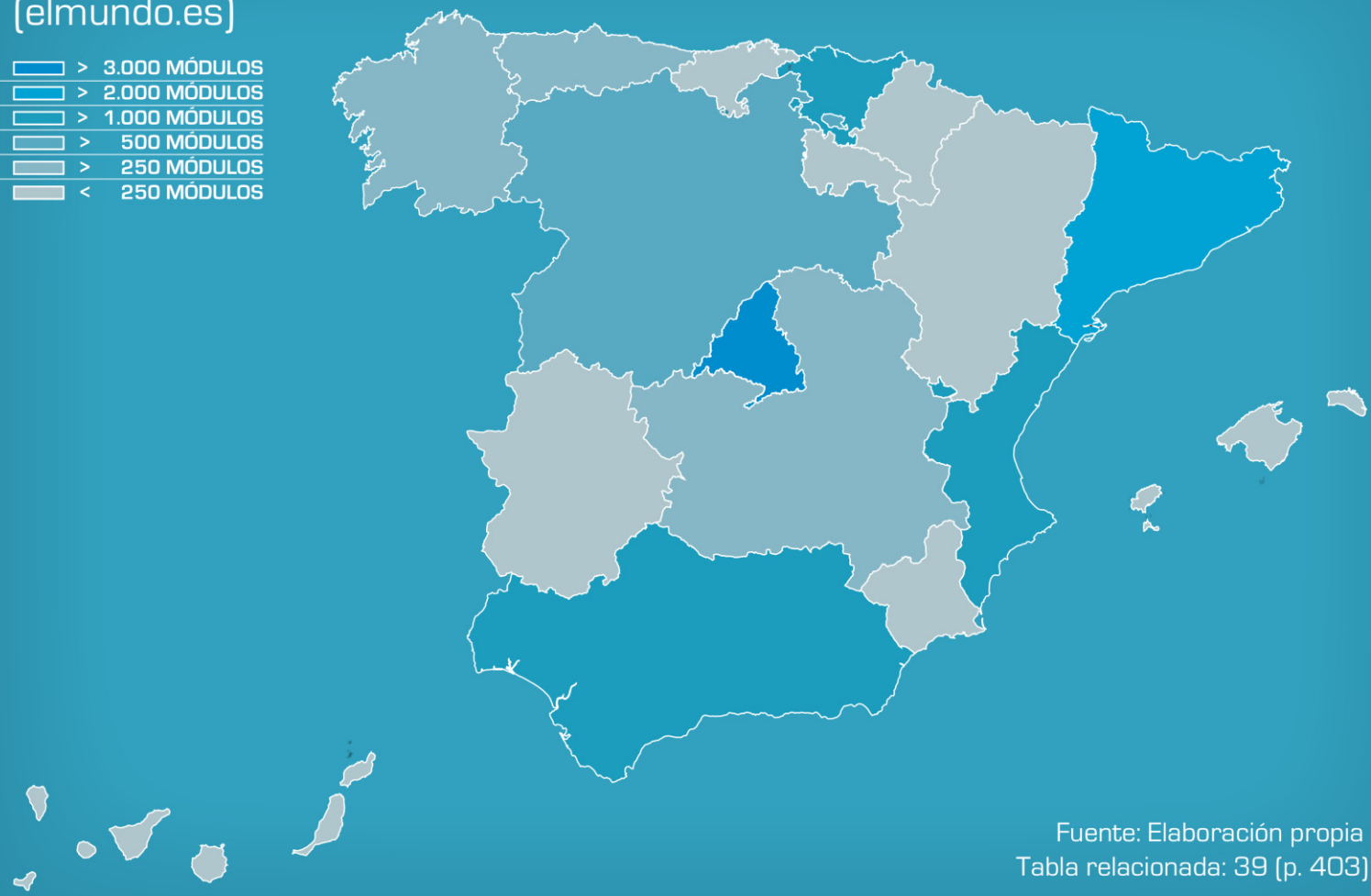


Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 38 (p. 402)

Número de módulos totales

[elmundo.es]

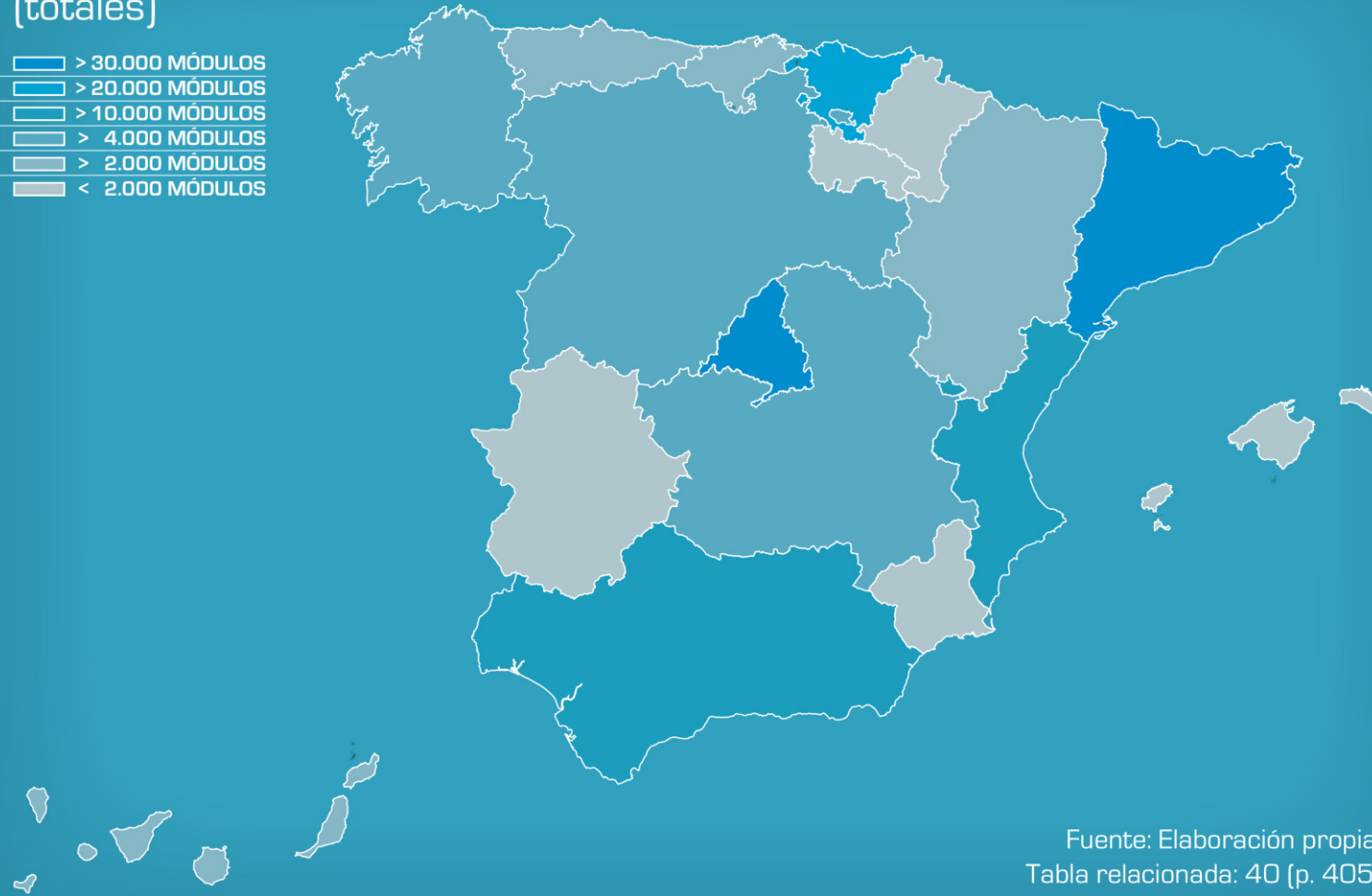
- > 3.000 MÓDULOS
- > 2.000 MÓDULOS
- > 1.000 MÓDULOS
- > 500 MÓDULOS
- > 250 MÓDULOS
- < 250 MÓDULOS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 39 (p. 403)

Número de módulos ponderados (totales)

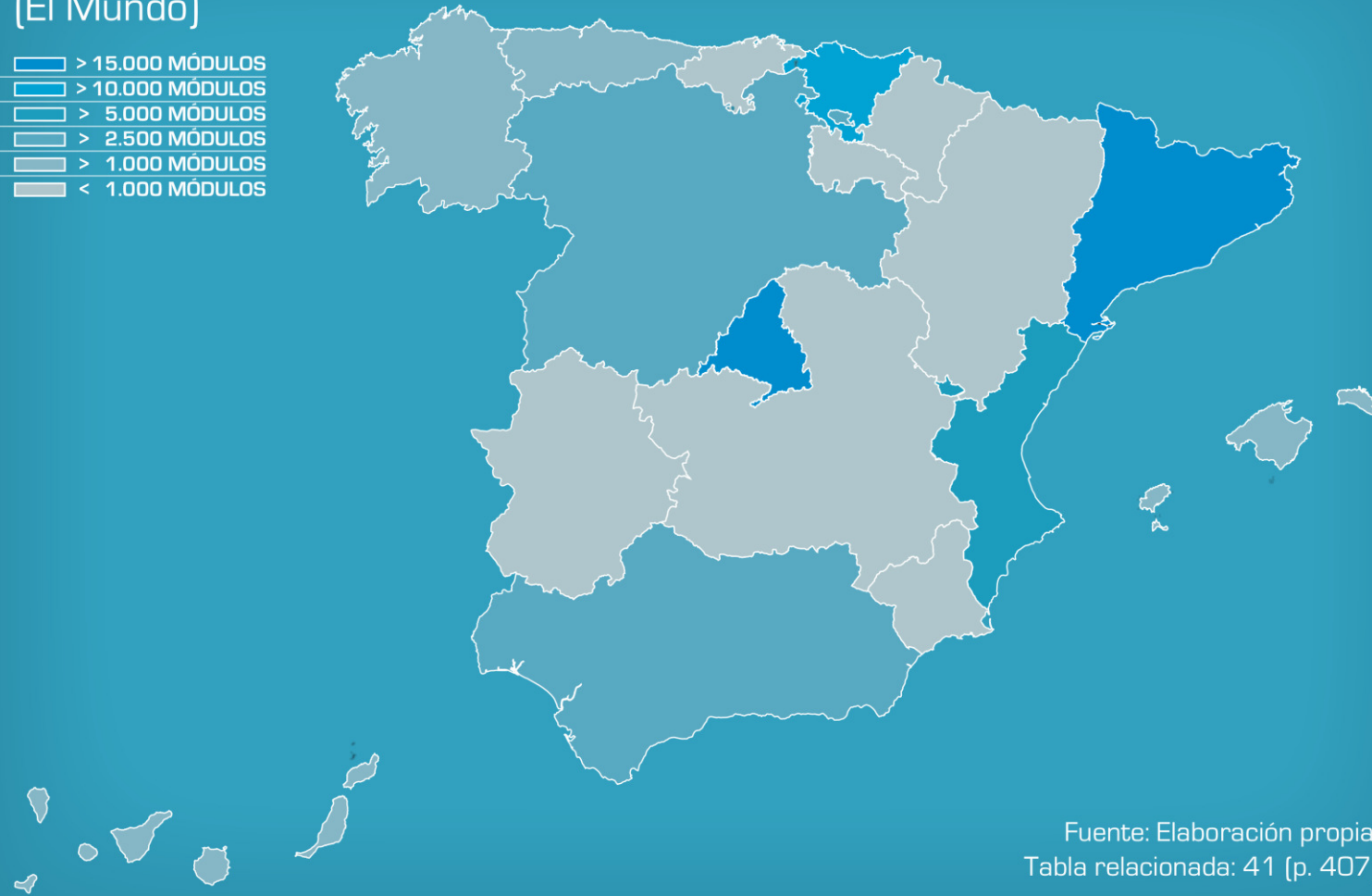
- > 30.000 MÓDULOS
- > 20.000 MÓDULOS
- > 10.000 MÓDULOS
- > 4.000 MÓDULOS
- > 2.000 MÓDULOS
- < 2.000 MÓDULOS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 40 (p. 405)

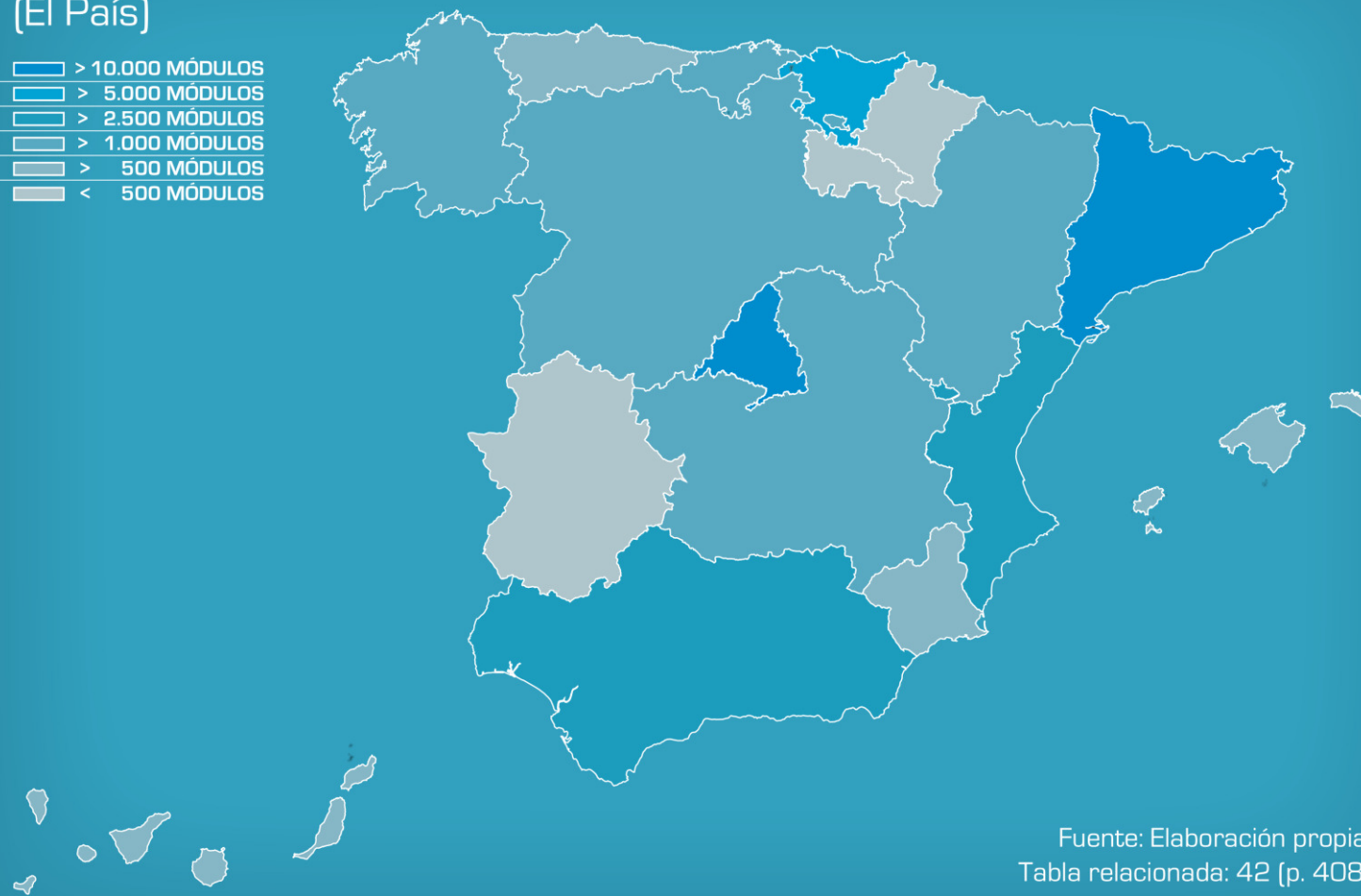
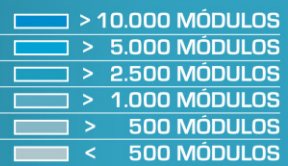
Número de módulos ponderados (El Mundo)

- > 15.000 MÓDULOS
- > 10.000 MÓDULOS
- > 5.000 MÓDULOS
- > 2.500 MÓDULOS
- > 1.000 MÓDULOS
- < 1.000 MÓDULOS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 41 [p. 407]

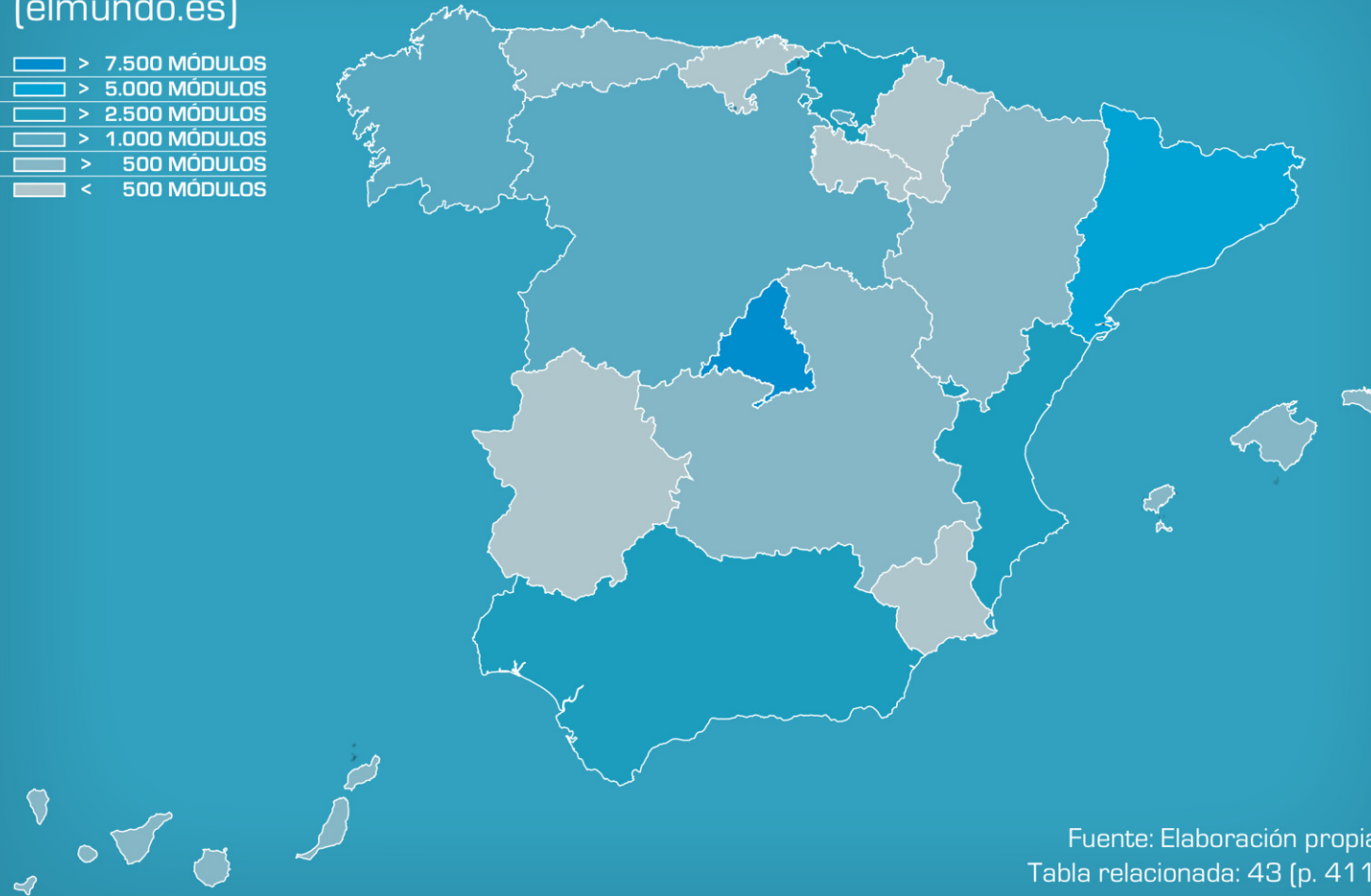
Número de módulos ponderados (El País)



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 42 (p. 408)

