UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Tesis Doctoral

EL DISCURSO MEDIOAMBIENTAL EN LAS ELECCIONES ANDALUZAS (2000-2012): *EL PAÍS*, *EL MUNDO* Y *ABC*

Francisco Mostazo Fernández

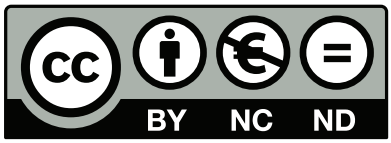
Málaga, 2014

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Publicaciones y
Divulgación Científica

AUTOR: Francisco Mostazo Fernández

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga



Esta obra está sujeta a una licencia Creative Commons:
Reconocimiento - No comercial - SinObraDerivada (cc-by-nc-nd):
Http://creativecommons.org/licences/by-nc-nd/3.0/es
Cualquier parte de esta obra se puede reproducir sin autorización
pero con el reconocimiento y atribución de los autores.
No se puede hacer uso comercial de la obra y no se puede alterar, transformar o hacer obras derivadas.

Esta Tesis Doctoral está depositada en el Repositorio Institucional de la Universidad de Málaga (RIUMA): riuma.uma.es

Publicaciones y
Divulgación Científica

TESIS DOCTORAL

El discurso medioambiental en las elecciones andaluzas (2000-2012): *El País*, *El Mundo* y *ABC*

Doctorando: Francisco Mostazo Fernández

Directoras: Elena Blanco Castilla

Laura Teruel Rodríguez

Facultad de Ciencias de la Comunicación

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

"El gran desafío de hoy en día es salvar el medio ambiente y las condiciones para que se mantenga la vida en la Tierra; para ello necesitamos a los filósofos y a la filosofía"

Jostein Gaarder

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PARTE I: PLANTEAMIENTO GENERAL

CAPÍTULO I
EL VALOR DEL MEDIO AMBIENTE Y LA POLÍTICA

1. Introducción y planteamiento general 10
   1.1 Estado de la cuestión 12
   1.2 Objetivo..... 14
   1.3 Hipótesis 18
   1.4 Metodología 19
   1.5 Estructura de la tesis 21
   1.6 Consideraciones personales y agradecimientos.... 24

PARTE II: MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO II
TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

2. Teorías de la comunicación 26
   2.1 La agenda setting 26
   2.2 Teoría de la espiral del silencio 28
   2.3 Teoría de usos y gratificaciones 29
   2.4 Teoría del *framing* 31
   2.5 Gatekeeper y teoría de los valores de la noticia .. 33

CAPÍTULO III
PERIODISMO Y MEDIO AMBIENTE

3.1 Periodismo especializado 35
   3.1.1 Periodismo especializado en España 53

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

3.2 Características del periodismo ambiental 55
3.3 Antecedentes y evolución del periodismo ambiental en España 57
3.3.1 Antecedentes y evolución del periodismo ambiental en Andalucía 60
3.4 Estructura informativa en Andalucía 61

CAPÍTULO IV
COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

4.1 Aproximación al concepto de comunicación y política..... 64
4.2 Relación entre política y comunicación 70
4.2.1 Los medios como creadores y dinamizadores de la opinión pública 74
4.3 Definición de comunicación política 76
4.3.1 Antecedentes 82
4.4 Procesos electorales 87
4.4.1 Importancia de las campañas electorales 92
4.4.2 Evolución histórica de los procesos electorales.. 96
4.4.3 Programas electorales 99

CAPÍTULO V
CONTEXTO MEDIOAMBIENTAL, POLÍTICO Y ECONÓMICO DE ANDALUCÍA EN EL SIGLO XXI

5.1 Introducción 102
5.2 Conciencia medioambiental 108
5.3 Recorrido histórico: de lo global a lo local 116
5.3.1 Recorrido histórico: Desde Kioto a Durban 116
5.1.2 Contexto español y andaluz 121
5.2 Perspectiva política: el medio ambiente en los discursos

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

de investidura en Andalucía (2000-2012) 125
5.3 Perspectiva económica 131

PARTE III: ANÁLISIS DE LOS DATOS

CAPÍTULO VI
PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

6.1 Técnicas metodológicas: análisis cuantitativo y cualitativo 135
6.2 Aplicación del análisis de contenido a las informaciones sobre las campañas electorales en Andalucía 138
6.2.1 Delimitación de la muestra 138
6.2.2 Manual de codificación del análisis de contenido 140
6.2.2.1 Prensa escrita 140
6.2.2.2 Programas electorales 143

CAPÍTULO VII
PROGRAMAS MEDIOAMBIENTALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS PARA LOS COMICIOS AUTONÓMICOS DE LOS AÑOS 2000-2012(PSOE-PP-IU)

7.1 PSOE 145
7.1.1 Elecciones del año 2000 145
7.1.2 Elecciones del año 2004 147
7.1.3 Elecciones del año 2008 149
7.1.4 Elecciones del año 2 012 151
7.1.5 Conclusiones 153

7.2 PP 156

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

7.2.1 Elecciones del año 2000 156
7.2.2 Elecciones del año 2004 159
7.2.3 Elecciones del año 2008 161
7.2.4 Elecciones del año 2012 163
7.2.5 Conclusiones 165

7.3 IU 167
7.3.1 Elecciones del año 2000 167
7.3.2 Elecciones del año 2004 170
7.3.3 Elecciones del año 2008 172
7.3.4 Elecciones del año 2012 174
7.3.5 Conclusiones 177
7.4 Conclusiones generales 179

CAPÍTULO VIII
ANÁLISIS DE LOS DATOS: *EL PAÍS*, *EL MUNDO* Y *ABC*

8.1 Análisis cuantitativo 183
8.2 Diario *El País* 184
8.2.1 Géneros y origen de la información 184
8.2.2 Fotografía, tamaño de la información y posición en página 185
8.2.3 Tipo de fuentes 185
8.2.4 Asuntos tratados 187
8.2.5 Protagonistas de la información 191
8.2.6 Ámbito, perspectiva y autoría de la Información 191
8.2.7 Distribución de la información por campaña electoral 193
8.3 Diario *El Mundo* 194
8.3.1 Géneros y origen de la información 194

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

8.3.2 Fotografía, tamaño de la información y posición en página 195
8.3.3 Tipo de fuentes 196
8.3.4 Asuntos tratados 197
8.3.5 Protagonistas de la información 200
8.3.6 Ámbito, perspectiva y autoría de la información 202
8.3.7 Distribución de la información por campaña electoral 203
8.4. Diario *ABC* 204
8.4.1 Géneros y origen de la información 204
8.4.2 Fotografía, tamaño de la información y posición en página 205
8.4.3 Tipo de fuentes 206
8.4.4 Asuntos tratados 207
8.4.5 Protagonistas de la información 210
8.4.6 Ámbito, perspectiva y autoría de la Información 211
8.4.7 Distribución de la información por campaña electoral 213
8.5 Análisis comparado entre periódicos 214
8.5.1 Informaciones analizadas 214
8.5.2 Fotografía, tamaño de la información y posición en página 215
8.5.3 Tipos de fuentes 216
8.5.4 Asuntos tratados 217
8.5.5 Protagonistas de la información 219
8.6 Análisis cualitativo 220
8.6.1 Diario *El País* 221
8.6.2 Diario *El Mundo* 229
8.6.3 Diario *ABC* 233

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

8.7 Análisis comparado entre periódicos 235

PARTE IV: CONCLUSIONES

CAPÍTULO IX
CONCLUSIONES SOBRE POLÍTICA Y COMUNICACIÓN AMBIENTAL EN ANDALUCÍA ENTRE LOS AÑOS 2000 – 2012

9.1 Verificación de los objetivos 239
9.2 Verificación de las hipótesis 240
9.3 Conclusiones generales 247
9.4 Futuras líneas de investigación 251

CAPÍTULO X
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

10.1 Bibliografía 253

CAPÍTULO XI
ANEXOS

11.1 Programas electorales de los partidos políticos (CD) .. 274
11.2 Fichas de análisis..... 274
11.2.1 Ficha análisis de los periódicos *El País, El Mundo* y *ABC* 274
11.2.2 Ficha análisis de los programas electorales 280
11.3 Noticias seleccionadas para la investigación 281
11.3.1 Noticias del diario *El País* (Legislatura 2000-2012).. 281
11.3.2 Noticias del diario *El Mundo* Legislatura 2000-2012) 292
11.3.3 Noticias del diario *ABC* (Legislatura 2000-2012) 300

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

CAPÍTULO I
EL VALOR DEL MEDIO AMBIENTE Y LA POLÍTICA

1. Introducción y planteamiento general

Cambio climático, efecto invernadero, agujero de la capa de ozono, catástrofe natural, lluvia ácida, contaminación radioactiva… son conceptos cada vez más familiares que delatan los graves problemas a los que se enfrenta el planeta. Científicos y ecologistas advierten de que la situación puede llegar a ser irreversible afectando a la vida de la Tierra tal y como se conoce hoy en día.

El tiempo juega en contra, por lo que es necesario un mayor compromiso por parte de la ciudadanía, administraciones, políticos, medios de comunicación y empresas, entre otros. Para poder seguir avanzando, primero es necesario evaluar el presente y las condiciones medioambientales que se dan a través del entorno más cercano. Esta investigación escoge dos de los agentes más activos de la sociedad, como son los partidos políticos y los medios de comunicación, junto a los propios ciudadanos, para valorar el grado de implicación que existe sobre una materia tan sensible como es el medio ambiente en un territorio concreto como es Andalucía. Para esto, se ha escogido una coyuntura tan intensa como son las campañas electorales, períodos en los que la interacción entre todos ellos es especialmente significativa en un estado democrático.

Así, como se ha comentado anteriormente, se ha optado por analizar la comunidad autónoma de Andalucía que, además de por la pertenencia a la misma del autor, es una de las regiones europeas más vulnerables ante los efectos del cambio climático que se está produciendo en el planeta según numerosos estudios recientes. Por lo que la atención que se debe

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

prestar es aún mayor que en otras zonas, dadas las consecuencias catastróficas a las que tendrá que hacer frente en durante las próximas décadas.

Sin lugar a dudas, el tratamiento mediático es un plano esencial para el entendimiento de la realidad. "Lo que sabemos de nuestra sociedad, incluso acerca del mundo en que vivimos lo obtenemos por los medios de comunicación. Esto no vale únicamente para nuestro conocimiento de la sociedad y la historia, sino para nuestro conocimiento de la naturaleza" (Luhmann, 1996:9). Desde hace décadas se ha anotado que el público adquiere casi la totalidad de su conocimiento sobre asuntos científicos a través de los medio de comunicación (Nelkin, 1987).

En este punto entra en juego la acción u omisión por parte de los medios de comunicación a la hora de trasladar una información. Es decir, los editores y directores de informaciones "dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día", fijando así la agenda (McCombs 2006:24). Las audiencias no sólo se enteran de los asuntos públicos y otras cuestiones a través de los medios de comunicación, sino que aprenden la importancia que hay que dar a un tema según la relevancia que le dan los agentes informativos a través del énfasis que le otorgan a la información en cuestión.

Al establecer, por ejemplo, la agenda de una campaña electoral los medios influyen cognoscitivamente en las audiencias y las persuaden de que aquellos son los grandes temas de la campaña y no otros. Las cuestiones que reciben más atención en los medios se perciben como las más importantes por los públicos. Los medios no dicen qué hay que pensar, sino sobre qué hay que pensar (McCombs 2006:170).

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Aunque la inmensa mayoría de los votantes deciden su voto antes de la campaña electoral, hay autores que defienden el papel preponderante que esta juega en este sentido (Martínez, 2006:68), ya que es posible que el votante tome la información de este período y dedique más atención a los mensajes difundidos.

Para este tesis, se ha escogido el periódico histórico más reciente (2000-2012), en el que los andaluces empiezan a ser más conscientes de los problemas derivados del cambio climático y el medio ambiente con el comienzo del nuevo milenio, según recogen las encuestas realizadas por parte de la Junta de Andalucía sobre esta temática en los años 2000.

Y en este recorrido, el análisis de los medios de comunicación (en este caso de los principales periódicos de referencia en el ámbito regional) es fundamental, ya que desempeñan un papel fundamental en el traslado de información, conceptos, desarrollos, debates de diferentes comunidades a otras, como son la ciencia y el público (Boykoff, 2010:2).

Además, el conocimiento climático se convierte en un factor de alta rentabilidad social que requiere un estado de conciencia colectiva que implica a los medios de comunicación, agentes integradores de coherencia social al construir la realidad de referencia (León Gross y Ruiz Sinoga, 2012:772).

1.1 Estado de la cuestión

El tratamiento mediático del medio ambiente durante el trascurso de una campaña electoral es un asunto que, pese a la relevancia que puede llegar a tener hoy en día, no ha sido abordado aún con la profundidad suficiente que requiere una cuestión de estas características. Una circunstancia que confiere a este trabajo científico originalidad y lo hace único respecto a

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

otros en los que se estudia aspectos cercanos a este campo de conocimiento como son la comunicación política y electoral o el periodismo especializado en medio ambiente.

Una vez realizado el trabajo de búsqueda bibliográfica sobre esta materia, se comprueba que los trabajos científicos publicados en los últimos años sobre medio ambiente en la comunidad autónoma andaluza, ha sido publicados, principalmente, por la Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Medio Ambiente, entidad que más estudios e informes ha llevado a cabo sobre esta materia en la década del 2000.

En el marco de la comunicación política, se encuentran tesis como *Medios de comunicación de propaganda electoral: Las elecciones autonómicas en Andalucía* (2003), de Agustín Olmo, en la que se trata de describir la interrelación que se ha dado durante las campañas electorales andaluzas entre la actividad política y los medios de comunicación que las han cubierto; cómo se han influido y su comportamiento tras esta estrecha relación, así como su evolución a lo largo del tiempo.

En esta misma línea, está el trabajo *Estrategias de comunicación política en contextos concurrenciales: Las campañas electorales de 2008 y 2012 en Andalucía* (2012), de Giselle García, cuyo objetivo principal es investigar las estrategias de comunicación llevadas a cabo durante la campaña electoral tres de los actores sobre los que se centra la tesis como son los partidos políticos, los medios de comunicación y la ciudadanía. Para este fin, se analizan las estrategias de comunicación desarrolladas por el PP, PSOE e IU.

Respecto al periodismo y medio ambiente, sobresalen dos tesis doctorales: *Flujos de información entre científicos y prensa* (2000); y *Periodismo ambiental y ecologismo: Tratamiento informativo del*

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

vertido de Aznalcollar en El País, edición de Andalucía (1998-1999) (2001), de Carlos Elías y Rogelio Fernández, respectivamente.

En la primera de ellas, se aborda, entre otros asuntos, la manipulación política de la información científica. Para demostrar esta hipótesis se estudian todas las informaciones que aparecieron sobre el desastre ecológico de Doñana en la prensa de tirada nacional desde abril hasta julio de 1998. Mientras que en el segundo, se pone el acento en cómo trató desde el punto desde vista informativo una de las mayores catástrofes naturales que ha sufrido Andalucía como es el vertido de Aznalcollar en un periódico de referencia como *El País*.

De igual modo, esta investigación destaca por conjugar el estudio de los medios de comunicación seleccionados con el análisis de los programas electorales de las formaciones políticas elegidas, lo que ofrece una visión más amplia de la relevancia que presenta los temas medioambientales para agentes tan vivos como son la prensa y los partidos.

1.2 Objetivos

Este trabajo de investigación se plantea también unos objetivos que pretenden alcanzarse tanto en los planos teórico como en el analítico. Éstos completarán los resultados que se obtengan en la verificación de las hipótesis, y permitirán a su vez una mejor compresión de las mismas.

1. **Estudiar la importancia del mensaje medioambiental durante el transcurso de las campañas electorales en Andalucía en las ediciones regionales de los tres periódicos de mayor difusión a nivel nacional (El País, El Mundo y ABC),** en un territorio donde los principales agentes políticos (PSOE, PP e IU) han sido los mismos desde que consiguió

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

la autonomía el 28 de febrero de 1980, y después de la celebración de las cumbres mundiales sobre cambio climático de Río (1992) y Kioto (1997), en las que los países adquirieron por primera vez compromisos reales sobre este problema. Teniendo en cuenta que Andalucía es una de las regiones de Europa más vulnerables ante los efectos del cambio climático que se está produciendo en el plantea. Una situación que provocará un aumento considerable de las temperaturas a finales del siglo XXI, con prolongados períodos de sequía que afectarán directamente a los ecosistemas y la economía.

Se trata de una realidad casi apocalíptica a la que ha llegado las conclusiones del Programa Andaluz de Adaptación al Cambio Climático elaborado por la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía en 2011, en las que se dibujan hasta 40 posibles contextos climáticos distintos poco alentadores para el futuro de la región durante las próximas décadas.

La nueva situación es avalada también por estudios posteriores que constatan que las temperaturas estivales subirán de tres a cuatro grados más en España. Según estudio publicado en marzo de 2014 en la revista *Environmental Research Letters,* este aumento incrementará la evaporación y la sequía con una disminución de las precipitaciones de entre un 10 y un 15 por ciento en verano. En este sentido, explica Robert Vautard, científico del Laboratorio de Ciencias del Clima y del Medio Ambiente francés y uno de los autores del informe junto a otros investigadores, que como consecuencia de la suda de temperaturas aumentarán crecerá también los problemas de salud derivados de las altas temperaturas así como la mortalidad.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Ante esta rotunda realidad que afecta a todos, respaldada por otros estudios (Moyano, Paniagua y Lafuente, 2009:681), se hace fundamental **conocer el comportamiento y las acciones emprendidas para atajar tan grave problema de presente y futuro así como la implicación y el compromiso del conjunto de la sociedad, en una región privilegiada por su ubicación geográfica que le ha permitido desarrollar una gran biodiversidad única en el mundo que debe ser protegida tanto desde la ámbito individual como por parte de los poderes públicos.**

Una vez consolidada la preocupación por el medio ambiente a lo largo del siglo XX entre las democracias occidentales cabe preguntarse si ocurre lo mismo que a nivel global en una de las regiones más pobladas de España y con mayor riqueza medioambiental, en la que la sobreexplotación de recursos naturales, el boom inmobiliario y el turismo masivo han puesto al borde del abismo.

Para alcanzar un diagnóstico aproximado de la situación actual y la evolución que ha tenido en Andalucía la protección medioambiental, desde que se fuera consciente de los riesgos reales del cambio climático, y sobre todo a partir de la aprobación del Protocolo de Kioto en 1997, es necesario acercarse a la realidad del territorio a través del estudio de los agentes más activos de la sociedad como son los propios ciudadanos, los medios de comunicación y los partidos políticos.

De esta forma, se podrá conocer el verdadero interés que se tiene desde diferentes ámbitos para poner freno a un problema que afectará de forma directa a la vida de millones de personas durante

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

los próximos años, ya que los problemas ambientales constituyen hoy en día importantes desafíos para gobiernos, actores sociales y ciudadanos.

En definitiva, el medio ambiente se ha convertido en un eje de la política contemporánea y la sociedad sostenible en un fin político cada vez menos cuestionado, sobre todo, si se atiende a los resultados del último informe del Panel Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) publicado en marzo de 2014, en el que se advierte de que los impactos del calentamiento global ya son visibles en todos los continentes y océanos del planeta.

2. **Analizar la labor de mediación de la prensa en un período de alta actividad política como es una campaña electoral.** La selección y enfoque que realizan los medios de comunicación sobre la realidad es fundamental para su compresión. Partiendo de Lasswell y su defensa de la función que ejercen los medios para la correcta función de la sociedad, pasando por teorías como la *Agenda Setting,* la Esperial del Silencio o la del *Framing,* es importante estudiar el comportamiento de la prensa durante el transcurso de una contienda electoral.

3. **Examinar las propuestas medioambientales de los sucesivos programas electorales del PSOE, PP e IU (desde 2000 a 2012).** Las formaciones políticas explicitan su enfoque y sus compromisos de gobierno a través de los programas electorales con los que se presentan a unas elecciones. Son herramientas fundamentales tanto para su acción política posterior a los comicios como para la ciudadanía en general, que puede conocer las actuaciones que llevará a cabo un partido en una determinada área.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

4. **Crear un marco metodológico para el estudio del discurso medioambiental durante la celebración de una campaña electoral, a través de de la aplicación de una análisis combinado entre métodos cuantitativos y cualitativos.** Dado el carácter interdisciplinar de la investigación, en la que confluyen distintos campos como la comunicación, en varias variantes como la política o el medio ambiente, y la acción mediática en procesos electorales, entre otros como el medio ambiente y el cambio climático, se hace necesario realizar una aproximación tanto en términos cuantitativos (número de noticias publicadas, tipo de información, temas tratados, partidos políticos protagonistas…) como en cualitativos (selección del tema, enfoque, relevancia…).

1.3 Hipótesis

En la base de esta investigación existen una serie de hipótesis de trabajo que serán corroboradas o refutadas en función de las conclusiones de la propia investigación. Las hipótesis son:

1. El medio ambiente y la sostenibilidad no ocupan un lugar preponderante en la agenda de los medios de comunicación ni son objeto prioritario del discurso de los partidos políticos a lo largo de cada una de las campañas electorales celebradas en Andalucía entre los años 2000 y 2012.

    1.1 La información sobre el medio ambiente es relegada a un segundo plano por los periódicos. Esta temática no aparece como protagonista, sólo es utilizada como contexto para situar a otras noticias.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

1.2 El medio ambiente es abordado más como argumento para suscitar la polémica y la confrontación política, que desde un punto de vista científico.

2. El número de propuestas medioambientales incluidas en los programas electorales del PSOE, PP e IU será significativamente reducido con respecto al volumen global de iniciativas incluidas en el programa.

2.1 Las formaciones políticas de izquierda (PSOE-IU) promueven mayor número de noticias relacionadas con el medio ambiente que las pertenecientes a la derecha (PP) durante el trascurso de la campaña electoral. PSOE e IU presentan un compromiso más sólido con los problemas medioambientales, y difunden mayor volumen de propuestas sobre sostenibilidad y medio ambiente a través de sus actos electorales.

3. La atención mediática y política sobre asuntos medioambientales en los periodos electorales andaluces transcurridos desde el año 2000 se ha visto alterada y mermada por la crisis económica, lo que se ha traducido en una menor difusión y cobertura de este tipo de noticias.

4. Los periódicos de líneas editoriales más progresistas prestan mayor atención a los asuntos relacionados con el medio ambiente que los conservadores.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

1.4 Metodología

La verificación de las hipótesis de la que parte esta investigación ya planteadas anteriormente requiere de la aplicación, tal y como se adelanta en el apartado de objetivos, de una metodología combinada para llegar a las conclusiones de este estudio.

Por un lado, el análisis necesita de un método cuantitativo ante la relevancia de los datos que se puede obtener en términos cuantificables, lo que permite una mayor aproximación a la realidad de la que se ocupa esta tesis doctoral. Así, en el marco de esta investigación, se ha considerado fundamental conocer el número de noticias que hacen alusión al medio ambiente en cada una de las contiendas electorales que centran este estudio así como cuantificar las informaciones en función del partido político al que pertenecen.

Igualmente, el análisis cuantitativo de los datos arroja también luz sobre las especificidades que presenta la noticia en cuanto al número de fuentes utilizadas en cada una de ellas y cuál ha sido el género más recurrente para los distintos periódicos, así como el espacio y recursos dedicados a las informaciones.

Además, se han diseñado una serie de variables cualitativas que permiten descodificar a su vez el objeto de este estudio. En este sentido, se ha establecido un baremo sobre los asuntos medioambientales más tratados y sobre los políticos y organizaciones no gubernamentales que aparecen como protagonistas en cada uno de ellos.

Por otra parte, los métodos de análisis cualitativo se consideran igualmente necesarios para esta investigación. La hipótesis y objetivos

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

que se han establecido para esta tesis doctoral encuentran en la metodología cualitativa recursos apropiados para su verificación, ya que con este tipo de análisis se puede llegar a dilucidar el valor que otorgan los diarios *El País*, *El Mundo* y *ABC* a las noticias que publican sobre medio ambiente.

Más allá de las cifras es importante conocer la disposición que tiene el medio a la hora de difundir este tipo de información, para lo que se plantea el estudio de la relevancia que se le da a los temas seleccionados, los motivos de esa elección sobre otros temas, o si la información tiene su origen en un acto electoral o es producto de la iniciativa del propio medio de comunicación.

Para completar la investigación, se ha tenido a su vez en cuenta el análisis de los distintos programas electorales con los que los partidos políticos PSOE, PP e IU concurrieron a cada uno de los procesos electorales que han sido elegidos para este estudio. Al igual que en el caso de los periódicos, se ha procedido a cuantificar el número de iniciativas que de carácter medioambiental se incluyen en cada uno de los programas en comparación con el cómputo general de propuestas. Para posteriormente, llevar a cabo una comparación entre lo que se recoge por parte de las formaciones políticas y lo que es publicado por cada uno de los medios.

1.5 Estructura de la tesis

La estructura de esta tesis doctoral se organiza en torno a cinco bloques fundamentales divididos en un total de once capítulos.

La primera de las partes está conformada por el primer capítulo, denominado *El valor del medio ambiente y la política,* que se subdivide a su vez en un total de seis apartados. El trabajo parte de una introducción y

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

un planteamiento general sobre los pilares en los que se asienta este trabajo de investigación académica. A lo que se añade una breve reseña sobre el estado en el que se encuentra la cuestión objeto de estudio en el inicio de esta tesis. El apartado se completa con el planteamiento y desarrollo de las hipótesis principales y secundarias de las que parte esta investigación así como los objetivos perseguidos con este trabajo y los métodos metodológicos seguidos para alcanzarlos.

Tras el establecimiento de las premisas básicas desde las que se parte en este estudio, se desarrolla, en el segundo bloque, el marco teórico que da cobertura a esta tesis doctoral. En primer lugar, se profundiza sobre la perspectiva funcionalista de los medios de comunicación de masas como creadores y dinamizadores de la opinión pública. Para ello se acude a la revisión de las principales teorías de la comunicación como son la *agenda setting,* la espiral de silencio, usos y gratificaciones, *framing, gatekeeper* y la de los valores de la noticia.

A continuación, se lleva a cabo un a análisis bibliográfico sobre las características y relevancia del periodismo especializado así como la evolución del periodismo medioambiental tanto en España como en Andalucía, partiendo de la idea de que el medio ambiente es una especialización más.

Este acercamiento al periodismo se completa con una aproximación teórica a los conceptos de comunicación y política, y su interrelación hasta llegar a la definición actual de comunicación política. Con este fin, se desarrolla en esta investigación un análisis de los antecedentes y posterior desarrollo tanto en Europa como en Estados Unidos. Igualmente, en este capítulo se procede al estudio sobre el significado de los procesos electorales y la importancia que ejercen las campañas electorales como combustible necesario para el correcto funcionamiento de una

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

democracia. Así, a través de las aportaciones de diferentes investigadores, comunicadores, politólogos y políticos se trata de responder a cerca de la utilidad que desempeñan estos actos políticos y su repercusión sobre la ciudadanía a la hora de determinar el voto.

El análisis de los datos obtenidos en esta investigación es el eje principal del tercer bloque de esta tesis. Esta parte se divide en dos apartados diferentes. El primero de ellos se dedica al planteamiento y justificación pormenorizadas de la metodología aplicada a esta investigación de los contenidos medioambientales publicados por las ediciones andaluzas de los diarios *El País, El Mundo* y *ABC* durante la celebración de las distintas campañas electorales que han centrado este estudio. Junto a ello, se explicita la metodología seguida para analizar los programas electorales de las fuerzas políticas PSOE, PP e IU. En ambos casos se han empleado métodos tantos cuantitativos como cualitativos, con el objetivo, de llegar a establecer una estrategia combinada de técnicas destinadas a la descodificación del objeto de estudio.

Para proceder a valorar la importancia que conceden los distintos medios a los temas medioambientales durante el trascurso de una campaña electoral, se han considerado también relevante destinar uno de los capítulos a analizar de forma detallada los distintos programas electorales, cuantificando el número de propuestas medioambientales incluidas, para, posteriormente, comprobar el nivel de compromiso que tienen estos periódicos con este tipo de cuestiones en una región determinada como la andaluza.

Este tercer bloque finaliza con el análisis de los datos obtenidos a través de la aplicación de las diferentes fichas diseñadas para tal fin, en las que se recogen los principales hitos a tener en cuenta en este estudio desde los puntos de vista cuantitativo y cualitativo.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Las conclusiones del estudio a través de la verificación de las distintas hipótesis contempladas al inicio de la investigación, sobre la política y la comunicación ambiental en Andalucía entre los años 2000 y 2012 en los principales diarios de la región, se incluyen en el cuarto bloque. Para finalizar, esta tesis cuenta con un último bloque dedicado a la bibliografía utilizada en este estudio así como una batería de anexos que completan y enriquecen esta investigación.

1.6 Consideraciones personales y agradecimientos

Este trabajo académico no hubiese sido posible sin el apoyo constante de numerosas personas que han estado en todo momento apoyándome en mi periplo personal, insuflando ánimo durante todo el tiempo que ha durado esta investigación, y sobre todo, en aquellos momentos de flaqueza en los que el ánimo se iba minando por los grandes períodos de soledad en pro de este estudio.

En primer lugar, quiero agradecer a mis directoras de tesis, Elena Blanco y Laura Teruel, el esfuerzo realizado durante un tiempo en el que no siempre ha sido fácil. Pero que pese a ello, han estado ahí en esta larga etapa para encauzar las ideas que finalmente se han plasmado en esta tesis, corrigiendo mis errores y mostrándome su confianza y apoyo en todo momento.

Igualmente, en estas líneas, me gustaría también mostrar mi agradecimiento y recuerdo tanto a Carlos Hernández como a Francisca Montiel que sin su pasión, energía, consejos y empuje, el término de esta tesis nunca hubiese sido posible.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Además, hay otras personas que, sin intervenir directa o indirectamente en el trabajo académico, han sido también claves para que este trabajo llegara a buen término. Por ello, no puedo olvidarme de David Pareja, que siempre estuvo ahí apoyándome y haciéndome más llevaderos esos largos días que parecían no tener fin, y en los que las redes sociales eran nuestras aliadas y confidentes.