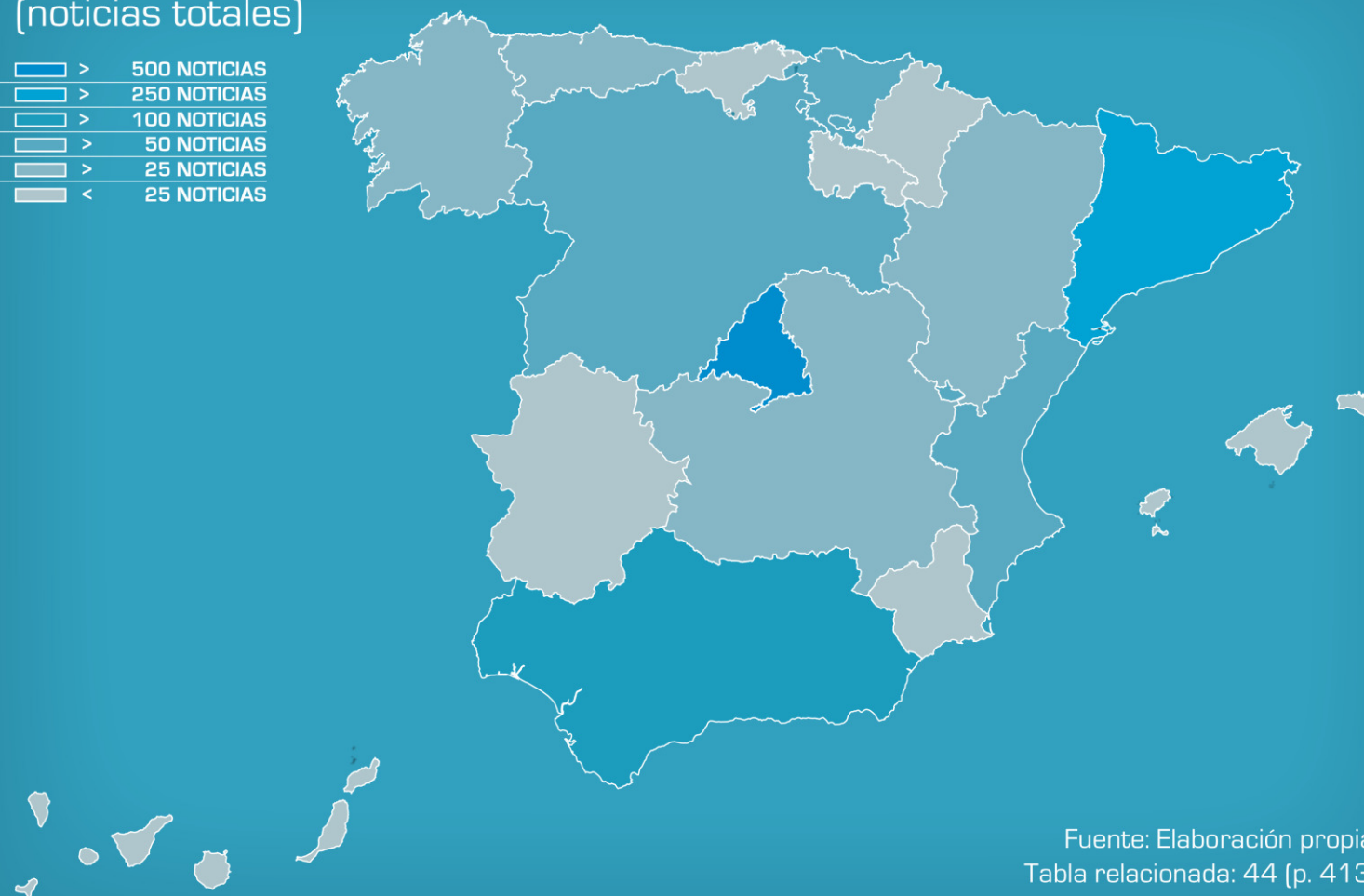
Número de módulos ponderados (elmundo.es)

- > 7.500 MÓDULOS
- > 5.000 MÓDULOS
- > 2.500 MÓDULOS
- > 1.000 MÓDULOS
- > 500 MÓDULOS
- < 500 MÓDULOS



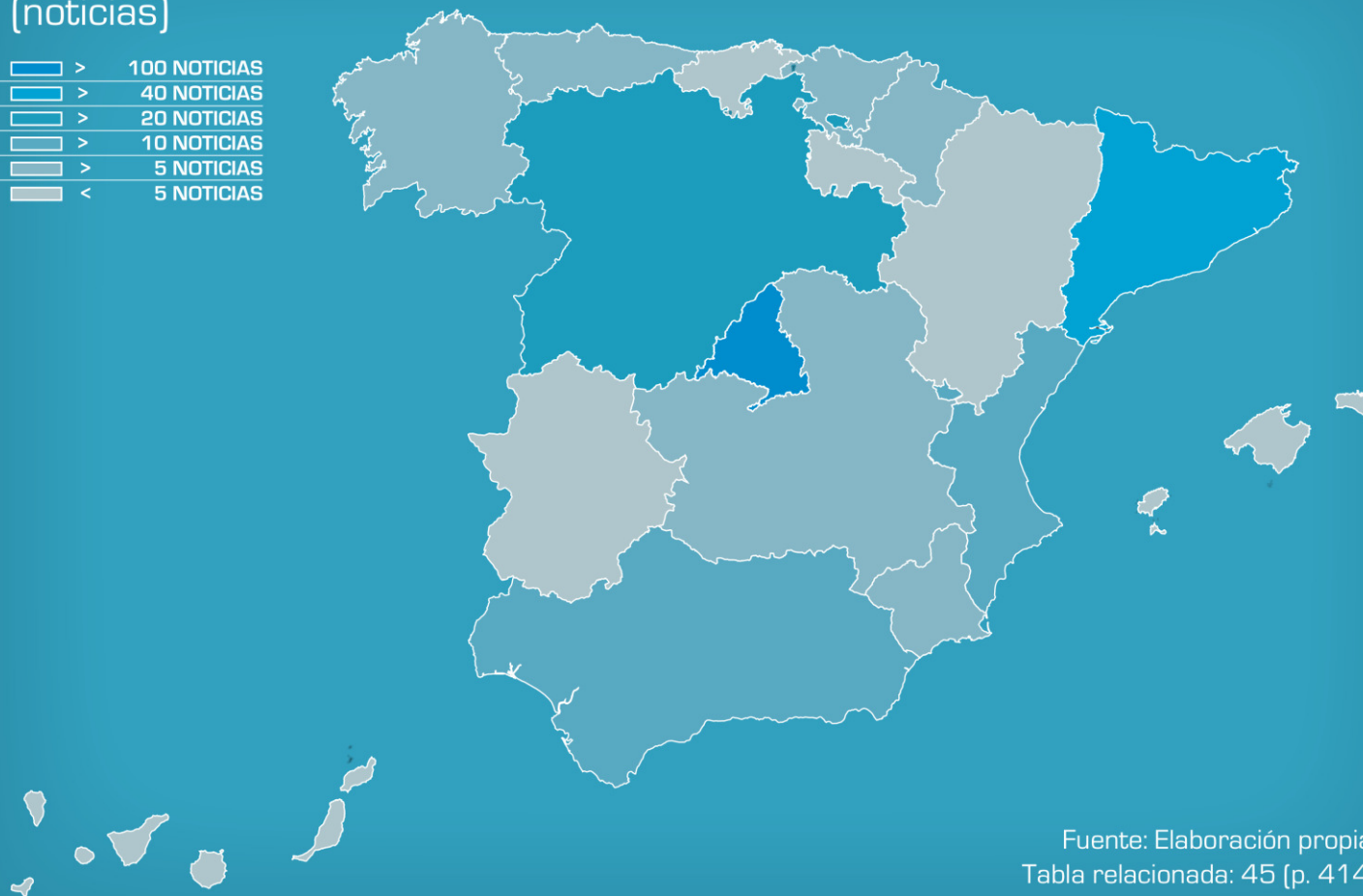
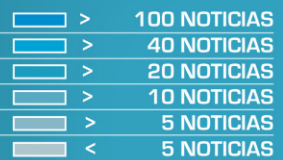
Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 43 (p. 411)

Cultura (noticias totales)



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 44 (p. 413)

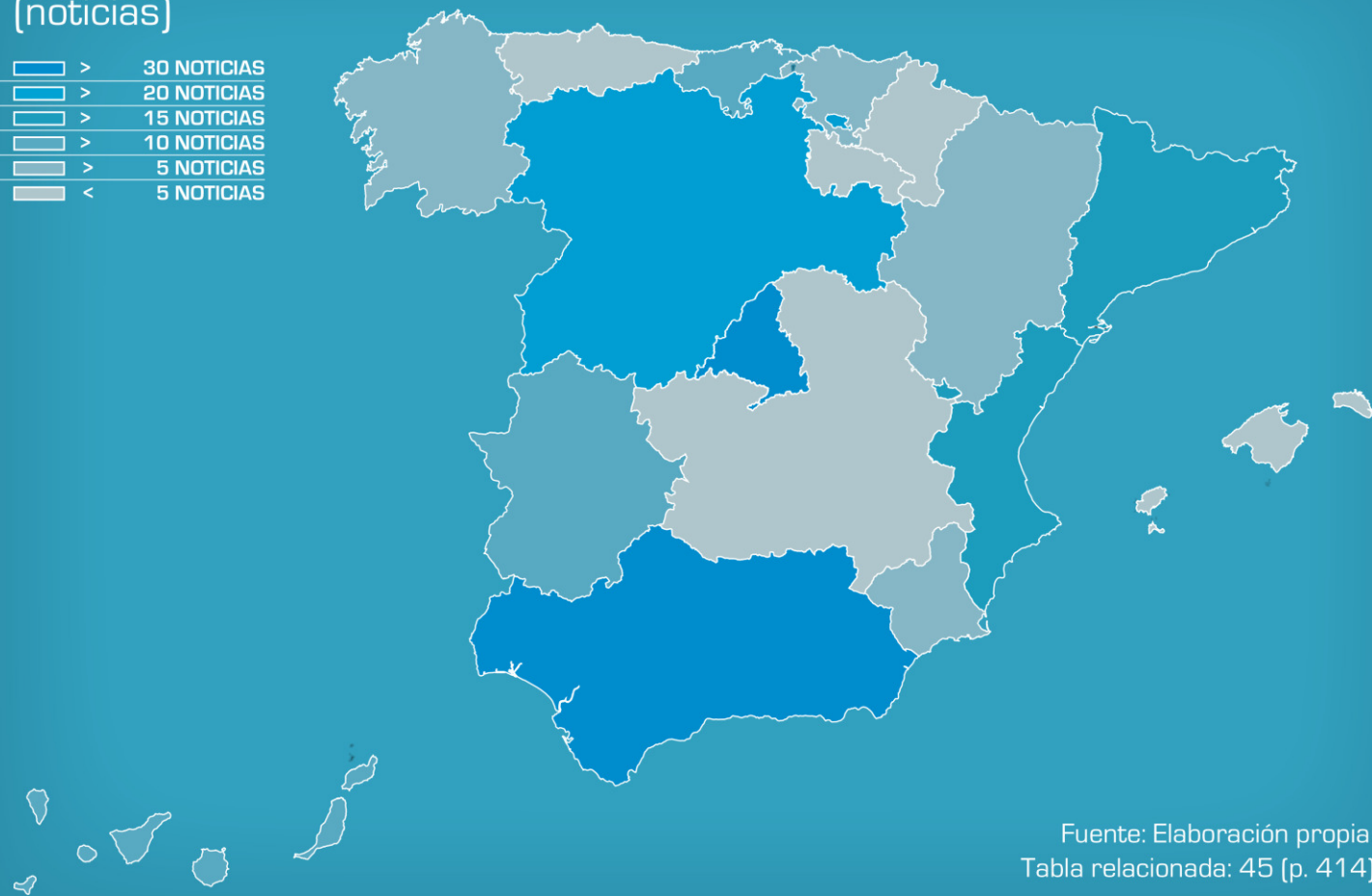
Cultura El Mundo (noticias)



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 45 (p. 414)







Cultura elmundo.es (noticias)

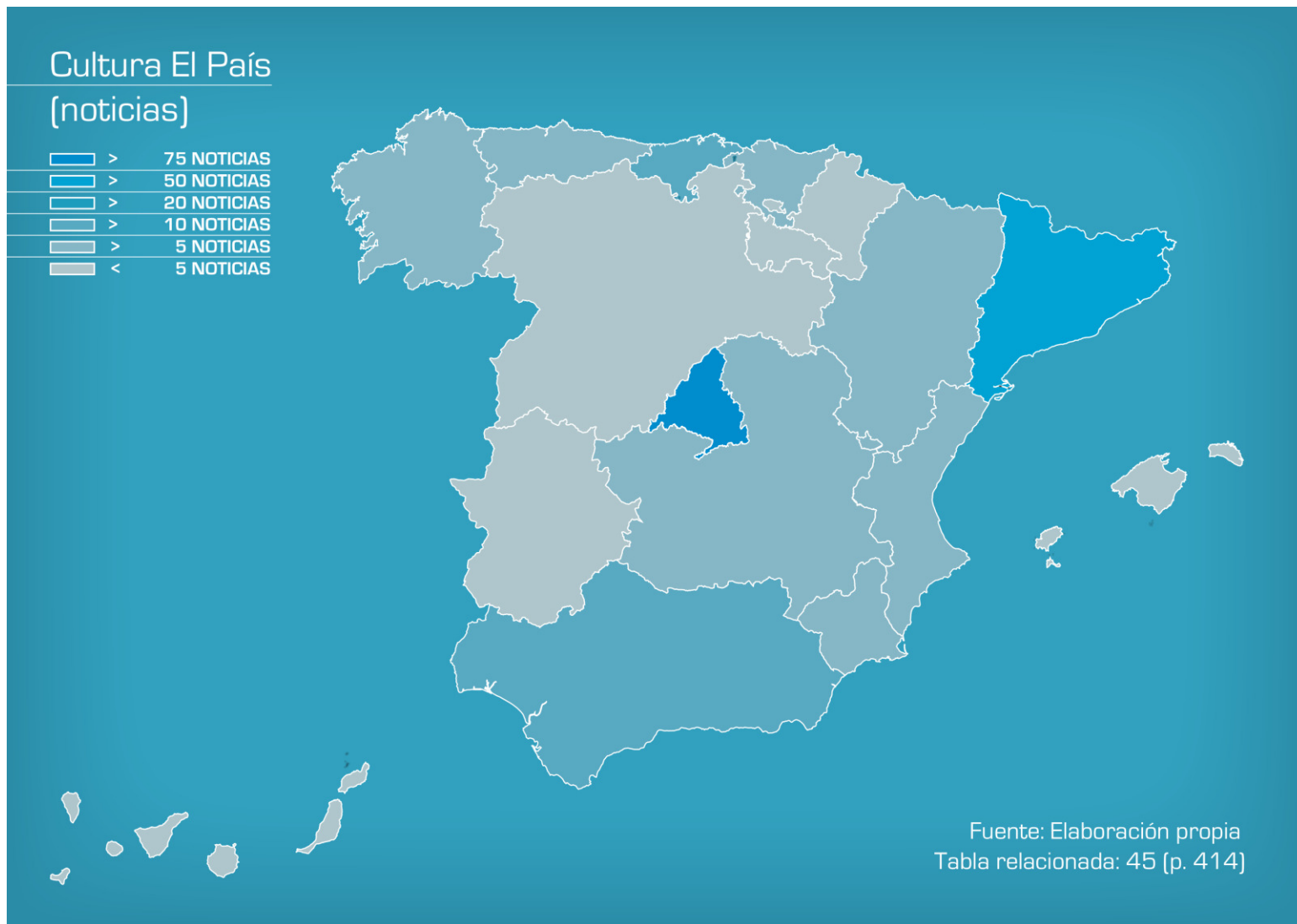
- > 30 NOTICIAS
- > 20 NOTICIAS
- > 15 NOTICIAS
- > 10 NOTICIAS
- > 5 NOTICIAS
- < 5 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 45 [p. 414]

Cultura El País (noticias)

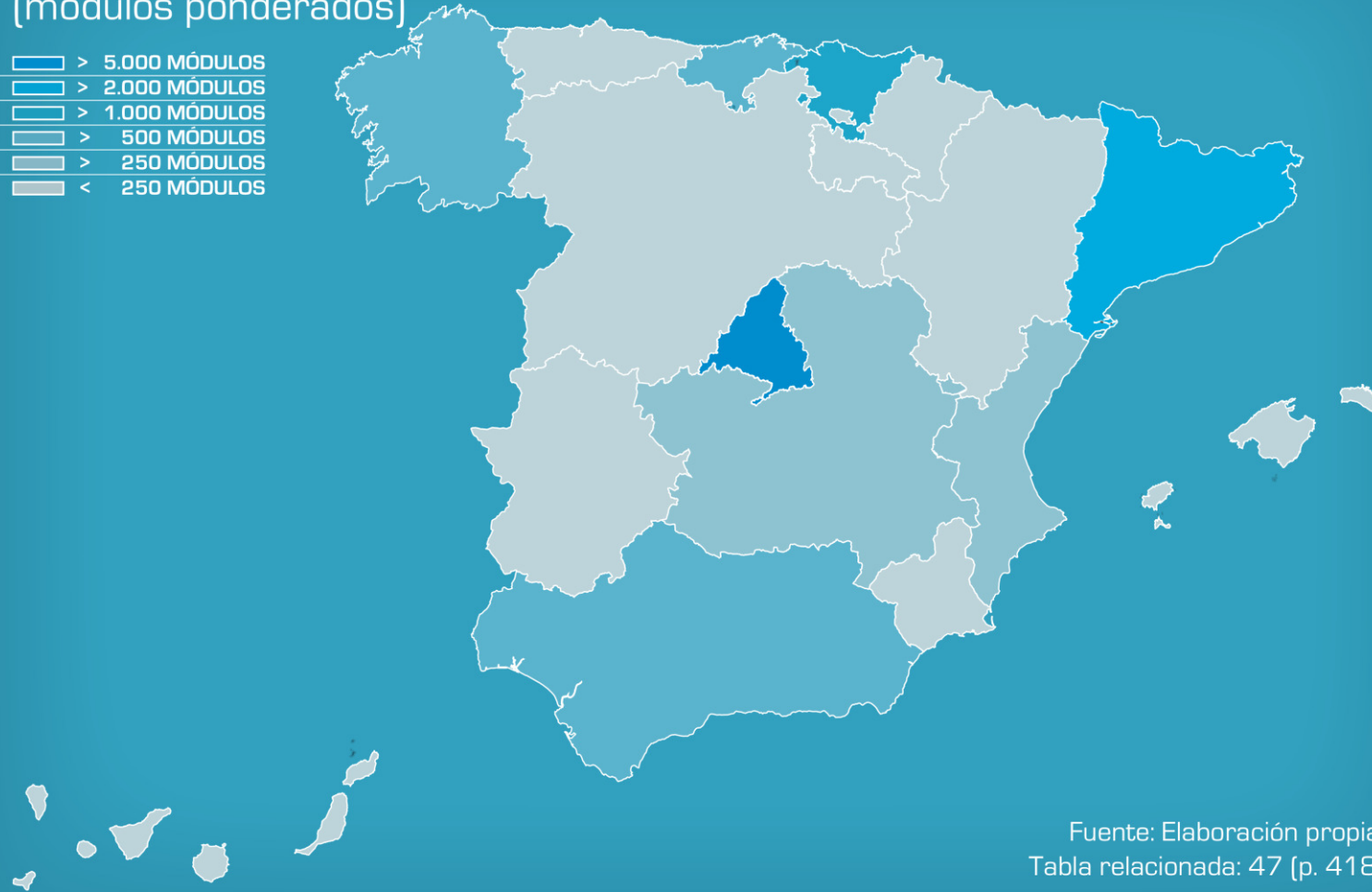
	>	75 NOTICIAS
	>	50 NOTICIAS
	>	20 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	>	5 NOTICIAS
	<	5 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 45 (p. 414)

Economía (módulos ponderados)

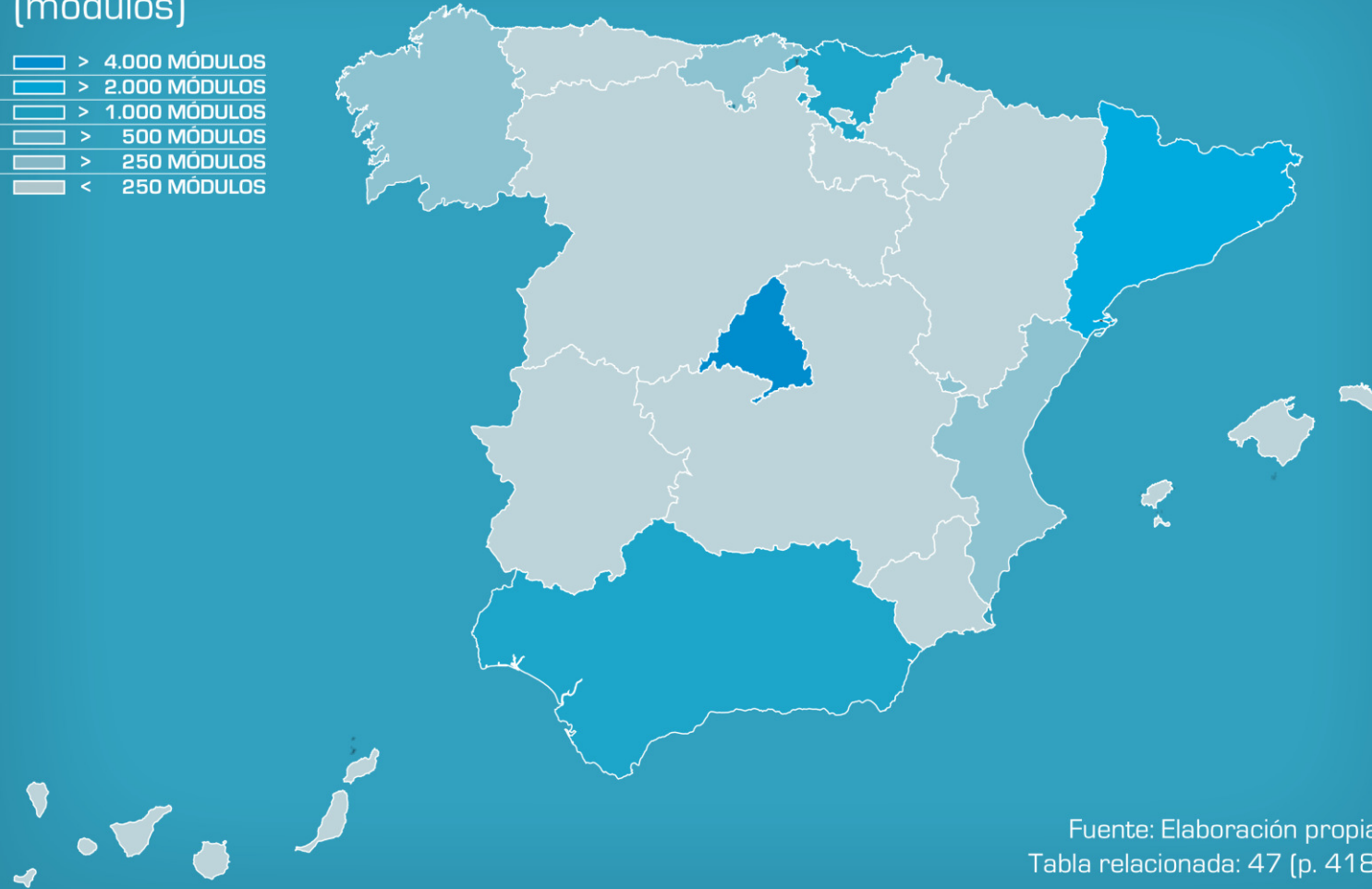
- > 5.000 MÓDULOS
- > 2.000 MÓDULOS
- > 1.000 MÓDULOS
- > 500 MÓDULOS
- > 250 MÓDULOS
- < 250 MÓDULOS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 47 (p. 418)







Economía (módulos)

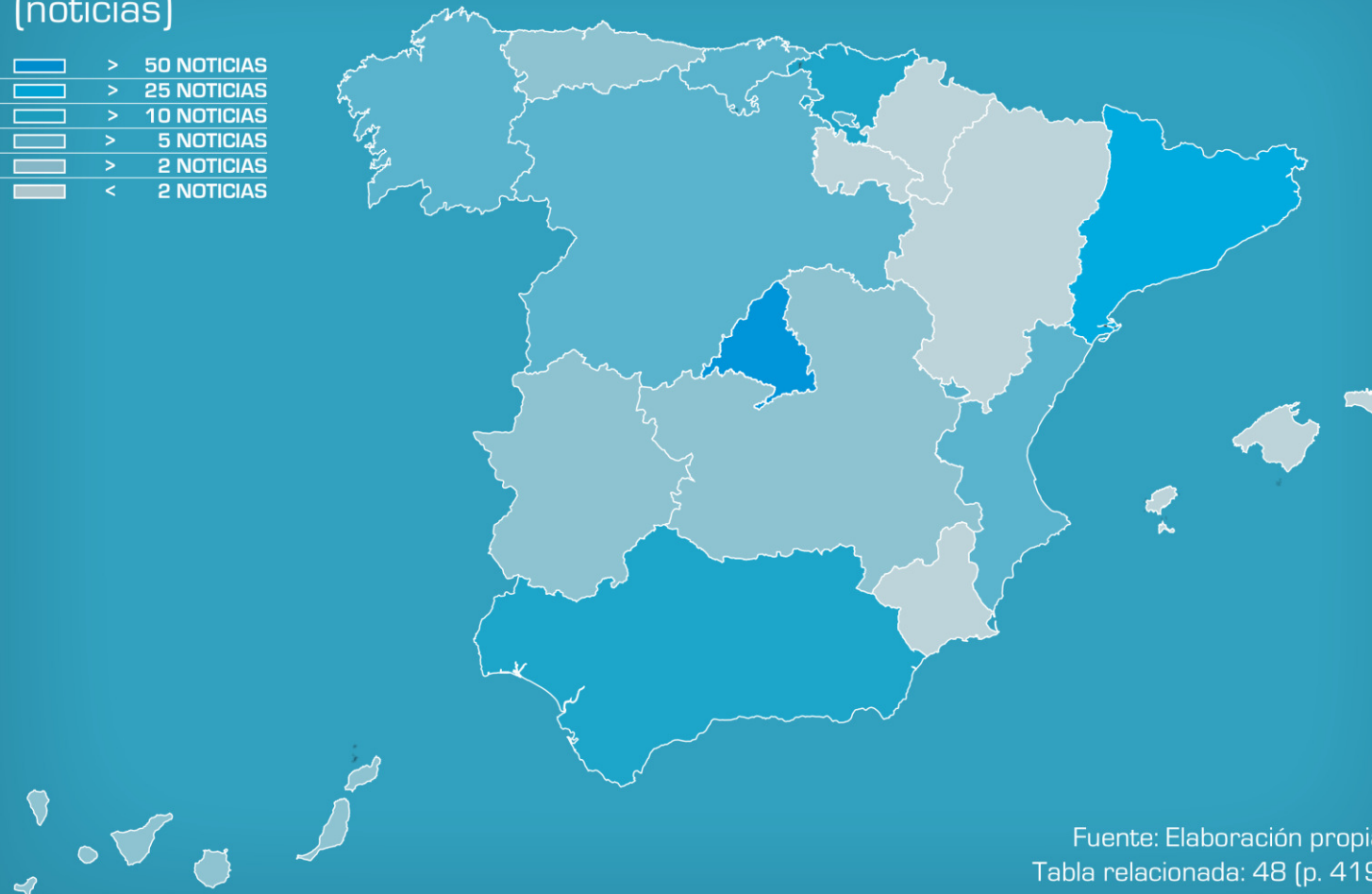
- > 4.000 MÓDULOS
- > 2.000 MÓDULOS
- > 1.000 MÓDULOS
- > 500 MÓDULOS
- > 250 MÓDULOS
- < 250 MÓDULOS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 47 [p. 418]

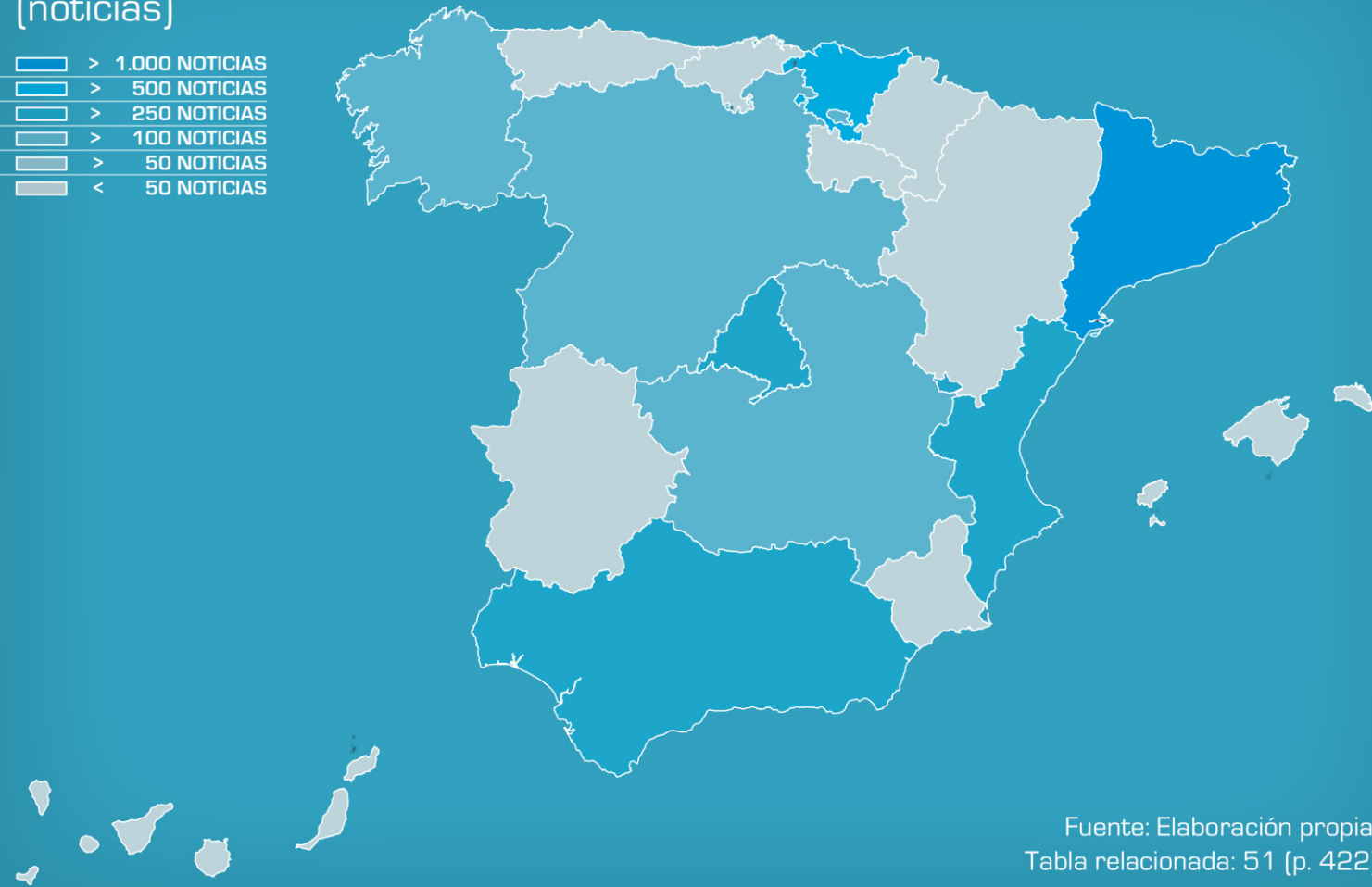
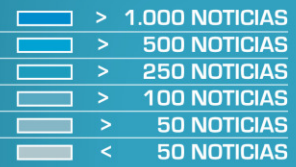
Economía El Mundo (noticias)

	>	50 NOTICIAS
	>	25 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	>	5 NOTICIAS
	>	2 NOTICIAS
	<	2 NOTICIAS









Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 48 (p. 419)

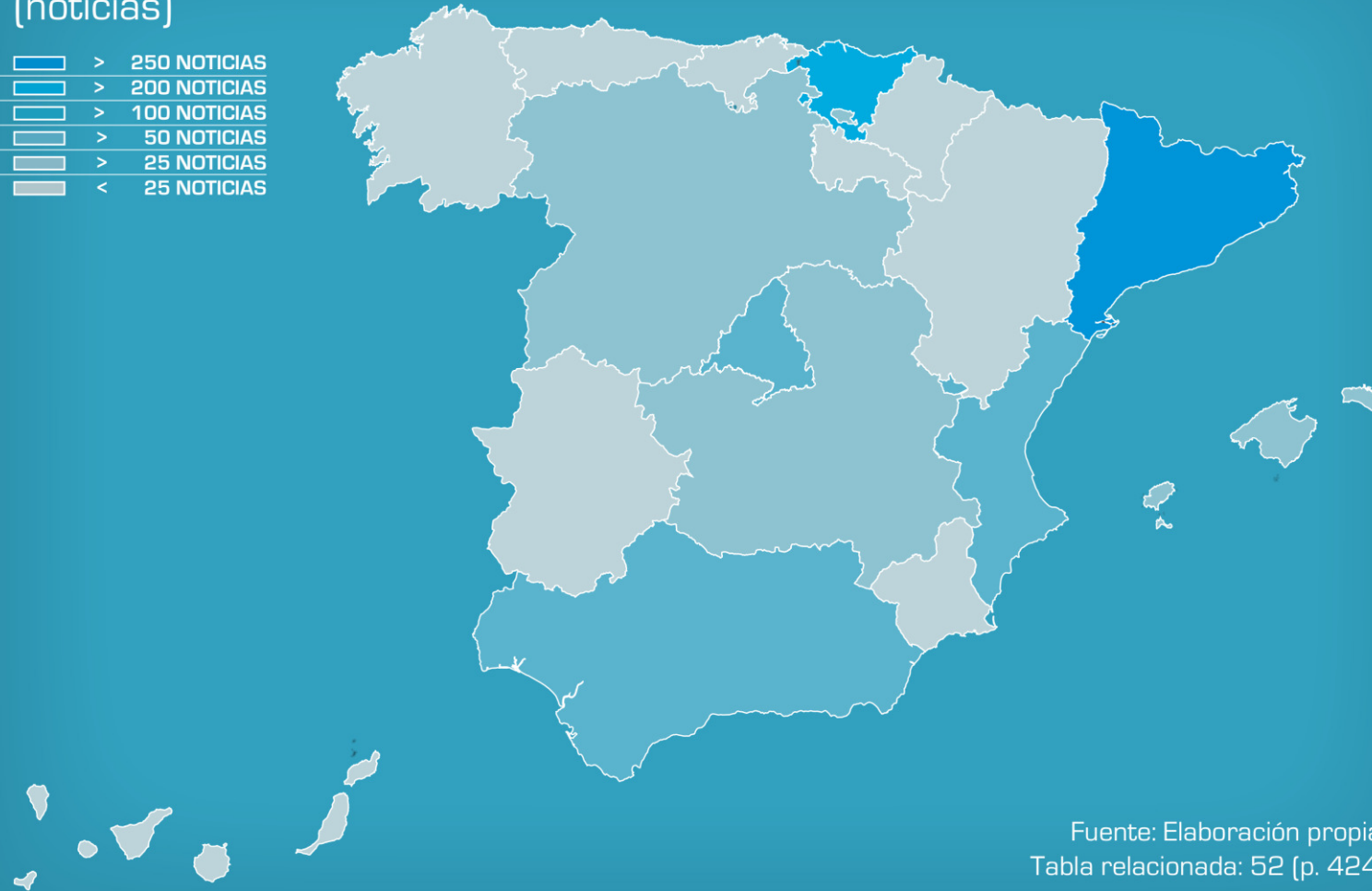
España (noticias)



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 51 (p. 422)

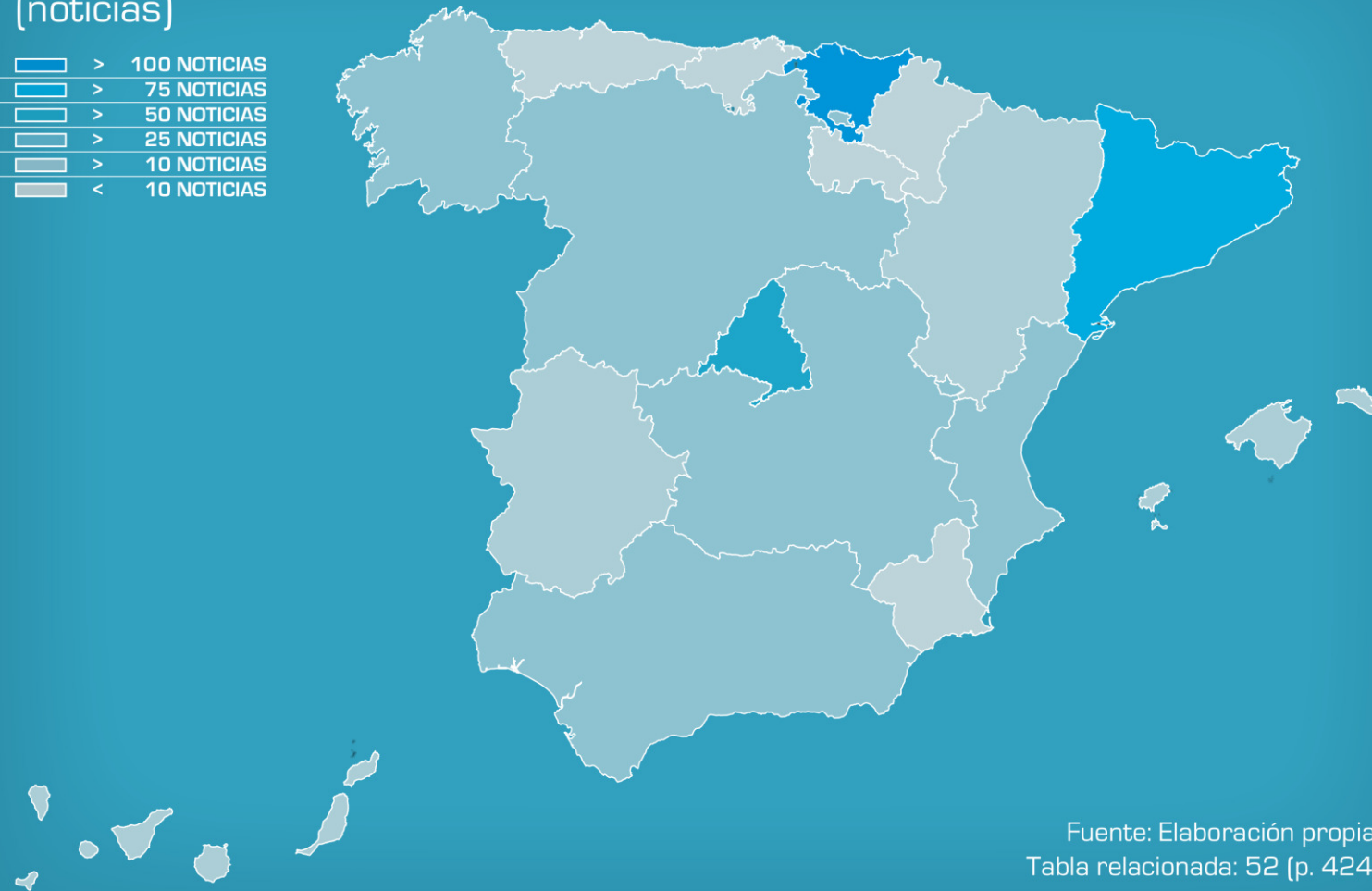
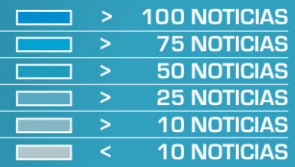
España El Mundo (noticias)

	> 250 NOTICIAS
	> 200 NOTICIAS
	> 100 NOTICIAS
	> 50 NOTICIAS
	> 25 NOTICIAS
	< 25 NOTICIAS









Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 52 (p. 424)