Por último, quiero dar las gracias a mi familia. En especial a mi madre, que estoy convencido de que le hubiese enorgullecido enormemente el esfuerzo realizado en este trabajo que me ha aportado tanto personal y profesionalmente. Y por supuesto, a mis tías, Victoria y Carmen Fernández, que me ayudan en todo lo posible y están siempre ahí cuando las necesito.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

PARTE II: MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO II
TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

2. Teorías de la Comunicación

Los efectos de la comunicación sobre la población ha sido ampliamente estudiado a los largo de las últimas décadas. El interés sobre la influencia que pueden llegar a ejercer los medios sobre la ciudadanía ha sido constante y ha dado lugar al desarrollo de varias teorías sobre el nivel de persuasión de la maquinaría mediática sobre su audiencia, y la que lleva a cabo ésta sobre los distintos medios de masas. A continuación, se destacan algunas de las principales hipótesis que siguen en vigor.

2.1 La *agenda setting*

Con la teoría de la *agenda setting* se logra una explicación del proceso de comunicación actual, del poder de los medios, la participación de las empresas periodísticas, el efecto de los medios en las audiencias, la contribución de los medios a la formación del espacio público, la creación de un contexto social relacionado con la cultura, el sistema de valores y el clima de opinión, así como en la formación de una opinión pública que se muestra profundamente influida por los medios (Monzón, 1996:269).

La formulación de esta teoría fue realizada por Maxwell McCombs y Donal Shaw en los años setenta. Para estos autores, la audiencia otorga a los temas el mismo interés que les da los medios de comunicación. Prestan mayor o menor a tención en función del énfasis que pongan en

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

ellos (Gomis, 1991:157). A este respecto, y según este planteamiento, los medios no dicen qué hay que pensar, sino sobre qué hay pensar.

Gomis amplia esta idea y añade que los medios responden a la sociedad en la que viven y son extremadamente sensibles a las peculiaridades de su entorno. La mediación fundamental que ejercen los medios en una sociedad es la que realizan por medio de la captación, selección y difusión de los hechos. Los diversos sectores sociales y las personalidades conocidas en distintos campos hacen acto de presencia en lo que podríamos considerar conciencia común gracias a los hechos que los medios seleccionan y presentan (1991:170).

"La selección de contenidos, y con ella, las exclusiones; el tratamiento y el relieve informativo; los llamados efectos de rotulación, las medialidades; la modulación, los sesgos constructivos, etc. se ajustan más a las rutinas profesionales y a los procesos de elaboración retórica, que advierten del interés de las audiencias y de cómo interesar a las audiencias, los mecanismos mediáticos de la proxémica, y no olvidan el carácter vicario de esta función, de acuerdo con la jerarquía esbozada" (Díaz Nosty, 1995:41).

En relación a esta teoría, Giselle García recoge, en su tesis doctoral *Estrategias de comunicación política en contextos concurrenciales: las campañas electorales de 2008 y 2012,* que este planteamiento da lugar a una terminología propia que explica el comportamiento mediático como son el *priming* (destacado) *y el framing* (encuadre), que se desarrollará más ampliamente a continuación. Los dos conceptos son los que van a a dar solidez a la *agenda setting*. El destacado o *priming* no se queda solo en explicar los comportamientos cognitivos, sino que se relaciona con los juicios que los ciudadanos tienen tras estar expuestos a la información

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

mediática. Por otro lado, el *framing* vendría a señalar como los medios de comunicación colocan las distintas noticias en sus agendas (2014:67).

Se trata de una teoría que adquiere gran importancia en este trabajo de investigación y forma parte de las hipótesis, ya que la selección de temas que realizan los medios de comunicación (en este caso las ediciones andaluzas de los periódicos *El País, El Mundo* y *ABC*) durante la celebración de una campaña electoral es crucial a la hora de que determinados mensajes lleguen y sean valorados por la audiencia como relevantes.

2.2 Teoría de la espiral de silencio

Otra de las teorías a tener en cuenta es la desarrollada en los años 70 por la politóloga alemana E. Noelle-Neumann denominada la Espiral del Silencio, que parte del hecho de que los individuos temen quedarse "aislados" por lo que constantemente están al tanto de la opinión mayoritaria que se transmite a través de los medios de comunicación, y si creen que sus opiniones no son las predominantes en ese momento quedarían silenciadas por una espiral.

La autora lo define como "el resultado de un proceso espiral que incita a otros individuos a percibir los cambios de opinión y a seguirlos hasta que una opinión se establece como la actitud prevaleciente, mientas que la otra opinión la aportarán y rechazarán todos, a excepción de los duros de espíritu, que todavía persisten en esa opinión. He propuesto el término espiral de silencio para describir este mecanismo psicológico". (Noelle-Neumann, 1995).

Además, presta atención sobre todo a tres puntos centrales de la opinión pública: el clima de opinión, la convergencia temática y técnica de los

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

medios y la percepción del entorno por parte de cada sujeto (Monzón, 1996:276).

El planteamiento de fondo de esta teoría se centra en que cuanto más se difunde la versión dominante del consenso de opinión a través de los medios de comunicación, más guardarán silencio las voces individuales contrarias, con lo que se produce un proceso en espiral (García Madrigal, 1996:186).

2.3 Teoría de usos y gratificaciones

Esta teoría entiende que los miembros de la audiencia son activos y que utilizan los medios según sus intereses, necesidades y motivaciones (García Madrigal, 1996:184). En este proceso los medios de comunicación los recogen e intentan satisfacer a la audiencia. Las gratificaciones descubiertas en los diferentes estudios hacen referencia a la adquisición de información, búsqueda de apoyo, seguridad y aumento de auto-estima, ayudas para la interacción social y acompañamiento ritualista de las actividades diarias.

Lundberg y Hulten (1968) realizan una clasificación de las principales pilares en los que se apoya esta teoría (De Moragas, 1985:135):

1. Buena parte del consumo de medios masivos puede ser considerada como una respuesta a las necesidades sentidas por el miembro de la audiencia, ya que, dadas las disposiciones psicológicas y los papeles sociales, el espectador, oyente o lector individual, experimenta o confía en experimentar alguna forma de satisfacción de necesidades, mediante sus conductas en el uso de los medios.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

2. En el proceso de la comunicación masiva, corresponde al miembro del público buena parte de la iniciativa de vincular la gratificación de la necesidad y la elección de los medios.

3. Los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades, que sólo constituyen un segmento de la más amplia gama de necesidades humanas.

4. Desde un punto de vista metodológico, la dependencia del investigador respecto a los datos del público sobre las gratificaciones de los medios suscita problemas de validez y llama la atención sobre la línea limítrofe que pueda separar las funciones manifiestas y las funciones latentes de los medios masivos.

5. Los juicios de valor sobre la significación cultural de la comunicación masiva deben quedar en suspenso mientras se exploran en sus propios términos las orientaciones del público.

Este planteamiento supone que "los individuos están dotados de necesidades intentan satisfacerlas de forma activa y los medios de masas constituyen una de las posibilidades para ello. Los contenidos de los medios de masas se eligen y consumen de acuerdo a las distintas constelaciones de necesidades con el fin de alcanzar la satisfacción de las mismas" (Kunczik, 1984).

Pero según Donsbach, esta teoría alberga varios problemas, ya que sus defensores deben partir de la idea irreal de que las personas son conscientes de sus necesidades y de las causas de las mismas a la hora de utilizar los medios. En este sentido, McQuail, uno de los defensores de

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

esta tesis, reconoce que "es todavía más difícil de lo usual relacionar un motivo, una expectativa o un uso con un tipo de contenido específico, ya que la utilización de los medios podría proporcionar en algún que otro momento todos los beneficios mencionados" (Donsbach, 1995:57).

En cambio, autores como Zillmann y Bryant opinan que son los motivos inconscientes los que predominan a la hora de centra la atención en los contenidos informativos: "conforme a la teoría de refuerzo generalmente…, se supone que los individuos hacen sus elecciones de una forma inconsciente, es decir, sin darse cuenta de los criterios de elección y sin considerar deliberadamente los efectos deseados (Donsbach, 1995:58).

2.4 Teoría del *framing*

La teoría del *framing* ha venido a ocupar en la actualidad un lugar relevante en el campo de la investigación en comunicación y de "forma muy especial" en el de la comunicación política (Sábada, Rodríguez y Bartolomé, 2012:109). Este planteamiento rompe con las pretensiones objetivistas al introducir el elemento subjetivo como parte fundamental en el proceso comunicativo. Las noticias no son un reflejo de la realidad sino una representación de la misma. Los periodistas dependiendo de sus orientaciones ideológicas, culturales, religiosas, de sus experiencias y vivencias personales construyen la realidad desde un punto de vista subjetivo (Giménez Armentia, 2006:55).

El *framing* es también un proceso de selección de la realidad lo que lo pone en contacto con otros modelos explicados anteriormente como son los de la agenda setting y la del gatekeeper. Algunos autores como McCombs y Evatt consideran a esta teoría como la segunda dimensión de la agenda setting (Giménez Armentia, 2006:58)

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

El origen del concepto frame se encuentra en el ámbito de la psicología cognitiva. El primero en utilizarlo fue Bateson, en la década de los años cincuenta, a través de sus estudios sobre cómos las personas cuando conocen una realidad se centran en unos aspectos dejando de lado al resto. Pero no es hasta la década de los ochenta y principios de los noventa cuando se consolida, ya que empieza su auge como modelo para explicar tanto la elaboración del proceso informativo como el modo en que los medios producen efectos sobre su audiencia (Sábada, 2012:111).

Los encuadres también se dan en el receptor de la noticia, que recibe la información de un determinado modo, y los hechos relatados resuenan en su interior de una determinada manera (Giménez Armentia, 2006:57).
Para Sábada, Rodríguez y Bartolomé, en su estudio sobre la teoría del *framing* (2012:113), la comunicación política encuentra en este planteamiento "un modelo explicativo con el que satisfacer sus intereses y necesidades". En este sentido, estos autores definen varias líneas de trabajo sobre cómo puede ayudar esta teoría a la comunicación política:

- Contructivista: Esta línea destaca el papel que desempeña la comunicación como "constructora" de la realidad. Esta corriente intenta explicar la importancia que tienen los medios de comunicación en la selección de noticias, ya que cuando se enfrentan a realidades nuevas son los primeros en definir los acontecimientos, lo que conlleva a que definan los parámetros del discurso público.

- Estratégica: En este planteamiento tienen gran relevancia los partidos políticos, al entender que no siempre son los medios de comunicación los primeros en definir los asuntos públicos, sino que

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

en ocasiones los políticos "encuadran los asuntos sobre loscuales la gente está llamada a dar una opinión" (Lowell, 1921:69).

- De actitudes profesionales: esta investigación se centra en el rol que adopta el periodista cuando informa sobre asuntos políticos. Weaver y Wilhoit identifican tres tipos: el de intérprete, que investiga las acciones políticas, las analiza y contextualiza; el difusor de información, que procura ofrecer datos con inmediatez, y el adversario al poder, que ejerce de guardián y contrapeso del poder político vigilando sus acciones.

- Metodológica: Muchos autores encuentran en la teoría del *framing* una herramienta para la investigación sobre la cobertura mediática de diferentes eventos políticos y sociales.

2.5. Gatekeeper y teoría de los valores de la noticia

Existen otras teorías que tratan de explicar el proceso de selección que llevan a cabo los medios de comunicación y los periodistas sobre los hechos informativos. La primera de ellas es la de *Gatekeeper,* que considera las noticias como entidades totales que se crean en el mundo real independiente de la existencia de los medios y que son filtradas o rechazadas por los periodistas quienes actúan como *gatekeeper*. El segundo estudio es la *teoría de los valores de las noticias,* que parte del concepto de que ciertas características de los acontecimientos aumentan o disminuyen la posibilidad de publicación del hecho en sí. Entre los factores a tener en cuentan se encuentran la sorpresa, la tematización, la personalización y el negativismo.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

El tercer punto lo forman los estudios *news bias*. Estos asocian las distorsiones o sesgos (bias) que se producen en los contenidos informativos a la opinión subjetiva de los redactores, a las tendencias redaccionales del medio informativo correspondiente o al sistema comunicativo en general. Con esto se supone que, cuando se originan temas de conflictos políticos, todos los agentes involucrados deberían tener en principio derecho a estar igualmente representados en los medios (Alonso y Rospir, 1995:44).

Como crítica al *gatekeeper,* Donsbach (1995:45) hace mención a estudios que destacan que en este planteamiento "no se tiene en cuenta ni el papel activo de los medios al mostrar la realidad, ni su papel en el origen de la misma. Las noticias no son hechos objetivos, sino atribuciones subjetivas de los periodistas.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

CAPÍTULO III
PERIODISMO Y MEDIO AMBIENTE

3.1 Periodismo especializado

A lo largo de este capítulo se profundiza sobre las características y relevancia del periodismo especializado así como la evolución del periodismo medioambiental en España entendiendo el medio ambiente como una especialización más a tener en cuenta en la investigación. A continuación se realiza un análisis bibliográfico sobre los principales autores en esta materia que ha ido alcanzado una gran relevancia hasta convertirse en un área independiente dentro del periodismo y como asignatura propia en las diferentes facultades de comunicación españolas.

La creciente especialización de la comunicación, tanto en medios y contenidos como en profesionales, representa uno de los elementos más característicos de la actual Sociedad de la Información. La especialización periodística ha sido desarrollada en los últimos años a partir del avance de las nuevas tecnologías que ha permitido que se pueda parcelar y profundizar aún más en el conocimiento, que se ha visto además impulsado por la demanda de la audiencia de mayor calidad y profesionalización, lo que ha obligado a su vez a las empresas de comunicación a adaptarse a las necesidades y perfiles de los nuevos usuarios de la información.

Esta especialización influye directamente en el perfil del profesional, al que se le exige una mayor formación y cualificación (Esteve, 2010:11). Una idea que también defiende Sobrados (2013:11), quien entiende la especialización periodística como la forma de organizar la información tanto desde el punto de vista de los contenidos como desde el punto de

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

vista laboral. En este punto, argumenta que cuando el periodista se especializa este camino suele correr paralelo a la propia organización empresarial del medio, al ubicarse en áreas o secciones diferentes entre sí.

Esteve define tres niveles de especialización en función de la audiencia a la que va dirigida la información y el tratamiento que se le da a ésta (2010:12):

- Audiencia generalista: menor grado de especialización, y se corresponde con la información publicadas en medios generalistas en las áreas de economía, deportes, política, cultura, etc.
- Audiencia especialista: información publicada en suplementos o páginas especializadas de periódicos o programas especializados de radios y televisiones, que emiten contenidos específicos sobre un área determinada como cultura, economía, deportes, etc.
- Audiencia experta: información difundida por medios especializados, tanto audiovisuales como impresos, que ofrecen con una periodicidad determinada contenidos monográficos relativos a una determinada área temática y que van dirigidos a un sector de la población especialmente interesados en estos temas con conocimiento suficientes sobre los mismos.

En su libro *Periodismo Especializado,* Quesada (1998:18) considera que "hay que entender el periodismo especializado como la estructura informativa que permite dar respuesta a la triple especialización que caracteriza al periodismo moderno la especialización por contenidos –de la que surgen todas las áreas especializadas ya consolidadas y las que los próximos años comenzarán su proceso de consolidación en los medios --, la especialización por sectores de audiencia – en función del complejo mercado editorial de publicaciones- y la especialización por medios de comunicación. Esta triple especialización comparte la base común de la

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

especialización metodológica, que toma su origen de la metodología del periodismo de investigación".

Así, para Quesada (1998:23) el periodismo especializado es "el que resulta de la aplicación minuciosa de la metodología periodística a los múltiples ámbitos temáticos que conforman la realidad social condicionada siempre por el medio de comunicación que se utilice como canal, para dar respuesta a los intereses y necesidades de las nuevas audiencias sectoriales".

Por su parte, Berganza señala que el periodismo especializado es aquella práctica de los profesionales de la información ejercen sobre un área del saber de la que son expertos, "que exige la puesta en práctica de unos métodos de trabajo que persiguen eliminar la dependencia de las fuentes oficiales de información y que se caracteriza por analizar, explicar e interpretar procesos con rigurosidad, utilizando para ello el nivel de lenguaje adaptado a las necesidades del público receptor".

Otro de los investigadores que han profundizado en esta materia es Fernández del Moral (2003:27), que argumenta que "una de las especificidades que plantea la información periodística especializada es precisamente la que afecta al proceso de la comunicación en su conjunto y a cada uno de sus elementos. Audiencias selectivas o especializadas; medios estratificados por niveles de especialización; mensajes adecuados para esas audiencias y esos medios, elaborados con una característica primordial, la de su periodistificación, atendiendo fundamentalmente los intereses y necesidades de cada destinatario".

Del Moral destaca el carácter intermediador del periodismo especializado y la sociedad. Habla de la división del periodismo especializado en tres grandes subsistemas: el del conocimiento científico, el del periodismo,

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

con sus procesos, sus medios, y su estructura compleja y el de la sociedad a la que se quiere llegar con el mensaje (2004:27). Así, considera que en el primer subsistema se divide a su vez en tres niveles de especialización, el primero lo constituye el propio conocimiento científico, en el que coexisten especialistas de todas las procedencias agrupados por macroáreas temáticas, las ciencias sociales, las humanísticas, las de la salud y las científico técnicas experimentales; el segundo cada una de las ciencias conocidas por separado, el derecho, la medicina, la economía, la farmacia, la geología etc… y el tercer nivel de especialización lo componen ya cada uno de las especialidades, la física nuclear, el derecho mercantil, la traumatología, etc…(2004:29).

En este punto, Del Moral llama la atención sobre una cuestión bastante relevante: la falta de comunicación existente entre los diferentes especialistas incluso de una misma procedencia científica. Una cuestión que en principio no debería repercutir en los mensajes periodísticos, pero que, sin embargo, cada vez que algún acontecimiento de carácter sanitario o catastrófico medioambiental salta los medios de comunicación esta falta de entendimiento se pone de manifiesto de forma dramática (2004:29).

Si agrupamos todas estas concepciones y definiciones, que lejos de ser contradictorias entre sí, más bien se complementan, podríamos resumir que el periodismo especializado es "la actividad profesional periodística que consiste en informar en profundidad, explicar y divulgar a través de los medios de comunicación sobre áreas determinadas y concretas del conocimiento, aplicando los métodos de investigación, redacción, formas y saberes propios del periodismo, articulados con los recursos cognitivos, teóricos y metodológicos de esas áreas concretas" (Belenguer 2002: 59-60).

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

En la información especializada cobra especial importancia que el mensaje sobre materias específicas sea comprendido por parte de la mayor audiencia. Para Blanco Castilla (2004:108), el informador especializado se equivoca si no codifica adecuadamente el mensaje, "si no explica con claridad la terminología propia de su área de especialización". Además, el periodista especializado debe cumplir con el principio básico de la "legibilidad". Pero pese a estas obviedades, según Blanco, el informador especializado las "incumple" y abusa de un exceso de tecnicismos difíciles de entender por la audiencia. En este sentido, Fernández del Moral (1997:15) afirma que en la información especializada no cabe ya un cúmulo de informaciones más o menos contradictorias, sino una opinión respaldada por un profesional de la información al que se le exige actuar de otro modo, al que la sociedad le va a pedir su juicio de experto como el de uno más de los expertos que quieran opinar, pero teniendo además la visión global necesaria como para saber contextualizar todas las informaciones.

Por su parte, Castellanos (2002:48-49) señala una serie de normas para garantizar la corrección del lenguaje en textos especializados, a la vez que su claridad, que no simplificación del mensaje:

- Explicar los términos con palabras del lenguaje común, por medio de ejemplos, de la analogía o de la metáfora.
- Sustituir por hiperónimos, que permiten categorizar un término dentro de una clase general más conocida por todos los usuarios.
- Sustituir por nombres genéricos del tipo "sustancia", "elemento", "dispositivo".
- Incorporar ilustraciones

En cuanto al futuro del periodismo especializado, hay autores como Quesada que defienden su utilidad para acabar con las carencias y

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

disfunciones, que en alusión al informe de 1947 de la Comisión Hutchins[1], que recoge Herrerro (2013:37), y que pasan por la no contextualización de las noticias, la presentación de la realidad fragmentada, la espectacularización de la información en la que prima lo anecdótico y se busca la dramatización por su impacto en la audiencia. En definitiva, se trata de un periodismo de superficialidad y parcialidad.

En cambio, la profesora Blanco Castilla afirma que el volumen de información en circulación potencia aún más el papel del periodista especializado, como profesional preparado para interpretar adecuadamente la realidad y profundizar en ella (2004:99). "La tarea principal del periodista especializado, que tiene mucho de investigador y documentalista, consiste en analizar y seleccionar las fuentes con el fin de obtener el material informativo que le permita ampliar y profundizar en la noticia y llegar a un análisis solvente y profesional de los hechos". (2004:99).

Así, Quesada señala que "la especialización periodística exige a los profesionales de la información afrontar la información de actualidad con una actitud profesional distinta, que prioriza el rigor informativo y el llegar al fondo de los temas por encima de la rapidez o de la exclusividad informativa. Se trata de explicar en profundidad la actualidad periodística, en un intento de proporcionar una respuesta más satisfactoria a las crecientes y exigentes demandas informativas de las nacientes audiencias sectoriales" (Quesada, 2004:124).

Como en cualquier proceso comunicativo, no sólo es relevante que la descodificación correcta del mensaje para la audiencia sino también las

[1] La Comisión Hutchins se crea a mediados de los años 40 a petición de Henry Luce, fundador de las revistas *Time* y *Life*, y está formada por filósofos, educadores, abogados y teóricos de la comunicación. La dirección recae en Robert Hutchins, rector de la Universidad de Chicago, y su misión es la de analizar el papel de los medios de comunicación en una sociedad como la norteamericana.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

fuentes informativas de las que se extrae la información. A este respecto, autoras como Blanco Castilla (2004:100) hablan de la importancia de las fuentes, al contribuir a enriquecer la noticia con todos los requisitos de la especialización y profundizar adecuadamente en ella. Así, define como fuente informativa a una persona o grupo de personas, organizadas o no, que han sido testigos o conocen los hechos que el periodista va a convertir en noticia; y pueden ser, personales o documentales. Para esta autora, la falta de fuentes en una información no está justificada nunca en el trabajo del periodista especializado, y que, según Blanco, los géneros informativos propios de la especialización obligan a analizar los hechos y verificar el mayor número de fuentes posibles.

Pero antes de seguir avanzando, es oportuno profundizar y distinguir entre los conceptos de periodismo ambiental y periodismo especializado para evitar confusiones. Según Marcet, "si utilizamos una designación altamente precisa diremos que el periodismo ambiental forma parte del periodismo especializado. Pero si decimos que le periodismo ambiental es una especialización periodística los definimos con menor rigor y mayor imprecisión, porque todas las especializaciones periodísticas no tienen por qué formar parte del periodismo especializado".

En esta misma línea, el periodista Joaquín Fernández (1995:11) define el periodismo ambiental como la especialidad periodística "que se ocupa de la actualidad relacionada con la naturaleza y el medio ambiente y en especial de aquellos aspectos que tienen que ver con su degradación". Un concepto compartida además por los profesores Esteve y Del Moral que definen a esta área de especialización como la "sección periodística que se ocupa de todas aquellas noticias relacionadas con la naturaleza y su defensa" (Esteve y Fernández, 1998:296).

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Por su parte, Josep María Sanmartí señala las tres características que constituyen la gran plataforma de partida del periodismo medioambiental:

> 1-. Su base científica. Provoca que el periodista comprenda, primero él, lo que desea comunicar a su audiencia. Resulta evidente que, si el periodista no es capaz de transformar una información compleja en un relato comprensible para un gran número de personas, se producirá una ruptura en el proceso comunicativo que hará inviable el entendimiento y asimilación de los hechos. Pero, para que esto se dé, primero, tiene que ser el propio periodista quien comprenda lo que sus fuentes de información le dan a conocer.
>
> 2-. Su proximidad a las preocupaciones de la sociedad moderna y de las personas. Joaquín Fernández afirma que "se trata de un periodismo en el que se establecen complicidades con el ciudadano, un periodismo de apelación constante a las actividades y comportamiento de las personas, que invita a la acción, a la modificación de las conductas. Es un periodismo interactivo."
>
> 3-. Su carácter multidisciplinar. Los temas medioambientales no están separados del resto del mundo que nos rodea.

En cuanto a los contenidos propios del periodismo especializado en medio ambiente, Joaquín Fernández (2008:14) elaboró una lista que ha de "afrontar el informador ambiental como aproximación orientativa":

> - Residuos (urbanos, industriales, agrícolas, hospitalarios, nucleares, suelos contaminados).

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- Agua (ríos, pantanos, trasvases, regadíos, contaminación de aguas superficiales y subterráneas, depuración, nuevas tecnologías, plantas desalinizadoras, el canon de vertido, las confederaciones higrográficas).

- Bosques (incendios, repoblaciones).

-Conservacionismo o protección de la naturaleza (espacios protegidos, parques naturales y nacionales, especies de fauna y flora en peligro de extinción, comercio y tráfico de animales, caza y pesca, biodiversidad, las aves).

-Mares (contaminación marina, efectos del mar en el clima, recursos marinos, disminución de recursos pesqueros, especies en peligro de extinción (las ballenas como especie emblemática), la contaminación radiactiva de los mares, los vertidos de residuos nucleares y otros residuos especialmente impactantes, las mareas negras).

-Costas (especulación urbanística, regeneración de playas).

-Suelo (especulación urbanística, erosión y desertificación).

-Energía (energías convencionales, energías alternativas, la energía nuclear, los residuos nucleares, el ahorro y la eficiencia energética).

-Transporte (impactos ambientales de los diferentes medios de transporte, el tráfico urbano, el automóvil, los automóviles del futuro).

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

-Atmósfera (contaminación atmosférica en general, capa de ozono, efecto invernadero, cambio climático).

-Problemas urbanos (contaminación, tráfico, ruido, zonas verdes, degradación del patrimonio arquitectónico).

-Agricultura (agricultura y ganadería intensivas y extensivas, agricultura ecológica, pesticidas, desarrollo rural, vías pecuarias).

-Nuevas tecnologías. Reconversión ecológica de los procesos industriales. Seguimiento de los numerosos programas de investigación relacionados con la problemática ambiental.

-La complejidad de la Administración ambiental en España (La Unión Europea, fondos europeos, Agencia Europea de Medio Ambiente, organismos internacionales, convenios internacionales, Banco Mundial, el Gatt, comercio internacional).

-Las organizaciones ecologistas.

-El desarrollo sostenible y otros conceptos básicos del pensamiento ecológico.

-El turismo (impacto en el medio ambiente y en el uso de los recursos, turismo ecológico).

-Seguimiento de los estudios de impacto ambiental.

-Problemas de población.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Más recientemente, el cambio climático se ha convertido en el gran paradigma de la información medioambiental. El periodista ambiental y jefe del área de Sociedad en la Agencia EFE Raúl Casado afirma en la "*Guía para periodistas sobre el cambio climático y la negociación internacional",* que la información relacionada con el cambio climático ha evolucionado durante las últimas tres décadas hasta situarse como uno de los temas transversales que afectan a a todas y cada una de las áreas principales o troncales del periodismo (sociedad, economía, política e internacional) (Casado, 45:2009).

En este sentido, la periodista y Premio Nacional de Periodismo Ambiental, María Josep Picó, señala al año 2007 como el período de explosión del cambio climático en los medios de comunicación, ya que fue la fecha en la que se publicó el Cuarto Informe del Panel Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático de las Naciones Unidas (IPCC), así como el documental de Al Gore *"Una verdad incómoda"*. Unos hitos que contribuyeron a que el cambio climático se empezara a percibir como un problema económico de magnitud mundial, a raíz también de la publicación del Informe Stern por parte del gobierno británico a finales de 2006.

Al igual que otros profesionales del periodismo medioambiental, Picó defiende también la formación como pieza fundamental para informar con rigor sobre esta materia. Además, pone de relieve la importancia de cultivar buenas fuentes científicas para disponer de la confianza de los expertos en cualquier momento, con el fin de no dejarnos llevar por consignas interesadas y evitar la politización.

El periodista ambiental José María Montero rechaza que el interés informativo sobre el cambio climático sea una moda de última hora alimentada "por oscuros intereses políticos, económicos o

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

geoestratégicos". Para desmontar esta idea, acude a una información publicada por el diario *El País* en octubre de 1976 titulada "*El clima mundial va a cambiar",* en la que se advertía ya sobre las consecuencias ambientales que podría acarrear el incremento de emisiones de CO2 a la atmósfera. Asimismo, este periodista critica la "distancia" respecto al lector que presentan las noticias sobre este fenómeno, al presentar el cambio climático como un problema que afecta sólo a otros territorios lejanos (Montero, 46:2009).

Por otro lado, en noviembre de 2012, se celebró las I Jornadas Internacionales de Medios de Comunicación y Cambio Climático, en el que se aprobó el "*Decálogo sobre la comunicación del cambio climático"*:

1.- El derecho a un planeta habitable y a la sostenibilidad es incuestionable. El cambio climático es un fenómeno inequívoco atribuido al impacto del ser humano. Los medios de comunicación han de informar sobre él, sobre el grado de amenaza que supone y sobre la necesidad urgente de actuar. Entendida la comunicación como servicio público, el periodismo debe asumir el reto de comunicar los impactos ya inevitables y las políticas de respuesta precisas para minimizar dichos impactos y adaptarse a ellos, a través de una información de calidad.

2.- La Tierra se ha sobrecalentado en el último siglo y los distintos escenarios apuntan a una agudización del problema. Es importante que los medios de comunicación tomen muy en cuenta la relevancia que tiene esta realidad y conozcan la representación del cambio climático que tiene la sociedad y la audiencia para enfocar mejor la comunicación de este reto. La creciente complejidad del tema, los cambios paulatinos que le imponen su dinámica conceptual y la propia realidad socio-económico-ambiental, obligan a los profesionales de la comunicación a jerarquizar su formación permanente.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

3.- Es preciso evitar tanto el catastrofismo, como la omisión de información. Siempre que sea posible se debe complementar la alarma con la presentación de posibilidades de intervención y alternativas de solución.

4.- Vincular el cambio climático a la vida cotidiana (eficiencia y ahorro energético, fuentes energéticas limpias, reciclaje de residuos, consumo responsable, decrecimiento energético, etc.) y a las realidades cercanas en el tiempo y en el espacio; es la forma de que temas generalmente complejos resulten comprensibles y de interés directo de las personas. Conviene, por tanto, socializar la acción individual e individualizar la acción social. Así como poner de manifiesto las responsabilidades en la generación del problema y en la generación de soluciones.

5.- Los medios de comunicación no deben convertir la información sobre cambio climático en un falso debate entre si existe o no el cambio climático, puesto que es una respuesta que ya han dado los científicos. El "negacionismo" y escepticismo deben ser contemplados como un estímulo para un mayor rigor y celo científico, evitando una simetría informativa injustificada con los sectores pseudocientíficos que así se manifiestan. Al hacerse eco mediático de sus afirmaciones es necesario identificar los intereses a los que sirven, y valorar el rigor y la legitimidad científica de la información que llega a los medios o que estos sectores producen específicamente para ellos.