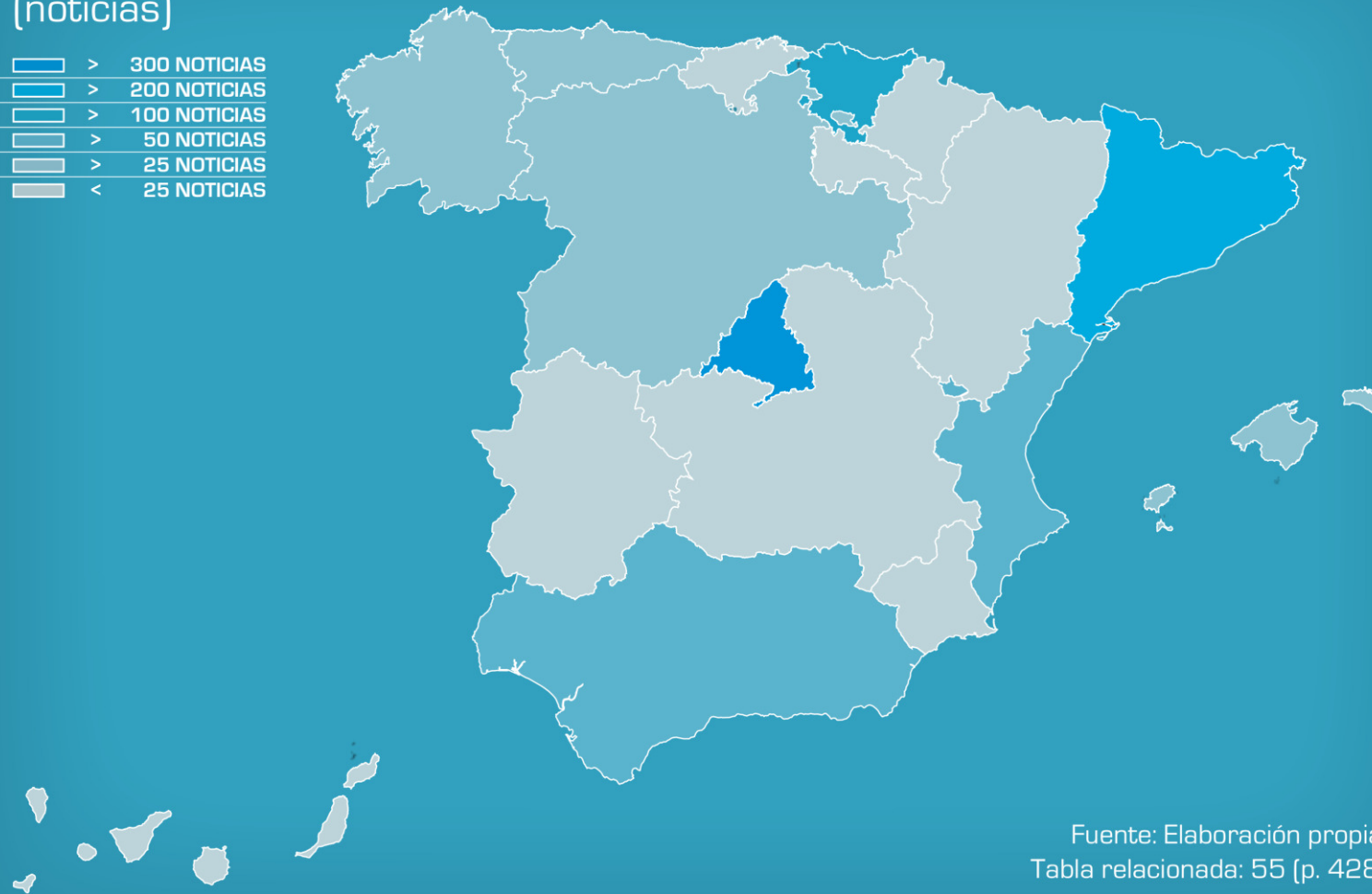
España elmundo.es (noticias)



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 52 (p. 424)







Portada (noticias)

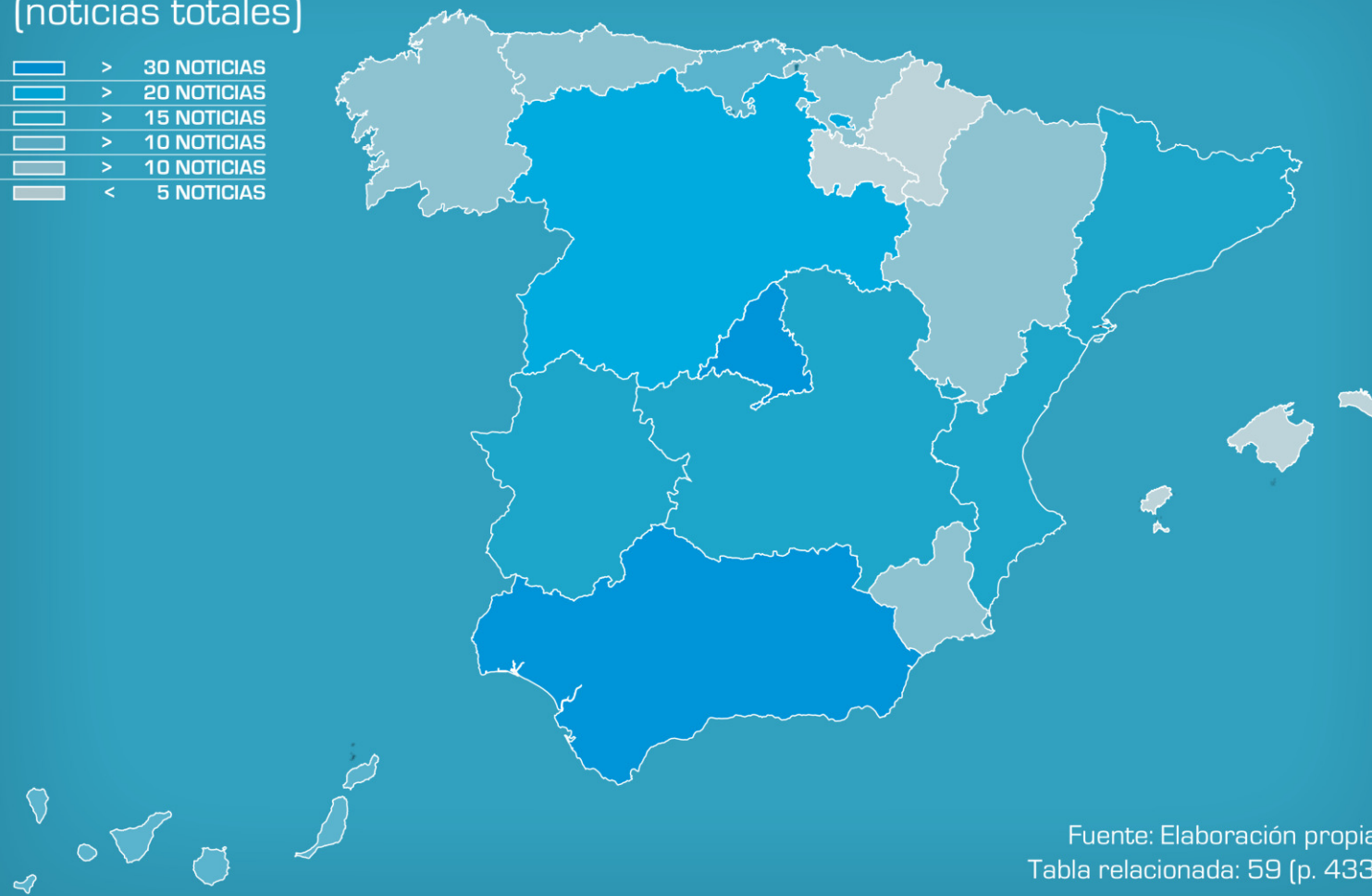
	>	300 NOTICIAS
	>	200 NOTICIAS
	>	100 NOTICIAS
	>	50 NOTICIAS
	>	25 NOTICIAS
	<	25 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 55 (p. 428)







Ciencia [noticias totales]

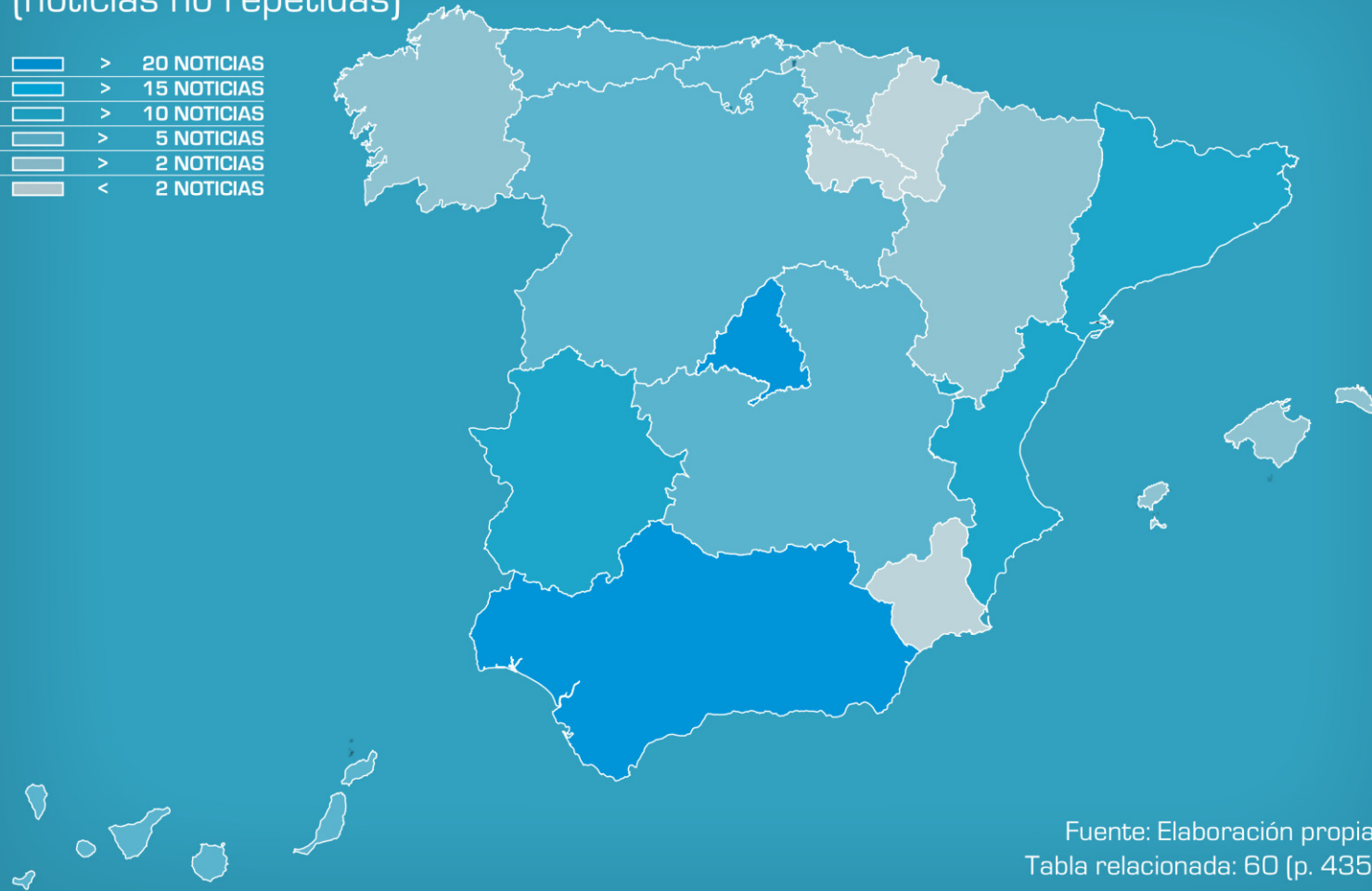
	>	30 NOTICIAS
	>	20 NOTICIAS
	>	15 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	<	5 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 59 (p. 433)

Ciencia (noticias no repetidas)

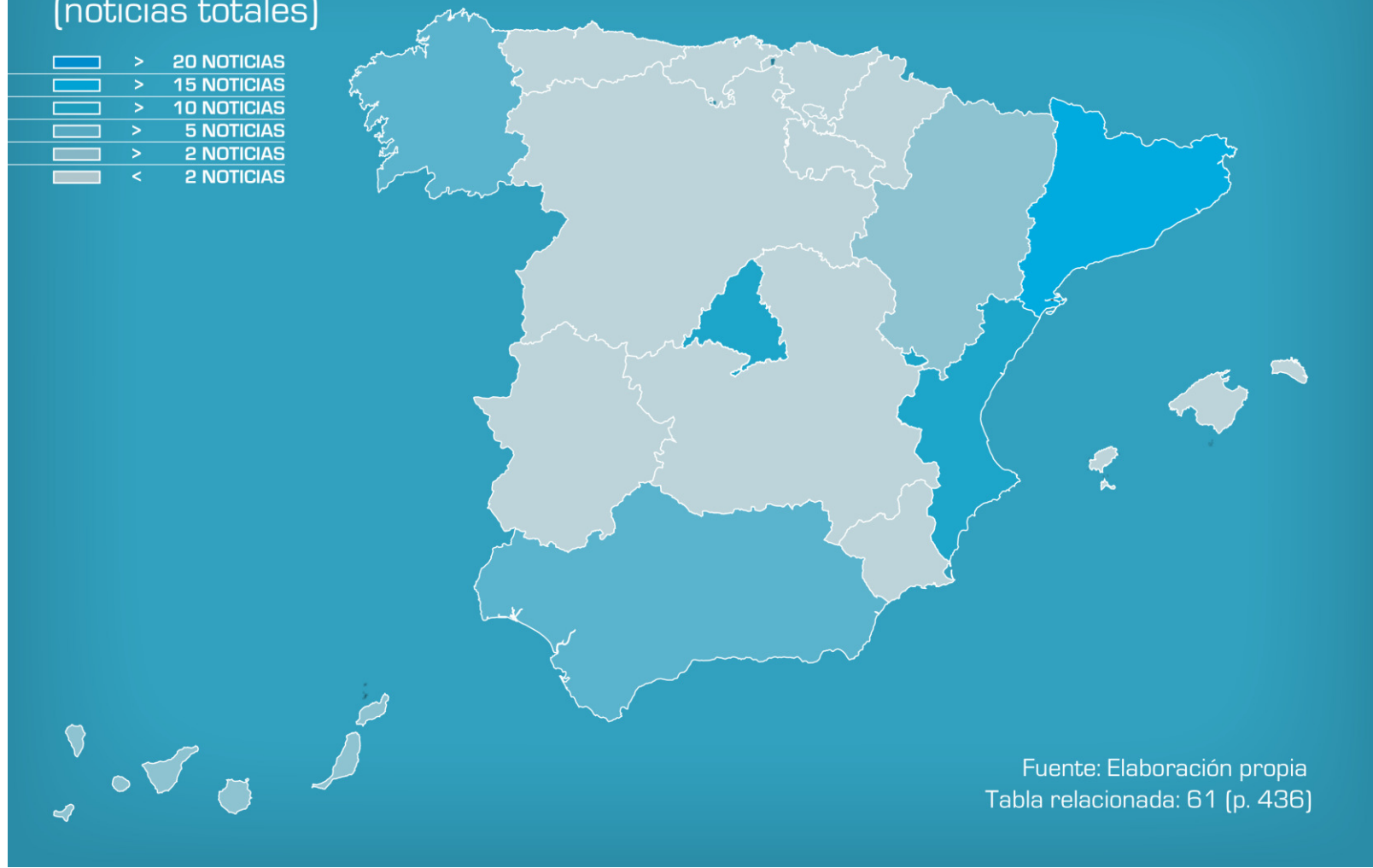
	>	20 NOTICIAS
	>	15 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	>	5 NOTICIAS
	>	2 NOTICIAS
	<	2 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 60 (p. 435)

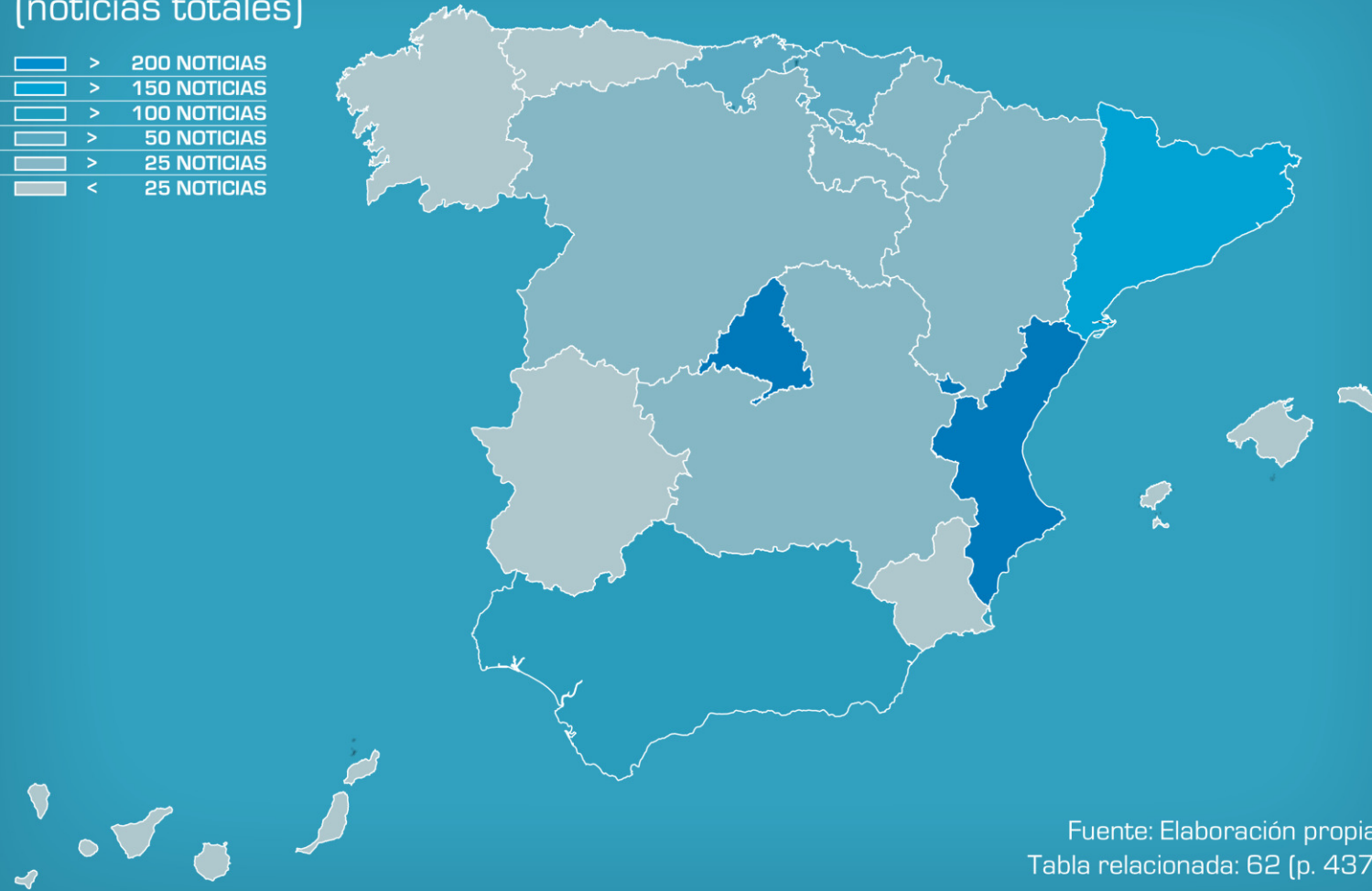
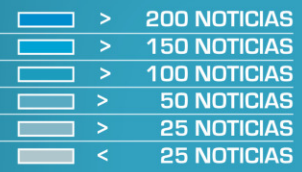
Salud (noticias totales)

- > 20 NOTICIAS
- > 15 NOTICIAS
- > 10 NOTICIAS
- > 5 NOTICIAS
- > 2 NOTICIAS
- < 2 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 61 (p. 436)

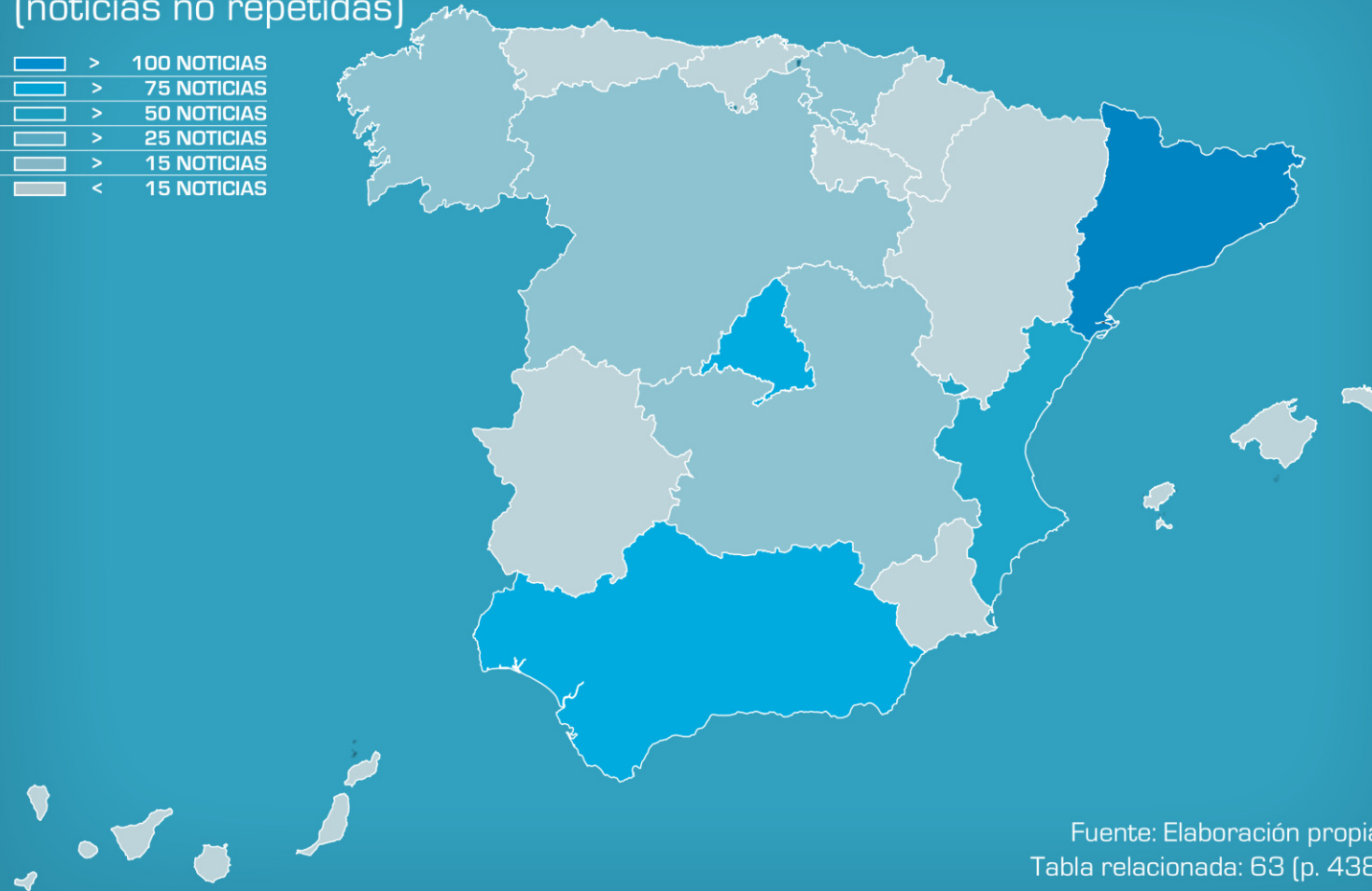
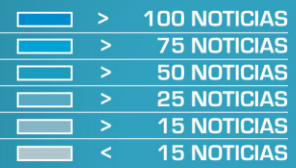
Sociedad (noticias totales)



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 62 (p. 437)







Sociedad

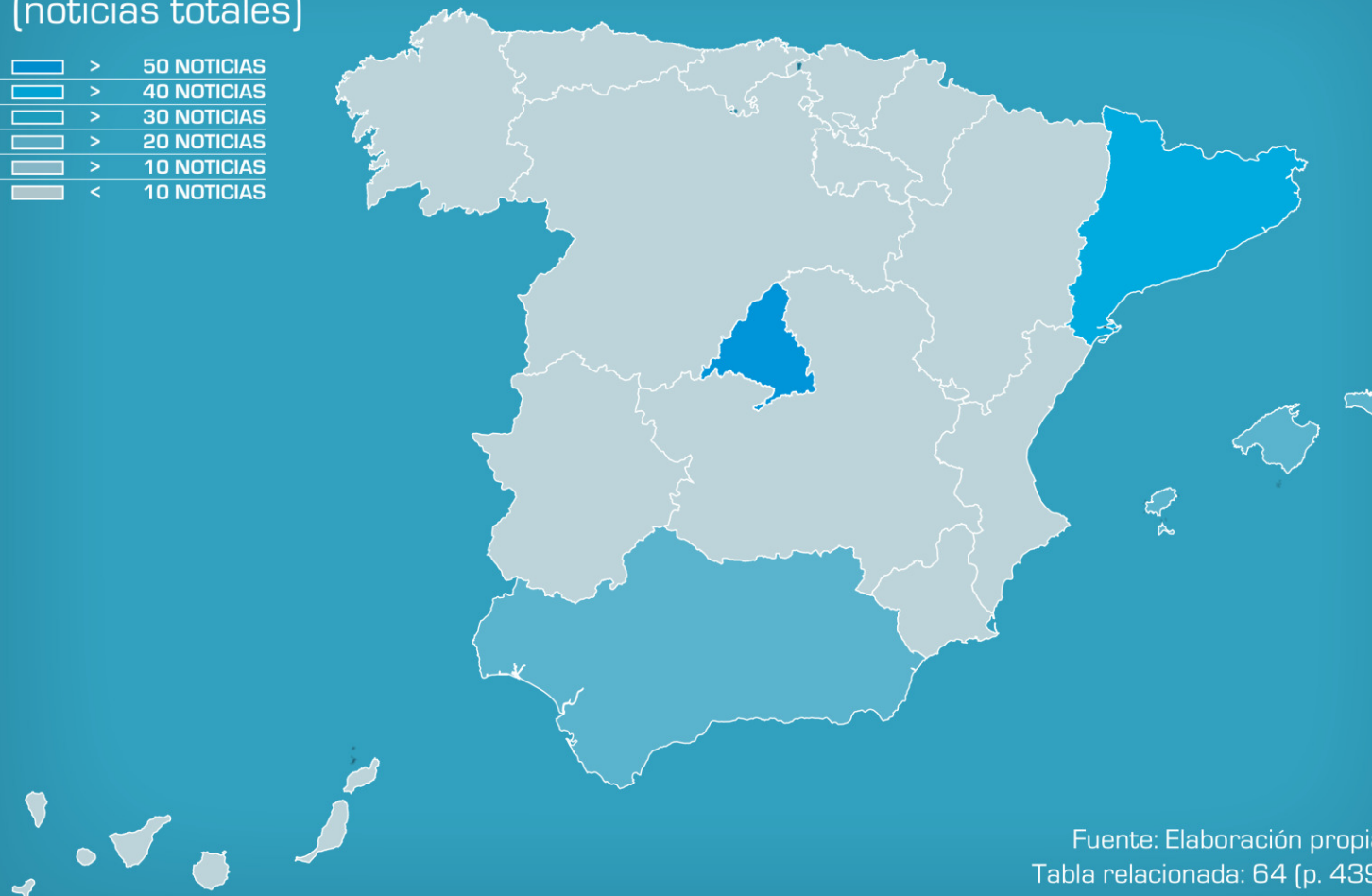
[noticias no repetidas]



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 63 (p. 438)

Solidaridad (noticias totales)

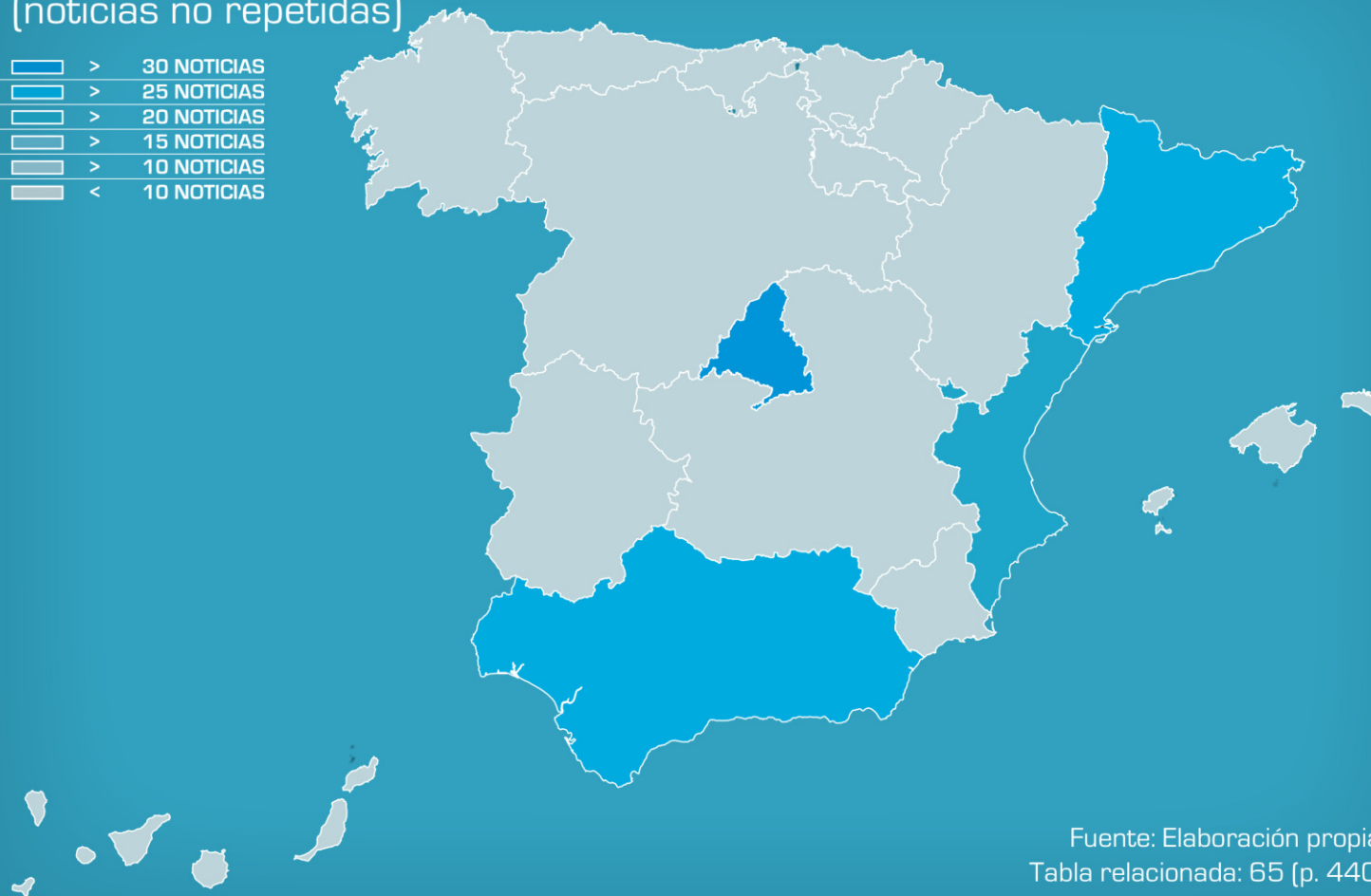
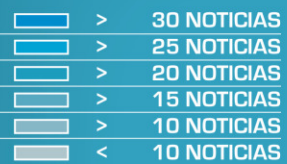
	>	50 NOTICIAS
	>	40 NOTICIAS
	>	30 NOTICIAS
	>	20 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	<	10 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 64 (p. 439)

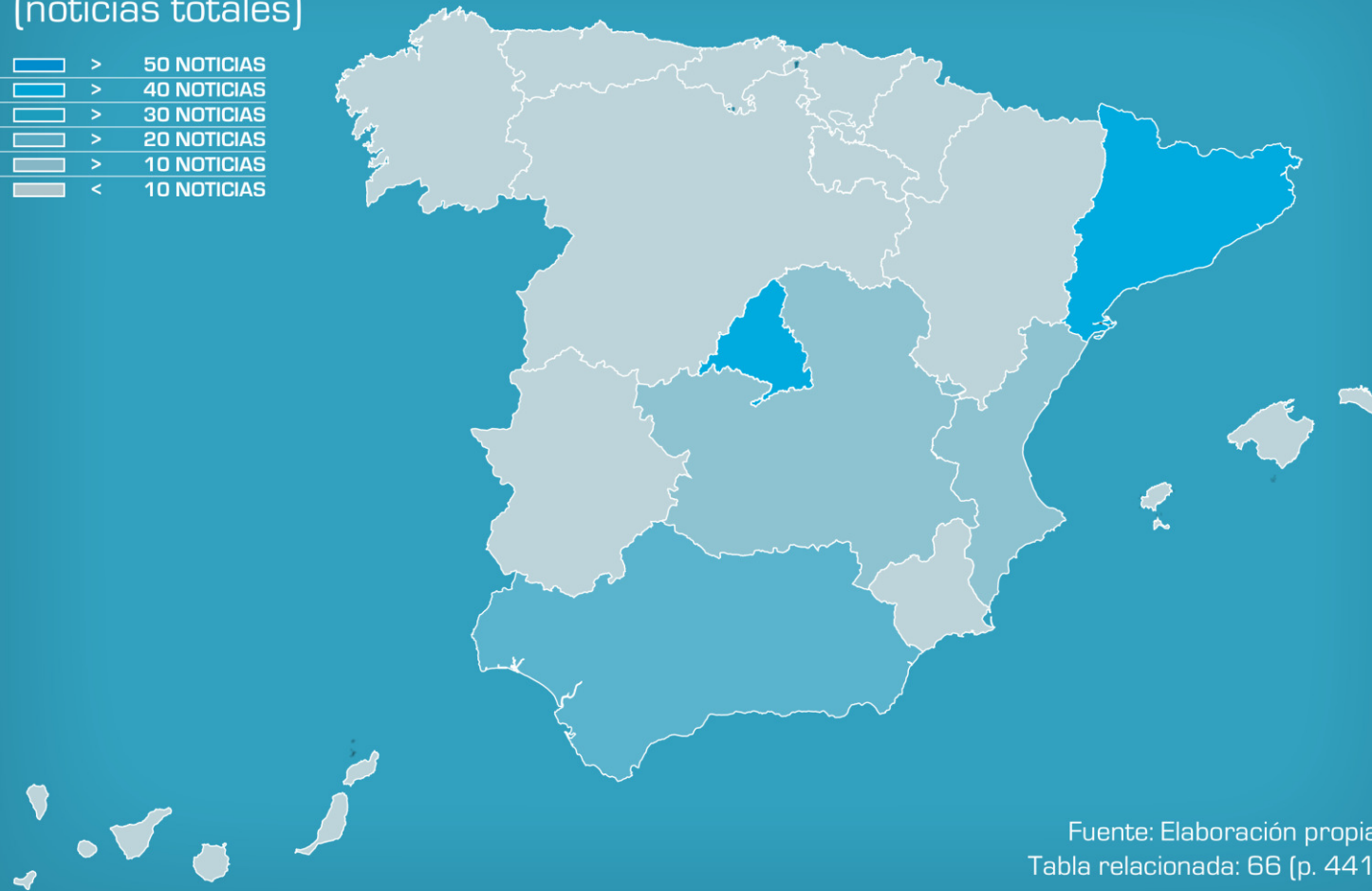
Solidaridad

(noticias no repetidas)









Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 65 (p. 440)

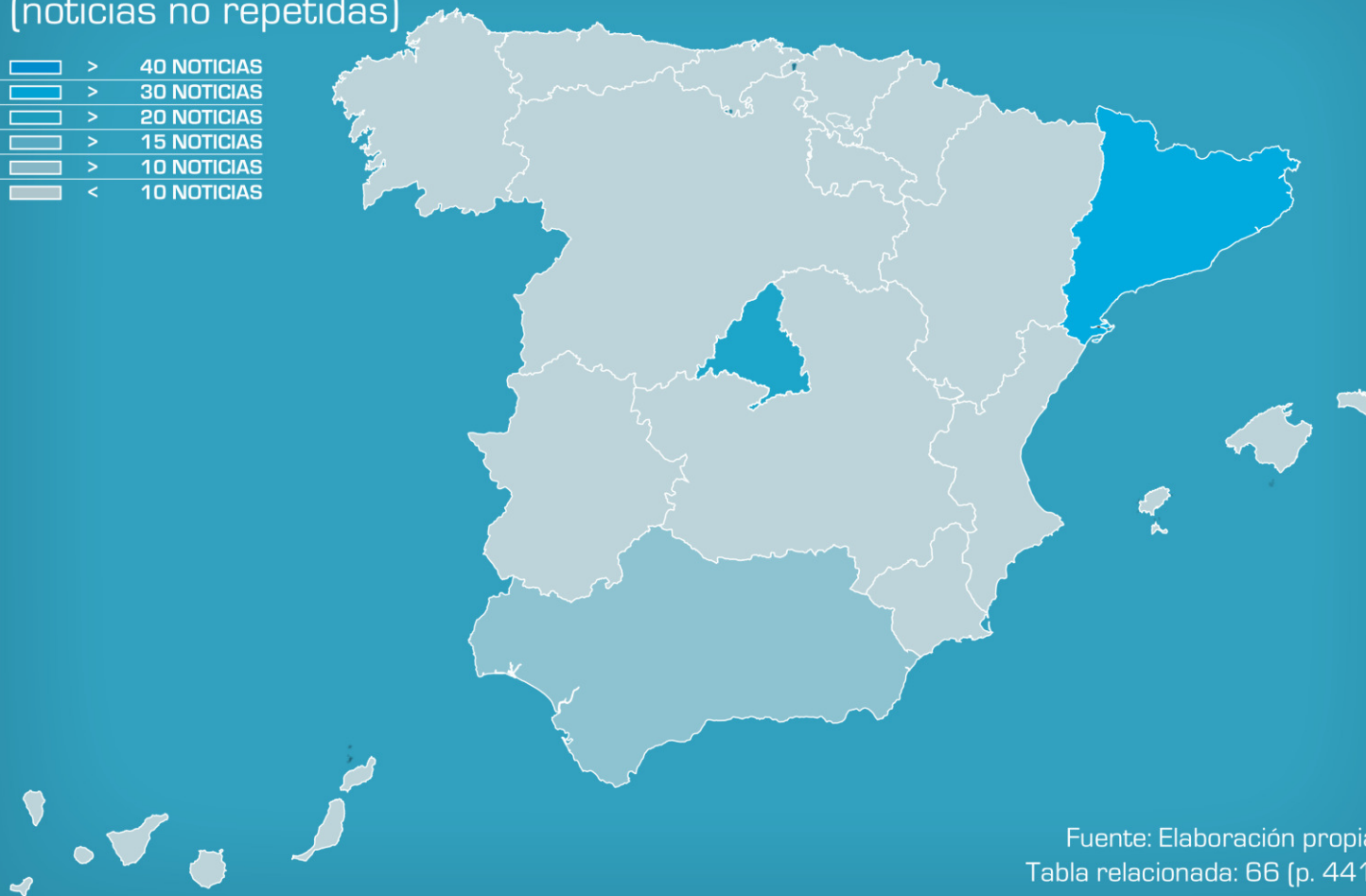
Tecnología (noticias totales)



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 66 (p. 441)

Tecnología (noticias no repetidas)

	>	40 NOTICIAS
	>	30 NOTICIAS
	>	20 NOTICIAS
	>	15 NOTICIAS
	>	10 NOTICIAS
	<	10 NOTICIAS



Fuente: Elaboración propia
Tabla relacionada: 66 (p. 441)

The relationship between media salience of the Spanish Autonomous Communities, regional pride and other social indicators.

Introduction and conclusions (English version)

[Doctoral thesis]

[Roberto Gelado Marcos]

[Director: Dr. D. Pedro Rivas Nieto]

Index

1. Introduction.....	2
1.1. History and Politics.....	4
1.1.1. An interdisciplinary perspective.....	8
1.1.2. A glance at the past, a gaze to the present.....	10
1.2. Communication and Society.....	15
1.3. A first methodological approach to media analysis.....	20
1.3.1. Content analysis applied to mass media.....	21
1.3.2. Foundations of interpretative analysis.....	24
1.3.3. News design as a weighting tool for research purposes.....	25
1.4. Study case.....	36
2. Conclusions.....	39

1. Introduction

This work of research owes its existence to various questions and a few firm convictions derived from both personal and professional experiences. Its evolution and final transformation into this book have only been possible thanks to the invaluable funding provided by the regional government of Castile and León (*Junta de Castilla y León*) and the European Social Fund, which created an undeniable bond—we could not have wished otherwise—between this project and the region of Castile and León. Indeed, far from being a problem, we regarded this relationship as an interesting starting point for a research whose key goal was to contribute actual data to what until then had been mere intuition, that is, that Castile and León did not occupy the place that it historically deserves in the current Spanish establishment. Like so many other researches, this one naturally shifted towards broader subjects, and once again, the very nature of its specific geographical focus was not a hurdle, but rather a stepping stone towards other interesting reflections.