6.- Enarbolar la ética, defendiendo la independencia de los poderes establecidos. Los medios de comunicación han de promover la equidad en el acceso a la información sobre el cambio climático y ayudar a organizaciones e individuos con menos recursos o sin recursos a transmitirla y a obtenerla.

7.- Es preciso considerar el fenómeno del cambio climático como un proceso sistémico y no como sucesos aislados, y efectuar un seguimiento

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

del fenómeno mediante una información debidamente contextualizada en el marco planetario de integración en la naturaleza

8.- Los medios de comunicación son fuente de información, e indirectamente de formación, para la gran mayoría de la población, ejerciendo una función de concienciación de primer orden. Es preciso que los medios de comunicación encuentren la manera de despertar el interés del público sobre el cambio climático y ofrezcan información que resulte comprensible para el ciudadano medio.

9.- Se percibe la necesidad de un cambio de modelo civilizatorio. Es importante que los medios asuman una función social en este proceso. Las soluciones al cambio climático son políticas, morales y sociales además de científico-técnicas. Implican, igualmente, un nuevo estilo de vida en los países más ricos, de menor impacto en el deterioro del medio ambiente y que facilite una redistribución de los recursos con los países más pobres. Es oportuno incrementar y potenciar el prestigio social de los comportamientos y los estilos de vida que ayudan a frenar el cambio climático.

10.- Es oportuno potenciar y crear redes de comunicadores/as que aborden este reto.

Díaz Nosty (65:2009), por su parte, advierte de las carencias sobre la información medioambiental relacionada con el cambio climático, y plantea un análisis sobre el valor de la agenda sobre el cambio climático, así como sobre su tratamiento científico. En este sentido, concluye que:

1. La presencia de información en los medios masivos no está relacionada tanto con las alertas y los hallazgos científicos como con eventos de naturaleza política, entre los que cabe incluir la iniciativa de Al Gore, que ha sido hasta la fecha, con diferencia, la de mayor impacto mediático (Boykoff y Roberts 2007).

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

2. La información tiene, por regla general, un carácter poco riguroso, al menos desde el punto de vista de la comunidad científica, y las prácticas constructivas del periodismo desvirtúan muchas veces, por el bajo índice de especialización de los profesionales de los medios, el mensaje que la ciencia transmite (Russell 2008). Sin embargo, a pesar de las carencias, los medios han contribuido decisivamente a abrir el debate en la opinión pública (Revkin 2005).

3. No obstante, desde la posición de los analistas de la transmisión de las alertas científicas se detectan carencias en las fuentes y desconfianza hacia los medios, factores que no contribuyen a una traslación eficaz del mensaje (Mooney 2007a; Rice 2007). Estas debilidades ya aparecieron con ocasión del primer informe del IPCC y, en términos generales, se siguen reproduciendo (Nisbeth 2007; Neverla 2008).

4. La información no mantiene una continuidad en la agenda de los medios, sino que fluctúa en función de los valores de noticiabilidad periodística, de modo que las expresiones narrativas sobre el cambio climático se ven supeditadas a la prevalencia de otras secciones o claves de la actualidad (Roser-Renouf y Nisbet 2008).

5. No obstante, se ha detectado en los últimos años un aumento significativo del espacio dedicado por los medios a los problemas medioambientales, independientemente del rigor, oportunidad y fiabilidad de lo publicado. Así, en Estados Unidos (Boykoff y Boykoff 2004: 133) se estima que, entre 1988 y 2002, se han multiplicado por cuatro los flujos de información relativos al tema, con una penetración creciente hasta un punto cumbre en 2006.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

6. El tratamiento informativo no es uniforme y varía según los países (Fahn 2008; Brewer 2007), ni tampoco es homogéneo en los diferentes medios (Carvalho y Burgess 2005). En general, la prensa de referencia es la que se acerca a valores constructivos más ricos, situándose los medios populares y sensacionalistas en el polo opuesto (Boykoff y Mansfield 2008), ya que convierten la expresión de la crisis y los aspectos más visibles de los fenómenos singulares de la naturaleza en formas de espectáculo (huracanes, lluvias torrenciales, deshielo polar, etc.), con un peso importante en términos de influencia en la creación de opinión pública.

7. Los medios dan cobijo, en una proporción muy superior a su peso en el escenario académico, a posiciones marginales, que están fuera del consenso científico y permiten argumentar el escepticismo y la negación de los problemas del cambio climático (Weaver 2003). En ocasiones, estas fuentes conducen a procesos reales de desinformación (Romm 2008).

8. La relación de poderosas corporaciones industriales con los medios no se limita únicamente a su condición de anunciante (Tebeaud 2005), sino que se prolonga a través de instituciones y *thing tanks* (Jacques, Dunlap y Freeman 2008; McCright y Dunlap 2003) ocupados en el alcance económico y sobre el modelo de vida que implicar la corrección de los problemas medioambientales. Este entramado de intereses presiona sobre la agenda y transmite valores que terminan por construir una narración muy distinta de la que se hace en la comunidad científica (Monbiot 2007a). La mercantilización del espacio mediático (Rice 2007) provoca que el consenso científico llegue a la opinión pública contrapesado por opiniones e intereses cercanos a las corporaciones anunciantes e inversores de los grupos de comunicación.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

9. La escasa especialización de los periodistas les hace más vulnerables a la hora de interpretar los mensajes de la comunidad científica (Ladle, Jepson y Whittaker 2005), al tiempo que susceptibles de ser alcanzados por los discursos escépticos y negacionistas.

10. El tratamiento de fenómenos relacionados con la ciencia se desvirtúa cuando se aplicar las técnicas periodísticas de contraste y equilibrio -opiniones a favor y en contra-, especialmente si existe una corriente dominante muy amplia que se contrapesa artificialmente con opiniones e hipótesis desacreditadas científicamente o aún no validadas (Ward 2008; Weaver y Hillaire-Marcel 2004).

11. Las dificultades en la transmisión de los mensajes, bien por la naturaleza científica de las fuentes o por la complejidad del entramado de intereses que dificulta su transmisión (Jankovivi 2007; Higgins 2008), no sólo demandan un mayor grado de especialización, sino una mejora en las vías de comunicación ciencia-medios, en la que las fuentes científicas deben mejorar su posición (Hayer y Grossman 2007; Baron 2006).

12. La crisis económica iniciada en la segunda mitad de 2008 ha puesto de relieve que el valor noticiable del cambio climático ha descendido (Ward 2008). No sólo porque la recesión ha polarizado la opinión, sino porque las prácticas de los grandes medios audiovisuales, más orientadas al espectáculo y el sensacionalismo, han distorsionado y devaluado su importancia y agotado en parte el interés de las audiencias. En un período de transición, en el que el reloj de la degradación medioambiental no se ha parado, ni se han mitigado los efectos de la contaminación mediante políticas

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

> públicas, se corre el riesgo de una disminución de la conciencia crítica universal y de que la salida de la crisis no se vea acompañada por un cambio de mentalidad cultural orientado hacia la sostenibilidad

Un amplio abanico de temas que pone de relevancia la importancia de la formación de los periodistas dedicados a cubrir cuestiones medioambientales y nos lleva a reflexionar sobre la existencia o no de profesionales verdaderamente especializados en esta materia, sobre todo, en un momento en el que parece aumentar, en nuestro país, la demanda de contenidos relacionados con el proteccionismo medioambiental.

Montero destaca como debilidad del periodismo ambiental en España las precarias condiciones laborales de los periodistas, lo que impide que los periodistas estén más formados a la hora de abordar este tipo de cuestiones con mayor profundidad y reposo (Montero, 46:2009).

Para la profesora Blanco Castilla (2008:115) la respuesta es clara: "el déficit de profesionales especializados en esta materia es notable". Para ella, el periodismo ambiental adolece principalmente de profesionales bien formados que a su grado de compromiso –el periodismo ambiental es un periodismo comprometido y militante- puedan sumar una preparación suficiente como para detectar asuntos de interés para la audiencia y saber transmitirlos adecuadamente". Una línea de argumentación que es también compartida por los periodistas de información medioambiental Gloria Cardona (60:2009) y Luis Guijarro (56:2009), que hacen hincapié en la necesidad de la especialización para informar bien sobre el cambio climático.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

3.1.1 Periodismo especializado en España

El concepto de periodismo especializado aparece en los años 50 del siglo XX ante la crisis que vivían los medios de comunicación. Fernández Obregón (1998:10) en alusión a Diezhandino (1988:170-171), señala que la "crisis de la función servicio, connatural a la prensa, al tambalearse la eficacia de ese periodismo informativo como simple relato de noticias de interés general (...). Crisis de contenidos, al trastocarse todos los viejos esquemas con la competencia que genera el advenimiento de la radio y la televisión, en alza cada día, ante los progresos insólitos de las nuevas tecnologías de la comunicación (...). Crisis, en consecuencia, de identidad, ante la pérdida de lectores que dejaron de encontrar en la prensa escrita la respuesta a sus expectativas".

La especialización periodística en España ha pasado por varias fases que se acotan en el tiempo, tal y como ha sido valorado por numerosos teóricos de la comunicación y profesionales del periodismo. Una etapa más primitiva, que después dio lugar al desarrollo de este tipo de periodismo a partir de la sociedad de masas de mediados del siglo XX, es situada por autores como Fernández Obregón en el siglo XVIII, en el que surge la especialización coincidiendo con la Ilustración y el establecimiento de la razón como eje fundamental. La prensa se convierte en un signo de modernidad, y se multiplican las corrientes periodísticas: las críticas literarias y políticas, la divulgación humanística y científica, la información nacional e internacional, la economía, hasta que, como consecuencia de la revolución francesa se prohíben la mayoría de los diarios (Fernández Obregón, 1998:11).

Pero no es hasta principios de los años ochenta cuando se produce una verdadera explosión del periodismo especializado. Para Fernández Obregón (1998:13), la auténtica revolución de este tipo de periodismo

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

llega con la aparición de grupos de prensa extranjeros, que se ve favorecido con la aprobación de la Ley sobre inversiones extranjeras en empresas editoriales[2], al romper con las barreras impuestas por la Ley de Prensa e Imprenta de 1966 a la inversión de capital foráneo, y con la que se da además un trato favorable a los países hispanos. Desde este momento, y sobre todo, desde el desarrollo de esta ley a partir de 1986, el acceso al mercado periodístico español de grupos multinacionales como Bersteismann, Bauer, Hachette y VNU ha impulsado de forma notable el crecimiento de las publicaciones especializadas.

Ramírez de la Piscina (1999:264) acude a tres encuestas llevadas a cabo entre periodistas especializados que trabajaban en medios generalistas en los años 1974, 1994 y 1998. La primera de ellas fuera realizada por los profesores Pedro Orive y Concha Fagoaga entre una veintena de directores de periódicos de información general. En este sentido, Amparo Tuñón afirma que el origen de la especialización en España se sitúa en los años sesenta, ya que fue a partir de esta fecha cuando los periódicos de carácter generalista ampliaron sus secciones habituales para informar también de medio ambiente, salud o economía.

El siguiente estudio se desarrolló por parte del profesor Mariano Sánchez Martínez y abarcó a profesionales de un total de diecinueve medios de comunicación entre periódicos, radios y televisiones de todo el territorio español. Los resultados fueron similares a la encuesta realizada un par de décadas antes, pese a las transformaciones que había vivido el país en ese tiempo. Entre las conclusiones, destacan el hecho de que las secciones de Economía, Deportes, Internacional y Local fuesen las que acogieran antes a periodistas especializados.

[2] La Ley sobre inversiones extranjeras en empresas editoriales es aprobada el 7 de julio de 1982 y publicada en el BOE el 21 de julio de 1982. https://www.boe.es/boe/dias/1982/07/21/

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

La tercera encuesta fue realizada en el año 1998 por parte de la Asociación Iberoamericana de Periodistas Especializados y Técnicos (AIPET) a casi medio millar de profesionales especializados[3]. El estudio destaca la importancia del periodismo especializado y cuantifica más de 1.000 publicaciones especializadas en todo el país y un total de 3.200 periodistas que trabajan en su mayoría en este tipo de publicaciones.

3.2 Características del periodismo ambiental

Para concretar las características propias del periodismo ambiental, acudimos al decálogo propuesto por el periodista y primer presidente de la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA), Joaquín Fernández, en el marco del I Congreso Nacional de Periodismo Ambiental[4]:

> Primero: El periodismo ambiental ha empezado a dejar de ser un periodismo emergente para convertirse en una especialidad informativa y periodística consolidada.
>
> Segundo: Tras los avances evidentes de los últimos años del periodismo especializado, se percibe ahora un claro retroceso. El periodismo del rigor y del conocimiento… deja frecuentemente su lugar al periodismo de UVI, el periodismo de urgencia, del mogollón, frívolo e irresponsable…
>
> Tercero: El periodismo ambiental nació en el seno de las culturas alternativas y por ello, a pesar de la profesionalización indudable de

[3] La tercera de las encuestas, realizada por AIPET, fue presentada oficialmente en forma de informe por el presidente de esta asociación, Josep Mompvo del, con motivo del VI Congreso Iberoamericano de Periodistas Técnicos y Especializados (CIPET), que tuvo lugar en Barcelona en febrero de 1995.

[4] El Congreso, organizado por la Asociación de Periodistas de Información Ambiental, se celebró en el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) en 1995, y reunió a representantes de las diferentes administraciones, del mundo ecologista y empresarial, y de los medios de comunicación.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

estos años, tanto el periodismo ambiental como el periodista que lo ejerce suelen ser identificados con esas culturas.

Cuarto: El periodismo ambiental maneja como materiales de trabajo conceptos, ideas, experiencias y propuestas que constituyen hoy una parte esencial de las referencias éticas del siglo XX.

Quinto: El periodismo ambiental es un periodismo de incertidumbres frente a otros periodismos en el que abundan las certezas. Muchos de los contenidos habituales del periodismo ambiental hacen referencia a la capa de ozono, a los cambios climáticos, al efecto de las explosiones nucleares subterráneas... Ninguno de ellos son temas acabados, cerrados, indiscutibles. Eso se nota a la hora de trabajarlos.

Sexto: El periodismo ambiental tiene en ocasiones cierto carácter práctico. Es un periodismo en el que se establecen complicidades con el ciudadano, un periodismo de apelación constante a las actitudes y comportamientos de las personas, que invita a la acción, a la modificación de las conductas. Es, de alguna manera, un pepito grillo de la sociedad, y de ahí la tentación sermoneadora. De alguna manera podríamos decir que el periodismo ambiental es un periodismo interactivo.

Séptimo: El periodismo ambiental se mueve casi siempre en el largo plazo. No son inmediatas las soluciones de los problemas y a veces ni siquiera su detección, explicación y diagnóstico.

Octavo: La catástrofe es uno de los hábitats donde se desenvuelve con frecuencia el periodismo ambiental.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

> Noveno: Los medios de comunicación ya no son el cuarto poder. Son el tercero, el segundo, el primero... Una encuesta reciente plantea las siguientes preguntas: primera, ¿quiénes cree usted que hacen todo lo que pueden por el medio ambiente? Más del 70 % responden: los ecologistas. Segunda pregunta: ¿quiénes cree usted que no hacen todo lo que pueden por el medio ambiente? Casi un 70 % responden: los medios de comunicación.
>
> Décimo: El periodismo ambiental no se mueve habitualmente en los ámbitos de la pedagogía social. ¿Cabe otra opción? ¿Tiene el periodismo ambiental otras posibilidades educativas al margen de las que se deriven de su propia actividad informativa? Yo tiendo a pensar que no.

3.3 Antecedentes y evolución del periodismo ambiental en España

La información ambiental comenzó a tratarse en los medios de comunicación de España con un notable retraso en comparación con el resto de países europeos. Las primeras noticias aparecen tímidamente en la década de los 60. Accidentes como el de la carga nuclear en Palomares en 1966 atraía la atención de la prensa (Fernández Reyes, 2001:67).

Pero no será hasta los años 70 cuando se produce un desarrollo real de este tipo de periodismo, que se vio reforzado con la aparición de nuevos medios de comunicación tras la etapa franquista. En esta etapa, el programa televisivo de *El Hombre y la Tierra,* de Félix Rodríguez de la Fuente en Televisión Española, supone un hito informativo que despertó el interés de muchos telespectadores sobre la fauna ibérica (Fernández Reyes, 2001:68).

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Para el periodista Joaquín Fernández (1993:87), con el inicio de la Transición se puede hablar de otra etapa en la que se consolida el ejercicio de esta especialidad en algunos periodistas, muy ligados al movimiento ecologista como son José Manuel de Pablos y Benigno Varillas en Madrid, Santiago Vilanova en Barcelona, y más adelante nombres como Pedro Costa Morata, Mario Gaviria o Joaquín Araujo.

La aparición del diario El País marca el inicio de otra etapa del periodismo ambiental en España, que siguiendo al diario francés Le Monde pone en marcha una sección bajo el nombre de ecología. Poco después, en 1977, nace en Barcelona la primera iniciativa de asociacionismo en torno al periodismo ambiental llamada Colectivo de Periodismo Ambiental.

A mediados de los años 80 es todavía inédita la especialización en esta materia, tal y como asegura la profesora Quesada, que destaca como único ejemplo la investigación publicada por el periodista Rafael Cid en la revista *Cambio 16,* en agosto de 1982, sobre el Parque Nacional de Doñana, donde denunciaba la existencia de cacerías furtivas y contaminación de las aguas.

Unos años más tarde, en 1984 el diario El País publica *El Libro de la Naturaleza,* un compendio de artículos de referencia imprescindible para tener una perspectiva de la relación del movimiento ecologista con los medios de comunicación.

El panorama no variará hasta mediados de los años 90. Algunos medios de comunicación comienzan a incorporar subsecciones propias dedicadas al medio ambiente. Aunque esto no se dará como una tónica general, se observan diversos cambios. Las organizaciones ecologistas comienzan a aparecer con su nombre. Las noticias están mucho más trabajadas y

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

contrastadas. Con ello, se consigue que se profundice en los temas, con un análisis de causas y consecuencias. Comienza la diversificación de los temas.

Hay otros autores que señalan como punto de inflexión del periodismo medioambiental la catástrofe nuclear de Chernobil, en la que muchos medios de comunicación prestaron atención a este accidente (Odriozola, 2008:24). A lo largo del tiempo la mayoría de los estudios sobre periodismo medioambiental se han centrado en grandes catástrofes, al ser, según Odriozola, lo que más interés despiertan entre la audiencia.

La aparición de la Asociación de Periodistas de Información Ambiental (APIA) en 1995 marca el inicio de una nueva fase, al convertirse en la principal propulsora de estudios sobre el ejercicio de esta especialización profesional.

En el caso de la televisión, según Odriozola (2008), es sólo la pública la que se distingue por la presencia de programas sobre naturaleza y ecología, especialmente divulgativos. Uno de los más veteranos y reconocidos pertenece a la Radio Televisión Pública de Andalucía (RTVA) y se llama Tierra y Mar. Surge en el mes de marzo de 1990. Durante una primera etapa, hasta 1992, está dedicado íntegramente a información de actualidad sobre el sector primario.

A partir de esta fecha se especializa en temas medioambientales, según tres criterios: la educación ambiental, el mantenimiento y recuperación de la biodiversidad y la presentación de modelos de conducta respetuosos con el medio ambiente, modelos que en numerosas ocasiones se hallan en la en la antropología social y cultural.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

No obstante, al principio de los años 2000, algunos hechos graves han actuado como revulsivo, así como el interés de los jóvenes por el medio ambiente. El accidente del Prestige14, con el vertido de petróleo en la costa gallega y la respuesta ciudadana que originó, parecen haber calado en los medios de comunicación españoles, que en su mayoría dedican ya espacios fijos a contenidos relacionados con la protección y defensa de la naturaleza y del medio ambiente, aunque todavía de manera insuficiente.

3.3.1 Antecedentes y evolución del periodismo ambiental en Andalucía

La evolución del periodismo ambiental en Andalucía es abordada de manera extensa y rigurosa en la tesis doctoral *La información ambiental en Andalucía: El programa Tierra y Mar de Canal Sur Televisión (1990-1996),* defendida por Miguel Montaño en el año 1999. La investigación realizada sitúa los comienzos del periodismo ambiental en Andalucía en los primeros años de la década de los 80 con varios profesionales de la información: Manuel Jesús Florencio en *Abc*, el cual se dedicaba a temas exclusivos de medio ambiente y especializados en Doñana; Miguel Ángel Blanco, en el *Diario Almería*; y José María Montero en el *Diario Nueva Andalucía*. Junto a estos tres periodistas otros profesionales se dedicaban esporádicamente a este tipo de información. (Montaño, 1999: 78,79,82).

En Andalucía la televisión pública no comienza su andadura hasta finales de los años 80, por lo que hasta ese momento la producción medioambiental se centraba únicamente en la prensa escrita. Al comienzo de la década se hacía un periodismo ambiental ligado sobre todo a los conflictos con los espacios naturales, en especial, con Doñana. Más tarde comenzaron a aparecer algunos medios locales secciones denominadas de diferentes formas como *medio ambiente, ecología o vida verde* (Montaño, 1999: 161).

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Para Montaño (1999:373), el periodismo ambiental en Andalucía no puede entenderse sin la participación activa de denuncia del movimiento ecologista. En los años 70 y 80 existían más de 300 grupos ecologistas que contaban con su propio boletín informativo.

3.4 Estructura informativa en Andalucía

No es hasta la década de los años noventa cuando se producen las principales novedades en el ámbito de la comunicación en Andalucía. Según recoge Díaz Nosty en diferentes estudios, en la región, al contrario de otras, no ha existido una estructura mediática consolidada. Así, mantiene que la realidad andaluza ha mostrado siempre peculiaridades significativas. El sistema de medios aparece fragmentado, escasamente estructurado y con debilidades en la naturaleza de los consumos (Díaz Nosty, 12:1999).

En las décadas de los ochenta y noventa, la prensa con cabecera central en Madrid pierde relevancia frente a la propia de ámbito provincial o regional (Godoy, 767:1997). Pero aún así, uno de los rasgos característicos de la prensa en Andalucía ha sido la gran influencia d elos medios de ámbito estatal. En la mayoría de los casos, éstos cuentan con una sección regional, en la que existe una "escasa aplicación del discurso periodístico en función de la cohesión territorial" y "ajeno a la construcción diaria que hacen los medios" (Díaz Nosty, 1999). Los medios de comunicación son, según Díaz Nosty, uno de los pilares centrales de la articulación territorial.

Esta fragmentación mediática y discursiva responde a una tendencia generalizada que lleva a las provincias andaluzas a actuar a modo de "reinos de taifas" (Reig, 338:2011), lo que provoca que no exista una

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

homogeneidad en el discurso sobre la región andaluza. Una idea que se ve reforzada por el hecho de que en cada provincia los periódicos más leídos sean los locales, frente a otras como Cáceres o Barcelona, en las que la prensa con mayor número de lectores es la regional (Reig, 338:2011).

Hay autores como Labio Bernal (337:2011) que afirman que esta situación es fruto del hecho de que el público andaluz no se identifica con su comunidad y elige periódicos que le informen de su realidad más cercana.

A lo largo de las últimas décadas se ha visto cómo han ido desapareciendo cabeceras de ámbito exclusivo regional como *Diario 16 Andalucía,* que desapareció en 1997, o el *Diario Andalucía*, que terminó cerrando en el año 2001, pese a que inició su andadura con una tirada inicial de 13.500 ejemplares.

Estos dos ejemplos ponen de manifiesto, según Labio Bernal, la dificultad de articular un medio regional andaluz. Lo que se traduce en que el sistema de medios en Andalucía se ha caracterizado siempre por la falta de vertebración y la multiplicidad de sus formas, que se refugian sobre todo en estructuras empresariales precarias y supeditadas a intereses económicos y políticos de carácter local.

Esta situación se ve alterada, según autores como Godoy (766:1997), con el creciente interés de cabeceras estatales por Andalucía, como es el caso de Vocento que adquiere los diarios *Ideal* de Granada y *Sur* de Málaga. Además, se afianza la presencia de los periódicos de ámbito estatal con ediciones andaluza como son *El País, El Mundo* y *ABC*. Una nueva situación que ha derivado que casi el 80 por ciento de los títulos que más se leen en Andalucía tengan una matriz empresarial nacional (Labio Bernal, 347:2011).

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Centrándonos, sobre todo, en los periódicos que son objeto de esta investigación y en su contribución al panorama informativo andaluz, hay que decir que Prensa Española adquiere la edición sevillana y cordobesa de *ABC,* y puso un nuevo proyecto, pero con desigual suerte (Labio Bernal, 349:2011), en la ciudad de Jérez.

También cabe destacar que existen grupos de comunicación andaluces, además de los periódicos estatales, que experimentan una enorme expansión como son los casos de Joly, que abre cabeceras en muchas provincias andaluzas, y Publicaciones del Sur.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

CAPITULO IV
COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

En el siguiente capítulo se abordan desde un punto teórico todas aquellas cuestiones relacionadas de forma estrecha con el objeto de estudio de esta tesis doctoral partiendo de los conceptos de comunicación y política. En este apartado se profundiza también en la perspectiva funcionalista de los medios de comunicación de masas como creadores y dinamizadores de la opinión pública partiendo de la teoría de Lasswell sobre la función que ejercen en la sociedad. Para completar este recorrido, se lleva a cabo también una aproximación al contexto en el que chocan con mayor fuerza la comunicación y la política como es la celebración de una campaña electoral, en la que entran en juego todos los agentes aquí analizados como son los medios de comunicación, los partidos políticos y los ciudadanos.

4.1 Aproximación al concepto de comunicación y política

La comunicación ha sido siempre una cualidad intrínseca al ser humano. A lo largo de la historia, tanto el hombre como el resto de especies que pueblan el planeta han pretendido comunicarse con su semejantes, ya fuera por medio del lenguaje, en el caso del hombre, o por medio de gestos y sonidos, como hacen otros seres vivos. El funcionamiento de las sociedades humanas ha sido posible gracias al desarrollo de la comunicación y su evolución, que permite el intercambio de mensajes entre los individuos.

Esta evolución se ha sucedido de forma gradual, lo que conlleva que se pueda observar grandes diferencias desde las acciones innatas que se reconocen en todos los organismos, incluso en los más simples (como pueden ser los reflejos, los instintos, etc...) hasta las acciones más propias

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

de seres más complejos, como es el caso del hombre (como puede ser el lenguaje, el pensamiento, la interacción entre dos o más personas, etc...).

La comunicación es una forma de comportamiento que se sirve de actos expresivos para lograr un objetivo en el marco de un sistema de interacción. Autores como Miguel Pascual (2006:14) destacan la importancia de este proceso, en el que se integra también un factor protector del equilibrio psicológico del ser humano.

En todas las sociedades, los seres humanos se dedican a la producción e intercambio de información y contenido simbólico (Thompson, 1998:26). Un proceso que se ha visto fortalecido con el desarrollo de la comunicación mediática, que ha generado nuevas exigencias para la compresión de sus mensajes, "de tal manera que los individuos emplean habilidades y competencias para codificar y descodificar los soportes técnicos" (Thompson, 1998:43).

Para alcanzar una aproximación más precisa de este concepto, buscamos el apoyo del Diccionario de la Real Academia Española (DRAE), que define a la comunicación como la "transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor". Y desde un punto de vista técnico se entiende esta acción como el hecho que un determinado mensaje originado en el punto A llegue a otro punto determinado B, distante del anterior en el espacio o en el tiempo. La comunicación implica la transmisión de una determinada información, en un proceso en el que aparecen los siguientes elementos:

- Código: El código es un sistema de signos y reglas para combinarlos, que por un lado es arbitrario y por otra parte debe de estar organizado de antemano.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- Canal: El proceso de comunicación que emplea ese código precisa de un canal para la transmisión de las señales. El Canal sería el medio físico a través del cual se transmite la comunicación.

En esta misma línea, Federico Rey (1995:96 en Canel, 2008:22) entiende la comunicación como "la transmisión de signos, señales o símbolos de cualquier clase entre personas físicas o sociales; un vasto campo de intercambio de hechos y opiniones entre seres humanos".

La aparición de los medios de comunicación contribuyó también, según Thompson (1998:120), a cambiar la forma de interaccionar de los seres humanos, pasando de ser un intercambio de información cara a cara, y en contextos de "copresencia", a una situación impersonal con el aumento del ámbito de transmisión, lo que ha provocado que se reordenen las pautas de comportamiento humano a lo largo del espacio y el tiempo.

Tanto en su origen como en la actualidad, la política y la comunicación han estado estrechamente unidas, y su relación se ha ido transformando con el paso del tiempo. La evolución tecnológica así como de las distintas modalidades políticas ha contribuido a los cambios que se han ido aplicando sobre todo en el último medio siglo. Pero antes de seguir avanzando en la interrelación de estos dos conceptos es necesario profundizar en el significado de lo que se entiendo como política y su evolución.

Desde hace siglos se intenta explicar tanto el concepto de política como las formas en las que debe llevarse a cabo. Son muchas y distintas las respuestas que, desde distintas disciplinas, se han dado sobre este asunto. Como se decía anteriormente, el hombre es un ser social por naturaleza. Pues bien, la política es el gobierno de estas situaciones sociales, la actividad de dirigirlas, ordenarlas e integrarlas. Por tanto, política sería

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

toda aquella actividad humana tendente a orientar hacia metas las situaciones sociales, asignando papeles, recompensas y sanciones y resolviendo conflictos (Bouza-Brey, 1996:36).

En este sentido, y volviendo a buscar la cobertura del Diccionario de la Real Academia Española (DRAE), éstwe define la política como la "actividad de quienes rigen o aspiran a regir los asuntos públicos" así como aquella en la que el ciudadano "interviene en los asuntos públicos con su opinión, con su voto, o de cualquier otro modo".

Pero tal y como advierte Alfaro Salas (2011:4), el concepto de política no ha sido el mismo en cada período histórico, sino que ha ido variando desde el antiguo Imperio Romano hasta la constitución de los países contemporáneos. Por ello, se vale de una definición impulsada por Josep Vallès, y afirma que política es:

> "...una práctica o actividad colectiva, que los miembros de una comunidad llevan a cabo. La finalidad de esta actividad es regular los conflictos entre grupos. Y su resultado es la adopción de decisiones que obligan –por fuerza si es preciso- a los miembros de la comunidad" (2000:18).

En el siglo V a.c., Aristóteles concibió a la política como "un arte o ciencia general", que debía preocuparse tanto del estudio de los tipos ideales, como de la posibilidad de que se dieran en la realidad las distintas formas de gobierno y de organización del Estado (Morales, 1999:25). El filósofo ateniense proponía un enfoque científico de la política, donde el análisis social se hacía tomando en cuenta elementos psicológicos, culturales y sociales y estableciendo relaciones de causa y efecto. La actividad política tiene que acomodarse a las exigencias de la vida humana racional (...) y los objetivos políticos tienen que ser acordes con la razón. Una de sus

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

obras más importantes lleva precisamente el nombre de *Política* (Franzé, 2004:12).

Franzé reflexiona, en su libro *¿Qué es política?,* sobre la naturaleza de la política en los tiempos actuales a través de tres grandes figuras como son Aristóteles, Max Weber y Carl Shimitt. Una vez aclarado anteriormente la visión del político griego, el autor ofrece la visión de Weber (2004:14) que rompe con la tradición aristotélica, entendiéndola no sólo como lucha por el poder sino también como lucha entre fines y valores opuestos entre sí e inconmensurables. En el caso de Carl Schimitt, recoge que en su intento por detener la disolución de la política en el proceso de racionalización económica y técnica de la época moderna, reacciona y afirma que lo político no se puede eliminar, pues es necesariamente algo previo a toda moral y a todo derecho.

Para María José Canel (2008:18), la política es "la actividad por la que se adoptan y aplican las decisiones en y para la comunidad, que incluye proyectos, planes y programas de acción". Para esta autora, las medidas políticas tienen unas consecuencias "que son vinculantes". En este sentido, las medidas políticas hacen referencia a "un fin por el que se gobierna, que la consecución del bien público. Se apoyan en el poder, es decir, en quien adopta las decisiones está legitimado para ellos por unas instituciones y unas leyes. Y finalmente, implican un conflicto, en el sentido de que en torno a ellas caben diferentes posturas y posiciones, no siempre coincidentes sino más bien, con frecuencia, enfrentadas".

Por otro lado, Federico Rey (1995:176) define a su vez la política "como todo aquello que forma parte de un proceso mediante el cual se llevan a cabo cambios deliberados en las normas que regulan las relaciones entre las personas".

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Después de analizar por separado los conceptos de comunicación y política cabe profundizar en su interrelación así como sobre la influencia y relevancia que ha tenido una acción sobre la otra y viceversa. Un análisis que se verá ampliado en el apartado siguiente. Pero a modo de introducción, el mayor impacto lo ha tenido, sin duda, la comunicación sobre la política, y sobre todo, desde la aparición de los medios de comunicación de masas. En este sentido, el profesor Thompson (1998:161) señala que, a diferencia de las épocas en que predominó la interacción personal cuando los líderes políticos eran invisibles para la gran mayoría de los individuos, en la época mediática, especialmente con la aparición de la radio y la televisión, la visibilidad de los líderes llega a un mundo público abierto a la mirada de todos.

En esta misma idea profundiza Rafael Yanes (2007:356), que mantiene que "sin comunicación, no hay acción política válida". De poco sirven los programas electorales y los planteamientos ideológicos "si no se es capaz de transmitirlos con credibilidad a la ciudadanía. Los políticos son comunicadores que necesitan unos intermediarios: los medios de comunicación".

Para Jean Blondel (1990), la comunicación "dinamiza el sistema político". Para este autor se trata de "un intercambio de demandas y decisiones entre los distintos miembros de la sociedad. Van mucho más allá de lo que dicen o hacen los políticos, y mucho más allá, también, de lo que hacen los medios de comunicación" (Canel, 1999:23).

W. Donsbach señala que los políticos necesitan en la actualidad también de los medios como fuentes de información, y éstos necesitan a los primeros para influir sobre la población y sobre otros políticos con sus temas y argumentos. La política y el consenso político se establecen

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

principalmente en y a través de los medios de comunicación (Alonso y Rospir, 1995:41).

4.2 Relación entre política y comunicación

Los medios de comunicación se han convertido en un agente de socialización junto con los agentes tradicionales, iglesia, escuela y partido, sobre todo con la llegada de la televisión. Antes de la mediatización de la política se produce una mediatización de la sociedad y ha seguido un proceso gradual, con formas e intensidades distintas en los diferentes contextos nacionales (Mazzolini, 2010:52).

Los medios de comunicación son (McQuail 1994):

1. Una fuente de poder; un instrumento de influencia, control e innovación de la sociedad; el principal medio de trasmisión y la fuente de información indispensable para el funcionamiento de casi todas las instituciones sociales.

2. El escenario en el que tienen lugar numerosos hechos de la vida pública nacional e internacional.

3. Una fuente importante de definiciones y de imágenes de la realidad social y, por tanto, el espacio en el que se construyen, se conservan y se manifiestan los cambios culturales y los valores de la sociedad y de los grupos.

4. La clave para alcanzar fama y celebridad y, en general, visibilidad pública.

5. La fuente de un sistema de significados para la esfera pública.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Los medios de comunicación no se limitan a desempeñar únicamente un papel de meros intermediarios, ya que someten los mensajes procedentes de la esfera política a una profunda transformación para adecuarlos a sus propias necesidades productivas. Pero si los medios son necesarios para la política, ésta no lo es menos para los medios, que no pueden evitar referirse a la esfera política ya sea porque su actividad es en todas partes objeto de reglamentación, ya sea porque en algunos sistemas medios y política forman parte de la misma élite de poder y porque al producir información política los medios dependen de fuentes de esa naturaleza.

En este sentido, McNair destaca la relación existente entre los partidos políticos y los medios de comunicación:

> "The relationship between the media and the political process is a dialectical one, involving action and reaction. The media report on and analyse political activity, but they are also part of it, available as a resource for political actors and their advisers" (1995:47).

McNair profundiza en este vínculo y añade que "at election time the views expressed are in terms of party preference. Individual newspapers actively campaign on behalf of their preferred party and denigrate or criticize the others. The popular tabloid press will do so in an openly propagandistic, 'populist' manner, accompanied by various levels of distortion, untruth, and sensationalism, while the broadsheet newspapers will outline their views in more reasoned terms. Both will select news stories with an eye to constructing a particular imagine (positive or negative) of a party" (1995:75).

Siguiendo la sistematización de los mejores estudios, escritos por autores como L. J. Martin (1981), Jay G. Blumler y M. Gurevich (1995) y Pippa Norris (2000), y recogidos en el la obra de Mazzolleni *La comunicación*

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

política, podemos resumir las principales funciones de los medios en relación con el sistema político de la siguiente forma:

6. Recopilación y presentación de información "objetiva".

7. Interpretación de la noticia para que los ciudadanos no expertos en los asuntos políticos comprendan la importancia de la información que reciben.

8. Representación de los derechos y de las necesidades del público de los ciudadanos ante las instituciones políticas mediante una información activa, de investigación y de "vigilancia" del poder político.

9. Movilización de los ciudadanos en la vida política mediante la producción de un conocimiento práctico y la estimulación del interés y del compromiso cívico.

10. Intervención directa en el debate político mediante la lematización de las cuestiones más evidentes y la influencia sobre la política gubernamental.

11. Resistencia a los intentos de los sujetos políticos de limitar la independencia o ante las amenazas contra la integridad de los órganos informativos.

12. La última función es imprescindible para las instituciones mediáticas que pretendan mantenerse en el mercado, obtener beneficios y tener un saneado balance de cuentas, lo cual es también una garantía de libertad.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Mazzoleni (2010:81) destaca los principales obstáculos en la relación de medios y sujetos políticos, y para ello recurre a Blumler y Guervitch (1995):

13. Necesidad de establecer compromisos entre los principios de independencia y el ideal de ofrecer acceso a las distintas voces de la sociedad y el objetivo comercial de seguir ciertos gustos del público.

14. El formar parte, tanto en el sistema de los medios como en el político, de una especie de élite o punta de pirámide del poder y de la cultura que excluye al público de la circulación de la información importante.

15. El que no todos los ciudadanos se interesen por la política y nada los obligue a ello en una democracia hace doblemente vulnerable a la información política de los medios, que deben enfrentarse a la dura competencia de otras informaciones más apetecibles y establecer compromisos con la exigencia de espectacularización de la política para hacerla más interesante.

16. Aunque su libertar de acción está garantizada por leyes y constituciones, los medios son parte integrante de la estructura social de un país, deben desempeñar funciones importantes para tal sistema y están obligado a responder ante sus fuerzas dominantes.

Al igual que existen géneros periodísticos que van de la opinión a la información, hay autores que distinguen este rango en la comunicación política. Para ello, destacan las diferencias existentes entre que el menaje sea transmitido por un responsable orgánico de un partido político o una institución, independientemente que luego se publique en un medio

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

informativo con el formato de noticia, crónica o artículo firmado por un periodista (Yanes, 2008).

4.2.1 Los medios como creadores y dinamizadores de la opinión pública

La función que ejercen los medios de comunicación de masas ha sido ampliamente estudiada y analizada desde mediados del siglo XX. Son muchos los autores los que han tratado de buscar una interpretación teórica sobre el papel que juegan los medios en el desarrollo de la sociedad actual. El primero de ellos fue H. D. Lasswell que aplicó, tal y como recoge Teruel (2006:19), una visión organicista, que afirma que los medios ejecutan una función imprescindible para la correcta marcha de la sociedad, ya que los éstos se configuran en instituciones que coadyuvan necesariamente a que la autorregulación social tienda al equilibrio. Para Lasswell, la comunicación tecnológica comporta un conjunto de funciones como son la supervisión o vigilancia del entorno, la correlación de las distintas partes de la sociedad en su respuesta al entorno y la transmisión de la herencia cultural de una generación a otra (1948:60).

Pero si Lasswell estableció los pilares del funcionalismo de los medios de comunicación, fueron Merton y Lazarsfel los que avanzan de forma determinante en este postulado. La profesora Blanca Muñoz recoge en su estudio sobre la sociedad de masas que "función, disfunción y afunción constituyen los ejes desde los que hay que entender los postulados adaptadores y su rechazo del conflicto como fundamentos de la perspectiva funcional-estructural. Y, al mismo tiempo, Merton introduce una distinción entre funciones manifiestas y funciones latentes que posibilita una útil aplicación al estudio de los mass-media. Merton, conjuntamente con Felix P. Lazarsfeld , será pionero en el interés por

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

aclarar los niveles en los que se estructuran no sólo las funciones de los medios y sus mensajes, sino también desde un punto de vista epistemológico la renovación temática y metodológica que la nueva Sociología de la Comunicación introduce en la Ciencia Social".

Dentro del ámbito español, una de las aproximaciones más completas a la perspectiva funcionalista es la realizada por parte de Alejandro Muñoz Alonso, que recoge Laura Teruel en su tesis doctoral *Los medios en la construcción de la realidad política: el caso de El Mundo (1993-1996),* y que tratan de dilucidar las funciones que desarrollan los medios de comunicación cuando se relacionan con la institución política (2006:21):

- Recogida y presentación de información objetiva. Consciente de que la objetividad es un referente inalcanzable, Muñoz Alonso entiende que se debe evitar la parcialidad y la manipulación deliberada de los contenidos, presentando una clara diferencia entre información y opinión.

- Interpretación y explicación de las informaciones. Un segundo nivel, tras la selección y presentación de los acontecimientos, debe ser elaborar los contenidos para que sean correctamente decodificados y contextualizados por los lectores; esta tarea se acomete principalmente desde los géneros de interpretación y opinión.

- Contribuir a la formación de opinión pública. Los medios contribuyen a formar la opinión pública, nutriéndola con la selección e interpretación de los acontecimientos, y, al mismo tiempo, sirven como agentes para su canalización y expresión. Se da, por lo tanto, una influencia recíproca entre los medios y la opinión pública.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- La fijación de la agenda política. Entiende que el cometido positivo de los medios en este punto es que llaman la atención de los políticos sobre los temas que interesan a la ciudadanía pero, por el contrario, pueden tender a la disfunción de actuar como *gatekeeper*; cribar la agenda para que sólo lleguen al público determinadas cuestiones.

- Control del gobierno y las instituciones. Éste es el enunciado que más abiertamente se identifica con la función clásica de vigilancia del entorno que esgrime Lasswell. Muñoz Alonso lo identifica, especialmente, con que, gracias a la información publicada por los medios, se puedan poner en marcha mecanismos de control que cuestionen la acción gubernamental.

Por su parte, Lorenzo Gomis también da al periodismo impreso un papel de mediador entre lo social y lo político, y entiende que "su función es acercar, aproximar a los dos, descubrir y poner de manifiesto lo que tienen en común, analizar las dificultades que les impiden ponerse de acuerdo y proponerles modos de integrar los intereses de uno y otro" (1987:99).

4.3 Definición de comunicación política

El concepto de comunicación política está hoy en día tan difundido que a pocos se les escapa su significado. Pero aún así, su aparente sencillez esconde una realidad difícil de definir, ya que la comunicación política limita, como afirma Mazzoleni, "con muchos territorios en los que conviven la politología, la sociología, la antropología, la antropología, las ciencias de la comunicación y de la opinión pública, la psicología, la retórica y la publicidad" (Mazzoleni, 2010:14). Estas interacciones

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

muestran el "carácter interdisciplinar" de la comunicación política. Unos encontramos ante escenario complejo que comprende la actuación política, los medios de comunicación y los profesionales.

Las definiciones de comunicación política han sido diversas y han generado importantes debates entre los distintos investigadores de las ciencias sociales y políticas. Sin embargo, pese a los distintos estudios realizados a partir de los años cincuenta del siglo XX, parece existir un cierto consenso en torno a su importancia y al papel fundamental que juega en la convivencia social. Aunque la dificultad para acotar su definición es notable, Mazzoleni acierta a concretar la comunicación política como "el intercambio y la confrontación de los contenidos de interés público-político que produce el sistema político, el sistema de los medios y el ciudadano elector" (2010:36).

Para completar esta definición, el autor italiano añade que, en las sociedades posindustriales, este tipo de comunicación se produce "mayoritariamente a través de los canales de la comunicación de masas, lo que implica una función decisiva de los medios, que los convierte en el eje en torno al cual gira el discurso político, es decir, el debate público característico del proceso democrático" (Mazzolini, 2013:44).

La abundancia de definiciones sobre este concepto hace imposible su concreción en este apartado. Pero para profundizar en los matices de este concepto María José Canel (1999:17) centra su definición de comunicación política en otros campos más allá de la esfera pública en un primer término y lleva a un segundo plano su acepción vinculada a la comunicación y los partidos políticos. Para esta autora, la comunicación política (con mayúsculas) "es una expresión que designa un campo de reciente y creciente desarrollo en el ámbito académico científico", y (con minúscula) "es un término amplio, apenas utilizado en el mundo

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

profesional, pero que incluye una serie de fenómenos comunicativos que han recibido etiquetas tan variadas como propaganda, marketing electoral, marketing político, relaciones públicas políticas o comunicación política institucional política".

En cuanto a la utilización del término en el mundo profesional, hay que tener en cuenta la definición realizada por Canel se produce en 1999, una década antes del boom del markenting político y de la utilización de las redes sociales. Hoy en día, el concepto de comunicación política es utilizado ampliamente tanto por periodistas como por profesionales que trabajan en gabinetes de prensa o comunicación en las distintas instituciones públicas, partidos políticos o organizaciones empresariales.

Así, la autora define la comunicación política como "la actividad de determinadas personas e instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y ciudadanos), en la que, como resultado de la interacción, se produce un intercambio de mensajes con los que se articula la toma de decisiones políticas como la aplicación de éstas en la comunidad" (1999:27).

Con anterioridad, otros autores también aportaron su visión sobre este concepto. Canel hace referencia en su obra al libro *Political Behavior,* publicado en 1956 por Eulau, Eldersveld y Janowitz, que definen la comunicación política como "uno de los tres procesos (junto con el liderazgo político y las estructuras de grupo) de intervención por medio del cual se movilizan y transmiten las influencias políticas entre unas instituciones gubernamentales formales y el ciudadano votante", y acentúan su proceso mediador, ya que es por ella por la que "se hace posible la relación entre las instituciones gubernamentales y los electores".

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Desde entonces, el campo de la comunicación política se ha ido desarrollando de una manera bastante rápida, lo que ha provocado que hayan surgido numerosos intentos de definiciones (Canel, 2008:20):

- Actividad comunicativa considerada política en virtud de las consecuencias tanto actuales como potenciales que tiene en el funcionamiento del sistema político (Fajen,1966).

- Símbolos políticos más sobresalientes en la élite de la prensa (Arora y Laswell, 1969).

- El papel de la comunicación en el proceso político (Chaffee, 1975).

- Comunicación con efectos actuales o potenciales en el funcionamiento de un estado político o de una entidad (Blake y Haroldsen, 1975).

- Actividad comunicativa considerada política en virtud de sus consecuencias actuales o potenciales en la regularización de la conducta humana, cuando ésta se encuentra en condiciones de conflicto (Nimmo, 1978).

- Cualquier intercambio de símbolos y mensajes que está condicionado por el sistema político y que, a su vez, influyen en éste (Meadow, 1980).

- Símbolos creados por los medios de comunicación para que la sociedad mantenga la conciencia de la existencia de unas instituciones políticas; es decir, son las imágenes que ayudan a que el pueblo recuerde que se vota, que se controla al gobierno o que la constitución funciona (Trent y Friedeber, 1995).

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Para Wolton, la comunicación política "es el espacio en el que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre la política, y que son los políticos, los periodistas y los sondeos (1989)" (Canel, 1999: 23). Años más tarde, retoma la definición y añade que la comunicación política versa sobre "un lugar de enfrentamiento de discursos de desenlace incierto y, por otro lado, muestra también que ese enfrentamiento se realiza partiendo de tres discursos que se expresan legítimamente en una democracia: la información, la política y la opinión pública (Wolton, 1998:111).

Por su parte, Nimmo y Swanson (1990:22) recogen en su obra que, en su dimensión política, la comunicación política "es una fuerza tanto para el consenso como para el conflicto"; las campañas electorales en las democracias liberales representan para ambos el cambio y la estabilidad; " (…) la comunicación política es al mismo tiempo fuente de poder y de marginación, producida y consumida por los ciudadanos, actores más o menos autónomos, informados, determinados y creativos, pero también modelados por estructuras (…) poderosas".

En cambio, para Denton y Woodard (1998). La comunicación política tiene cuatro preocupaciones:

- El presupuesto: distribución de recursos.
- El control: las elecciones no son otra cosa que depositar la confianza en alguien para que controle el poder.
- La aprobación: se adoptan medidas para lo que se requiere la aprobación de sectores políticos.
- El significado: además de legislar, hay que definir y transmitir los significados de las cosas.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

En el desarrollo del concepto de comunicación política es esencial el origen y la transformación del modelo del espacio público, como lo llama Hannah Arendt (1958), y del modelo liberal de la esfera pública burguesa, como prefiere llamarlo Jürgen Habermas (1962), modelos que ven en el público de los ciudadanos el depositario de las estructuras y de los procesos de la democracia, es decir, del control y de la gestión del poder, de la representación de la voluntad popular, de la discusión y la opinión pública y de la publicidad (Mazzolini, 2010:22).

Yanes habla de la "intencionalidad" de la comunicación política. Respetando el principio ético de la verdad, "el político habla sólo de una parte de la realidad –aquella que le interesa destacar-, e ignora la que considera que no favorece a sus planteamientos. Ofrece una versión interesada de lo que ha sucedido".

En este mismo sentido, se expresa Canel que mantiene que la comunicación política "busca resultados prácticos e inmediatos. Cualquier plan de comunicación de una cuestión política está forzado a mirar hacia los resultados inmediatos. Quien comunica la política lo hace para lograr algo y siguiendo un plan. Es persuasiva e intencionada" (1999).

Así, tras el análisis realizado a la visión que de la comunicación política tienen diversos autores, cabe concluir destacando las coincidencias que mantienen la mayoría de ellos, que ponen de relieve el interés público que mantiene este tipo de comunicación y el papel que juegan los medios de comunicación de masas. Unas características que se han visto reforzadas en los últimos años, en los que la comunicación política ha alcanzado su mayor relevancia.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

4.3.1 Antecedentes

El inicio de la comunicación política se remonta a la antigua Grecia y tiene su punto de partida en el momento en el que la filosofía comienza a reflexionar sobre el poder, la autoridad y la democracia en torno a la creación de los grupos poblaciones denominados *polis*. Se trata de la primera vez en el mundo occidental en la que se plantea y discute sobre los problemas generados de las relaciones políticas de los miembros de una comunidad.

Cabe afirmar que la comunicación política, como forma civil de interacción política, precede a la propia reflexión sobre su uso y su abuso allí donde existe un embrión de organización social de carácter urbano naturaleza democrática.

El propio Imperio Romano logró permanecer intacto en el poder por varios siglos no sólo como consecuencia de su poderío militar, sino a raíz de su capacidad para comunicar sus decisiones políticas con eficacia aún en los más remotos puntos de su territorio. Esta capacidad comunicacional, que se apoyaba en obras de infraestructuras como caminos y palacios gubernamentales, se reforzaba estratégicamente mediante la introducción de símbolos de la cultura del Imperio en los pueblos conquistados.

En este sentido, y según constatan los documentos conservados, en las provincias periféricas del Imperio se llegaron a crear sofisticadas técnicas de comunicación para las campañas electorales, mezclando las reglas de la retórica y de la dialéctica de origen griego con las artes persuasivas del clientelismo, más propio de la tradición romana.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

En esta etapa histórica, prevalecía sobre todo la comunicación oral, utilizando para ello las calles y plazas con el objetivo de entrar en contacto directo con los futuros electores. De este periodo conservamos términos que aún utilizamos como es candidato, que es el nombre que se le daba al pretendiente de un cargo público que vestía durante la campaña electoral una toga blanca para que se le reconociera; y comicio, que era la reunión del pueblo en torno a un orador que exponía sus posiciones y trataba de convencer al auditorio presente.

Concluida la época romana, la democracia electoral conoció un paréntesis de dieciocho siglos sólo interrumpido por breves periodos en las ciudades libres del norte de Europa y en los *comuni* de Italia.

El único tipo de comunicación que puede considerarse cercano a la comunicación política es la aportada varios siglos después por el escritor y político italiano Nicolás Maquiavelo, que aportó nuevas dimensiones al arte de la manipulación política en su clásica obra "El Príncipe" (1513). Maquiavelo, a quien se le considera un verdadero pionero en la concepción de la ciencia política como disciplina autónoma, desarrolló una sofisticada teoría sobre el papel de la persuasión política como alternativa al uso de la fuerza.

Hay que esperar hasta el periodo de la revolución americana, con la promulgación de la Constitución, y la Revolución Francesa, es decir, hasta el nacimiento de las ideas liberales y democráticas, para poder volver encontrar el ejercicio de formas de comunicación política durante las elecciones o fuera de ellas.

Ya en el siglo XIX es cuando renacen las grandes pasiones políticas y se producen las grandes revueltas sociales, la revolución industrial y se llega a la escolarización masiva, lo que motivó la consolidación de la

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

democracia pese al nacimiento de nuevos absolutismos ideológicos. Pero a pesar de estas limitaciones, las elecciones libres (pero sin sufragio universal) se convirtieron poco a poco en el fundamento de las democracias de masas de los nuevos estados.

En la etapa moderna, las campañas electorales, con sus típicos rituales comunicativos, la aparición de los grandes líderes políticos y de prestigiosas cabeceras periodísticas son hechos que marcan el nacimiento de la comunicación política.

Pero hay que esperar al siglo XX para hablar de comunicación política en sentido pleno. Sólo con la aparición de los medios de comunicación, el cine, la radio y más tarde la televisión, se crearon las condiciones para el desarrollo y la maduración de todas las fuerzas y de todos los grandes instrumentos de comunicación aplicables a la esfera pública.

Un auge y desarrollo que se ve interrumpido con el periodo entre guerras y durante los años de la guerra fría. Se trata de una etapa en la que la propaganda y la manipulación se impusieron a la dialéctica democrática y la información libre, sobre todo, en los países sometidos a los regímenes fascistas y comunistas.

Pero el mayor laboratorio de la comunicación política, tal como la conocemos en la actualidad, fue Estados Unidos, donde la rápida expansión de los medios masivos de comunicación sembró el terreno fértil para un desarrollo progresivo y constante del marketing político.

Según Philippe J. Maarek, (2005:27) este particular desarrollo obedece a tres factores principales: "su sistema electoral (elecciones primarias, bipartidismo, estructura distrital uninominal), su tradición democrática y el enorme poder de los medios de comunicación".

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

En el caso de España, la juventud de su democracia, en comparación con la de otros países de su entorno, ha condicionado el desarrollo de la comunicación política en España. Los medios de comunicación jugaron un papel central desde el principio. La movilización política, la gobernabilidad, la legitimación y las crisis políticas empezaron a contemplarse o bien con los medios como "chivo expiatorio" o bien como colaboradores indispensables para la estabilidad y el consenso (Rospir, 1995:370).

Esta particularidad histórica ha contribuido que el régimen democrático creciera a la par de los medios de comunicación, situándose estos últimos por delante en el nivel de confianza en comparación con la que se ha otorgado a los gobiernos, partidos políticos e incluso al mismo parlamento (Rospir, 1995:371). Pero este desarrollo paralelo de la vida política e informativa encierra, según Rospir (1995), una seria de contradicciones, ya que por una parte se ha dado en España respuesta a las necesidades comunicativas propias de una democracia moderna de una forma rápida incorporando las nuevas tecnologías, pero por otra, los ciudadanos no han mostrado en este tiempo mayor atención ni interés por los asuntos de la vida pública.

Todo ello ha llevado a que el aprendizaje en España en esta materia entre profesionales de la comunicación y políticos sea más rápido que en otros países. En un corto plazo de tiempo, los ciudadanos, los políticos y los periodistas han conocido y vivido numerosas consultas y campañas electorales: generales, municipales, autonómicas y europeas, así como diferentes referendos de ámbito estatal y autonómico (Rospir, 1995:373).

A modo de conclusión, Teruel recoge en su tesis doctoral (2006:62) el punto de vista de José Luis Dader, que considera que la comunicación

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

política española incluye aspectos tanto positivos como negativos procedentes de elementos americanizados y latinos:

"El papel y perfil de los partidos políticos resalta en este sentido como uno de los puntos neurálgicos en que el conflicto entre prácticas tradicionales y nuevos usos de comunicación política resulta más equívoco o contradictorio: Por una parte es lógico que el espíritu democrático de los militantes y ciudadanos de a pie se sienta incómodo con unas organizaciones políticas altamente jerarquizadas y burocratizadas donde un pequeño gabinete o equipo de 'cuadros' profesionales de la política, elabora las listas de candidatos, administra en régimen de exclusividad su cuota de poder institucional y toma todas las decisiones de relevancia. La sustracción del debate a ese pequeño círculo y la situación del mismo a la vista de toda la esfera pública en los escenarios mediáticos sólo podrían evaluarse inicialmente como un golpe de aire fresco para una democracia mucho más abierta y participativa. Pero ya se ha señalado también cómo el excesivo protagonismo de los individuos mejor adaptados a la parafernalia mediática –no necesariamente los más clarividentes, trabajadores, solidarios, u honestos-, puede conllevar la eliminación del liderazgo político de otros actores políticos indispensables por su capacidad organizativa, negociadora o intelectual. El juego de la negociación de trastienda nunca ha gozado de buen cartel en el ideario de los valores democráticos, pero como muchos científicos de la política han puesto de relieve, las democracias reales del siglo XX no sólo han delegado a menudo y conscientemente en dicha vía, sino que toda una pléyade de prestigiosos intelectuales de la democracia, (...) han defendido las excelencias de lo que se ha dado en llamar "elitismo democrático".

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

4.4 Procesos electorales

¿Sirven de algo las campañas electorales? ¿Son decisivas a la hora de determinar el voto? ¿Deberían transformarse y adaptarse a los nuevos tiempos? Estas son algunas de las preguntas a las que se enfrentan hoy investigadores, politólogos, comunicadores, políticos y sociólogos. Se trata de un debate muy vivo en el plano académico y político. La desafectación hacia la clase política por parte de la ciudadanía, la crisis económica y la explosión de las redes sociales hace plantearse en diferentes ámbitos la utilidad de las campañas electorales.

Para solucionar este tipo de cuestiones, primero hay que establecer las bases sobre qué es una campaña electoral y cuál ha sido su evolución a lo largo de las últimas décadas, tomando como punto de partida los años cincuenta, que es la fecha en la que florecen la mayoría de estudios sobre comunicación política tras eclosión de los mass media.

Históricamente, Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1944) definieron a las campañas electorales como el proceso de planificar y ejecutar actividades con la intención de ganar votos (Fernández Mellizo-Soto, 2001: 63). Desde una perspectiva más reciente, Mazzoleni (2010) define a las citas electorales como un momento de gran actividad política y mediática, a lo que añade que se trata de un fenómeno que, pese a su repetición continua, despierta siempre el interés de los medios de comunicación, de la opinión pública y de las ciencias sociales.

Las elecciones constituyen uno de los instrumentos clave en la designación de los gobernantes, la participación política de la ciudadanía, el control del gobierno por ella y la interacción entre partidos o grupos políticos. El proceso electoral está regido por la Ley Orgánica de Régimen Electoral General (LOREG) y otras normas y disposiciones

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

complementarias, establecen en el procedimiento administrativo electoral que, entre otros, incluye la convocatoria de elecciones, la constitución de las Juntas Electorales, la presentación de las candidaturas, votación, el escrutinio y la proclamación de los candidatos electos. Establece un mínimo de 15 días y un máximo de 21 para la celebración de la campaña electoral.

Francico J. Paniagua hace referencia en su Tesis Doctoral *Comunicación Política Electoral. Elecciones autonómicas de Andalucía en 2000* a Herreros Arconada (1989), quien señala que "el conjunto de acciones puestas en marcha durante el proceso electoral reciben el nombre de campaña, así como el período de tiempo destinado por el ordenamiento legal a la difusión de tales mensajes".

Otros autores como Mancini y Swanson llaman la atención sobre la importancia de las campañas electorales para la supervivencia de las democracias:

> They select decision makers, shape policy, distribute power, and provide venues for dabate and socially approved expressions of conflict about factional grievances and issues, national problems and directions, and international agendas and activities. Elections can accomplish each of these goals in different measure in relation to the particular form of government and political party system existing in a given country at a given point in time (Mancini y Swanson, 1996:1).

Desde la perspectiva de la comunicación política, las campañas electorales "son parte del proceso general de la formación de la agenda de los medios, a fin de que los votantes pueden establecer sus preferencias a través de la información generada por ellas" (Novo Vázquez, 2007).