The underlying reason for this was because, in order to prove that Castile and León was underrepresented in Spain, we necessarily needed to shift our attention towards the rest of Spain's regions in order to ascertain what exactly constituted underrepresentation. After all, if some regions were indeed suffering from underrepresentation, others were being overrepresented. Thus, the interregional scope of this study is a natural product of the evolution of a research that has pondered throughout on the roots of the very phenomena it contemplated.

The education and professional experience as a journalist of the PhD candidate was the main trigger for choosing media as the fieldwork in which to measure the peculiarities of different portrayals of Spain's autonomous regions. As suggested at the beginning of this introduction, most of these concerns on the underrepresentation of Castile and León originate from several years of observation as media consumer, researcher and practitioner. In the beginning, the research attempted to analyse different methodology approaches that might be useful for the study of media portrayals of allegedly underrepresented communities like Castile and León. While we compiled this methodological review, we also revisited the historical roots of Castile and León as well as the origins of different Spanish regions with a view to conclude, on the one hand, what was the exact meaning of "the place that should be assigned to Castile and León according to History", and on the other, to analyse the foundations of what many have called the identity issue in Spain.

1.1. History and Politics

This chapter was intended as a more than a descriptive support for the contextualisation of the social-media phenomenon that we were attempting to analyse. In fact, we have contemplated social communication throughout as a complex, holistic and interdisciplinary phenomenon whose analysis must originate from different fields of knowledge and so avoid reductionism. At an early stage, when the scope was limited to Castile and León, we thought it necessary to dig into the roots of the very phenomenon we were studying—the alleged underrepresentation of Castile and León—, by reviewing the works of those that had joined both ends of the equation: Castile and León and its representation in the media. The political authorities of the region actually seemed to pay great importance to the dialogue between the region and the media, and yet efforts to maximise media potential seemed to focus more on the domestic portrayal of the region rather than on how Castile and León was regarded in other Spanish regions, a perspective we found far more interesting (and revealing).

A first incursion into the existing literature on the topic provided one clear yet unsurprising conclusion: there was, as a general rule, a lack of studies devoted to the issue. Few researches focused on Castile and León's current exposure in the media, and recent literature offered vague explanations on the alleged irrelevance of an autonomous region that, at its origins, was the very same inspiration for a then prominent political project called Spain.

By the time we had completed this first historical review, the development of the methodology began to suggest the necessity to link the media portrayal of

Castile and León with that of the other Spanish autonomous regions. The aim was to establish a comparison between them that could enable us to conclude whether this was indeed a case of underrepresentation or not, as well as what autonomous regions were affected and to what extent. The sparse results obtained during the historical review of the dialectics between Castile and León and the media, along with the fact that the research started to call for broadening of its geographical scope, led us to clarify several aspects: on the one hand, that the necessity to widen the geographical scope in the study case should affect the perspective of the historical contextualisation too, as it could no longer only circumscribe to Castile and León; on the other hand, that the initial question of whether Castile and León was underrepresented in the media or not, required an answer that could not be uniquely descriptive. Even though this was an acceptable approach, we believed that the size and aspirations of a doctoral thesis should provide more than a mere description of a phenomenon, no matter how interesting this might be in the light of the aforementioned scarce literature (or lack thereof). Furthermore, as the study clearly belongs to the field of social communication and commits to an interdisciplinary perspective, it seems quite logical not to approach different disciplines individually, but rather more adequately as intertwined fields.

To that end, we came up with the idea of not only focusing on the media portrayal of Spanish autonomous regions, but also relating these data with different social indicators that in some cases were related (to a great extent, in fact) with historical aspects. The underrepresentation of Castile and León in the media may have been mere intuition, but in truth it suggested nothing

excessively complex or difficult to prove, despite it being unprecedented. Due to this, we decided to go further and link the data that we had already compiled in our study with other available data on indicators that might somehow produce a social and political snapshot of Spain nowadays. To a certain degree, we felt that it was worth proving that not all of Spain's autonomous regions are treated equally by the Spanish national press. However, what was truly interesting and suited better our interdisciplinary approach to the analysis of social communication phenomena, was to try and explain what factors were responsible for the imbalanced media portrayal of Spain's autonomous regions. Did wealth entail better treatment? Would a larger population imply increased media coverage? Do the media favour regions with greater regional awareness?

Curiously enough, this last question led us back to consider the historical issues once again. The topic of regional awareness seemed to be related to the issue of identity, the origins of which would again necessitate an historical insight, this time with a holistic Spanish approach rather than our previous focus on the media. Identity could only be explained in full by revisiting the genesis of Spain as a nation, though the initial inclination of the study had leant towards the region of Castile and León, without losing sight of other Spanish territories that could be interesting to define what we have called "regional awareness" and, ultimately, to integrate such definition in the compared analysis between media coverage and social indicators.

After all, if we were assuming that Castile and León was no longer the prominent region it once was and were attempting to so prove it through an analysis of media portrayals, it seemed only logical to provide historical

contextualisation that would properly explain this hypothesis. Likewise, it was necessary to widen this context because the history of Castile cannot be contemplated without referring to the history of Spain, and also because the history of Spain is essentially made up by the Histories of all its regions.

It is not only that it was necessary to assess how other autonomous regions were represented in the press, in order to clearly define media underrepresentation. It is also that, if what our analysis faced was a problem of identity strength as the prevailing element for better or worse media portrayal, the study required historical fact, not only from Castile and León, but from all of Spain's regions. That was how we began to formulate specific questions: what is identity? Which were the nationalisms of Spain's regions? Where and when did they emerge? And, more importantly, why? How exactly did these identity feelings within prominently diverse regions influence Spain's political sphere in the 21st century? Indeed, a key question arose that was dwelled directly on our area of study (the media): did autonomous regions with greater regional awareness have an increased media impact? And secondly, were there other criteria (demography, geography, wealth) that significantly correlated to the amount of media coverage of Spain's autonomous regions?

The answer to these questions may not be completely straightforward. It is open for debate, and we have tried to address the issue as transparently as possible in the section devoted to the theoretical framework of this thesis, "History and Politics". The collection of thoughts and insights presented there would have been impossible to compile without access to a vast compendium of works by key authors in the field of Politics and, especially, Spanish

Historiography, such as **Claudio Sánchez-Albornoz**, **Américo Castro**, **Ramón Menéndez Pidal**, **José Ortega y Gasset**, **Juan Linz** and, of course, the most prominent academic in Spanish Historiography from a regional Castile-and-León perspective, professor **Julio Valdeon**, an undisputed expert, sensible counsellor and indispensable source of inspiration during the first stages of this doctoral thesis. In order to properly examine all of these works, the guidance and advice of the director of the thesis, **Dr. Pedro Rivas Nieto**, was of course essential, and so too were those of his contacts in Latin American universities, such as professors **Tomas Pérez Vejo** and **Carlos Alberto Patiño**, and in Spanish universities, such **Ángel Rivero**.

Similarly, though abandoning a purely regional perspective for a wider context called Spain (far more relevant in Universal History), this work of research also owes its existence to the indispensable help of the director of the research stay of the PhD candidate in the Faculty of Sociology of Cambridge University, **Dr. Thomas Jeffrey Miley**, who also made it possible to contact professors **John B. Thompson** and **David Lehman**, from Cambridge University.

1.1.1. An interdisciplinary perspective

This section of the History chapter namely combines elements from History and Anthropology, as the analysis itself not only relates to historical fact but also to the constant and inevitable dialogue between History and other social and anthropological manifestations. As regards History specifically, we opted for the “perspective of historical disciplines themselves studied through modern criteria”, that is, aiming to achieve scientific status, as the new History “has freed

from the old antithesis between the ‘nomothetic’ and the ‘idiographic’, that is, it is not limited to the accumulation of facts that happened in the past; it studies human communities rather than individuals” (Rivas, 2011:19). This approach becomes especially relevant as the thesis has been clearly developed within the field of social investigation and it has, therefore, a sociological bond; something that fits in perfectly with **Barracough’s** (1981:345) perspective, who is of the opinion that this new History does not differ much from Sociology. Thus, History no longer is a mere accumulation of data, but a thoughtful contextualisation and interpretation of data in order to identify the key aspects that enable us to abandon the view of History as a chain of isolated events and regard it as the intertwined manifestation of people’s lives. However, although there have been sociological, economic and anthropological approaches to the study of History, we have not ignored (doing so would only have damaged the quality of the research) “the classic deductive character of History (...) as History is, as **Frédéric Mauro**¹ said, the projection of social sciences to the past” (Rivas, 2011:20).

Data gathered for this History chapter have been presented according to the descriptive-interpretative method because, as indicated earlier, it aims to go beyond mere narration of events and provide a (framed) meaning to historical events. We should not forget that this chapter exists to provide the necessary contextualisation for the analysis of a social media phenomenon that is analysed in the study case. That is why the descriptive-interpretative method, one of the most frequently used in the field of social sciences (**Sierra**, 1988-34) fits the needs

¹ Quoted in **Davies** (1965:3)

of our research and provides a framework that ultimately enables us to better explain the current situation in Spain.

1.1.2. A glance at the past, a gaze to the present

The section devoted to History and Politics starts as a series of historical reflections on Spain's regions from a Castile-and-León perspective, with which we have tried to analyse a region we believe is not unaffected by change. Moreover, by means of the accounts of prominent academics on historical events, it is our purpose to observe the evolution of such an emblematic land from its very foundation to its establishment as an autonomous region following the Spanish Transition to Democracy in the 20th century.

To this end, in the first pages of the History section, we revisit the birth of the territory currently known as Castile and León in order to deal with the key events of its prolific and long History. A History that gained momentum as the Reconquista evolved, but also one that, at its very conception—a centuries-long conception—occurred slowly because the Reconquista itself was, as **Ortega y Gasset** laments, slow too. These initial stages are worth noting, because it is here that the distinguishing features (with all due precaution when using this term) of the peoples of León, at first, and then Castile, were shaped.

One of our main hypothesis, supported by the interpretation of Castilian History made by prominent academics, suggests that Castilian identity becomes somewhat diluted as soon as an entirely larger version of Castile emerges, i.e., Spain. Or perhaps, rather than diluted, Castilian identity blends in with the newly born Spanish identity. For this reason, it is worth researching how a land

that once was nothing but a territory conquered by Muslim peoples, finally showed the necessary strength and entrepreneurship to become the natural leader amongst all of the peninsular realms, and succeeded in uniting them under one common mission: the so-called Reconquista. We analyse, for example, Count Fernán González key role in transforming Castile into a leading nation, and we therefore revisit earlier stages when the Astures and then the Leoneses led the Reconquista, while Castile slowly morphed into a powerful territory centuries later.

Indeed, many of the issues concerning the identity of the Spanish peoples that arise mainly during the 19th century are connected to historical events that occurred centuries before, and we review them in this historical analysis from a Castile-and-León standpoint. It would be impossible to understand why the peoples of León were so strongly opposed to the idea of one single region together with Castile during the Spanish Transition to Democracy without observing each of these two peoples' features, as **Valdeón** has done. It is also interesting to understand historical fact with a view to detecting the extent to which a nationalist claim is based on truth or myth. For instance, **Valdeón** (perhaps the most celebrated academic on the history of Castile and León), concludes his analysis by defending that, natural differences notwithstanding, Castile and León's 750 years of common History could be essentially labelled as exemplary and fraternal.

The same applies to other regions in Spain. If historical review can provide better understanding of a current landscape, it can also reveal how historical events were often distorted in an attempt to highlight and underline the

differences between regions, even if this contradicts the general view on what was essentially a fraternal History among Spain's different territories. For this reason, we have paid especial attention to the historical accounts by **Sánchez Albornoz** or the aforementioned **Ortega y Gasset**, who state that the larger the common project, the wider the awareness on collective identity². Indeed, if something remains clear in Spain's History it is that, without hindrance to each region's unique features, it was individuality that turned the debate on identity into a fertile ground for opportunistic politicians seeking to feed off the exaltation of differences. It is essential, therefore, not to lose sight of the fact that certain crucial aspects were willingly rewritten by a peripheral nationalist historiography, and that is exactly what we wish to underline throughout this chapter.

It is also true that —we discuss this too—the attempt at unifying all of the peninsular peoples, a crusade ultimately led by the Catholic Monarchs, caused a certain degree of social bitterness amongst certain groups that generally distrusted homogenisation because they believed it could ultimately lead them to lose their very own distinctive features. However, many historians (maybe more than those who defend the former theory) acknowledge that the Catholic Monarchs were, above all, heads of State who saw a larger potential in uniting booming realms, and who showed themselves highly sensitive to the peculiarities of all those included in the broader context of a unified nation.

² These words evoke those of **Renan** (1887:4-5) in the preface of the famous conference “What is a nation?” (included in *Discours et conférences*) he gave in 1882: “The man does not belong to his language or his race; he just belongs to himself, as he is a free being, a moral being. Beyond language, race, natural borders, geography, we put peoples' consent (...) For us, a nation is a soul, a spirit, a spiritual family. It results, in the past, from memories, sacrifices, glories, often duels and shared grieves; and, in the present, from a will to keep living together. What constitutes a nation (...) is having done great things in the past and a will to keep on doing them in future”.

A clear indicator is that Castilians in particular, and the Spanish, in general, displayed nothing but contempt at the delusions of grandeur of the successor, Charles I. This lack of confidence resulted in what was termed the Revolt of the Comuneros (1520-21), an episode that is widely regarded today as a key chapter in the history of Castile and León. We carefully examine it in order to separate truth from what became pure mysticism around the figure of the Comunero. Is it at all reasonable that the Comuneros should be Castile and León's most emblematic characters? Do the region's citizens regard them as symbols? Were their ideals directly related with their land of origin or rather with the exaltation of some of the region's features as responsible for laying the foundations of Spain? We address all of these questions in this History subchapter.

However, on the subject of the Catholic Monarchs, we mentioned that there is a general consensus among historians as to their being sensitive leaders who respected their peoples' singularities. It would be quite bold, therefore, and perhaps foolishly ignorant from an historical point of view, to affirm that the peoples that became part of Spain felt in any way oppressed or uncomfortable in this new context.

Notwithstanding—here we return to **Ortega's** notion of the importance of being part of an attractive common project—, along with the imperial decline of Spain came the emergence of centrifugal forces that still live on today in many respects. It should be noted that centrifugal will derives from decline and not the other way around, and to this effect, we try to provide as much historical support as possible. Paraphrasing **Ortega y Gasset** again, it was not that singularities

were removed but rather that a then thriving Spain grew weaker due to a certain willingness to remain unique in some regions, and it happened to coincide with the decline of Spain as the prevailing power in Europe.

These centrifugal forces saw the central establishment as a scapegoat (as well as Castile, as an embodiment of its power, whether real or not), and their influence spread rapidly as from the 19th century onward. For this reason, we have devoted a long section to that period and we attempt to connect it with earlier historical facts in order to produce a storyline that might help explain the reasons why this situation ultimately arose.

The history of Spain from that moment on is not only turbulent but also fascinating, especially from the identity perspective that we prioritise in this thesis. If **Ortega y Gasset** complained earlier about the slowness of the Reconquista—an enterprise that literally spanned over centuries until it was finally complete—the end of the 19th century and the whole 20th century were witness to a frantic succession of events that we have tried to analyse in full in this work.

We have also paid special attention to this specific period of History because it seems to be the most direct precedent of the territorial model we currently have in Spain: the autonomous regions. Much of what happened during the Spanish Transition to Democracy was directly related to issues that remained unaddressed during the four decades of Franco's dictatorship. Indeed, a large number of them were linked to, as we have pointed out before, even earlier chapters in History. As a result, we aim to reaffirm the relevance of this historical

study as the basis from which we would be able to analyse properly the regional system that is the very framework for the study case in this thesis.

1.2. Communication and society

Analysis of History as a key element for understanding the current identity framework in Spain was not the only focus of the theoretical framework for this thesis. As mentioned at the beginning of the introduction, this thesis focuses on the phenomenon of social communication and tries to link historical observations with the way in which regional communities are portrayed in the media. To this end, we had to introduce two compulsory fields of analysis and a third one that joined the other two.

First, we had to analyse thoroughly the phenomenon of mass communication, since the study case aimed at one such specific phenomenon: mass media (represented in the study case as printed press and digital press). In order to achieve this, we first discussed the importance of mass media in the creation of collective images. The goal was to justify the relevance of studying media as a mechanism that would assess the regional importance of a specific autonomous region within an interregional context. In turn, to so measure the phenomenon, we had to explore the origins and relevance of media in current society; therefore, this second part of the theoretical framework deals also with the characterisation of mass communication from a theoretical perspective and through a brief history of mass media.

In the first part of section on “Communication and society”, we indicate that the regional Government of Castile and León acknowledges media as a key

player in the shaping of public opinion. We then revise the central ideas presented by prominent academics such as **Denis McQuail**, **Frank Böckelmann** and, especially, **John B. Thompson**, whose works are invaluable references to any researcher wishing to comprehend the phenomenon of mass communication. **Thompson's** most emblematic work, "Media and modernity" was essential in clarifying the fundamental features of mass communication.

As we said earlier, the theoretical focus also hinges upon a brief historical review that identifies the main milestones in the evolution of a phenomenon that recently boomed, but whose foundations were laid over centuries. It is worth noting the intervention of key figures such as **Gutenberg**, **Jeremy Bentham**, **James Mill**, **John Stuart Mill**, **Joseph Pulitzer** or **William Randolph Hearst**. The support of historical analysis from a descriptive-interpretative approach is of the utmost importance for the compilation of this interdisciplinary portrayal so that the reader in turn may adequately contextualise the object of our study.

The second field of interest that required theoretical examination was public opinion. As this thesis is rooted in the conviction that the social perception of autonomous regions was, to a great extent, linked to media portrayal, there were two issues to consider: first, what this mass media portrayal was exactly, and second, what was understood as "social perception". This vague notion led us to one of the most studied phenomena of the 20th century: public opinion. Hence, the theoretical framework of the thesis had to define and characterise the complex and attractive phenomenon of public opinion. The works of **Walter Lippmann**, **Niklas Luhmann**, **Jurgen Habermas**, **Otto Baumhauer**, **Elisabeth Noelle-Neumann**, **Denis McQuail**, **Sven Windahl**

and, especially, of professors **José Luis Dader** and **Cándido Monzón** were essential. Likewise, the advice of the first director of this project, **Dr. Pilar Pérez Herrero**, was paramount in the planning of this chapter.

The section devoted to public opinion begins with an analysis of the different approaches to the idea of public opinion, extracted from **Monzón's** quintessential "Public opinion, political communication". From there onwards, we try to define the phenomenon itself by means of metaphors uttered by the likes of **Paudioleau, Tönnies, Lippmann** or **Monzón** himself, as well as of the theoretical postulates of authors like **Habermas, Baumhauer, Speier, Sprott, Rovigatti** o **Noelle-Neumann**. We deal with the socio-political functions of public opinion too, especially those suggested by **Dader** in his fundamental "The journalist in the public space", as well the ones by **Noelle-Neumann**, compiled by him in the same book. Further on, we review the principal ways of measuring public opinion, as one in particular (the barometers of the CIS) is later used in the study case.

Additionally, many of the abovementioned authors contributed significantly to the study of relations between media and public opinion. The research on the effects of media on the social tissue was of particular interest to this thesis because it shed light on both the relevance of the alleged influence between one and the other, and on the ways in which this influence might be exerted. It therefore ultimately helped us to transfer this entire theoretical framework to our study case.

As a result, we also examined the fundamental theories of different stages during the 20th and 21st centuries, and separate paradigms were discussed. The

diachronic review allowed us to relate some of the theories' postulates with the data obtained in the results of the study case.

The review of the dialectics between media and public opinion opens with a description of the theories of direct impact and with a few mentions to authors who, out of conviction in the validity of the "stimulus-response" model, defended a unidirectional perspective that emphasised powerful media influence on public opinion. We therefore refer to the studies by **Lasswell** on ideological pervasion or propaganda, studies by **Bernays, Watson and Mayo** on the pervasive capacity of commercial advertising, and finally, studies by **Burguess** and the Payne Foundation (a crossroads for other prominent academic authorities such as **Blumer** or **Charters**) on the influence of the film industry on young people and children.

Afterwards, we go on to dissect the main theories on the period of limited effects that spans for around two decades, and is discussed in postulates such as **Triandis's** selective exposition and perception, or in the two-step influence by authors such as **Katz, Lazarsfeld, Berelson, Tarde** and **Gaudet**.