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Hay autores como Martínez I Coma (2008) que defienden la importancia de las campañas electorales, al considerarlas "un elemento clave para la representación y, por tanto, para la democracia (...), ya que está en la misma esencia que los gobernantes son elegidos mediante elecciones y que están sujetos a elecciones periódicas.

Para Del Rey Mataró, las campañas electorales desempeñan las función de persuadir, poner a prueba los candidatos, la de legitimación y la cognitiva, que permite al electorado adquirir información sobre candidatos y programas (García Beadoux, D'Alamo y Slavisnky, 2006:31).

Por su parte, Golding y Monk utilizan la metáfora del supermercado para referirse a una campaña electoral, en la que el votante pasea entre las estanterías llenas de ideas y opciones políticas calculando hábilmente los balcances de costes y beneficios y las virtudes comparativas de paquetes ideológicos en ofreta. Una vez llenado el carrito, el carrito el ciudadano camina hacia la caja electoral con el voto en la mano (Alonso y Rospir 1995:25)

En la campaña electoral de junio de 1931, Ortega y Gasset participó por primera vez en un acto político. Fue en el Teatro Principal de León. El filósofo denunció ya en esa época la ausencia de ideas claras sobre el Estado, y las palabras huecas, vanas, que pronunciaban los políticos (Del Rey Morató, 2008:75):

> *"Se han prometido al pueblo español cosas fantásticas, sin que piensen por un momento si se pueden realizar, porque eso, la realización de sus promesas, importa poco a los políticos que buscan sólo halagar a las muchedumbres que les escuchan con palabras tremebundas y excitándolas, para que, así, borrachas,*

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

> *inconscientes, vayan como un rebaño de ovejas a las urnas, o como un rebaño de búfalos a la revolución. A eso se llama democracia, y cuando se les inculpa por esa conducta, dicen que a las masas no se les puede hablar de asuntos difíciles, porque las masas no lo entienden. Esa es la idea que tienen de las masas esos pseudodemócratas. Pero yo os digo que la idea más difícil del mundo puede ser expuesta de manera que la comprenda el entendimiento más humilde y el alma más inculta, si el que la expone piensa antes de verdad y pone un poco de calor, un poco de entusiasmo para transmitirla al prójimo menos ilustrado (…)".* (Ortega y Gasset, 1974:121).

Como se argumentaba en apartados anteriores, la llegada de la democracia a España de forma tardía a finales de los años setenta ha configurado unas sería de características al desarrollo mediático y político. Pero en cuanto a las campañas electorales, iniciadas en el año 1977, éstas se incorporaron de inmediato a la tendencia que se vivía en Europa. La modernidad de las campañas electorales está definida por la presencia creciente de la televisión y por su unión con el resto de los medios de comunicación más que con las estructuras u organizaciones tradicionales de los partidos políticos (Rospir, 1995:374).

La tendencia seguida en los años de democracia en España ha sido la de la americanización de la política, según recoge Paniagua en alusión a otros autores como Juan Ignacio Rospir, Francecs Pallarés, Esteban López y José Luis Dader, realizando en este sentido un decálogo que confirma esta tendencia (Paniagua, 2000:71):

1. Utilización de los medios de comunicación por parte de los políticos como principal plataforma para exponer sus críticas, manifestaciones y denuncias, así como para hacer llegar sus

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

mensajes tanto al resto de la clase política como a los ciudadanos.

2. Los medios dan popularidad y prestigio a los políticos.

3. Reconfiguración de las campañas electorales o espectacularización de las mismas.

4. Parecido entre los espacios gratuitos de presentaciones electorales a la publicidad política norteamericana.

5. La cobertura que dan los medios de comunicación a las campañas electorales y uso y abuso de los sondeos.

6. Pasión que ponen tanto partidos, como ciudadanos y periodistas en torno a los debates electorales

7. El constante reclamo de la necesidad de llevar a cabo una reforma de la financiación de partidos.

8. Implantación de la "ciberdemocracia" a partir del uso de las nuevas tecnologías.

9. Campaña permanente.

10. La no distinción entre la comunicación institucional y la comunicación electoral.

Otros autores que también ponen de relieve la americanización de los procesos electorales son Mancini (1996:4) y Swanson (1999:206). Ambos ven similitudes entre las campañas que se celebran en Estados Unidos y

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

las que se llevan a cabo en el resto del mundo, que toman de modelo americano para la elección de sus políticos. En este sentido, Swanson (1999:206) señala que la difusión de este moldeo está basado en la "imitation, desire to implement new technologies and practices thought to be effective and the influence of American consultants selling their wares in other countries".

En la actualidad, la importancia de la celebración de una campaña electoral es manifiesta y así lo ponen de relieve numerosos estudios. Debido a su relevancia para los partidos políticos nada se deja a la improvisación y todo está perfectamente medido. Para Mcnair, "more than ever, election campaigns are managed and orchestrated. Each party attempts to shape the agenda so that the media reflects its views on favourite issues. Public opinion is monitored through opinion polls. An election campaign is increasingly seen by those in charge as an exercise in marketing and many of the skills of selling goods and services to customers are now applied to the electorate. These developments have given greater scope to experts in opinion polling, advertising and public relations, and sometimes lead to tensions with the politicians and party offices" (McNair, 1995:38).

4.4.1 Importancia de las campañas electorales

A continuación, en este apartado se describe el papel que juegan las campañas electorales según las diferentes escuelas del comportamiento electoral que han existido que son la sociología política o escuela de Columbia, la psicología política o escuela de Michigan y la economía política o escuela de Rochester. Todas ellas son pesimistas en lo que respecta al efecto de la campaña en la determinación del voto

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Los enfoques sociológicos y socio-psicológicos constituyen los primeros paradigmas teóricos desarrollados para comprender el comportamiento electoral a nivel individual (Sulmot 2010; Martínez I Coma 2008).

El primer estudio, basado en encuestas por muestreo, se desarrolla en la década de los años 40 en la universidad americana de Columbia, y es iniciado por el científico social Paul Lazarsfeld, que emigró de la Austria nazi a Estados Unidos tras intentar averiguar las razones por las que los ciudadanos se habían convertido al fascismo.

Su trabajo pionero, junto a Berelson y Gaudet (1944) es *The People's Choice*. Los principios fundamentales de este enfoque pasan por establecer que el elector es un ser social, cuyas opciones políticas se forman a partir de las relaciones sociales que establece con los demás miembros de los grupos a los cuales pertenece adscrito de manera más o menos permanente (Sulmont, 2010: 2).

El segundo enfoque teórico es denominado socio-psicológico y conocido a su vez como el enfoque de la Escuela de Michigan por la universidad en el que fue desarrollado. Este nuevo estudios se centra en el conjunto de las disposiciones y actitudes hacia el sistema político que desarrollan los individuos y que sirven de elementos de juicio para tomar decisiones al momento de votar.

El principal trabajo de esta corriente fue el libro *The American Voter* (1960) de Converse, Miller y Stokes. Martínez I Coma (2008) resumen en cinco las proposiciones básicas de esta escuela:

1. La gran mayoría de los electores sienten una vinculación general con un partido determinado y esta vinculación se hereda de la familia.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

2. La función de la identificación partidista es la de permitir al elector manejarse con la información política y que decida la dirección de su voto.
3. La identificación partidista se refuerza a medida que pasa el tiempo.
4. La "tendencia al hogar": aquellos votantes que han sido influidos en el corto plazo por la campaña electoral para votar por un partido distinto al que se identifican, normalmente mantienen su identificación partidista y vuelven a ella en la siguiente elección.
5. La distribución de la identificación de partido en el electorado provee de una base para calcular el voto normal.

Los modelos de Columbia y Michigan parecen compartir como supuesto de base el hecho de que los electores son ciudadanos poco sofisticados políticamente, que manejan poca información o tienen un bajo conocimiento del funcionamiento de la compleja vida política de una sociedad moderna (Sulmont, 2010:4).

Por último, se encuentra el modelo de economía política o escuela de Rochester, que se basa en los estudios formulados por Downs (1957) a través de su *An Economic Theory of Democracy*. En ésta se espera que la decisión del ciudadano se sustente en la percepción que tiene acerca de los candidatos que compiten en una elección, en la evaluación que se haga respecto de su desempeño en el pasado, o en el beneficio que se pueda obtener acerca de las promesas futuras.

Después de estos enfoques, surge la pregunta de si sirven o no las campañas electorales. Muchos autores coinciden en señalar que sí, ya que muchos votantes deciden a quién votar durante la campaña. Aunque también existen argumentos que esgrimen que la mayoría de los electores ya ha decidido su voto antes de la campaña. Según Lluis Orriols, "las

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

campañas electorales sólo consiguen cambiar el sentido del voto a un 8% de los votantes", mientras que "el principal efecto de las campañas electorales es reforzar las convicciones previas".

Pero aún así, hay autores que defienden la utilidad de las campañas electorales (Martínez I Coma, 2008:68), basándose en el declive de la identificación partidista que existente, el votante podría tomar la información de la campaña electoral y dedicar más atención a los mensajes de campaña, aumentando así, la importancia de estos proceso, a lo que se uniría las fluctuaciones de opinión durante este período.

Pese a estos argumentos a favor, existe la denominada Teoría de los Juegos (Del Rey Morató, 2008), que mantiene que no es verdad que una campaña electoral ponga al ciudadano en situación de decidir a partir de un grado de información importante, ya que la información que partidos y candidatos ponen en el mercado electoral no suele ser relevante, no suele comprometerse a fondo con la complejidad de los asuntos que trata.

Del Rey Morató señala otro estudio de los años 40 del pasado siglo que también pivota sobre este eje. Entre ellos se encuentran el realizado por Erie County, en Ohio, durante la campaña electoral de 1940, en el que llegó a la conclusión de que, en la medida en que avanza una campaña electoral, los ciudadanos se sienten inclinados a votar por el partido al que votarán las personas que pertenecen al grupo social que frecuentan o al que pertenecen. La campaña consigue activar las predisposiciones políticas de la gente, que, durante la campaña, tiende a exponerse al partido con el que está de acuerdo (2008:79).

Serían los acontecimientos que se producen entras las dos elecciones los que deciden el resultado electoral, y no las campañas, en un escenario en el que la propaganda política refuerza y sostiene las intenciones de voto

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

de un 50 por 100 de los votantes, que ya tienen decidido su voto antes de comenzar la campaña.

Otro de los estudios es la investigación Elmira realizada en 1948 durante la campaña electoral de las presidenciales en New York, en el que se refleja la importancia de los medios de comunicación en el desarrollo de una campaña electoral.

Tanto el partido Demócrata como Republicano presentó un programa electoral tremendamente parecido, por lo que se optó por parte de cada formación política a depositar la mayor parte de la carga del argumento sobre sus candidatos, lo que consiguió es cuanto más leyó y más escuchó los argumentos de la campaña electoral, más se interesó la gente por la contienda y mayor fue la intensidad de sus sentimientos respecto al candidato preferido.

La exposición a los medios consiguió que los electores conocieran los temas de las elecciones, y que percibieran correctamente las posiciones de los candidatos en relación a esos temas. Los medios de comunicación conseguirían reducir, enfocar y definir lo que significan las elecciones, y con ello, contribuirían determinar en torno a qué disposiciones y en torno a qué posibilidades se centrará el debate de la campaña y el desenlace de la misma.

En definitiva, se infiere que existe una clara tendencia a atender a los mensajes del partido y del candidato que prefieren; segundo, cuanto mayor es la exposición a la campaña, menos votantes cambian de postura; tercero, cuanto mayor es la exposición a la campaña, mejor es la información que tienen los votantes en relación con los temas de la misma, y más correcta es su percepción de la postura de los candidatos en los temas sobre los que se habla en la campaña electoral.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

La investigación fue revisada posteriormente por McCombs, quien recuerda que sólo un 3 por 100 de los encuestados cambiaron de partido, y tampoco queda claro que estos cambios en la intención de voto puedan ser atribuidas a los medios de comunicación, pero sí parece claro que los medios tienen una influencia cognitiva sobre el mapa mental de los individuos (Del Rey Morató, 2008:81).

4.4.2 Evolución histórica de los procesos electorales

Las campañas electorales, al igual que la comunicación política, han ido evolucionando con el paso del tiempo y con la aparición de nuevos medios de comunicación. Pippa Norris (2000), en su análisis de los procesos de modernización de las campañas en países occidentales, propone la siguiente cronología histórica (Mazzoleni, 2010:146):

- Las campañas electorales premodernas (desde la mitad del siglo XIX hasta 1950): la organización de la comunicación-propaganda se basa fundamentalmente en la interacción directa entre los candidatos y los electores a nivel local. El electorado muestra una fuerte tendencia a la identificación y la adhesión a los partidos.

- Las campañas modernas (desde los años 60 a los 80): es el período del auge de la televisión y se convierte en escenario de las competiciones electorales. Se profesionalizan la organización y la gestión de la comunicación propia de la campaña. Registran una caída en la devoción hacia los antiguos partidos de masas y una crisis de las identidades partidistas.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- Las campañas posmodernas (desde los años 90 hasta hoy): se distinguen por la profesionalización de todas las actividades de gestión y planificación de la comunicación. Los mensajes de los candidatos se desarrollan basándose en los datos de los sondeos, el electorado se segmenta para estudiarlo en profundidad y los electores indecisos se convierten en el objetivo de mensajes calibrados a partir de las características sociodemográficas y de orientación política que proporcionan los estudios de mercado.

Tras la calificación realizada por Norris, Mazzoleni expone dos modelos teóricos de campañas electorales:

1. Campaña de posición: que aparece en aquellos sistemas políticos con una fuerte presencia de los partidos y electorado situado y dividido según esquemas partidistas, los recursos comunicativos se movilizan a través de los partidos.

2. Campaña de conquista: propia de los sistemas con organizaciones partidistas e identidades débiles, en los que el electorado constituye una masa políticamente indiferenciada, las fuerzas políticas y los candidatos necesitan de los medios y de técnicas sofisticadas de comunicación para imponer su presencia y sus posiciones.

Continuando con este mismo autor, cabe reflexionar sobre la modernización de las campañas, para lo que Mazzoleni describe tres grandes "variables independientes":

1. La secularización de la política: lo que supone una pérdida gradual del peso específico de las ideologías y las pertenencias

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

subculturales. Lo que ha afectado a la actitud de los electores y a su fidelidad.

2. La multiplicación de los recursos mediáticos: el aumento de los canales de comunicación y de los nuevos medios ha ampliado enormemente tanto el espacio electoral, haciendo más complejo su dinamismo e introduciendo a la vez una selección de sujetos políticos capaces de utilizar lo mejor posible los medios antiguos y nuevos.

3. La profesionalización de la política: la complejidad de las campañas electorales actuales imponen a los candidatos un enfoque más sistemático, lo que conlleva la necesidad de planificar las estrategias de comunicación. Pero por muy elevada que sea la capacidad de los candidatos llega un momento en el que entienden que sólo no pueden hacer nada y acuden a la ayuda de profesionales de la comunicación.

4.4.3 Programas electorales

Los partidos políticos utilizan los programas electorales para obtener el beneplácito de la ciudadanía para poder gobernar. En este sentido, Vilar (69:2013) define a estos como el conjunto de ideas, propuestas y posiciones que un candidato asume como propias durante todo el desarrollo de una campaña electoral. Se trata del elemento fundamental que sustenta un plan de campaña, ya que es el principal factor de formación de la imagen de un candidato, distingue la campaña electoral propia de los demás y representa el compromiso asumido por el candidato con los electores.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Según Canel (2008:46), el programa electoral gira en torno a unas cuestiones que son problemáticas y tienen un carácter conflictivo, para las que existen diferentes soluciones y por ello se adoptan distintos posicionamientos por parte de cada uno de las formaciones políticas.

Soler (60:2001) distingue por su parte entre programa político y electoral. El primero recoge las ideas y objetivos de un grupo político, con el que se autoidentifican, mientras que el electoral va dirigido a los partidarios y a los potenciales votantes, y sirve a su vez de eje en torno al que se centran los debates sobre las propuestas que se hagan durante una campaña electoral.

Al contrario que un contrato entre partes, los programas electorales no son vinculantes, y por tanto, no existen vías jurídicas que ofrezcan la posibilidad de exigir su cumplimiento (Soler, 60:2001). Razón por la que el programa electoral no deja de ser un medio propagandístico usado por cada una de las formaciones políticas que acuden a unas elecciones.

En este sentido, destaca Soler, un programa no tiene mucho más valor que un folleto publicitario. Por tanto, según esta autora, la importancia de este documento radica en la confianza que logra inspirar entre los electores como programa de acción política a desarrollar, en su caso, por los distintos candidatos electos en las instituciones políticas para los que resulten elegidos.

El formato del programa electoral ha ido evolucionando con el transcurso del tiempo, pero en líneas generales han mantenido unas pautas en su presentación. Con carácter general, las propuestas programáticas se siguen presentando en un cuadernillo que suele constar de (Canel, 2008:47):

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

1. Un prólogo o introducción: con una serie de afirmaciones genéricas sobre qué supone la oferta del partido en el contexto electoral.
2. La presentación del partido político: reseña histórica, fechas clave, objetivos y logros.
3. Cuestiones específicas: es la parte más extensa del programa electoral, y es la que se exponen los objetivos por áreas: empleo, medio ambiente, educación, bienestar social, vivienda, etc.
4. Epílogo o conclusión de lo indicado en el programa, haciendo especial hincapié en los puntos más importantes.

En cuanto a la selección de los temas, Vilar (69:2013) llama la atención sobre su importancia, además de señalar sus características y establece una serie de puntos a tener en cuenta antes de su elaboración:

1. Los temas deben ser de interés real de los electores a los que la campaña electoral quiere llegar. Deben estar relacionados con las expectativas y necesidades de ellos.
2. La presentación se ha de realizar de forma directa y concreta, ya que los discursos complicados suelen confundir al electorado.
3. Las propuestas tienen que presentar coherencia entre sí.
4. Las iniciativas incluidas deben estar relacionadas con el puesto electivo al que aspira el candidato.
5. No se pueden abordar todos los temas posibles. La coherencia radica en la selección de los temas.
6. Siempre habrá temas que generen resistencia u oposición por parte del electorado, que se considerará afectado o agredido por el mismo.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

CAPÍTULO V
CONTEXTO MEDIOAMBIENTAL, POLÍTICO Y ECONÓMICO DE ANDALUCÍA EN EL SIGLO XXI

5.1 Introducción

Con el objetivo de aportar más información y claridad sobre el proceso de construcción de la realidad en el que se han visto inmersos los medios de comunicación objeto de este estudio (El País, El Mundo y ABC) a la hora de trasladar a los ciudadanos los distintos programas electorales de las principales formaciones políticas (PSOE, PP e IU), se realiza a continuación una descripción de los contextos políticos, económicos y medioambientales, tanto a nivel local como internacional, en los que se desarrollaron las campañas electorales objeto de estudio.

Es importante conocer y profundizar sobre las particularidades del período en el que se basa esta investigación (años 2000-2012), que coincide con el inicio del nuevo milenio que trae consigo numerosos cambios a todos los niveles, tanto sociales, políticos y económicos como medioambientales, para comprender y analizar mejor las razones que hacen que se lleguen a las conclusiones que se recogen en este estudio sobre el tratamiento que realiza la prensa escrita en relación a un fenómeno tan relevante como es el medio ambiente durante la celebración de una campaña electoral en Andalucía.

Pero la región andaluza no se encuentra aislada, y menos aún en un mundo globalizado como el actual. Por ello, se lleva a cabo en este capítulo un análisis amplio de los procesos que afectan de forma directa o indirecta al desarrollo de Andalucía a partir del año 2000, y en los que se enmarcan las acciones de los políticos, ciudadanos, agentes sociales y económicos así como las de los medios de comunicación de masas.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Al analizar el contexto de estos últimos catorce años y las previsiones hasta el año 2020, Andalucía se muestra como un espacio paradigmático de los cambios que el primer decenio trae a la región, desde el año 2000 (en pleno ciclo expansivo) frente a los inicios de la crisis (indicios en el segundo semestre de 2006), durante su explosión abierta (caída de Lehmann Brothers [5]en septiembre de 2008) y hasta el anuncio del fin de la recesión (previsión de aumento del 0,9 en el crecimiento del PIB en 2014)[6].

La situación de grave endeudamiento larvada por la acumulación de déficit público, privado, de las empresas y las familias desemboca a finales del período estudiado en la mayor crisis conocida en democracia tanto en España como en Andalucía, en las que las cifras del paro superan ampliamente la media nacional con más de un 36 por ciento[7].

Los datos de partida de Andalucía, con un notable proceso de convergencia con los niveles de renta de la Unión Europea (UE), que debía tener como horizonte el momento de la finalización de las ayudas europeas se produce en un clima de optimismo exagerado por los buenos datos de las principales fuentes de los sectores económicos tradicionales (agricultura, turismo, construcción…) y el repunte de algunos sectores innovadores en (TICs, tecnologías de la salud, eco-agricultura, biosanitarias y aeroespaciales, entre otras…).

[5] El banco de inversión Lehman Brothers quebró en septiembre de 2008. En ese momento, llegó a su punto climático la crisis económica mundial que había empezado a manifestarse desde la quiebra del banco inglés Northern Rock un año antes. Con esta quiebra, se corroboraba que el mundo vivía la peor crisis financiera desde la Gran Depresión que comenzara con el desplome bursátil a partir de octubre de 1929 (Suárez Vélez, 2012:22).

[6] Previsiones realizadas por el Fondo Monetario Internacional (FMI) en abril de 2014.

[7] Cifra de paro correspondiente al IV trimestre publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en enero de 2014.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

En ese sentido se puede hablar de una auténtica involución en una comunidad autónoma, que afrontaba el reto de convergencia desde posiciones muy duales, entre problemas estructurales y apuestas vanguardistas, entre niveles formativos y paro endógeno, entre carencias y oportunidades muy acrecentadas por la inversión en los sectores de mayor pujanza, pero con graves carencias en materia de renta, educación, empleo, investigación y diversificación económica[8].

En el aspecto medioambiental se producen también numerosos ejemplos de dualidad entre los que destacan los escenarios previstos para analizar el futuro climático de Andalucía y los efectos concretos del cambio en la comunidad. De forma ininterrumpida desde sus inicios en 1987, la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía pone anualmente a disposición de la ciudadanía un diagnóstico completo sobre el estado del medio ambiente en la Comunidad Autónoma, que se irá renovando con el *Informe sobre Indicadores de Sostenibilidad y Medio ambiente: métodos y escala*, realizado por la esta misma consejería en 2006. En el documento se revisan los principales patrones de aproximación a los indicadores de sostenibilidad y medio ambiente, y se propone una nueva síntesis taxonómica de los mismos.

En el año 2007, se publica, también por la citada consejería de Medio Ambiente, el informe denominado *Hitos y tendencias del medio ambiente de Andalucía*, que presenta una radiografía de la situación del medio ambiente regional a través del análisis de indicadores ambientales básicos, intentando poner de manifiesto los avances producidos en las dos últimas décadas en materia ambiental en la región.

[8] Conclusiones extraídas de la Encuesta de Actividad y Perspectivas de la entidad financiera BBVA sobre la situación de Andalucía sobre el primer semestre de 2013, publicada en el mes de mayo de este mismo año.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Los programas de *Andalucía Sostenible, de Desarrollo de Zonas Rurales*[9] y otros con horizontes en 2013 realizados por la Consejería de Agricultura y Pesca del Ejecutivo andaluz, son otras referencias del período, cuyo dudoso grado de ejecución queda mínimamente explicitado por unos y otros, como prueba del decaimiento del interés por los temas ambientales en el contexto álgido de la crisis[10].

Uno de los hitos de la década es la visita a Sevilla en 2007 del ex candidato a la presidencia de Los Estados Unidos, Premio Nobel de la Paz y Premio Príncipe de Asturias Al Gore, que advirtió de que Andalucía "será una de las regiones que reciba mayor impacto del cambio climático" alentando el desarrollo de las energías renovables y "su oportunidad única de desarrollo" de estas energías por sus condiciones geográficas y climatológicas. "Andalucía tiene una conciencia social basada en el bienestar de su pueblo", señaló Gore, quien espera que esa misma conciencia social lleve a la región a impulsar las energías renovables y "a cambiar la forma de pensar de la sociedad en general"[11].

De otro lado, durante la última década el gobierno de la Junta de Andalucía lo ejerce el PSOE, y los cambios más significativos están relacionados con la marcha en 2008 del que había sido presidente de la

[9]El programa de Desarrollo Rural Sostenible (PDRS) es el instrumento base de aplicación de la Ley 45/2007 de desarrollo rural sostenible. No sólo define estrategias de desarrollo, objetivos y zonas rurales de aplicación sino las medidas a poner en marcha de cada administración pública, así como el sistema de seguimiento y evaluación. Su elaboración supuso la coordinación del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino con las correspondientes administraciones regionales.

[10] El interés de los andaluces por el medio ambiente cae en 2013 hasta el 3,3 por ciento, muy por detrás de los asuntos relacionados con el desempleo (88,5 por ciento), la política (33,8 por ciento) y la situación económica (24 por ciento), según los datos del Ecobarómetro de 2013 elaborado por el Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA-CSIC) a petición de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Junta de Andalucía.

[11] Al Gore realizó estas declaraciones en el marco del I Encuentro español de líderes en cambio climático que se celebró en la ciudad de Sevilla, recogidas posteriormente por el diario El País el 27 de octubre de 2007.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

comunidad durante 19 años como es Manuel Chaves, sustituido por José Antonio Griñán hasta que en 2013 abandona la presidencia a favor de Susana Díaz[12].

Así, se producen también cambios en las titularidades, competencias y ubicación de las responsabilidades ambientales. Fuensanta Coves, Cintia Castillo Jiménez, José Juan Díaz Trillo, Luis Planas Puchades y Mª Jesús Serrano, son los sucesivos responsables de unos departamentos que cambian en la denominación, desde de la autonomía a la ligación con agricultura y desarrollo rural o con ordenación del territorio, siguiendo las corrientes de denominación o apuntando a las restricciones de organigrama y de gasto del gobierno central correspondiente.

Los cambios de objetivos y criterios también dan lugar a las sucesivas políticas ambientales en torno, entre otros, al debate sobre el suelo no urbanizable, las construcciones irregulares en diseminados, el Plan de Protección del Litoral Andaluz y otras medidas de los ámbitos de confrontación política con la oposición del PP al PSOE y luego al gobierno bipartito PSOE-IU. Aunque en el entorno de la crisis comienzan a decaer los proyectos y programas de desarrollo sostenible rural y ambiental, así como las propuestas y los debates y confrontaciones sobre recursos o energías.

En el caso de los vaivenes económicos en un artículo titulado *El impacto diferencial de la crisis en Andalucía* publicado en el Anuario del Grupo Joly Andalucía 2013, Joaquín Aurioles, Profesor de Economía Aplicada en

[12] Manuel Chaves es presidente de la Junta de Andalucía entre los años 1990 – 2008. Además, fue diputado por Sevilla en el Congreso desde las primeras elecciones democráticas, en 1977, hasta la primavera de 1990 y ministro de Trabajo y Seguridad Social entre los años 1986 y 1990.
José Antonio Griñán preside el Gobierno andaluz tras la marcha de Chaves hasta el año 2013 y abandona su cargo a favor de Susana Díaz. Fue consejero de la Junta de Andalucía en varias ocasiones y ministro de España de Sanidad (1992-1993) y de Trabajo y Seguridad Social (1993-1996).
Susana Díaz es nombrada presidenta de la Junta de Andalucía en septiembre de 2013 tras ser consejera de Presidencia.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

la Universidad de Málaga, afirma que "Andalucía es probablemente la comunidad autónoma que mejor ha reproducido a nivel regional el proceso que ha llevado a la economía española a ser considerada como un caso ejemplar de insostenibilidad. Aunque a toro pasado todas las señales suenan más estridentes, ahora sorprende la reiteración en los errores y la persistencia en la indecisión, sobre todo porque casi todas esas señales se percibían simultáneamente en otras economías cercanas, amplificando considerablemente el número de observadores y el eco de las alarmas."

El problema de la exclusión de las clases medias acrecienta las tasas de pobreza endémica de Andalucía[13], según el presidente de la Red de lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social (EAPN), Carlos Susías, y se aumenta con los desahucios, el encarecimiento de los servicios y la pobreza energética de las familias pasa a ser una consecuencia de los aumentos tarifarios en sectores afectados por ausencia casi total de recursos, el desempleo y la crisis de vivienda y construcción.

El breve resumen del panorama medioambiental y político andaluz, que se detallará más a continuación en lo que hace al discurso político ambiental, demuestra lo frágil que ha sido el modelo de crecimiento; lo endeble de los procedimientos de fiscalización y la dificultad de rendición de cuentas con el déficit democrático de la mayoría absoluta durante décadas.

Una reflexión que parece ir al hilo de la pugna entre los sectores económicos tradicionales y renovados, de la propia historia autonómica andaluza y de las dificultades de apostar por una innovación profunda cuando no se sientan las bases de un nuevo modelo con firmeza y continuidad en el tiempo.

[13] Declaraciones publicadas en el diario Público el 27 de noviembre de 2012.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Esta percepción sobre Andalucía, en la que se trata de un territorio complejo, de una magnitud incuestionable, en la indudablemente se ha recorrido un gran trecho en materia de afloración, vertebración, protección y desafíos ambientales, se vuelve tanto más objetiva, cuando se pone el foco los cambios legislativos y normativos, los instrumentos de investigación y gestión.

5.2 Conciencia medioambiental

La preocupación medioambiental ha ido en aumento por parte de la ciudadanía andaluza en la última década, tal y como queda reflejado en las numerosas encuestas y estudios realizados con el objetivo de testar la opinión pública en esta materia. Una de las más relevantes es la que realiza de forma anual el Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA-CSIC) que financia la Junta de Andalucía desde el año 2001 y es conocida como Ecobarómetro, que permite conocer las actitudes y comportamientos de la población andaluza en materia de medio ambiente, así como la valoración que hacen los andaluces de las políticas desarrolladas por su gobierno regional. Se trata de un sistema pionero y único en España que posibilita la construcción de un sistema de indicadores sociales que sirven para medir la variación periódica de la conciencia ambiental entre la población andaluza.

Tras una década de ecobarómetros (2001-2011) se constata que con el paso del tiempo se ha consolidado un nivel intermedio de preocupación general por el medio ambiente en Andalucía, que no varía de modo significativo en función de la coyuntura social existente, situándose siempre en una zona media por detrás de otras preocupaciones como la economía, la sanidad o la seguridad ciudadana, tal y como se puede ver en el gráfico 1, en el que en pleno ciclo de recesión las principales

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

preocupaciones de los andaluces es el desempleo y la situación económica de la región.

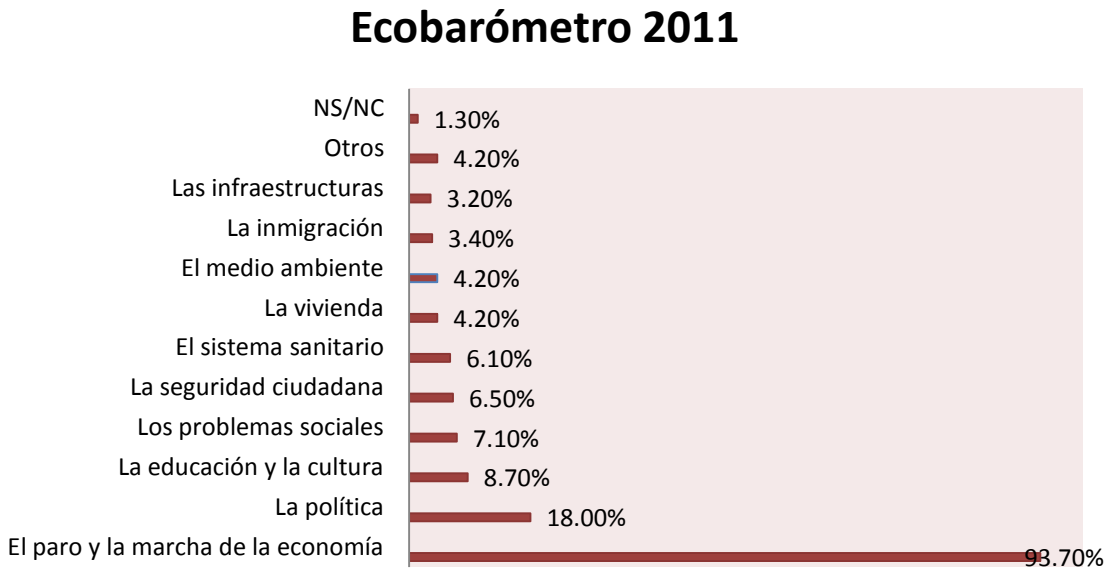


Gráfico 5.1: Elaboración: IESA-CSIC

La relevancia de este tipo de estudios radica en la importancia de conocer en profundidad la opinión de los ciudadanos y su nivel de concienciación que finalmente será determinante a la hora de poder influir y cambiar las políticas de sus propios gobiernos en beneficio del medio ambiente y la sostenibilidad.

El camino recorrido en los últimos años parece que va en la buena dirección si se tiene en cuenta que, según esta encuesta, el 80 por ciento de los andaluces percibe que la situación del medio ambiente en el planeta no es buena y más del 60 por ciento afirman que las políticas ambientales son un estímulo al desarrollo. Igualmente, ocurre con la preocupación por el cambio climático, que se ha ido extendiendo entre los ciudadanos, sobre todo a partir de 2005, y desde 2007 es considerado, tal y como

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

recoge el Ecobarómetro, por más de la mitad de los encuestados como el problema ambiental más importante del planeta.

Además, el estudio refleja que los andaluces muestran un aceptable grado de conocimiento sobre lo que significa el cambio climático y sobre las causas que provocan, y afirman que la ciudadanía tiene mucho que decir en la lucha contra este problema a través de sus actitudes y comportamientos.

En todo caso, la consolidación del cambio climático como primera preocupación ambiental de la población andaluza está ligada a la incertidumbre que genera en la región problemas concretos, tales como el ascenso de las temperaturas, la alteración de las precipitaciones pluviométricas, el avance de los procesos de desertificación o la ya visible erosión de los suelos (Moyano, Paniagua y Lafuente, 2009:699).

En este sentido, otro de los problemas medioambientales señalados por los andaluces en esta última década son los incendios forestales (51,4 por ciento); la contaminación de playas y mares (37,6 por ciento); la contaminación de los ríos (18,4 por ciento); la desaparición de la flora y la fauna (16,3 por ciento); la pérdida de paisajes y parajes naturales (16,1 por ciento); la erosión del suelo y la desertificación (14,6 por ciento) y la falta de agua (11,4 por ciento).

Por otra parte, otros estudios demuestran cómo los valores proambientales han logrado ser mayoritarios en la sociedad española, si bien todavía nos falta un largo trecho para alcanzar a países como Alemania o Suecia, sobre todo, en el ámbito de las conductas (Echevarren, 2009: 21 y Gómez, Moya y Paniagua, 1999:117).

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Para alcanzar estas cuotas se requiere, según diversos autores, una nueva responsabilidad colectiva. La defensa del medio ambiente no puede desarrollarse sin la colaboración activa de los ciudadanos. Lo que implica una mayor participación política de la ciudadanía y, por otro, una actitud de los ciudadanos que subordine sus intereses particulares a los bienes compartidos (López de la vieja, 2003:82).

La Unidad de Estudios de Opinión Pública de la Fundación BBVA sobre la conciencia y conducta medioambiental en España realizó un estudio en el año 2006 en el que se confirma que el medio ambiente constituye en la actualidad un área hacia la que los ciudadanos afirman "sentirse interesados"(Gráfico 5.2). Entre los temas que más preocupaban se encuentran también los incendios forestales, la contaminación en todas sus formas y causas, la escasez de agua dulce, el cambio climático y las centrales nucleares.

Interés e información hacia distintos temas
Medias en una escala de 0 a 10, donde 0 indica ningún interés/nada informado y 10 mucho interés/muy informado (Base: total de casos)

	Nivel de Interés	Nivel de Información	Diferencia entre información e interés
Ecología o medio ambiente	**6,4**	**5,3**	**1,1**
Medicina	6,2	4,9	1,3
Económicos	5,5	4,7	0.8
Deportes	5,4	5,4	-
Internacionales	5,1	4,7	0,4

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Científicos	5,0	4,2	0,8
Tecnológicos	5,0	4,3	0,7
Políticos	4,2	4,5	-0,3

Gráfico 5.2: Elaboración Unidad de Estudios de Opinión Pública del BBVA

En cuanto a la atribución de responsabilidades sobre el medio ambiente, los españoles consideran que la tiene mayoritariamente los poderes públicos (Diez Nicolás, 2004:20), sobre todo en materia de educación medioambiental así como en vigilancia y control. Muy pocos atribuyen estas responsabilidades a grupos intermedios como asociaciones, empresas, medios de comunicación o a los ciudadanos.

Pero los españoles, según Diez Nicolás, consideran que ni el sector público ni los medios de comunicación están cumpliendo con sus responsabilidades en esta materia, creen que la legislación medio-ambiental y las multas o sanciones son insuficientes y los medios no realizan adecuadamente su cometido.

El fenómeno de la globalización ha favorecido que algunas cuestiones medioambientales, como son el cambio climático, la pérdida de la biodiversidad, la degradación del territorio, la contaminación química o los impactos de los modelos de producción y consumo, tengan una mayor visibilidad pública y social. A lo que ha contribuido además la producción y difusión de conocimiento científico que, según Ernest García, hace que cada día más gente sea consciente del elevado impacto humano sobre los sistemas naturales del planeta y de la necesidad de hacer algo para controlarlo y reducirlo (García, 2006:4).

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Por su parte, la encuesta publicada por la Comisión Europea en marzo de 2014 precisa que la mitad de los europeos consideran el cambio climático como uno de los mayores problemas que afectan al planeta, que va desde el 81 por ciento de la población de Suecia hasta el 28 por ciento de países menos concienciados como Estonia. En una escala del 1 al 10, donde éste último significa "problema extremadamente serio" y 1 que el cambio climático "no es un problema a tener en cuenta", la media europea se sitúa en el 7.3 puntos, una décima menos que en el anterior estudio de 2011 influenciado por la crisis económica.

Así, según este estudio, el 48 por ciento de los europeos piensan que la responsabilidad para luchar contra este fenómeno mientras que un 39 por ciento considera que es de la Unión Europea. La cifra baja hasta el 25 por ciento para los que creen que la lucha es cosa individual.

Según la Encuesta Global de Nielsen[14] en 2011 sobre Medio Ambiente y Sostenibilidad, la preocupación de los más de 25.000 encuestados por todo el mundo a través de Internet ha dejado de ser el cambio climático y el calentamiento global a favor de otras relacionadas con la contaminación del aire y del agua.

Además, el estudio recoge que en los dos últimos años las preocupaciones más inmediatas como la estabilidad laboral, la economía y la calidad de la educación han distraído la atención de los medios sobre los problemas del clima. Aunque hay autores como Echevarren que defienden que la cuestión medioambiental es de gran relevancia en el contexto actual, ya

[14] The Nielsen Global Online Environmental Survey se llevó a cabo entre el 23 de Marzo y el 12 de Abril de 2011 entre más de 25.000 consumidores de 51 países de Asia Pacífico, Europa, Latinoamérica, Oriente Medio, África y Norteamérica. La muestra es representativa de los usuarios de Internet de cada país, con cuotas en base a edad y sexo. Está basada en el comportamiento de consumidores con acceso a Internet únicamente e incluye la Encuesta de Satisfacción del Consumidor y se realiza desde el año 2005.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

que se podría sentar las bases de una nueva forma de crecimiento económico, sostenible social y medioambientalmente.

El fenómeno ambiental nos permite hablar de la construcción social de nuestro mundo (Santamarina, 2006: 50). Y debemos analizarlo como tal dentro del contexto de transformaciones que experimentamos. Presenciamos un crecimiento "tecnocientífico" sin precedentes que nos abre a nuevas e inéditas oportunidades, pero también la multiplicación de riesgos desconocidos e incalculables. Los estados y gobiernos buscan nuevas fórmulas para situarse entre lo local y lo global, entre el sector público y el privado, entre el mercado y la sociedad civil, al mismo tiempo que se respira la necesidad de abrir una nueva vía (Santamarina, 2006:50).

En este sentido, Dobson habla del concepto de "ciudadanía ecológica", un nuevo modelo de ciudadanía postcomopolita que puede responder a esta nueva dimensión política del medio ambiente (Dobson, 2010:21). La política verde procede así a una reevaluación de la teoría de la ciudadanía, donde, como ha subrayado April Carter, el énfasis recae sobre unas obligaciones ciudadanas que se proyectan sobre las generaciones futuras, otras especies y el propio planeta (Carter, 2001:94).

La ciudadanía ecológica rompe con las nociones tradicionales de ciudadanía, al incidir en las obligaciones y las virtudes de cuidado en un contexto que trasciende al estado-nación. En este punto, Dobson dice que más que la moral, "es la justicia sobre la que descansa la ciudadanía ecológica, siendo las virtudes del cuidado y compasión secundarias respecto a ella, aunque instrumentales en su plasmación práctica".

Autores como el profesor Valencia de la Universidad de Málaga, destacan que el reto de la ciudadanía ante la crisis ecológica es en estos momentos

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

fundamental porque, por un lado, es el eje de una cultura sostenible y de una conciencia medioambiental, y por otro, porque es la base de un cambio de hábitos y prácticas, es decir, de un cambio en el modo de vida hacia una "sociedad verde" (Valencia, 2009:25). Así, la población "se convierte en uno de los ejes de la transformación social necesaria para combatir los problemas económicos y ecológicos que padecemos".

En esta misma línea se pronuncia Castells, que señala que el movimiento ecologista es en buena parte el responsable de la entrada en escena de lo verde, y destaca que se trata del "más único e influyente de nuestro tiempo" (1997:92). Una percepción que es discutida por el filósofo, sociólogo y antropólogo francés Bruno Latour, quien lleva más de lleva más de 20 años reflexionando sobre estos asuntos, y su pronóstico es desolador[15].

A su juicio, la llegada de los ecologistas a la política ha sido un fracaso porque los verdes han renunciado al debate inteligente, los políticos se limitan a aplicar viejas recetas sin darse cuenta de que la revolución se ha producido ya y fue "una catástrofe": ocurrió en 1947, cuando la población mundial superó el número que garantizaba el acceso a los recursos. Según Latour, es "urgente" poner en marcha una nueva forma de hacer ecología política, basada en una constitución que comprometa a gobernantes, científicos y ciudadanos a garantizar el futuro de la Tierra.

En 1982, la divulgadora científica estadounidense Rachel Carson sostenía que si persistían las tendencias de principios de la década de los ochenta en el año 2000 el mundo estaría más poblado, contaminado y ecológicamente menos estable, y como solución, proponía cambios en las políticas públicas, en las instituciones y en el ritmo de los adelantos tecnológicos (1982:47).

[15] Declaraciones publicadas en el diario El País el 25 de marzo de 2014.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Ya advertía en su obra *El mundo en el año 2000. En los albores del siglo XXI,* de que si no se actuaba con diligencia en el mundo habría mucha más población, la distancia entre los ricos y pobres sería mayor, los recursos disponibles disminuirían y el medio ambiente se deterioraría.

Desde entonces, otros autores han defendido que la sostenibilidad sea un proceso social orientado políticamente (Valencia, Arias y Vázquez, 2010:60). Y en este tiempo, los gobiernos han empezado a hacer suyas las preocupaciones ambientales, mientras que el sector productivo y los ciudadanos han desarrollado una mayor sensibilidad ambiental. Así, mantienen en su obra *Ciudadanía y conciencia medioambiental en España* que los poderes públicos deben asumir la iniciativa política, "pero más que forzar el cambio social, deben promoverlo".

De ahí la relevancia por conocer cómo se ha evolucionado y cómo se ha plasmado la gobernanza medioambiental en una región con unas características muy concretas como Andalucía, así como el papel que han jugado los medios de comunicación en todo este proceso como herramientas de fiscalización y transmisión entre los poderes públicos y la ciudadanía.

Sin duda, uno de los momentos en democracia en los que más activos se muestran todos los agentes sociales es en el transcurso de una campaña electoral. Por ello, esta investigación busca analizar las conductas y los intereses mostrados por la ciudadanía, partidos políticos y medios de comunicación en una campaña electoral, que es durante la que los dirigentes buscan el beneplácito de la ciudadanía para gobernar, sellando con ellos un compromiso a través de las propuestas recogidas en su programa electoral.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

5.3 Perspectiva medioambiental: de lo global a lo local

5.3.1 Recorrido histórico sobre el cambio climático: de Kioto a Durban

El aumento de los niveles de dióxido de carbono (CO2) fue descubierto en 1958 por el científico estadounidense Charles Kelling en la cima de un volcán en Hawai. Hasta ese momento se pensaba que la vegetación y los océanos eran capaces de adsorber todos los gases que se producían en el planeta. Sus pronósticos se confirmaron en la próxima década y el mundo comenzó a estudiar el asunto en diferentes cumbres y conferencias sobre el clima.

La primera gran conferencia de Naciones Unidas se celebró en el año 1972, y aunque el cambio climático no estaba en el orden día, fue en donde lo líderes mundiales fijan reunirse cada diez años para realizar un análisis de la situación del medio ambiente. En este encuentro el debate se centró en temas como la contaminación química, las pruebas de bombas atómicas y la caza de ballenas.

El cambio climático se consideró como una amenaza real para el planeta en 1979 en la primera Conferencia Mundial sobre el Clima que se celebró en la ciudad suiza de Ginebra, en la que se adoptó una declaración en la que se exhortaba a los países a prever y evitar los posibles cambios en el clima provocados por el hombre.

Una década después, en 1988, se crea el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC), creado por la Organización Meteorológica Mundial y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Este grupo de expertos prepara informes periódicos con el objeto de obtener conclusiones sobre el origen, la magnitud, el alcance

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

y las consecuencias del cambio climático, apoyadas en la mejor base científica disponible.

El Cuarto Informe de Evaluación del IPCC, en el que participaron más de 2.500 expertos de más de 130 países, se cerró en 2007, y resulta crucial para zanjar el debate sobre la existencia del cambio climático. Este informe aporta pruebas sobre el cambio climático que refuerzan las conclusiones obtenidas en ediciones anteriores, y además recoge de forma expresa que la mayor parte del aumento observado del promedio mundial de temperatura desde mediados del siglo XX se debe muy probablemente al aumento observado de las concentraciones de gases de efecto invernadero antropógenos. Los cálculos más conocidos a este respecto se encuentran en el informe Stern[16], de 2006, preparado por el ex ministro de Hacienda británico del mismo nombre.

En 1992 se celebra la Cumbre de Río, que constituye el hito internacional que marca el devenir en materia de política ambiental durante los años 90 y los primeros años de 2000. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo reunió a representantes de 153 países y representa el reconocimiento por parte de la comunidad internacional de los postulados en pro de la defensa del medio ambiente planteados durante las tres décadas anteriores.

La respuesta a estos postulados se recoge en cinco documentos básicos: la Agenda 21, el Convenio sobre Cambio Climático, el Convenio sobre Biodiversidad, la Convención sobre Bosques y la Declaración de Río. Pese a la euforia de Río, los avances conseguidos en materia medioambiental fueron inconcretos y lentos. (Velázquez y Méndez, 2006:67)

[16] Las conclusiones del informe Stern Review on the Economivcs of Climate Change son tenidas en cuenta para la adopción de políticas vinculadas al cambio climático y del calentamiento global del planeta. El documento es realizado bajo la dirección de Sir Nicholas Stern y es encargado y financiado por el Gobierno británico entre julio de 2005 y octubre de 2006. (Puig, 2007:107).

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Uno de los resultados más importantes de esta cumbre fue la aprobación de la Agenda 21, que se pone en marcha a todos los niveles: europeo con la Estrategia de la Unión Europea para un desarrollo sostenible, 2001; nacional con la Estrategia Española de Desarrollo Sostenible; local Agendas 21 locales.

Posteriormente, los compromisos adquiridos en Río se concretan en 1997 en la Cumbre de Kioto mediante el Protocolo de Kioto de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, en cuyo artículo 2 se dice que "se aplicará y/o seguirá elaborando políticas y medidas de conformidad con sus circunstancias nacionales". Es aquí donde los países industrializados adquirieron compromisos concretos y un calendario de actuación. Fue sin duda un gran avance, al lograrse un acuerdo vinculante a todos los países firmantes para que durante los años 2008-12 se disminuyeran las emisiones de los seis gases que más potenciaban el efecto invernadero en un 5,2 por ciento con respecto a 1990.

En el ámbito europeo, este cambio queda recogido en el V Programa de Acción, denominado "Hacia un desarrollo sostenible" (1993-2000), y aprobado por la resolución del Consejo de la CEE de 1 de febrero de 1993. En este programa se recogía la necesidad de "aplicar políticas preventivas en vez de correctoras". Además, se plantea la "modificación de las pautas sociales de conducta y lograr la participación de todos los sectores de la sociedad con ánimo de compartir responsabilidad".

Uno de los compromisos del VI Programa de Acción Comunitario en Materia de Medio Ambiente (2002-2010) fue "la ratificación y entrada en vigor del Protocolo de Kyoto de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático a más tardar en 2002 y el cumplimiento de su compromiso de reducir las emisiones en un 8 por

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

ciento en el período 2008-2012, con respecto a los niveles de 1990 en el conjunto de la Comunidad Europea".

En el año 2002, la ciudad sudafricana de Johannesburgo acoge la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, que es la primera en la que la sociedad civil participa activamente en el tema. Unos años después, en 2007, se celebra una nueva cumbre en Bali, en la que se inició el proceso de negociación para el segundo período de cumplimiento del Protocolo de Kioto, que tendría vigencia entre los años 2012 y 2020.

Dos años después, en 2009, se lleva cabo la Conferencia de Copenhague cuyo acuerdo fijó el límite máximo para el incremento de la temperatura media global en 2ºC. Tal y como explica la periodista experta en asuntos europeos Alejandra Vengoehea, fue una de las que más interés atrajo a tenor de que más de 40 mil personas solicitaron una acreditación para asistir.

En 2010, Cancún acoge una nueva conferencia en la que se acuerda, entre otros puntos, la creación del Fondo Verde para el Clima para proveer financiación para proyectos y actividades en países de desarrollo. Un año después, se celebra en Durban la XVII Conferencia sobre el Cambio Climático, en la que todavía quedaba por resolver la reducción de las emisiones por parte de los países industrializados. La situación empieza a ser de emergencia a tenor de los últimos datos publicados por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en marzo de 2014.

Pero sin lugar a dudas, el hito de mayor relevancia para esta tesis es el Protocolo de Kioto, que marca el camino para el nuevo milenio en esta materia y supone un referente para los distintos programas electorales en el aspecto medioambiental, así como para los medios de comunicación a partir del año 2000.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

5.3.2 Contexto español y andaluz:

Una vez descrito el escenario internacional acotado por el desarrollo de numerosas cumbres internacionales sobre los efectos del cambio climático y la importancia de garantizar la protección medioambiental desde todos los ámbitos, pasamos a describir la situación que se da en el contexto español y andaluz.

Una breve referencia de algunos documentos y bancos de información en España, resaltan la información ambiental y avances metodológicos de indicadores útiles, que han sido incorporados al objeto de mejorar el seguimiento de la sostenibilidad en Andalucía. Las evaluaciones del Observatorio de la Sostenibilidad en España (OSE)[17] sobre la *Sostenibilidad del desarrollo en España* se iniciaron en el año 2005, y desde entonces se aprecian algunas tendencias favorables, pero también, persisten situaciones que presentan altos riesgos de insostenibilidad.

En el informe de Sostenibilidad España 2005, se abordó el análisis con carácter general a escala nacional aplicando un sistema de 65 indicadores que abarcaban las dimensiones económica, social y ambiental, siguiendo las líneas comunitarias. El segundo, España 2006, continua una orientación similar, 88 indicadores e incluye aspectos de gobernanza y capacidad institucional, en línea con los nuevos planteamientos de la UE. El tercer informe 2007 planteó 155 indicadores previstos en el marco de la renovada Estrategia de Desarrollo Sostenible de la Unión Europea (EDSUE)[18], introduciendo la dimensión cultural. El de 2008, continúo la

[17] El Observatorio de la Sostenibilidad en España (OSE) era un organismo investigador independiente que cerró en mayo de 2013 por falta de financiación.

[18] La Estrategia Española de Desarrollo Sostenible ha sido elaborada por el Grupo Interministerial para la Revisión de la Estrategia de Desarrollo Sostenible de la Unión Europea y la preparación de la Estrategia Española de Desarrollo Sostenible, bajo la coordinación de la

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

línea de evaluación realizada anteriormente, pero ajustándose al nuevo marco nacional definido por la Estrategia Española de Desarrollo Sostenible (EEDS).

La situación de crisis define el informe general del OSE de 2009. En dicho documento se recoge como la crisis ha producido junto a un deterioro de las condiciones económicas y una verdadera crisis social después de un decenio largo de bonanza, una clara tendencia al empeoramiento de los indicadores de sostenibilidad social, de cohesión e integración muestran, en general, con excepciones como, por ejemplo, una ligera recuperación del abandono educativo temprano. Pero desde la perspectiva ambiental, la crisis también ha cambiado algunas de las tendencias insostenibles más persistentes del periodo expansivo, favoreciendo ahora una sostenibilidad ambiental "forzada".

El caso, quizá, más representativo como indicador estructural, es el de las emisiones de GEI[19], que salvo el repunte de 2007, vienen mostrando un descenso continuado en paralelo al menor consumo de energía, la disminución de la intensidad y dependencia energética, en gran parte debido a los efectos de la menor actividad económica, pero que también, en ciertos casos, se debe a las mejoras de ecoeficiencia y el mayor peso de las energías renovables. Igualmente, otro indicador representativo sería la menor presión sobre el territorio y el alivio de las tensiones ambientales de los desarrollos urbanísticos descontrolados, propios de la pasada fase explosiva de la construcción.

Oficina Económica del Presidente del Gobierno español. El documento fue aprobado por el Consejo de Ministros de 23 de noviembre de 2007.

[19] Se denominan gases de efecto invernadero (GEI) o gases de invernadero a los gases cuya presencia en la atmósfera contribuyen al efecto invernadero. Los más importantes están presentes en la atmósfera de manera natural, aunque su concentración puede verse modificada por la actividad humana, pero también entran en este concepto algunos gases artificiales, producto de la industria.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Todavía el OSE en España 2011, con cierto optimismo pone de manifiesto, en un contexto de crisis sistémica, la necesidad ineludible de encontrar un nuevo modelo de desarrollo con futuro y que sea verdaderamente sostenible en la triple dimensión económica, social y la ambiental. Mantiene el informe, pese a los indicios, que con una economía estancada, el sector de la construcción ya no es el motor de la economía española.

La reducción coyuntural de las emisiones de gases de efecto invernadero y la disminución de la dependencia energética externa dan oxígeno a un informe que todavía está redactado bajo el influjo de la intoxicación generalizada, en Andalucía y España de los *brotes verdes* y del aterrizaje suave de la ruptura de las burbujas financiera e inmobiliaria, que son la manera de edulcorar lo que la población vive como una dramática regresión en su vida cotidiana (Hernández Pezzi, 2010:70).

Ya en el año 2007 el informe denominado *Hitos y Tendencias del medio ambiente de Andalucía* presenta una radiografía de la situación del medio ambiente regional a través del análisis de indicadores ambientales básicos, intentando poner de manifiesto los avances producidos en las dos últimas décadas en materia ambiental, ciertos pero insuficientes, según afirma el arquitecto urbanista Hernández Pezzi. Claramente hay un período antes de la crisis y otro posterior a su eclosión y desarrollo. Es de referencia el trabajo que recoge la evaluación ambiental del Plan de Desarrollo Regional de Andalucía 2000-2006 realizada en base a la metodología elaborada por la Red de Autoridades Ambientales.

Se reseña el carácter genérico de esta evaluación que no prejuzga los posteriores análisis que se realicen y en los que se alcanzará una mayor concreción. En una primera fase se procede a la identificación de objetivos y selección de los sub-ámbitos de actuación con un potencial

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

efecto ambiental significativo. Se puede señalar además como objetivo fundamental del Plan la convergencia en términos reales con Europa, lo que implica la necesidad de incrementar la generación de valor del sistema socioeconómico de Andalucía para asegurar un desarrollo económico sostenible.

Por otra parte, la Dirección General de Planificación de la Consejería de Medio Ambiente identifica en el Plan de Desarrollo Regional 126 sub-ámbitos de actuación, clasificados en 47 ámbitos de actuación y diez ejes, para poder detectar su potencial coste y/o beneficio ambiental.

Naturalmente, estas apreciaciones contrastan con los hechos, por ejemplo, que la contaminación atmosférica crece en Andalucía en 2009, según informes de organizaciones independientes sobre la calidad del aire, sobre fenómenos repetidos en el tiempo, como el dióxido de nitrógeno y gases de efecto invernadero. Según Eduardo Gutiérrez, responsable de calidad del aire de Ecologistas en Acción, en ambos parques naturales se ha sobrepasado el límite establecido por la Organización Mundial de la Salud (OMS), establecido en 44 microgramos por metro cúbico de dióxido de nitrógeno. Datos obtenidos por las estaciones de medición que la Junta de Andalucía tiene instaladas en Cabo de Gata y el municipio de Los Arcos, señalan, tras el procesado de los mismos que la concentración de gases de efecto invernadero y dióxido de nitrógeno ha aumentado en la zona en los últimos años con un desarrollo poco ecológico. La fuente de emisión proviene de las centrales térmicas Los Arcos, la más grande de Andalucía con un ciclo combinado y la central de Carboneras, la más contaminante de España y la tercera o cuarta de Europa, según declara la organización.

Un dato significativo en la controversia de los expertos, es la confrontación de intereses que parece desprenderse de instrumentos y

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

planes que no han tenido revisión, como por ejemplo, del *Plan de Infraestructuras para la Sostenibilidad del Transporte en Andalucía* (PISTA)[20]. Según estas versiones alternativas, el 80% de la financiación va destinada a la ampliación de autopistas y carreteras. Apostando claramente por el transporte privado, causante de la mayoría de emisiones de NOx, que producen somg fotoquímico. En detrimento de las posibilidades de movilidad urbana sostenibles o menos contaminantes.

Sin embargo, los instrumentos no están adaptados a la bajada de movilidad por tráfico automóvil sobrevenida al período de recesión. De otro lado, la consecuencia de tratar con excesiva homogeneidad territorios distintos, hace desconocer que las ciudades más afectadas, con más episodios de contaminación por dióxido de nitrógeno son las áreas metropolitanas de Bahía de Algeciras, Córdoba, Granada, Málaga, Sevilla y la zona industrial de Huelva.

Es un lugar común también la existencia de un pensamiento excesivamente homogeneizante e indiferenciado sobre el territorio andaluz, como si este fuera homogéneo, lo que da lugar a un discurso plano que acaba por ser ineficiente a efectos políticos en materia de reforma ambiental adaptada a las circunstancias. Una vez más frente a los datos y la diversidad, la equidistancia y la corrección política acaban por dibujar un paisaje imaginario.

5.4 Perspectiva política: el medio ambiente en los discursos de investidura en Andalucía (2000-2012)

Para continuar con esta aproximación al contexto político en el que se enmarca la acción de los partidos políticos y los medios de comunicación,

[20] *Plan de Infraestructuras para la Sostenibilidad del Transporte en Andalucía (PISTA)*. Decreto 457/2008, de 16 de septiembre de 2008. Consejería Obras Públicas y Transportes de la Junta de Andalucía.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

es interesante recoger los discursos de investidura de los sucesivos presidentes de las últimas elecciones en lo referente a la cuestión medioambiental porque son muy reveladores. Sobre todo porque la intensidad y el acierto van en sentido decreciente entre 2008 y 2013 en lo que se refiere al posicionamiento ambiental, la sostenibilidad y el cambio climático, y son lo que se han utilizado este estudio.

En la investidura de Manuel Chaves[21] de 2008 (PSOE) se fijan unos criterios coherentes y racionales con los discursos que se habían venido sucediendo a través de la acción de gobierno sostenida en los principales asuntos, como energía, cambio climático, protección de espacios, recursos, transporte de energía primaria, etc.

> *"La sostenibilidad sin duda es el intangible más presente en el conjunto de las políticas a desarrollar por mi gobierno. Sostenibilidad ambiental, sin duda, por el compromiso y el deber que tenemos con las generaciones futuras, pero que va mucho más allá." "Me refiero a la sostenibilidad del modelo económico, del que permite crear riqueza hoy y lo seguirá permitiendo mañana."*
>
> *"Sólo la utilización responsable y la conservación de los recursos naturales puede garantizar en el futuro el desarrollo económico y con él la preservación del sistema social, porque sin desarrollo económico tampoco hay sistema social."*

Se apunta hacia EEUU, UE y G-20 como defensores de un compromiso global al que Andalucía se sumará sin reservas, pero se habla de dos cuestiones sobre las que hacer un esfuerzo especial. El agua y el suelo. Desarrollar prioritariamente una política de agua que permita un uso racional de este bien escaso y de primera necesidad. Proyecto de Ley de Aguas. El otro factor clave es el suelo y con ello la ordenación territorial de nuestra comunidad.