From the transition theories, which span from mid-1960s to mid-1970s, we move on to explore the diffusion models, the transitive model and the information search paradigm. Among the diffusion models, it is worth noting the multiple-step diffusion model by **Kraus** and **Davis**, the diffusion of innovations by **Rogers** and **Shoemaker**, the knowledge gap theory by **Tichenor, Donohue** and **Olien**, and the J-curve model by **Greenberg**. From the transitive model there ensued the study of the transactional theory of **Kraus** and **Davis**, the theory of individual differences by **De Fleur** (reformulated by **Comstock et al.**).

As regards the information search paradigm, we have focused on the functional inventory theory by **Charles Wright**, the uses and gratification theory by **Katz**, **Blumler** and **Gurevitch**, the model of undisputed effects by **Chaffee** and the historicist model by **Carey**.

Finally, we deal with the reinterpretation of the direct effect theories, which spans from the end of the transition period (mid-1970s) to the present day. Two key theories seem to capture the undivided attention of the experts on media and public opinion during this period: the spiral of silence (**Noelle-Neumann**), and the agenda-setting (**McCombs** and **Shaw**). Our analysis pays special attention to these two interpretations, not only because they are the most widespread and accepted nowadays, but also because their postulates seem to back the relevance of certain methodological avenues we have adopted in this thesis, such as the thematic analysis model. Besides, they provide interesting standpoints from which we may analyse the data obtained in the results of the study case.

The “Communication and society” section ends with an analysis of the two Autonomic Barometers published by the Spanish Centre for Sociological Research (in 2005 and 2010). Here, all credit is due to **Dr. Enric Martínez-Herrera**, lecturer in Political Science at the Pompeu Fabra University, for his inestimable assistance and who also, on being informed of the nature and goals of this thesis, insisted on an exhaustive revision of the aforementioned studies, the most ambitious projects on regional issues every attempted by the CIS. The analysis was useful for two reasons: on the one hand, the CIS’s barometers revealed many connections between the History and Politics, and the

Communication and Society sections; and, on the other, they provide scientific data with which to measure variables, which would otherwise have been impossible given the logistic limitations of this thesis. Here we obviously refer to regional awareness, since measuring such a complex variable would have been extremely difficult without data available from these two studies.

Alongside the analysis of Autonomic Barometers, we wished to add our own contribution rather than limiting ourselves to reproducing the data of an existing study. As a result, in section 2.2.4.3 we establish a comparison between questions on regional awareness that appear in both of the 2005 and 2010 studies. We compared the evolution of Spanish public opinion on issues like: “The meaning of Spain”, “The Spanish pride”, “The regional pride”, “The importance of regional leaders”, or “Spanish pride versus Regional pride”. Many of these simple formulations recalled significant questions that we had already discussed in the “History and Politics” section, and at the same time, they seemed to touch upon other aspects debated in the review of public opinion and the media.

1.3. A first methodological approach to media analysis

The study of social communication phenomena, in general, and more specifically, of mass media, has been approached from different methodological postulates along History. As a general rule, we can distinguish two perspectives: one of them focuses on obtaining quantifiable results that other researchers can reproduce if they apply the same methodology; the other warns of the complex nature of social phenomena, and suggests going beyond what is easily quantifiable in order

to concentrate on other aspects that are often disregarded with closed analysis models. Content analysis is, in this sense, one of the most popular techniques, though also a recurring point of discussion between quantitative and qualitative researchers on its characteristics, requisites and potential.

1.3.1. Content analysis applied to mass media

Although many authors believe that the golden age of content analysis came in the form of studies attempting to prove the influence of propaganda in social media as rigorously as possible (around the time of the Second World War), it was in fact far earlier, in 1910, that **Max Weber** already suggested in a conference at the German Association of Sociology the creation of a new Sociology of the Press on the basis of quantitative textual analysis (cf. **Deacon et al.** 1999:116).

The contribution of **Lasswell** (1927) to the study of war texts is also interesting, though we must go as far back as the 1950s to find the first attempt at understanding the concept of content analysis. It was **Berelson** (1952: 147), in this case, who defined it as a research technique that aspires to a quantitative description of the manifest content of communications. A few years later, **Stone et al.** (1966:5) insisted on the systematic and objective nature of content analysis. In the 1990s, **Berger** (1991:25) defined content analysis as a Research Technique based on measuring the quantity of something (violence, negative portrayals of women, etc.) in a representative sample of some mass media. And, in similar terms, **Slater** (1998:235) points out that the key objective of content analysis is to

control interpretation in order to shift researches towards the more scientific approach of “counting things”. Within this quantitative aspiration, a special mention should be made to **Neuendorf**, as she bluntly states that content analysis is, above all else, a systematic technique based on a scientific method that summarises the information of a series of messages and lies (**Neuendorf 2002:10**).

Authors such as **Deacon et al.** (1999:115) point out that the existence of content analysis with not even a hint at evaluation, as **Berelson** seems to suggest, is “highly questionable”. Similarly, **Altheide** introduces some qualitative nuances by stressing the importance of understanding latent meanings (as quoted in **Cea D’Ancona**, 1996:352). Before him, however, in the 1980s, a visionary of research methodology in Social Sciences, **Krippendorff**, wrote that content analysis was at a crossroads and that it remained to be decided where to go from there. Years later, he still insisted on the crossroads theory:

“In the first edition of Content Analysis, published in 1980, I suggested that content analysis was at a crossroads. Content analysis at that time had a choice: They could continue their shallow counting game, motivated by a journalistic fascination with numbers and a narrow conception of science in which quantitative measurement provides the only evidence that counts (**Lasswell**, 1949/1965b), or they could refocus content analysis methods on social phenomena that are both generated by and constituted in texts and images and, hence, need to be understood through their written and pictorial” (**Krippendorff**, 2004:xiv).

However, a few years earlier, **Holsti** (1969:2) had already formulated several questions that content analysis could answer. Two of these were especially interesting: “What is said?” (Evaluation of content and description of the tendencies it produces) and “How is it said?” (A study of formal, rhetorical and stylistic techniques used in the text in order to achieve its goals). More recently, **Deacon et al.** (1999:116) have added that the natural environment for

content analysis is “communication and cultural studies”. That is the reason why, they continue, we have seen lately a profusion of studies that used content analysis in different fields related to communication and cultural studies: pieces of news, advertising, cartoons, entertaining genres in TV (films, sitcoms, talk shows), magazines, video clips, etc.

If in the 1970s the clash between quantitative and qualitative paradigms marked the development of Sociology, the goal now should not be the imposition of one paradigm over another, but to try and find how best to complement one with the other (cf. **Cea D’Ancona** 1996:46-7, **Deacon et al.** 1999:114, and **Williams et al.** 1988:47). Because, as pointed out by **Duke and Mallette** (2004:1), quantitative and qualitative foci must not be mutually exclusive within one research. Indeed, many authors defend that is impossible to determine *a priori* if one approach (qualitative or quantitative) is better than the other (cf. **Ackroyd y Hughes**, 1992:30). For that reason, as stated before, many methodologists have endorsed lately a combination of techniques aimed precisely at complementing the weaknesses of some with the strengths of others (cf. **Kumar**, 1999:12).

In our study case, we decided to adopt this double approach for the content analysis technique: on the one hand, we assume the importance of providing a quantitative basis for the analysis of the press; on the other hand, we have also found it interesting to go beyond mere quantification and analyse media contents paying attention to distinguishing features of mass communication in general, and more specifically, those of the digital and printed press. In order to do so, we have opted for an implementation of a thematic

analysis. We start off with content analysis (a technique consisting of questioning the content of a text in order to obtain the answers we wish to extricate), and later complement it with an interpretative analysis on raw data from the previous stage.

It becomes apparent, therefore, that the thesis makes a pledge towards a complex understanding of the communication phenomenon. We try to explain it quantitatively, through content analysis, whereby we mean to quantify the media coverage of Spain's autonomous regions as well as the topics in which they appear. But we also provide a qualitative approach by interpreting how these contents associations work.

1.3.2. Foundations of interpretative analysis

Neuendorf (2002) acknowledges that there is a significant group of qualitative analysis techniques that might be applied to the study of media messages and should not be included in the scope of content analysis as such. To that effect, **Obradors Barba** (2007:218) warns that “we cannot reject the analytical efficiency of qualitative methods” which she terms simply as “the hermeneutical gaze”. Among these other techniques, **Neuendorf** (2002) lists, quoting **Hijmans** (1996) and **Gunter** (2000), rhetorical analysis, narrative analysis, discourse analysis, interpretative analysis, critical analysis and normative analysis. Under interpretative analysis, the researcher must be a tireless observer, ready to interpret texts and provide data comparisons in order to establish theories about his object of study. While interpretative analysis finds its roots in scientism, we

should not forget that it is still in the qualitative approach that the analyst must continuously discover and review new incoming data (Neuendorf, 2002:6).

Reguillo (1998:36) defends interpretative analysis in social research because, obvious though it may seem, “data do not ‘speak’, we make them speak”. Interpretative analysis has an immanent quality, which leads us to the object of study itself (written texts, audiovisual material, etc.) and its intrinsic features, when applied to communications. But there also exists a “transcendent analysis” that “pays attention to the relation between the object and the social world it interacts with”; in other words, it provides a framework that other less flexible research perspectives usually don’t (quoting **Reguillo** again, we have tried to “break with naïve empiricisms”). Interpretative analysis turns the researcher into “his or her own hermeneutical machine”: he or she is ultimately the one who interprets and offers his or her knowledge and skills (**Mejía Araúz**, 1998:36).

If interpretative analysis was intended as a complement to the quantitative data obtained when analysing topics, it also became necessary to fine-tune the analysis of the amount of media coverage by means of a new model that took into consideration the distinguishing features of the press.

1.3.3. News design as a weighting tool for research purposes

As mentioned previously, the study case for this thesis focuses on the analysis of printed and digital press, through which we attempt to examine, on the one hand, how Castile and León and the other Spanish autonomous regions are

portrayed in the national press and, on the other hand, the relation between regional feelings of identity and regional media salience.

These two aspects share a new link now: the quantification of the presence of Spain's different autonomous regions in the press. Quantitative measuring of the presence in the media is without doubt an invaluable indicator for the purposes of the analysis of media portrayal. However, as we pointed out above, the circumstances surrounding our specific object of study require us to go one step beyond mere quantitative filters. For instance, a news item that only appears inside the newspaper is not as important as another that appears on the cover. The same logic applies to the impact of a given text depending on its positioning on the page itself, or whether it is accompanied or not by an image.

Unfortunately, many of the bibliographical sources on news design that we consulted at this stage share a common conclusion: "there were scarce rigorous and systematised studies to formulate a solid and consistent theory on visual communication and graphic design, and this makes it difficult to provide a scientific, more objective, assessment of visual messages in many disciplines. Also, news design is somewhat lacking in a normative basis that can guarantee satisfactory results in the current analysis of the press" (**Suárez Carballo**, 2008:13).

Notwithstanding, as remarked by **Suárez Carballo** (2008:51) himself, there seems to be a certain degree of consensus among experts in graphic design on the notion that there exists a visual syntax that may be analysed in objective terms. Along these lines, **Munari** (2000:19) points out that it would be desirable

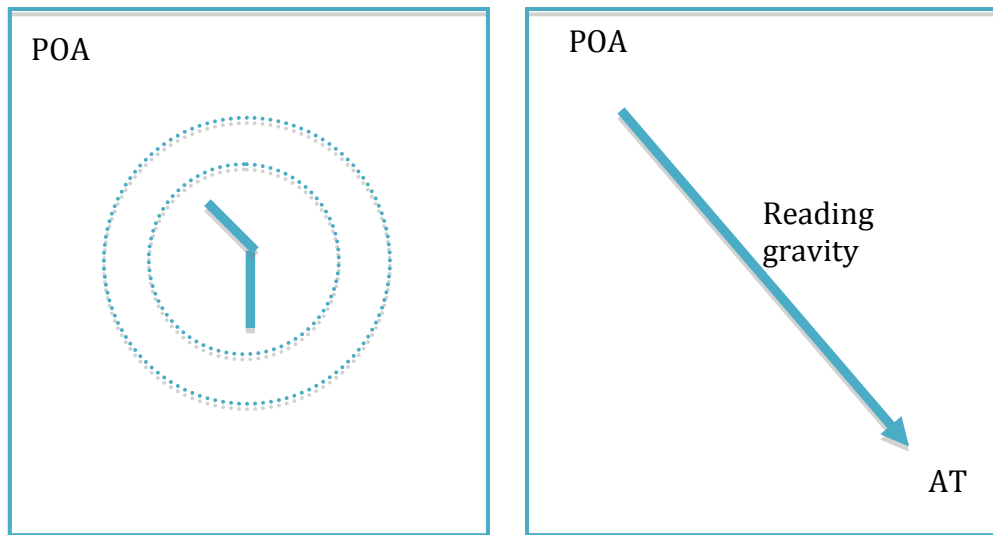
that “the image³ used is legible by, and for all in the same manner, as there is no visual communication but visual confusion in any other case”. Assuming that a specific newspaper page structuring does not produce a univocal meaning, but rather something that is “negotiated” (**Arfurch et al.**, 1997:14), we cannot completely rule out the idea that a news designer is a producer of meaning, someone who “writes” visual/verbal documents and adapts them to the structure of a newspaper cover or page (**Lupton**, 1993:23).

Should we accept that newspaper design is a producer of meaning (cf. **Contreras** and **San Nicolás**, 2001:59), there immediately arises a crucial question: is there a fixed guideline that defines the way in which readers behold a newspaper page? As **Zorrilla** (1997) says, there are two main opposed schools of thought that interpret the reader’s behaviour when contemplating a newspaper page: the one believes that the reader adheres to set of rules when reading a newspaper page, whereas the other defends there is a process of “negotiation”.

Along these lines, **Arnold** warns that if the human body cannot fight gravity, so too does the human eye subject to reading gravity. In other words, if the news designer immediately draws the reader’s attention to the centre of the page, it will be very difficult for him to bring the reader back to the upper part of the page, as the reader’s eyes will naturally move downwards (because of reading gravity). The same reasoning applies if the designer tries to make the reader “go back” to the left. The 10.30 Formula is a representation of the Gutenberg diagram

³ **Suárez Carballo** points out that what the Image Theory says regarding images has to be equally applied to news design. In other words, the pages of a newspaper work as images for Image Theory purposes, because “within the study of news design, a formal analysis of a newspaper page must be approached with similar postulates and rules as those used for visual messages of related disciplines” (**Suárez Carballo**, 2008:49).

that recommends that the news designer should start building the page from the POA (Primary Optical Area), that is, the point where the hands of the clock point to 10.30(cf. **Zorrilla**, 1997:60).



10.30 Formula and Gutenberg diagram. Source: Zorrilla (1997:61) and Arnold (1986:36)

The second school of thought on reading itineraries on newspaper pages proposes that the “physical attributes of visual elements contribute to establish movements and ocular directions around the newspaper page” (**Suárez Carballo**, 2008:168).

One of the most prominent figures of those who oppose **Arnold's** (1986) postulates is **Mario García** (1993:138), who defends that the reader does not have a previous itinerary in mind before viewing the page. **García's** statements are backed by the research of American behavioural psychologist **B.F. Skinner**, who proved that, on a blank page with a single dot on it, viewers tend to focus on the dot. Moreover, given a blank page with two dots, readers' eyes moved between these two foci of attention (visual impact centres, paraphrasing **García**). Oddly enough, however, should more visual impact centres be added, the effect of

attraction would weaken rather than become stronger (cf. **García**, 1993:138). It is because of this that authors such as **Costa** (1991) warn that “the amount of original elements conveyed must be compatible with the readers’ attention capacity”⁴.

This second approach would lead us to a more likely scenario, bearing in mind that the guidelines by which information reception and processing occur through visual stimuli do not seem to be fixed or unalterable. In fact, it seems that the emission-reception process bears a closer resemblance to a negotiation in which meaning is visually built “through different attention foci based on formal characteristics”(Suárez Carballo, 2008:168).

But, as **Zorrilla** remarks, two seemingly opposed theories such as **Arnold’s** Gutenberg diagram and **García’s** visual impact centres may not be that dissimilar after all. We may accept, as **Zorrilla** (1997:63) does, that “there is a kind of preset reading itinerary” that is a direct consequence, among other things, of the way in which the average reader learns to see since he or she is a child. Consequently, we may also accept that even on a blank page the (Western) reader will first look at the upper left section. Likewise, if there is only one visual impact centre, this will be the reader’s itinerary point of departure, even if it is located in one of **Arnold’s** fallow corners. This third approach is also supported by the empirical data provided by German news designer **Norbet Küpper** (1990), whose research focused on the reader’s behaviour with relation to newspaper pages. In his conclusions, he draws a hybrid model of sorts between **Arnold’s** and

⁴ Quoted in **Suárez Carballo** (2004:281).

García's postulates, resulting from the conclusions to the questions posed by his research: Does the reader start to read from some a specific spot? Can we talk about fixed itineraries in the reader's eye movement? Are some foci more appealing than others? Does the length of a news item have any bearing on the rate at which it is read?

The most relevant of **Küpper's** conclusions (that are at the same time closely linked to the object of study in this thesis) may be summarised as follows:

- Readers always start their visual itinerary from a specific spot, but that spot doesn't always remain the same. It is usually a large picture or headline (36 pt. at least, according to **Küpper** [1990:4]).
- **Küpper's** experiments proved that over 80% of the readers would first look at the pictures. **Küpper** (1990:4) explains this by suggesting that pictures can be processed much more quickly by readers and require less of an effort to do so. Nevertheless, regardless of the underlying reasons, **Küpper** proves that they firmly capture the reader's attention (cf. also **Elosúa**, 2000:189-90). Logically, then, if the news designer attaches an image to a specific item of information, he is quite likely trying to draw the reader's attention towards that specific piece. Incidentally, **Küpper** (1990:4) concludes that "readers read stories with illustrations more frequently than stories with none at all".
- The majority of the readers will look at the headlines, which is important to determine the specific weight we may assign to headlines as compared with other features of the news story.

- Can we predict with all certainty whether a story will be read? Actually, as we may appreciate in the table below, **Küpper** (1990:6) explains that readability hinges upon many factors (cf. also **Suárez Carballo**, 2008:170), not only on page location.

Positive influences	Negative influences
Significant elements that attract the reader's attention (pictures, large headlines)	No significant elements to attract the reader's attention (no pictures, small headlines)
Short stories	Long stories
Fragmentation of news (headings and subheadings)	No fragmentation
Lightening texts by means of graphics or illustrations	No lightening texts by means of graphics or illustrations
Interesting topics	Relatively uninteresting topics
Well-written headlines	Unclear headlines

Table 1. Influences in newspaper readability. Source: Küpper (1990:7)

Thus, we may talk of a moderately predictable visual itinerary that readers adhere to when confronted with newspaper pages, as well as patterns: as a general rule, the reader's attention will shift from larger to smaller text, so he or she will usually focus first on pictures, then on headlines and, finally, on the texts themselves. **Küpper** (1990:7) thereby derives that in most cases, the first three or four elements that capture the reader's attention remain constant, although he rejects the notion that the readers behave always in the same manner when confronted with a newspaper page⁵.

⁵ **Vilches** (1998:63) similarly writes that "visual pictures stimulate the observer to organise their reading much as the conductor of an orchestra arranges a score. The signs remain the same, but conductors interpret scores differently".

Additionally, the Internet introduces new elements that should be taken into account for research purposes. First of all, the production surrounding Internet media features a set of distinct peculiarities that don't exist in the printed press, and it therefore requires a slightly different approach.

On the one hand, the need to endlessly update content forces one to reconsider time criteria. We do not only have one edition to choose from for the purposes of systematising future analysis (as there may be several in one day), but we must also reconsider the importance of the location on webpage. We wish to imply by this that location has no relevance at all, but its importance is somewhat affected by the peculiarities of digital media: location on the page is not always as much the product of thoughtful assessment as it usually is in printed publications. Here, mere immediacy prevails (**Salaverría and Cores**, 2005:151, and **Palomo Torres**, 2005:187).

Digital newspapers benefit also from other tools that printed papers do not possess. These distinguishing features do not only affect the final product (which is clearly different, as we will see), but also the way in which that product must be studied. As with the printed press, it is essential to understand the tools that digital newspapers employ to prioritise stories for their readers. In this regard, the notions of **López García et al.** (2005:46) on hypertextuality, multimediality and interactivity were of particular significance.