[21] Manuel Chaves es elegido presidente de la VIII Legislatura de la democracia en Andalucía el 17 de abril de 2008.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

> *"Avanzar en la sostenibilidad de nuestro desarrollo territorial no ha de traducirse en menos desarrollo, sino en un desarrollo diferente y más inteligente". "Un modelo urbanístico ordenado, con ciudades habitables para nuestros ciudadanos, respetuosas con el medio ambiente, que favorezca la cohesión territorial y social. Andalucía cuenta con un capital físico importante y suficiente para convertir al sector que ha sido parte del problema, la construcción, en parte de la solución. Es decir, para empezar a salir cuanto antes de la actual crisis."*

Chaves propone cooperar con los ayuntamientos en la normalización de su planeamiento urbanístico y facilitar también el acceso a la vivienda de los ciudadanos con menores recursos económicos. Hay más en la sostenibilidad.

> *"El modelo energético y el uso de la energía, prudente, no contaminante y eficiente. El modelo, aun predominante, no es sostenible ni desde el punto de vista medio ambiental, ni desde el social y económico. Por tanto, nuestra opción por un nuevo modelo energético no es sólo el compromiso que el gobierno andaluz tiene adquirido en la lucha contra el Cambio Climático y con la conservación del Medio Ambiente. Es también nuestro compromiso porque sea sostenible el sistema económico."*

> *"La utilización de las energías renovables tiene que ser cada vez mayor. Debemos desarrollar infraestructuras de generación, de transporte y de distribución de energía cada vez más eficientes. Y tenemos que seguir fomentando entre la sociedad el consumo responsable de energía. Podemos conseguir así, la máxima autonomía energética y el mejor uso de los recursos."*

> *"El cambio de modelo energético no es labor de una legislatura. Sería irreal pensar que toda la economía y la sociedad pueden funcionar en un breve plazo de tiempo sin la necesidad de recurrir a energías fósiles. Pero es verdad, que hemos comenzado hace ya varios años un camino que no debemos abandonar. Nuestra*

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

> *apuesta por el uso de las energías renovables será una apuesta ganadora si hacemos simultáneamente un esfuerzo inversor, sobre todo en I+D. Tenemos, además, una gran capacidad de crecimiento en este sector que es una actividad económica de futuro y de creación de empleo."*

En las elecciones autonómicas se radicalizan los discursos previos. En concreto, Javier Arenas, candidato del PP-A, concentra concreta en enero de 2012 su posible discurso de investidura en diez reformas. Según el Diario de Sevilla, el empleo y la educación son las claves para el reto electoral del 25-M. En este sentido, Arenas promete una licencia exprés para crear empresas en 24 horas y un calendario de pago a las PYMES:

> *"Diez reformas, con la prioridad de la lucha contra el desempleo y la calidad educación, y sostenidas en la máxima de decir la verdad sobre la crudeza de los tiempos que se avecinan".*

La lectura de la crisis que hacía Javier Arenas por esas fechas, con 1,2 millones de parados, su conferencia-coloquio *Propuestas para Andalucía*, organizada por la Fundación Antares Foro en Sevilla, tenía un solo gran mensaje: un "gran pacto por el empleo" con sindicatos, ayuntamientos y diputaciones, y los partidos con representación parlamentaria.

> "*El peso de las pymes, que hoy por hoy representan el 99% del tejido empresarial y absorben el 80% del empleo en Andalucía -según el último informe del Ministerio de Industria-, es tal que estas no pueden verse forzadas al cierre por el impago de las administraciones, de ahí que anunciara un calendario de pago "cierto". "Tampoco la burocracia puede ser un obstáculo..."*

Pero el mensaje más contundente lo fue en materia de construcción:

> *"En lo que el PP no está por la labor de caer es en aquel modelo de economía sostenible que han preconizado los gobiernos del PSOE*

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

en Madrid y Sevilla,...sino que "la inversión en I+D+i esté en aquellos sectores en los que los andaluces son líderes".

Y la primera receta es que, "sin complejos", se apueste por la industria agroalimentaria y el turismo, es decir, elementos que hagan que la "calidad de vida" sea fuente de crecimiento económico y de empleo y que Andalucía no renuncie a ser la "mejor zona residencial de la UE". Este guiño al sector de la construcción que, según Arenas, ha acabado por ser menospreciado cuando aún es y puede ser competitivo, lo acompañó de otra reforma: la de la ordenación del territorio. Ésta pasaría por la derogación del Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA), en el que vio un lastre en el que el medio ambiente ha ganado espacio al urbanismo, cuando son compatibles.

Toda una declaración alternativa de principios, que se completa con el discurso de la vicesecretaria de Territorio, Medio Ambiente y Asuntos Europeos del Partido Popular andaluz, Alicia Martínez, que denunció que la Junta de Andalucía tiene paralizados los Grupos de Desarrollo Rural, que son el "auténtico motor de desarrollo en los municipios de Andalucía", lo que pone en riesgo la financiación de la Unión Europea en el próximo marco de ayudas al medio rural. Martínez explicó que la paralización se produjo después de que en el mes de mayo de 2012 un informe de la Intervención General de la Junta de Andalucía advirtiera de irregularidades, pidiera la elaboración de un plan de contingencia y, como medida cautelar, paralizara el programa Lidera[22].

[22] El programa Lidera se financia a través de fondos públicos provenientes de la Unión Europea (UE) y la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, y cuenta con la colaboración de los Grupos de Desarrollo Rural de Andalucía.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Por su parte, José Antonio Griñán[23] 2012 afirma en su discurso de investidura lo siguiente:

> "*Pero, al mismo tiempo, hemos de seguir apostando por sectores estratégicos de futuro como la industria aeroespacial, las energías renovables, la biotecnología y biomedicina, la economía digital y servicios empresariales, las industrias culturales en red, la economía verde o los servicios de proximidad para las personas, sectores, todos ellos, en los que Andalucía puede ejercer un claro liderazgo y que darán solidez a la estructura económica andaluza. Y, por supuesto, hemos de compatibilizar el crecimiento económico con el uso responsable de los recursos naturales y con la conservación del medio ambiente."*

Susana Díaz[24] (2013) defiende algo parecido en su investidura:

> "*Un modelo sostenible, desde el punto de vista de su relación con nuestro medio ambiente, es también una gran fuente de oportunidades, especialmente en industria y empleo, incluido el denominado 'empleo verde'."*

Aunque vuelve a caer en los tópicos tradicionales *"Lejos de ser un obstáculo para el desarrollo económico y el bienestar social, la protección medioambiental es una garantía del progreso seguro de las sociedades. La defensa de los espacios naturales andaluces, en especial los más emblemáticos como el Parque Nacional de Doñana, formará parte del compromiso irrenunciable del nuevo Gobierno."*

Para acabar concluyendo con un genérico apoyo al empleo y la contratación pública, ahora mucho menores. "*La contratación de la Junta de Andalucía genera un gran impacto tanto económico, como social y medioambiental, lo que la convierte en una poderosa*

[23] José Antonio Griñán es investido presidente de la Junta de Andalucía el 3 de mayo de 2012 después de que demitiera este cargo Manuel Chaves el 9 de abril de este mismo año.
[24] Susana Díaz es investida presidenta el 5 de septiembre de 2013.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

herramienta para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y promover políticas sociales tendentes a la creación de empleo para sectores desfavorecidos, así como para el fomento de las empresas de economía social."

Susana Díaz va más lejos cuando afirma que "desde 2008 se ha destruido el 6,6 % del PIB y el 20% del empleo", pero la reflexión no va más allá de insistir en la tan enunciada "redefinición del modelo productivo", sin entrar en las causas de ese proceso, la responsabilidad del gobierno autonómico, la crítica o las medidas que habrán de tomarse desde la Junta de Andalucía para evitar esta deriva catastrófica.

El análisis lleva a confirmar que el discurso político medio ambiental tiene dos polos de tipo ideológico, con matices peculiares en el caso de IU, pero va declinando en intensidad e importancia desde que Chaves deja esa especie de testamento ambiental de su investidura, no continuado por sus sucesores del PSOE ni, por supuesto, por el PP; en tanto que IU mantiene su diferenciación especialmente en los programas electorales.

5.5 Perspectiva económica

Andalucía soporta peor la crisis económica que otras regiones. Según un estudio del Consejo Económico y Social (CES), que analiza diversos factores económicos desde 2008 a 2012, la comunidad se encuentra en el grupo de las economías más deterioradas. El informe toma como base la evolución del PIB real, la ocupación y la tasa de paro, y concluye que las comunidades más afectadas por la crisis son Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana, Asturias, Murcia, Andalucía y Extremadura.

Según Joaquín Aurioles en el Anuario del Grupo Joly 2013: "A finales de los años 90, Andalucía inició una larga etapa de convergencia con España

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

que se quebró en 2010 y a la que habría que intentar retornar cuanto antes." Para ello acude a las llamadas a la exportación y a la industria. Un tema recurrente para todos los expertos. "El retorno a los mercados de exportación es la mejor de las noticias en este sentido, a las que convendría añadir cuanto antes la confirmación de que la industria comienza a regresar a Andalucía, el desmantelamiento del actual modelo de gestión de las políticas activas de empleo y su sustitución por otro más eficaz y transparente y una reforma administrativa en profundidad que incluya una clara delimitación entre la esfera de lo público y lo privado desde el punto de vista de la economía."

Según Aurioles, "el elemento más transversal ha sido el imprudente endeudamiento de hogares y empresas, animados por una financiación abundante y barata que, a la postre, se convertiría en el determinante fundamental de una crisis financiera internacional, que posteriormente discurre, en el caso de Andalucía, por tres derroteros fundamentales.

En primer lugar, en torno a unas expectativas de ganancias inmediatas y abundantes en el sector inmobiliario, con importantes efectos colaterales en términos de costes ambientales, especialmente en el urbanismo de litoral; de corrupción institucional, con un cierto consentimiento social; y de una progresiva acomodación de la actividad productiva regional a una demanda interna que comenzó a crecer con intensidad a finales de los años 90.

El proceso de introversión de la economía andaluza constituye el segundo de los derroteros a destacar en los años previos a la crisis. Sorprendentemente Andalucía comenzó a reducir su grado de apertura exterior". "Esta marcha contra el viento dio lugar a un desequilibrio exterior sin precedentes, tanto por su magnitud como por su duración, y a un desplazamiento masivo de recursos desde la industria hacia el sector

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

inmobiliario, que alcanza su máximo valor simbólico en 2004, cuando por primera vez en la historia la construcción supera a la industria en aportación al PIB regional."

En este mismo informe, el auto señala que Andalucía termina 2012 con una tasa de paro cercana al 36 por ciento, así como pone de relieve el convencimiento de que no habrá una involución inminente en la tendencia que ha llevado a que la diferencia de 5,4 puntos en el cuarto trimestre de 2007 con España, se haya ampliado hasta casi los 10 a finales de 2013.

Aurioles identifica, en primer lugar, "el injustificable retraso en el reconocimiento de la gravedad de la situación y en la adopción de medidas con miras afrontar la recesión esperada para finales de 2008, pero sobre todo para intentar reducir al máximo su duración". En segundo lugar, "la reiteración sistemática en los errores de política económica en forma de planes de diferente naturaleza y concebidos en el seno de un marco de concertación social pasivo e inoperante.

La mayor parte de estas iniciativas fueron el reflejo de otras similares a nivel nacional, como la Estrategia de Economía Sostenible en Andalucía, el Pacto Andaluz por la Vivienda o el Plan (PROTEJA), una especie de versión andaluza del Plan E de Rodríguez Zapatero[25]. Como aquél, también terminó por esquilmar las ya debilitadas finanzas de la Junta de Andalucía y por facilitar la transformación de la situación de recesión en

[25] El Plan Español para el Estímulo de la Economía y el Empleo o, en su forma abreviada, Plan E —también conocido como Plan Zapatero— fue un conjunto de más de un centenar de medidas de política económica planteadas por el Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero en noviembre de 2008 y desarrolladas a lo largo de la IX legislatura.1 2 Su objetivo fue el de impulsar la actividad económica del país, movilizando grandes cantidades de dinero público, para hacer frente a la crisis económica originada tras el pinchazo de la burbuja inmobiliaria y financiera global en 2007.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

una preocupante depresión, sin perspectivas de recuperación a medio plazo."

En el artículo *Ante la crisis, metamorfosis*[26], publicado en el diario *El País,* se afirma que "los problemas económicos obligan a reorganizar la vida y el funcionamiento de ayuntamientos, empresas y familias". Entre 2009 y finales de 2010 estas Administraciones rompieron el ritmo de endeudamiento y frenaron un 1 por ciento su deuda viva. De 4.569 millones pasaron a 4.527, según datos del Ministerio de Hacienda.

Pero los cortes de suministros por falta de pago y las protestas de los empleados forman parte del paisaje de muchos municipios. Ante la carencia de ingresos por tasas urbanísticas y licencias, además de impuestos, los ayuntamientos más endeudados recurren a subidas de tasas y servicios básicos como agua y transporte.

En cuanto a las empresas, la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) cree que las microempresas deberían agruparse para tener más personal y ser más fuertes. En las empresas, el ritmo de destrucción se ha frenó en 2011, con un saldo negativo de 6.639 entidades. Hasta 2007, el tejido empresarial andaluz tuvo una buena evolución, con más de 500.000 empresas activas, pero en 2008 se quebró este panorama y ahora estamos entre 350.000 y 370.000, según Manuel Ángel Martín, presidente de la Comisión de Economía y Financiación de Pymes de la Confederación de Empresarios de Andalucía. Pero la situación ha empeorado en los últimos años. Todos los agentes económicos opinan que hay que aumentar el tamaño de las empresas de servicios y la dedicación al sector industrial, pero nadie se pone a la tarea.

[26] Publicado en el Diario el País el 11 de marzo de 2012 por Juana Viúdez.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Cáritas ha doblado el número de atenciones entre 2007 y 2011. Recurren a ellos parados que han pasado de desempleados recientes a desocupados de larga duración. "Si la crisis comenzó golpeando con mayor intensidad sobre los empleos de baja cualificación de los sectores de la construcción, la industria y del sector servicios, ahora está afectando cada vez más a personas más formadas, con estudios y amplia experiencia laboral", explican[27].

En Andalucía, la tasa de pobreza relativa ha pasado de 28,9 a 30,1 entre 2008 y 2010, de forma que la región se sitúa 10 puntos por encima de la media española. En 2011, un 47,8 por ciento de los andaluces tuvo problemas para afrontar gastos imprevistos y un 9,4 por ciento reconoció haberse retrasado en los pagos relacionados con su vivienda.[28]

[27] Conclusiones recogidas en el VII Informe del Observatorio de la Realidad Social (ORS), publicado por Cáritas en septiembre de 2012.

[28] Datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística (INE) relativos al período comprendido entre los años 2008 y 2011.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

CAPÍTULO VI
METODOLOGÍA

A lo largo de este capítulo se describe de forma pormenorizada el método seguido en el análisis de los mensajes medioambientales difundidos a través de las ediciones andaluzas de los periódicos *El País*, *El Mundo* y *ABC* durante la celebración de las distintas campañas electorales en Andalucía entre los años 2000 y 2012, así como de los programas electorales de las únicas fuerzas políticas con representación parlamentaria en todo este período como son el PSOE, PP e IU.

6.1 Técnicas metodológicas: análisis cuantitativo y cualitativo

La técnica de investigación empleada para la resolución de las hipótesis planteadas en esta tesis es el análisis de contenido cuantitativo y cualitativo, definido por Krippendorff (1990:28) como una modalidad destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto. Esta definición parte de la ofrecida por Berelson (1952:18), en la que se sostiene que este tipo de análisis es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación.

Gómez Mendoza (2000) recoge una clasificación sobre los tipos de análisis de contenido:

- El análisis de exploración de contenido: Se trata de explorar un campo de posibilidades, de investigar las hipótesis, las orientaciones o aún de servirse de sus resultados para construir cuestionarios más adaptados.
- El análisis de verificación de contenido: Pretende verificar el realismo y la fundamentación de las hipótesis ya determinadas.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- El análisis de contenido cualitativo: Este tipo de análisis permite verificar la presencia de temas, de palabras o de conceptos en un contenido.
- El análisis de contenido cuantitativo: Tiene como objetivo de cuantificar los datos, de establecer la frecuencia y las comparaciones de frecuencia de aparición de los elementos retenidos como unidades de información o de significación (las palabras, las partes de las frases, las frases enteras, etc.).
- El análisis de contenido directo: Se limita a tomar el sentido literal de lo que es estudiado. No se busca descubrir un eventual sentido latente de discurso; se permanece al nivel de sentido manifiesto.
- El análisis de contenido indirecto: En este caso, el investigador busca extraer el contenido latente que se escondería detrás del contenido manifiesto, recurrirá a una interpretación del sentido de los elementos, de su frecuencia, de su agenciamiento, de sus asociaciones, etc.

Para autoras como Berganza (2005:30), la perspectiva cuantitativa engloba una seria de técnicas de investigación que pretende obtener y medir datos sobre la realidad social. Además, es empírica, basada en datos ya dados –secundarios- o en datos que se obtienen en la acción investigadora –primarios-, y que tiene su expresión más común en el análisis de encuestas y sondeos hechos con la intención de obtener un conocimiento, lo más completo posible, del área social objeto de la investigación. Las técnicas cuantitativas tratan de resumir la realidad en números.

Por su parte, el método cualitativo aporta una información sobre los fenómenos sociales más rica y profunda que la que se puede obtener mediante técnicas cuantitativas. (Berganza, 2005:31). Las técnicas cualitativas pretenden además recoger el significado de la acción de los

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

sujetos. Se prima el sentimiento o las razones que tiene un individuo para realizar una acción concreta sobre la cantidad de veces que se realiza dicha acción (Berganza, 2005, 32). En definitiva, se trata de captar los motivos, los significados, las emociones, y otros aspectos subjetivos de las acciones e interacciones de los individuos y los grupos (Shawartz Jacobs, 1984:21).

En la metodología cualitativa, uno de los aspectos fundamentales del análisis es la contextualización del proceso de recogida de datos, ya que, debido a la falta de "normas" existentes para el establecimiento de conclusiones, esto será lo que permita "juzgar" la validez y la fiabilidad de los resultados. (Berganza, 2005:33).

Pero a pesar de las diferencias entre las técnicas cualitativas y cuantitativas, muchos investigadores combinan en la actualidad ambas ópticas para lograr un conocimiento completo de los fenómenos que estudian. En este sentido, se abre paso lo que denomina esta autora como "triangulación", que se produce cuando se utilizan al menos dos técnicas de investigación (cuantitativa y cualitativa) o dos metodologías distintas con el propósito de conocer y analizar un mismo objeto de la realidad social (Berganza, 2005:34).

En otras ocasiones, las investigaciones cuantitativas y cualitativas son combinadas para producir una imagen general, estrategia que se identifica con lo que algunos autores denominan de complementación (Bericat, 1998:121). La razón de esta estrategia es siempre llenar los vacíos o lagunas informativas que todos los métodos, considerados individualmente, siempre tienen. Pero este autor también advierte del riesgo del uso combinado de estas dos técnicas. Según su consideración (Bericat, 1998,121), se puede caer en la tentación de creer que "con la luz de muchos focos" de obtienen fotografías de mayor calidad.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

6.2 Aplicación del análisis de contenido a las informaciones sobre las campañas electorales en Andalucía

6.2.1 Delimitación de la muestra

El período elegido para este análisis está acotado entre los años 2000 y 2012, y concretamente a las campañas electorales celebradas entre ambas fechas cada cuatro años desde el inicio del siglo XXI. Los profundos cambios sociales, políticos, económicos y medioambientales que se producen en estos años provocados por el inicio del nuevo milenio hacen que se haya seleccionado esta etapa histórica para llevar a cabo esta investigación.

Igualmente, la selección de estos años está motivada por el hecho de que es a partir del año 2000 cuando la ciudadanía andaluza despierta con mayor interés a la amenaza que supone los problemas medioambientales, según reflejan numerosos estudios como el Ecobarómetro realizado por la Junta de Andalucía desde el 2001. Además, es también el período en el que tanto la prensa como las formaciones políticas, a través de sus programas electorales, prestan mayor atención a este tipo de cuestiones.

La delimitación temporal de la muestra objeto del estudio viene determinada por las fechas oficiales de comienzo y fin de cada una de las campañas electorales, que tienen en España una duración de 15 días. Pero en este caso, se ha obviado del análisis el día en el que se celebra la votación, al no ser relevante para esta investigación ya que la jornada previa está destinada a la reflexión y están prohibidos cualquier tipo de acto de campaña.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Para el análisis se han confeccionado dos tipos de ficha, que se describirán de forma detallada a continuación, en las que se recogen las variables necesarias para alcanzar los objetivos que se pretende con esta investigación tanto desde un punto de vista cuantitativo como cualitativo, ya que además de las noticias aparecidas en los medios de comunicación se ha procedido al estudio de los distintos programas electorales de las formaciones políticas PSOE, PP e IU.

6.2.2 Manual de codificación del análisis de contenido

6.2.2.1 Prensa escrita

En un primer lugar, se registran una serie de variables identificativas básicas referidas al medio de comunicación, "fecha de aparición" en el diario y "titular" de la información, así como otra fundamental que da pie a proseguir con el análisis como es si se abordan o no temas medioambientales en el contenido de la pieza informativa.

Otras variables contempladas en este análisis, propias de mediciones cuantitativas, son las relativas a la longitud del artículo a través del número de columnas utilizado, al género informativo elegido (noticia, crónica, reportaje, entrevista…) y si dispone o no de fotografía que ilustre la información, o si por el contrario, contiene otros elementos gráficos que faciliten su compresión o aporten un valor añadido.

Los siguientes ítems tratan directamente el contenido del texto. El campo 'tema' recoge los principales asuntos medioambientales susceptibles de ser tenidos en cuenta en informaciones de estas características, y que van desde el cambio climático, la contaminación y la protección medioambiental hasta cuestiones más domésticas como son el reciclaje, la

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

limpieza, el ruido o las zonas verdes, sin olvidar otras vinculadas al cambio de modelo energético o a las políticas de aguas.

Para completar esta variable, se estudia también si los asuntos abordados tienen un ámbito local, regional, nacional o internacional, partiendo de la premisa de que las campañas electorales a analizar tienen un carácter autonómico; así como la perspectiva desde la que se aborda el tema por parte del medio de comunicación en cuestión, ofreciendo para ello tres opciones: positiva, negativa y neutra.

Igualmente, para seguir profundizando en la importancia que concede cada diario a este tipo de temas durante la celebración de unos comicios autonómicos, se introduce también la variable sobre si estos asuntos son el eje de la pieza o si, por otro lado, sirven de contexto a una información diferente. A lo que se une el campo en el que se determina si la propuesta o la denuncia medioambiental realizada se lleva a cabo o no en el contexto al que se hace referencia.

Para la codificación del 'protagonista de la información", que no ha de de corresponder con la fuente de la misa, se han creado las siguientes categorías en función del partido político:

-PSOE:

1. Presidente de la Junta de Andalucía Manuel Chaves
2. Presidente de la Junta de Andalucía José Antonio Griñán
3. Consejera de Medio Ambiente del Ejecutivo andaluz Fuesanta Coves
4. Consejera de Medio Ambiente del Gobierno autonómico Cintia Castillo
5. Consejero de Medio Ambiente de Andalucía José Juan Díaz Trillo
6. Consejero de Medio Ambiente de la Junta Luis Planas

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

7. Consejera de Presidencia e Igualdad de la Junta de Andalucía Susana Díaz
8. Presidente del Gobierno español José Luis Rodríguez Zapatero
9. Ministra de Medio Ambiente Cristina Narbona
10. Ministra de Medio Ambiente Elena Espinosa
11. Ministra de Medio Ambiente Rosa Aguilar

- PP:

1. Candidata del PP a la Junta de Andalucía Teófila Martínez
2. Candidato del PP a la Junta de Andalucía Javier Arenas
3. Presidente del Gobierno español José María Aznar
4. Ministro de Medio Ambiente Jauma Matas
5. Ministra de Medio Ambiente Elvira Rodríguez
6. Ministro de Medio Ambiente Miguel Arias Cañete

- IU:

1. Candidato de IU a la Junta de Andalucía Antonio Romero
2. Candidato de IU a la Junta de Andalucía Diego Valderas
3. Coordinador general de IU Julio Anguita
4. Coordinador general de IU Francisco Frutos
5. Coordinador general de IU Gaspar Llamazares
6. Coordinador general de IU Cayo Lara

Este apartado se completa con una variable dedicada a aquellos protagonistas de la información que no tienen vinculación alguna con los partidos políticos objetos de esta investigación.

Como se comentó anteriormente, el protagonista de la información no tiene que coincidir con la fuente de la misma. En algunos textos, un protagonista no político puede opinar sobre un partido o un representante

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

público. Además de su cuantificación, dentro de esta variable se ha establecido las siguientes categorías de fuentes:

- Políticas
- Partido Político
- Institucionales
- No gubernamentales
- Científicas

Otra de las variables tiene que ver con la procedencia de la información. Para ello, se establecen como categorías si ésta es producto de una rueda de prensa, un mitin, un acto de campaña electoral, unas declaraciones y un comunicado de prensa de algunas de las fuerzas políticas objeto de este estudio.

Para finalizar, se ha tenido también en cuenta como elemento del análisis la autoría de la información así como la especialidad del periodista encargado de recogerla dividiéndola entre política y medio ambiente. Así, se tienen en cuenta si la información está firmada por un periodista o por una agencia de noticias, distinguiendo entre EFE y Europa Press.

6.2.2.2 Programas electorales

Para el estudio de los diferentes programas electorales, se establecen, en un primer momento, una batería de variables para identificar el partido político al que se hace referencia así como sobre la "fecha de la campaña electoral". A continuación, se cuantifica el número de propuestas que se incluye en cada programa electoral y la cifra de iniciativas recogidas sobre medio ambiente y sostenibilidad.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Igualmente, se realiza una selección de los principales compromisos que sobre esta materia realizan PSOE, PP e IU para la región de Andalucía, así como aspectos secundarios que completan la información sobre este campo de estudio.

Por último, se ha considerado interesante también recoger el eslogan de campaña presentado por cada partido político en las distintas elecciones analizadas, y ver así, el eje central con el que cada formación ha querido concurrir a los comicios.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

CAPÍTULO VII
PROGRAMAS MEDIOAMBIENTALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS PARA LOS COMICIOS AUTONÓMICOS DE LOS AÑOS 2000-2012 (PSOE-PP-IU)

Para cuantificar y valorar la importancia que conceden los medios de comunicación objeto de estudio en esta tesis a los temas medioambientales es fundamental realizar un análisis detallado de los distintos programas electorales de las fuerzas políticas que centran la investigación, y más concretamente, las propuestas que han llevado a cabo a lo largo de las diferentes campañas electorales desde el año 2000.

En este capítulo, se profundiza en el número de iniciativas que PSOE, PP e IU han presentado sobre la materia de medio ambiente, para posteriormente comprobar el nivel de compromiso de los periódicos El País, El Mundo y ABC tienen con este tipo de temas, así como los propios agentes políticos. En total, se han analizado 12 programas electorales y se ha estudiado cientos de iniciativas que los partidos políticos han presentando durante la primera década del siglo XXI a los andaluces con el fin de conseguir su favor en las urnas.

7.1 PSOE
7.1.1 Elecciones del año 2000

Andalucía del nuevo siglo es el eslogan electoral elegido por el PSOE-A para aunar las propuestas del programa con el que concurrió a las elecciones andaluzas del año 2000, que se dividen en cinco grandes bloques: *Una Andalucía capaz y emprendedora ante el reto de la globalización; Andalucía, una sociedad cohesionada, abierta y tolerante, donde todos cuenta; Andalucía, una comunidad joven e innovadora;*

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Una administración eficaz, garantía de derechos y libertades y *Construyendo Europa desde Andalucía*.

El PSOE-A desarrolla sus medidas medioambientales en dos partes del programa electoral. En una primera, incluida en el bloque relacionado con la cultura emprendedora y los nuevos retos de futuro, describe las propuestas relacionadas con el desarrollo sostenible a través de las nuevas tecnologías, y plantea una clara apuesta por el fomento de las energías renovables como motor económico y de progreso.

La segunda parte más amplia recoge las propuestas concretas de medio ambiente a lo largo de 6 páginas de un total de 135 que conforman el programa, lo que supone un 4,4 por ciento del espacio dedicado al programa electoral general, a las que se unen otras cuatro vinculadas a las políticas integrales del agua.

En este apartado, los socialistas dividen sus 45 iniciativas en tres grupos. La defensa y protección del entorno natural centran el primero de ellos. En éste se incluyen la aprobación de una ley general de medio ambiente y la puesta en marcha del Nuevo Plan de Medio Ambiente de Andalucía 2003-2007, la constitución de una red integrada de espacios protegidos y el desarrollo de planes de recuperación de especies de flora y fauna.

El segundo grupo se dedica al medio ambiente urbano, y aparecen propuestas vinculadas a la mejora de la calidad medioambiental en ciudades, el ruido, la contaminación atmosférica y los vertidos. Entre las iniciativas específicas, se encuentran el fomento y elaboración en los municipios de las Agendas 21, la regeneración de las zonas degradadas por actividades industriales y el apoyo técnico y económico a empresas que voluntariamente se comprometan a reducir los límites de las

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

emisiones, vertidos y consumos por debajo de lo establecido normativamente.

Por último, el PSOE-A dedica un tercer bloque al fomento del desarrollo sostenible a través de la conversión del patrimonio natural en sector estratégico del impulso económico. Para ello, se propone apoyar las actuaciones económicas dirigidas al aprovechamiento de los recursos naturales, la potencialización de la rentabilidad de los recursos forestales andaluces impulsando el tejido empresarial necesario así como el eje tecnológico ambiental entre el Parque Tecnológico de Andalucía y el de Cartuja 93, a lo que se suma el apoyo a la ampliación, protección y mejora de la superficie forestal, dando un nuevo impulso al Plan Forestal de Andalucía.

En cuanto a las políticas del agua, el programa electoral recoge un total de 35 propuestas concretas agrupas en tres bloques que pasan por asegurar la disponibilidad del recurso, la coordinación de este tipo de iniciativas con las competencias urbanísticas y de ordenación del territorio y la modernización y reforma de la administración del agua en Andalucía.

Las propuestas medioambientales suponen un 6,1 por ciento de las 734 medidas que engloba el programa electoral del PSOE-A para las primeras elecciones del nuevo milenio en Andalucía.