If **Küpper's** studies were a key milestone to our approach on the printed press, digital media requires a close acquaintance with eyetracking studies. These will help determine recurrent patterns in the reader's eye movements in front of

the computer screen. Already when we discussed readers' visual itineraries on written newspaper page, we listed several aspects that cause the eye to shift towards different foci of attention. Digital media produces similar patterns, though in this case there are several advantages to its study, as it is much easier to set up research devices on a computer screen without excessively altering the surrounding environment (one of the main hurdles of eyetracking techniques applied to the printed press, as they required heavy hardware that considerably modified the conditions in which a newspaper is usually read).

When studying visual itineraries in digital media, cameras and other hardware may easily be set up within the computer screen itself allowing readers to surf the Internet as they usually do in their daily lives. One of the most interesting studies that used the eyetracking technique on cybermedia was completed jointly by the Poynter Institute, the Estlow Center for Journalism & New Media and the private company Eyetools, in 2003. Among the most remarkable conclusions, we may highlight the following:

- a) The upper left area is more visually prominent than any other part of the screen. The standard visual itinerary could be illustrated as follows:
- b) Dominant headlines capture readers' attention, especially if they are located in the upper left section of the screen.
- c) Pictures (contrary to the findings of eyetracking studies on the printed press in 1990) are not the reader's usual starting point when viewing websites. The visual weight of pictures is, therefore, less important in the digital press, where text prevails. This doesn't mean that pictures

as a block. Underlining headlines breaks headline-blurb unity too, and the reader will again skip the blurb.

- f) Lower parts of the webpage (especially those that require scrolling) had lesser visual and cognitive impact. Again, this doesn't mean that contents beyond the upper left part of the page are necessarily overlooked⁶. Furthermore, the study shows that the reader's eye would occasionally hover over these lower areas. Why? Because the viewer will often scroll down to skim the contents of that area. At this stage, the eye hardly stops at all at the headlines, so items positioned that far down have one chance at being read, i.e., the headline must be attractive enough to capture the reader's attention.

Due to all of the above, we chose to develop two models of newspaper analysis: one for the printed press and another for the digital media. We took postulates from Image Theory and Perception Psychology applied to news design and used them to take into account several aspects that might have been disregarded by a merely quantitative approach. The model is fully detailed in the third chapter (Methodology) of the thesis.

⁶ **Arnold** (quoted by **Whitbread**, 2001:162) talked about the aforementioned "fallow corners", areas that the eye seldom rests upon. But even **Arnold** clarified that this did not imply that all of the content located here was meant to remain unseen. Rather, it was a warning for news designers: if they wished to highlight certain items of news, they must simply avoid "fallow corners".

1.4. Study case

After reviewing the relevant literature that could enlighten our research questions, we put forth an interregional comparative study case that would explore media coverage of Spain's autonomous regions in both the printed and digital national press during 2010. Our main goal was to define media coverage itself in order to assess whether some autonomous regions were actually being underrepresented and, if so, to what extent. There was a special emphasis on Castile and León, as this is a study based on this particular autonomous region and it was conducted by a regional researcher and financed by the regional government. At the same time, nonetheless, the review of academic literature has definitely taken our scope to an interregional level, in order to answer all of the questions that naturally arose during the development of the study.

The main objectives were set in two main scenarios: regional and national. At a regional level, we aimed to quantitatively determine Castile and León's media salience in the national press as well as to define whether the characterisation of Castile and León in the regional news was predominantly negative or not. At a national level, our main goal was to discover whether there was a relation between media salience of Spain's autonomous regions and the extent to which their regional awareness was awoken. Secondly, and with a view to pondering how relevant the correlation between the variables of "media salience" and "regional awareness" were, we set several objectives that linked the former with other such variables as "demography", "surface", "wealth index", "productive potential" or "editorial competency".

Later on, we designed a methodological approach according to the necessities we had spotted while outlining the research goals. We also ensured that it should be fundamentally supported by the literary methodological review that we have also discussed in this introduction. We chose content analysis from a quantitative perspective (amount of news and number of modules devoted to each autonomous region) and a semiquantitative perspective⁷ (topics and adjusted measurements considering the elements of news design). An elaborate version may be found in the methodology chapter.

Moreover, the study case did not only focus on the analysis of the results of media coverage of Spain's autonomous regions in the national press, but also on the correlations of these data with other interesting indicators we gathered from INE's (Spanish National Institute of Statistics) and CIS's vast databases. At this stage, we had already analysed in full detail the two Autonomic Barometers of 2005 and 2010, which authors like **Enric Martínez**—whom we personally consulted on the matter⁸—described as the best snapshot of Spain's autonomous state of affairs. Thanks to the correlations between data from these two Barometers and the data of media coverage from our own study, we could answer the hypothesis about alleged relations between regional awareness and media salience.

The fundamental basis behind this doctoral thesis is to make a humble contribution to the debate of regionalism and identity from a mass media

⁷ We consider this second approach as semiquantitative because it includes a qualitative part in developing the models of analysis. However, once we have agreed on the adequacy of those models, data collection becomes a purely quantitative process.

⁸ We also consulted Martínez's (2002) paper on nation-building processes promoted by regional governments.

perspective. What is exhibited here is by no means undisputed truth and neither do we wish it to be so. It is, we hope, the product of an exhaustive and comprehensive work that has strived to be as forthcoming as possible. What ensues was born with a clear intention to generate further debate rather than discourage it, in the firm conviction that scientific knowledge in general, and specifically social scientific knowledge, is built upon the foundations of observation, interdisciplinary analysis and hard work.

2. Conclusions

What follow are some of the conclusions that can be drawn from this doctoral thesis. We have tried to formulate them in a clear and concise manner so they can be easily understood.

1. Identity is an elusive concept, but it seems to be quite present in current Spanish social imaginary. Significantly enough the two main projects that the Spanish Centre for Sociological Research (Centro de Investigaciones Sociológicas, hereinafter CIS) has devoted to the study of the Spanish Autonomous Communities from 2005 have mainly focused on this issue. Therefore, identity can be, essentially, something changing and chimerical, but few doubt that it has been one of the most discussed topics within Spanish public opinion in recent History.
2. Identity has no natural features, nor is it something static or uniform, as seems to be suggested by certain peripheral nationalisms, but something that has been fed from several sources along the course of History and has adapted its form to different standards. Thus, language, religion or territory can be praised as some kind of difference, but sharing common projects are more often decisive in defining peoples' will to stand together around some notion of identity. It is from this consensus on common goals where identity elements reinforce such will, which does not have to be necessarily predominant within the group.
3. Renowned historians agree that Castile has played a central role in developing the Spanish political project. First, because it soon took charge

of the Reconquista process following a short period of Astur and Leon leadership. But also because it knew how to integrate the other Christian kingdoms scattered around the Iberian Peninsula into that common project called Reconquista.

4. By the end of the XV Century and the dawn of the new century a new paradigm comes up, and Castile, the natural leader of the newborn Hispania, has to reconsider its position and even its own personality. Once the Reconquista is over, peninsular kingdoms melt into one realm (excepting Portugal, but it will join later) while a New World is discovered. All of which is interpreted as a godly sign to back the emerging realm that has finally, eight centuries later, put an end to the Muslim occupation of the Iberian Peninsula.

The coronation of King Charles I takes Castile physically away from its monarch for the first time ever, and this lays the foundations of the first identity crisis of the region, as two clearly opposed parties faced each other. On the one hand, those Castilians who want to come back to a time when kings were approachable, as it had always been the case in Castile History, especially under the rule of the Catholic Monarchs; on the other, Charles I, the new king who believes Castile is only one more territory within his imperial project. What collides here is the notion of what must inspire the country: those Castilians who rebel against their king in the Revolt of the Comuneros (1520-21) see Castile as a realm that must focus on its own land; whereas what Charles I is proposing is a new common goal for them all: the biggest Empire the world has ever known. The defeat

of the Comuneros in Villalar certifies the transition to the former shared goals (Reconquista and unification of peninsular kingdoms) to a new common project of imperial glory that goes beyond the borders of the Iberian Peninsula.

At that moment, a process of dilution of the Castilian status begins because once it had led the Reconquista, but now it was just one more territory of the new Spanish imperial enterprise. What is more, as Castile had inspired what Spain is now, the Castilian identity starts to overlap with the whole notion of Spain and Spanish identity to the point that, with the passing of time, both will look like identical issues. Castile, at the indisputable core of the formation of the Spanish identity, loses its own identity, as stated by **Linz**, in the process.

5. As the XIX century is the period when Romanticism reaches its height, and being nationalism as we know it today a romantic cause itself, we can easily understand why nationalism arises in peripheral Spain, but not in Castile: there are no Castilian politicians willing to play the victim and rewrite History (the importance of leaders has been reemphasised through the comparison of the Autonomous Barometers, which verify that the presence of strong regional leaders favours the identification of the citizens with the region), nor there was a situation of popular support against a hypothetical centripetal oppressive force. If Castile created Spain, there is nothing dumber, as **Azaña** used to say, than anti-Spanish Castilian nationalism. And if it appeared at some point of History, it looks more like a defensive reaction against the proliferation of peripheral

nationalisms, especially in the Basque Country and Catalonia, where History seems to be rewritten at will. This happens, amongst other reasons, because, as pointed out by **Ortega y Gasset**, when the common project is ambitious and peoples have enough reasons to feel proud of being part of it, no centrifugal forces can crack it. But when pessimism and disillusionment spread, voices claiming to get away from the oppressor centre proliferate. We must remember, in this respect, that the end of the XIX century was marked in Spain by the huge disappointment provoked by the loss of the last colonies. Nothing but a symbol, maybe, but an undeniable reaffirmation that the Empire, staggering during the last centuries, had finally collapsed. That, along with the breeding ground of national romanticisms, gave a boost to protests in the periphery that blamed the centre –Castile itself, though Castile was just a symbolic centre by then– for their misfortune and that started to demand their own way to solve things, even if in order to do so they had to falsify History.

6. The Spanish transition to democracy tried to recover some of the identity issues that had been postponed for forty years after the end of the Civil War (1936-39). The idea was to acknowledge distinguishing features of different regions within Spain, even if they had been artificially amplified by men willing to rewrite History according their own personal interests, with the conviction that in doing so, the centralist allergy of certain regions of peripheral (and insular) Spain would stifle. What came next, however, was a reaction by the rest of Spanish regions claiming for their own distinguishing features or reacting in a defensive manner. That gave

way to a free-for-all model (what in Spanish was called “café para todos”, ironically emphasising the Governments’ will to please everyone) which, in the end, has proved to be a completely ineffective solution. If we assume that regional identity hinges upon exalting differences, the disintegration potential is unlimited.

7. The autonomy process brewed in the Transition has not served to revitalise the Castilian regional pride, which had step aside in the past in order not to collide with the Spanish pride (a much more undisputed truth of history).

The Castilian identity has not even emerged in a defensive way, as it somehow did during the Spanish Second Republic (1931-1936). Maybe the reason for that is not to be found in the past, but in the present days of an uninhabited, scattered, barren and barely industrialised region with gigantic unemployment rates and scarce symbolic elements to inspire pride among their citizens. Comparative analysis of Autonomic Barometers I and II certify that, as Castile and Leon shows modest regional pride rates (even when not confronted to Spanish pride) compared to other autonomous communities.

8. Notwithstanding, current opinion polls contradict peripheral nationalism postulates in two ways: on the one hand, identities are not exclusive –on the contrary, one, two, or even more identities often coexist within the same individual causing no fuss at all–; on the other hand, an overwhelming majority of Spanish citizens ratify their inclination to this

dual model by which they feel proud of both their region and their country.

A conclusive proof for this is that when regional pride does not collide with Spanish pride (that is, when you are not forced to choose just one of them), Autonomic Barometers I and II by the CIS show high levels of support for both prides in most autonomous communities in Spain (rates around 90% of support). The levels decline when the question forces the interviewee to choose between two identities, but such collision resides more in the type of answers provided by the pollster than in an inner trouble on the part of the interviewees for being proud of their region and their country at the same time.

9. The analysis of media coverage of the Spanish autonomous communities in 2010 shows that there is an informative elite monopolised by Madrid and Catalonia, followed by a group of three regions composed by the Basque Country, Valencia and Andalusia that also receives a relevant share of media attention, though comparatively much smaller than the former. The other twelve communities receive undoubtedly much less media coverage in the national press. Castile and Leon is the most important of the less important communities from a media coverage point of view. However, the gap –in absolute terms– between this third group (the one composed by the twelve less exposed communities) and it is much wider than the one between the first (Madrid and Catalonia) and the second group (the Basque Country, Valencia and Andalusia).

10. An adjusted measurement of media coverage also establishes three main groups, though composed by different communities. The first one includes three communities: Catalonia, Madrid and the Basque Country, all of them ranging around the same amount of media attention. The second one is composed by Valencia and Andalusia, with a share of about a third of the media coverage (adjusted measurement) received by the communities of the first group. The last group, headed again by Castile and Leon, comprises the other twelve Spanish communities, which hardly receive half the coverage of those included in the second group and a sixth of the media attention devoted to Catalonia, Madrid and the Basque Country.
11. The results of media coverage vary slightly depending on the focus used to assess it (printed or digital press, publication, sections...); but, as a general rule, the three groups mentioned above persist in almost all possible cases. If we examine the cover of the publications studied, for instance, we can ratify the theory of the three main groups, though it widens the gap between the more represented communities and the rest.
12. The correlation between the data on the exaltation of regional pride, obtained in the Autonomic Barometers of the CIS, and the data of media coverage of the autonomous communities, obtained in the study case, prove a significant link between both variables, which lead us to verify the hypothesis that communities that express their regional pride more actively (positively –praising distinguishing features or supporting

- nationalist parties– or negatively –labelling Spain as an oppressor force–) receive more media attention.
13. There are also relevant correlations between media coverage of the autonomous communities and rates of income, production, population and editorial activity (especially these last three). Therefore, most subhypothesis have been confirmed: communities with more inhabitants, production, income or population rates are more likely to receive more media attention.
 14. On the contrary, the subhypothesis suggesting that the autonomous community of Castile and Leon appeared more often associated to negative issues has to be rejected, as data prove that positive topics associated to the region prevailed in media discourse during 2010.
 15. Once it has been proved that the media portrayal of autonomous communities in Spain is clearly unbalanced from a quantitative point of view, we can state that media are contributing, whether that is intentional or not, to widen the gap between Spanish autonomous communities. Even if they do not intend to do so, the Spanish media is amplifying the discourse of distinguishing features brewed in different political spheres, especially that of peripheral nationalism. **Noelle-Neumann** had already suggested that consonance, accumulation, omnipresence and climate of opinion were crucial factors to understand how public opinion worked. So Noelle-Neumann's spiral of silence theory supports our previous formulation: by producing, on a more or less uniform basis and through different media, an unbalanced portrayal of different Spanish regions only

more imbalances emerge. The spiral of silence theory can be also applied to the expression of nationalism itself in terms of avoiding isolation. If individuals tend to perceive that exclusive nationalism is the prevailing form of expression of public opinion, maybe those who do not interpret identity in this exclusive way silence their own opinions in order not to be socially rejected.

16. An underrepresentation of certain communities in the discourse of the Spanish press means, paraphrasing **McCombs** and **Shaw**, that these regions are being taken out the media agenda, and therefore, to a greater extent, of the public agenda because, as **Cohen** (1963:13) said, media may not be “successful much of the time in telling people what to think but it is astonishingly successful in telling its readers what to think about” (cf. also **Iyengar** and **Kinder**, 1998:188). Giving an oversized salience to certain regions or silencing topics related to others is, thus, lead to a widened gap between Spanish autonomous communities and further exaltation of the so-called distinguishing features, though that may not be the original –or primordial- intention of news editors.

As a result of that, the results of this research are supported by the two more relevant public opinion theories nowadays: the **agenda-setting** and the **spiral of silence**, which, as we have seen, can be easily applied to the results we have obtained in the thesis.

From the conclusions listed above we can formulate three ideas to summarise the work of this doctoral thesis:

- The Spanish printed and digital press provides an unbalanced portrayal of Spanish autonomous communities. Catalonia, the Basque Country and Madrid monopolise an overwhelming majority of media attention.
- The aforementioned conclusion, along with theories of media impact listed above, suggest that an unbalanced portrayal of Spanish regions in the Spanish press widens the gap between them by excessively increasing the salience of some of them and silencing what happens in others.
- Correlations between media coverage and statistic data about the Spanish autonomous communities suggest that the press prioritise those regions with a higher regional awareness and cover more issues related to more populated, richer or more productive regions. Therefore, the Spanish press does not promote balance but inequalities between regions, because poorer, less populated or less productive regions are being progressively silenced from the public sphere by limiting their salience in the mass media.

As a result of those three ideas, one may wonder about the role that the media should play in shaping current public spheres. We have seen that many experts in public opinion defend that the media deeply influence their audiences, but in many cases that influence is not even sought. This can also be deduced from the results of the study case of this thesis: maybe the printed and digital media studied here do not deliberately prioritise communities that praise their distinguishing features the most as a part of a centrifugal strategy. Quite likely, too, those journalists are not consulting demographic or wealth indicators prior

to their selection of one piece of news about one autonomous community or another. But the important thing is that the data collected in this study clearly prove that communities with a higher degree of regional awareness appear more in the press, and those with a higher demographic or economic weight also receive a better coverage, quantitatively at least. Such an imbalance may promote a feeling of displacement amongst those communities that do not feel so well-covered, and History shows us that this country is almost as acquainted with peripheral nationalism as with defensive ones. Solution, as suggested by History itself too, lies in integrating the diversity rather than praising distinguishing values and promoting dilution. Newspapers must be aware that even if they do not intend to do so, the effects of their unbalanced portrayal in the audience are true.

We should recall here the affiliation of this research to a number of publications considered to be relevant for the reasons explained in the methodological chapter. In like manner, the study has focused in a very specific period of time, 2010, in order to keep the project within reasonable boundaries of feasibility. This might be interpreted as a limit and it is indeed, because the portrayal of press performance along one single year does not allow us to extrapolate the results to other media and time contexts. That is why we have tried to apply the results only to the humble scope of that year.

Nevertheless, the time limitation can be also interpreted as a starting point for future investigations. In this respect, one of the strong points of the study is the proposal (and use) of different tools of analysis aimed at satisfying different needs of different research approaches. Those who interpret social

communication as a phenomenon that must be measured quantitatively can make the most of the different mechanisms we use to measure news and modules that we explained in the methodology chapter and then applied to the study case.

Those who see the phenomenon of social communication as something that can only be interpreted with tools that escape mere quantitative measurements will have found it useful the models of adjusted analysis through which we have tried to systematically extract data from different media (printed and digital press) taking into account several aspects (news design tools, location on page, etc.) that go beyond a mere quantitative approach of number of news or modules.

Therefore, it might be interesting for future researches to analyse the phenomenon analysed in this thesis from different time perspectives. It would be interesting to assess, for instance, if this unbalanced portrayal of different autonomous communities happened in the past too, or if it will continue in the future. Whoever wants to deepen the analysis of such a fascinating phenomenon will not have to start from scratch. Even if the models of analysis suggested in this thesis are not, as we said before, close –thus can be corrected, expanded and improved– they can definitely be a useful tool to begin with for future studies. Researchers willing to widen the present time scope of this analysis have also a modest contribution to their work through the data collected in 2010, which can be used for comparisons and other research purposes: here they will find references to a compilation of more than ten thousand pieces of news along a whole year, later analysed through the different models suggested.

Likewise, it might be interesting to widen the research beyond the scope of the four media studied in this thesis (that we chose –as explained in the methodology chapter– for their impact on national audiences). It could also be interesting to compare data from printed and digital press with others from television or radio, in order to assess if they also underrepresent some regions or, on the contrary, provide a fairer portrayal of them all.

In like manner, future researches may focus on the topic analysis we have only applied to Castile and Leon. One of our subhypothesis stated that there was a predominant negative portrayal of the region and data have proved the contrary. Notwithstanding, this rejection (which we find interesting too, as the implications are relevant too) should not discourage researchers to test that same hypothesis in other autonomous communities. What we tried to deduce from such a statement –should we have succeeded to prove it– was that a predominantly and recurrently negative characterization of a region could encourage inhabitants from other regions to praise their distinguishing features (that is, to claim they were different to those badly portrayed), an interpretation that lead us again to studies on stereotypes by **Noelle-Neumann**. That the subhypothesis was not true in the case of Castile and Leon does not mean that it should be abandoned when applied to other regions. To sum up, it would be highly interesting to apply this same topic analysis to other autonomous communities. Whoever wants to start this task can also make the most of the topic analysis model we have developed here, which, like the others we have mentioned before, can be corrected, expanded and improved, though it is already a starting point for anybody.