7.1.2 Elecciones del año 2004

El PSOE-A divide en tres grandes bloques las 778 propuestas con las que concurrió a las elecciones autonómicas de 2004. La economía, el empleo y el bienestar social centran el primero de ellos, mientras que la salud, la educación y la inmigración son el eje del segundo, recogiendo en el

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

tercero los asuntos relacionados con la justicia, la administración local y la gestión pública.

Bajo el epígrafe *Una renovada apuesta por el Medio Ambiente* se agrupan las propuestas medioambientales socialistas en el bloque número uno y se enmarcan en el contexto del desarrollo sostenible. En total, el PSOE-A expone 33 propuestas concretas que suponen el 4,2 por ciento del programa electoral.

La aprobación de la denominada Agenda 21 sirve de eje a las medidas socialistas así como la elaboración del II Plan de Medio Ambiente de Andalucía para los años 2004-2010 y el impulso de la gestión y desarrollo sostenible de la Red Natura que conforman los espacios protegidos de Andalucía, a lo que se une la creación de una red de corredores verdes para unir entre sí los espacios naturales protegidos.

En este sentido, los socialistas se comprometen también a mantener la superficie forestal de la región así como, en el marco de la adecuación del Plan Forestal para el período 2003-2007, a plantar 120 millones de árboles y a reforestar 150.000 nuevas hectáreas.

En los años del boom inmobiliario, el PSOE-A propone impulsar un gran acuerdo político e institucional para conseguir que el urbanismo no sólo contemple la construcción de edificios sino también espacios para vivir y convivir, y conectar mediante una red verde las principales localidades para facilitar la movilidad desde la propia ciudad a sus entornos naturales impulsando nuevos parques periurbanos.

Por otro lado, el empleo verde y el reciclado son otros de los aspectos que aparecen en el programa electoral. En este punto, los socialistas proponen impulsar la creación de puestos de trabajos relacionados con el medio

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

ambiente a través de la puesta en marcha de módulos de formación profesional acordes con las demandas del sector y la reducción en el volumen de residuos generados y duplicar los porcentajes de reciclado de envases, papel y vidrio, así como los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.

En este apartado, se incluyen también el fomento de iniciativas regionales en el marco de la estrategia andaluza ante el cambio climático, desarrollando el plan energético de Andalucía y la creación de la Agencia Andaluza de la Energía e impulsando un pacto local por las energías renovables con el objetivo de que en el horizonte de seis años el 15 por ciento de la energía consumida en Andalucía proceda de este tipo de fuentes.

Asimismo, el programa medioambiental hace referencia hasta en cuatro ocasiones a la caza en la región andaluza, y propone la elaboración de un plan andaluz de caza en el que se apoya a ésta como deporte y la creación del Instituto Andaluz de la Caza.

Las propuestas relacionadas con los recursos hídricos aparecen después y contemplan la puesta en marcha de una ley de aguas en Andalucía, con una visión integrada en el marco de un desarrollo más sostenible y la implantación de un sistema andaluz del agua, gestionado por la Junta de Andalucía para priorizar el uso sostenible del agua.

7.1.3 Elecciones del año 2008

El PSOE-A presenta a las elecciones autonómicas andaluzas en 2008 un programa electoral compuesto por ocho grandes bloques que incluyen las propuestas para cada una de las siguientes áreas: el estatuto de autonomía, la economía, los derechos sociales, la igualdad, el medio

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

ambiente, las infraestructuras y el urbanismo, la administración y la internalización de la región.

El programa, que se engloba bajo el eslogan *Andalucía suma y sigue,* está compuesto por un total de 691 propuestas de las que el 7,2 por ciento están dedicadas al medio ambiente, que aparecen en un capítulo propio que se divide en 5 grandes apartados que incluyen a sus vez los compromisos medioambientales como los relacionados con los recursos hídricos.

El primer bloque se dedica al cambio climático. Entre las propuestas, se encuentran la reducción de hasta un 19 por ciento de las emisiones de gases efecto invernadero per cápita con respecto a 2004, la de un 20 por ciento de las emisiones contaminantes por parte del transporte y la de un 8,3 por ciento del consumo energético también del sector del transporte.

Igualmente, se impulsa la red de ciudades sostenibles Ciudad 21 y la puesta en marcha de un plan de apoyo a la arquitectura bioclimática en promociones públicas, junto al cambio de electrodomésticos por otros etiquetados energéticamente como clase A.

Medidas de ahorro energético, mayor inversión en materia medioambiental respecto al desarrollo e innovación (I+D+i) e incremento en la lucha contra la desertificación a través de un plan forestal andaluz son otras de las propuestas recogidas en este apartado.

Por otro lado, en el segundo bloque, los compromisos giran en torno al patrimonio natural de Andalucía y se propone la elaboración de una estrategia del paisaje, la recuperación de especies en peligro de extinción, la difusión del patrimonio natural andaluz y el fomento de los entornos urbanos con los naturales, entre otros asuntos.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Los temas relacionados con el agua, los residuos y la calidad del aire se recogen en tercer lugar. En este apartado los socialistas apuestan por la aprobación de una estrategia andaluza de sostenibiliad urbana y la culminación del proceso de creación de una nueva administración del agua, unida a la aprobación de un nuevo marco legal para la gestión del ciclo integral del agua.

El fomento y la recuperación del uso de las riberas de los ríos y arroyos y la puesta en marcha de un plan de reutilización de aguas residuales en los cascos urbanos son otras de las propuestas incluidas.

La cuenca andaluza del Guadalquivir centra el cuarto bloque. Las medidas recogidas están vinculadas, entre otros aspectos, a la elaboración de un programa de actuación integral del Guadalquivir, con el objetivo de convertir al río en uno de los ejes fundamentales del progreso económico y social de Andalucía, que incluirá la ampliación de sus usos como cauce fluvial.

Por último, en el bloque número 5 aparecen los temas relacionados con la protección del litoral, en el que se recogen tan sólo dos medidas de las 50 relacionadas con el medio ambiente como son la elaboración de planes de emergencia para los espacios naturales marinos y la dotación de una red de centros de recuperación de especies marinas.

7.1.4 Elecciones del año 2012

El PSOE basa su programa de corte socialdemócrata en la continuidad de lo hecho en materia ambiental, menor desempleo y mejora de las políticas ambientales hacia el empleo verde, el desarrollo territorial y medioambiental como oportunidad para lograr un mayor desarrollo

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

económico y para el crecimiento de los sectores productivos tradicionales, el bienestar y la calidad de vida de las personas, prescindiendo del momento y las posibilidades reales.

El programa electoral socialista cuenta con más de una treintena de propuestas, de las 885 incluidas, que se agrupan principalmente en torno al desarrollo de nuevos proyectos de tecnologías renovables, con el fin de cumplir con los objetivos de la Unión Europea y mantener el liderazgo tecnológico y favorecer la cohesión territorial, y el refuerzo de la Estrategia de Ahorro y la Eficiencia Energética.

Entre las medidas concretas, que suponen el 3,6 por ciento del total, destacan las relacionadas con el apoyo a la reconversión de plantas de generación tradicionales en renovables, como puede ser la construcción de campos solares al lado de plantas de ciclo combinado para que funcionen con la misma turbina; y con el fomento de proyectos térmicos o eléctricos de biomasa, en combinación con un ambicioso programa de reforestación inspirado en un principio de gestión ordenada de los bosques.

Asimismo, también aparecen iniciativas destinadas a la incorporación de la austeridad energética en el sistema productivo, propiciando la reducción de costes (electricidad y comestibles) y mejorando la competitividad, y a la promoción del cambio de cultura energética hacia un mayor ahorro en todas las autoridades públicas.

El empleo verde es otro de los puntos fuertes del programa electoral, con el objetivo de alcanzar los 200.000 empleos en 2020, así como la conversión de la política medioambiental en motor de desarrollo

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

socioeconómico, reconociendo su potencialidad como yacimiento de empleo.

Además, se hace hincapié en la ordenación del territorio con criterios sostenibles y la puesta en marcha de la estrategia andaluza de sostenibilidad urbana y el impulso de las denominadas *smart city*.

La progresiva implantación del turismo sostenible en Andalucía con la apuesta por el desarrollo rural y la puesta en valor del patrimonio natural es otra de las apuestas que recoge el PSOE en su programa electoral, junto a iniciativas como la creación de un consejo andaluz de agricultura ecológica, que ayude a fomentar la comercialización de productos ecológicos.

7.1.5 Conclusiones

El PSOE-A concibe desde el mismo punto de vista cada uno de los programas electorales medioambientales a lo largo de lo que va del siglo XXI. La protección medioambiental y de los recursos forestales e hídricos han sido los principales ejes de cada una de las elecciones autonómicas, a los que se ha ido sumando, en función del momento social y económico, otros planteamientos como el cambio climático o el desarrollo a través del cambio de modelo productivo.

La importancia que otorgan los socialistas a lo largo de los cuatro comicios es similar en relación al número global de propuestas recogidas en cada uno de los programas electorales, con porcentajes que se sitúan en todos los casos por debajo del 10 por ciento, siendo los años 2004 y 2012 cuando menos atención se presta a esta materia con tan sólo un 4,2 y 3,6 por ciento respectivamente (Ver gráfico 7.1).

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Pero pese a que la cifra de compromisos definidos en los distintos programas se ha mantenido en el tiempo, la relevancia que se ha dado a los temas y el foco en el que se ha prestado mayor atención ha ido cambiando desde el inicio de los años 2000. Mientras que en las primeras elecciones del nuevo milenio y en las de 2004 las propuestas se incluían en capítulos más amplios, a partir de 2008 éstas contaban con epígrafes específicos.

En el año 2000, el programa medioambiental aparece disperso en varias partes y en el 2004 aparece en un epígrafe más amplio relacionado con la economía y el bienestar social, y en ambos casos, las propuestas no superan el medio centenar.

Se habla por primera vez del cambio climático en el año 2004 con el compromiso de que el 15 por ciento de la energía que se consuma en Andalucía proceda de energías renovables, pese a que los riesgos medioambientales y climáticos ya habían sido marcados en las cumbres de Río (1992) y Kioto (1997). Hasta 12 años después no aparece con fuerza este tipo de cuestiones en el marco de unas elecciones en una de las regiones europeas más propensas a sufrir el cambio climático.

Pero sin duda, la apuesta firme por esta materia se produce en el año 2008, dando un paso más allá en la reducción de un hasta de un 19 por ciento de los gases de efecto invernadero sobre lo establecido en 2004, y de un 20 por ciento de las emisiones contaminantes por parte del transporte y la de un 8,3 por ciento del consumo energético.

Un caso parecido es el de la Agenda 21, que es aprobada en la Cumbre de Río de 1992, y no se incluye hasta el programa de 2004, después de que la Estrategia Andaluza de Desarrollo Sostenible fuera aprobada en enero de ese mismo año.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

En 2008, se sigue trabajando en esta misma línea y se recoge el impulso de la red de ciudades sostenibles Ciudad 21, junto a medidas de ahorro energético y mayor inversión en materia medioambiental respecto al desarrollo e innovación (I+D+i).

El contexto económico y social de cada momento también condiciona el programa medioambiental. En este sentido, coincidiendo con el boom inmobiliario, los socialistas proponen la puesta en marcha de medidas que paliaran el desarrollo urbanístico a través de un gran pacto político e institucional con el fin de llegar a crear también espacios para la convivencia y facilitando la movilidad.

Esto mismo ocurre, en las elecciones más marcadas por la crisis económica como las de 2012, que se convierten en las que menos atención se presta a las cuestiones medioambientales, pese a que el programa electoral es uno de los analizados de mayor extensión con casi 900 propuestas concretas, las iniciativas de este tipo se quedan en el 3,6 por ciento del total.

Igualmente, influenciado por la crisis, el PSOE utiliza el medio ambiente como herramienta para crear empleo, con el objetivo de llegar a los 200.000 puestos de trabajo en 2020 en este sector, convirtiendo a su vez la política medioambiental en motor de desarrollo socioeconómico.

En cuanto al cambio climático, éste también pasa a un segundo plano, la mención más cercana se realiza en torno al desarrollo de nuevos proyectos de tecnología renovables, con el fin de cumplir con el objetivo de normativas superiores como la de la Unión Europea.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Las propuestas sobre el agua son también líneas argumentales que se mantienen durante todos los programas electorales basadas en la disponibilidad del recurso, y la creación de leyes que garanticen su consumo.

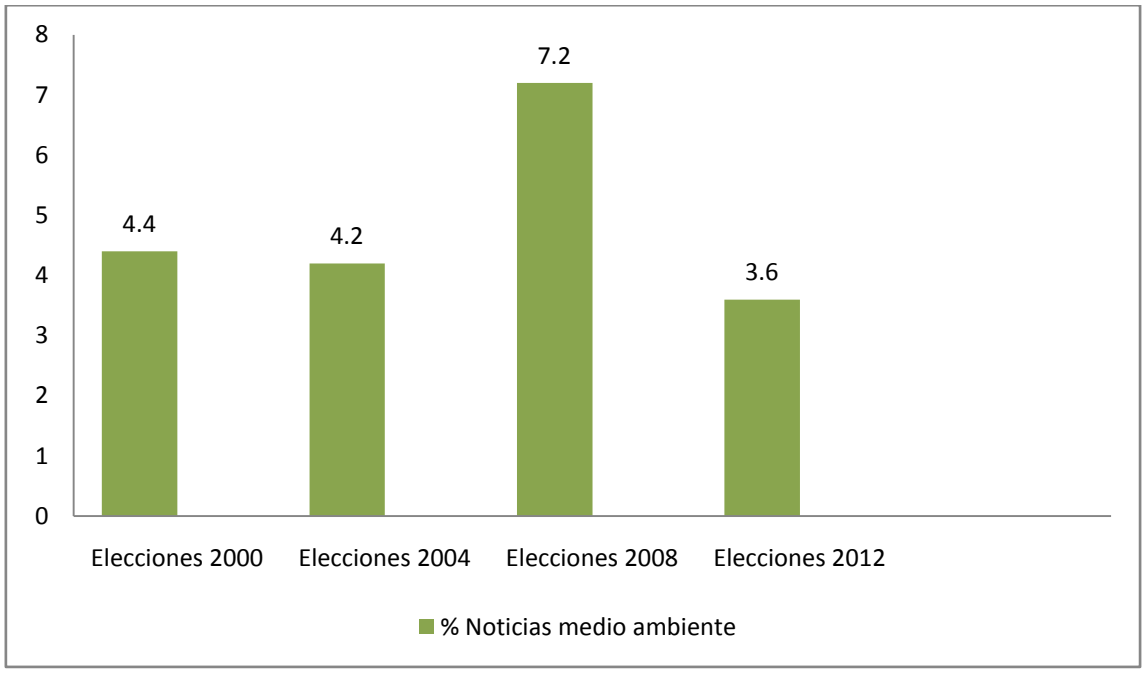


Gráfico 7.1: Elaboración propia.

7.2 Partido Popular

7.2.1 Elecciones del año 2000

Bajo el lema *La mejor política para Andalucía,* el Partido Popular de Andalucía presenta su programa electoral para el año 2000 distribuido en cuatro grandes bloques, que a su vez se subdividen en apartados que incluyen las propuestas que realiza para cada una de las áreas de gestión y gobierno.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Los bloques aparecen bajo los epígrafes *La Andalucía de la Convergencia y la Competitividad, Andalucía del Pleno Empleo, La Persona: Eje Esencial de la Acción de Gobierno y Hacia una Nueva Administración*.

En el primer bloque, se incluyen las materias de economía y hacienda, educación, medio ambiente, agua y política hidráulica, infraestructuras, desarrollo del mundo rural, Andalucía y la Unión Europea y cooperación internacional. Mientras que en el segundo se incorporan los temas relacionados con el empleo, la industria, la agricultura y ganadería, el comercio, el turismo y la pesca.

En los bloques tercero y cuarto se encuentran la sanidad, vivienda, drogas, mujer, juventud, menores, mayores, discapacitados, minorías, inmigrantes, pobreza, cultura, deporte, la reforma y modernización de la administración, función pública, justicia, fortalecimiento de los ayuntamientos y comunicación social.

Cada uno de los apartados sigue el mismo esquema. Se realiza un balance de la situación de la materia en cuestión, se incluye la alternativa del PP y las medidas de gobierno a adoptar en caso de ganar las elecciones autonómicas.

El eje principal del PP en materia medioambiental para estas elecciones está relacionado con el ámbito urbano situando en un segundo plano la conservación y mejora del medio ambiente como medio de crecimiento económico y la protección de los espacios verdes.

Como medidas de gobierno, se incluyen en este apartado 10 grandes propuestas que de desgranan en otras específicas que completan el programa electoral, y que van desde la creación de una consejería de medio ambiente y agua, la puesta en marcha de acciones para convertir la

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

política medioambiental en motor socioeconómico andaluz y la elaboración vinculadas al medio ambiente urbano como son la aprobación de un dictamen de calidad ambiental o la creación de un plan de medio ambiente urbano.

Asimismo, el PP incorpora actuaciones específicas para el medio ambiente rural, la gestión integral de residuos, con la elaboración de un plan de eliminación y sellado de vertederos y la construcción de una planta de tratamiento y reciclaje de plásticos agrícolas en la provincia de Huelva, y la conservación de la biodiversidad, en la que se incluye la aprobación de planes de desarrollo sostenible para los 23 parques naturales de Andalucía y de leyes como la de la caz y pesca fluvial.

El programa medioambiental se completa con medidas de mejora del patrimonio forestal, la elaboración de un plan de ordenación de los recursos naturales del litoral, el impulso del voluntariado y la participación ciudadana y propuestas de I+D+i en el medio ambiente.

En total, las propuestas de los populares andaluces para las elecciones del 2000 en Andalucía, que se distribuyen a lo largo de 10 páginas, suman 93 medidas específicas orientadas a la mejora y protección del medio ambiente en la región, que a su vez se agrupan en un total de 10 grandes propuestas.

El PP separa de las medidas medioambientales las relacionas con el agua y las políticas hidráulicas, que se recogen en otro apartado y están orientadas a garantizar el abastecimiento, la depuración y su gestión.
El programa electoral del PP aglutina 282 propuestas que a su vez se dividen en otras concretas en cada área de gestión de las que un 3,5 por ciento de las mismas están relacionadas con el medio ambiente y la sostenibilidad, y ninguna de ella hace referencia al cambio climático.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

7.2.2 Elecciones del año 2004

El programa electoral del PP para los comicios autonómicos de 2004 consta de un total de ocho volúmenes en los que se recogen las propuestas divididas por áreas temáticas que van desde la economía, la educación, la cultura y el deporte a los derechos sociales, el medio ambiente y la ordenación del territorio pasando por temas relacionados con la seguridad y la justicia y la reforma de las administraciones locales y autonómica.

En esta ocasión, el lema de campaña elegido fue *Andalucía Más y Mejor,* que aparece como eje vertebrador del programa, en el que el medio ambiente comparte protagonismo con el urbanismo y las infraestructuras en un mismo volumen.

El PP vuelve como en las anteriores elecciones andaluzas a basar sus propuestas medioambientales en el desarrollo sostenible de los entornos urbanos. Las principales preocupaciones reflejadas en el programa electoral están vinculadas a la protección y conservación del medio ambiente como herramienta para aumentar la calidad de vida de los ciudadanos, al crecimiento económico sostenible, a garantizar el uso del recurso del agua a todos los andaluces y al tratamiento adecuado de los residuos.

Para ello, las medidas se agrupan en dos bloques diferenciados en un total de 10 páginas. En el primero, denominado *Conservar el medio ambiente y la calidad de vida,* se recogen un total de 16 grandes propuestas que dan lugar a otras especificas, entre las que se encuentran la elaboración del II Plan Andaluz de Medio Ambiente 2005-2010, como instrumento de programación del conjunto de objetivos y acciones a desarrollar, así como

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

su financiación, y la puesta en marcha de un plan estratégico andaluz para el control y la mejora de la calidad del aire.

Asimismo, en este apartado el PP incluye varias medidas orientadas al tratamiento de residuos sólidos en Andalucía. Entre las propuestas, aparecen la aprobación de una ley de gestión integral de residuos de la comunidad autónoma y la revisión y actualización del Plan Director de Residuos Sólidos Urbanos de Andalucía, con el objetivo de multiplicar por dos la capacidad de recogida y el tratamiento de residuos en la región, a lo que se une la aprobación del II Plan Andaluz de Residuos Peligrosos.

El segundo bloque está dedicado a las medidas de gestión de los recursos naturales. En éste, el Partido Popular andaluz incluye propuestas sobre la biodiversidad y el cambio climático, para lo que propone la revisión de la estrategia andaluza contra este fenómeno.

En esta parte, el programa aboga por el fomento del transporte público como medida para reducir la contaminación ambiental, políticas de ahorro energético y la promoción de energías renovables, así como de iniciativas orientadas a la concienciación medioambiental.

En total, el PP incorpora en su programa electoral más de 70 medidas en pro de la protección medioambiental en Andalucía, lo que suponen un 6,8 por ciento del más de un millar de propuestas incluidas, y de las que 3 medidas están relacionadas con el cambio climático. Concretamente, propone la revisión de la Estrategia Andaluza contra el Cambio Climático, definiendo nuevamente los indicadores, plazos, medidas normativas de futuro, los planes interdepartamentales y transversales, la evaluación periódica para constatar objetivamente el cumplimiento y su financiación. A lo que se suma, la promoción junto a los sectores productivos implicados de todas aquellas actuaciones encaminadas a incrementar la

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

absorción de CO2 en coordinación con políticas forestales y agrícolas y el fomento del uso del transporte público y combustibles de menor impacto.

Como ya hiciera en las anteriores elecciones, los populares separan de las propuestas sobre el medio ambiente el tratamiento del agua y ofrecen una amplia batería de propuestas orientadas a la protección de los recursos hídricos y a la búsqueda de alternativas que hagan frente a su escasez.

7.2.3 Elecciones del año 2008

El PP-A cambia de candidato en relación a las dos últimas elecciones andaluzas y presenta a Javier Arenas al frente de un programa electoral que lleva como lema *Cambiar a mejor es posible,* y se divide en cuatro grandes bloques compuestos por propuestas específicas para cada una de las áreas de gestión.

Las medidas se agrupan en las siguientes partes: preámbulo, grandes reformas, apuesta por servicios de primera y Andalucía en España y Europa. El medio ambiente es tratado en el segundo bloque y dentro de un sub apartado denominado *Vivienda y ordenación del territorio,* en el que comparte espacio con otras materias como la vivienda, el urbanismo y las infraestructuras.

A lo largo de 14 páginas, el PP detalla un total de 97 propuestas que se incluyen en seis apartados, que suponen el 6,7 por ciento de la totalidad del programa que aglutina a más de 1440 iniciativas. En el primero de ellos, se dedica al cambio climático y a sus consecuencias y propone la creación de la Oficina Andaluza contra el Cambio Climático, la elaboración de una estrategia andaluza de desarrollo sostenible y contra el cambio climático así como la puesta en marcha de un plan integral de reforestación y apuesta para conseguir que el 12 por ciento de la energía

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

proceda de fuentes renovables. En total, son tres medidas relacionadas con el cambio climático.

La política forestal centra el segundo bloque, en el que se recogen medidas destinas a luchar contra la erosión y la desertificación, la elaboración de un catálogo de montes públicos de Andalucía, la reordenación del Plan INFOCA y la aprobación de un protocolo de actuaciones para atajar los grandes incendios forestales, paliar las consecuencias económicas que provocan y garantizar la igualdad de trato de las administraciones ante este tipo de catástrofes.

El PP dedica el tercer apartado a la política del agua, que en comicios anteriores constituía un bloque separado al medio ambiente. Entre las propuestas, se encuentran la firma de un nuevo pacto por el agua, el trasvase del Ebro, mayor inversión para Andalucía dentro del Plan Hidrológico Nacional, la elaboración de la Ley General de Aguas de Andalucía y la aprobación del Plan de Actuación contra la Sequía. Igualmente, en este apartado se presta también atención a las medidas relacionadas con la depuración de las aguas y la potabilización de las mismas.

En cuarta posición, aparece la calidad ambiental para la que el PP propone la revisión de la Ley de Gestión Integral de Calidad Ambiental, la aprobación de un plan de emergencia ante la contaminación del litoral andaluz, la realización de un epidemiológico y de una estrategia andaluza para el control y la mejora de la calidad del aire, entre otras.

Por otro lado, y en quinto lugar, los populares andaluces dedican un apartado a las políticas destinadas a la protección de la biodiversidad y al desarrollo sostenible. En este punto, se concretan propuestas destinadas a la elaboración de una estrategia andaluza para la conservación y el uso

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

sostenible de la biodiversidad y la creación de diagnósticos eco-socioeconómicos de los municipios enclavados en los espacios protegidos, así como la revisión y actualización del inventario de especies amenazadas.

Por último, el programa de medio ambiente dedica un espacio a la educación y al voluntariado ambiental, en el que, entre otras mediadas, se incluyen la elaboración de un plan andaluz sobre esta materia y la cooperación con las corporaciones locales para el desarrollo de la Agenda XXI de Andalucía.

Como en programas electorales anteriores, el PP incluye al principio del apartado un pequeño análisis de la situación medioambiental de Andalucía en el momento de la celebración de las elecciones.

7.2.4 Elecciones del año 2012

El cambio y el empleo son la base del programa. El PP plantea su programa ambiental entre las páginas 90-106, referidos a las políticas principales: Política de Agua; Política Forestal; de Biodiversidad y Desarrollo Sostenible; Cambio Climático; Calidad Ambiental; Educación, I+D+i y Voluntariado Ambiental. Nueva Estrategia Andaluza den Sostenibilidad Urbana y Lucha contra el Cambio Climático, de acuerdo con las políticas europea y nacional, desde las ciudades y los pueblos. Nuevo Código Técnico de Urbanización Sostenible de Andalucía.

Las propuestas recogidas en el programa se agrupan en cuatro grandes bloques relacionados con las políticas del agua, el desarrollo forestal, el cambio climático y la calidad ambiental.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

La única noticia difundida durante los días de campaña tiene que ver con el primer bloque del programa electoral, y en el que se recogen un total de 35 medidas concretas que van desde la introducción de cambios en el modelo organizativo, administrativo y de gestión del agua en la comunidad, y la revisión del Pacto del Agua, hasta la modificación de la Ley de Aguas de Andalucía, como instrumento definitivo de su ordenación y gestión en la comunidad.

Además, se incluye la aprobación urgente del Programa de Ahorro en el Consumo del Agua y la culminación de la red andaluza de estaciones depuradoras, para adaptarse a la normativa europea, a lo que se suma la puesta en marcha de normas de explotación de los embalses, la elaboración de un estudio para el conocimiento y control sobre las aguas subterráneas y la colaboración con las comunidades de regantes en un plan de modernización y renovación de las redes de abastecimiento agrícola.

Por otro lado, dentro de la política forestal del PP se incluye la reordenación del Plan Infoca desde la prevención y la participación social; completar el proceso de declaración de los espacios naturales de Red Natura 2000, o la estrategia de recuperación y protección de humedales y ecosistemas de riberas fluviales, entre otros asuntos.

En el apartado tercero del programa popular dedicado a la lucha contra el cambio climático, aparecen, entre otros temas, propuestas dedicadas a favorecer el uso de biocombustibles y el establecimiento de incentivos fiscales para la adquisición de vehículos híbridos o eléctricos, y el fomento del uso del transporte público. En total, son 5 medidas específicas.

En el bloque siguiente se recogen apuestas programáticas para revisar la Ley de Gestión Integral de Calidad Ambiental, de manera que se garantice

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

su aplicación y la seguridad jurídica de los administrados, y la elaboración del Mapa Andaluz de Balsas Mineras y un Plan de Gestión de Lodos Mineros, entre otros. Mientras que en el último apartado del programa se dedica a incentivar la investigación I+D+i a través de la elaboración de planes de formación específicos para profesionales vinculados al medio ambiente, y la creación de manera coordinada y consensuada con los sectores implicados del Colegio Oficial de Ambientólogos de Andalucía.

Las propuestas medioambientales en el programa electoral de los populares para las elecciones de 2012 suponen el 5,8 por ciento de las 597 medidas recogidas en cada uno de los apartados.

7.2.5 Conclusiones

El PP-A mantiene prácticamente la misma estructura en cada uno de los programas electorales con los que se presenta en las elecciones autonómicas en Andalucía desde el año 2000. En cada uno de ellos, los populares incluyen al principio del apartado un pequeño análisis de la situación medioambiental de Andalucía en el momento de la celebración de los comicios.

El volumen de propuestas medioambientales recogidas varía en función del año, pero nunca llega a superar el 10 por ciento del total de medidas, aunque se duplican las iniciativas planteadas entre los años 2000 y 2004, pasando del 3,5 por ciento al 6,8 por ciento. Un porcentaje que se mantiene en las de 2008 con un 6,7 por ciento, para caer un punto en las de 2012 (Ver gráfico 7.2).

El eje de las dos primeras elecciones es el desarrollo sostenible de los entornos urbanos. Las principales preocupaciones del PP en materia medioambiental están vinculadas a la protección y conservación del

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

medio ambiente como vía para aumentar la calidad de vida de los ciudadanos.

El PP también se apunta igual que el PSOE a recoger en su programa electoral medidas relacionadas con el cambio climático, y lo hace también a partir de 2004. En este año, se proponer como novedad en este campo la revisión de la estrategia andaluza, a lo que se suma la promoción junto a los sectores productivos implicados de todas aquellas actuaciones encaminadas a incrementar la absorción de CO2 en coordinación con políticas forestales y agrícolas así como el fomento del transporte público.

Pero el cambio climático alcanza mayor protagonismo en las elecciones autonómicas de 2008, que aparece como primera prioridad en el programa electoral, proponiendo la creación de la Oficina Andaluza contra el Cambio Climático, la elaboración de una estrategia andaluza de desarrollo sostenible y contra el cambio climático. Mientras que en el año 2012, este fenómeno es abordado a través de un total de cinco medidas específicas, entre las que se encuentran el fomento del uso de biocomustibles y el establecimiento de incentivos fiscales para la adquisición de vehículos híbridos o eléctricos.

Una tendencia que se mantiene en los últimos comicios analizados, en los que vuelve a tener relevancia todos los temas relacionados con esta materia, haciendo hincapié de nuevo en la puesta en marcha de una nuestra estrategia climática en la región.

Otra de las constantes en los programas electorales de esta formación política es el tratamiento que se le da a los recursos hídricos. El agua adquiere mayor importancia en las dos primeras elecciones analizadas en las que aparece en un apartado propio, mientras que a partir de 2008 aparece junto a las propuestas de medio ambiente.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

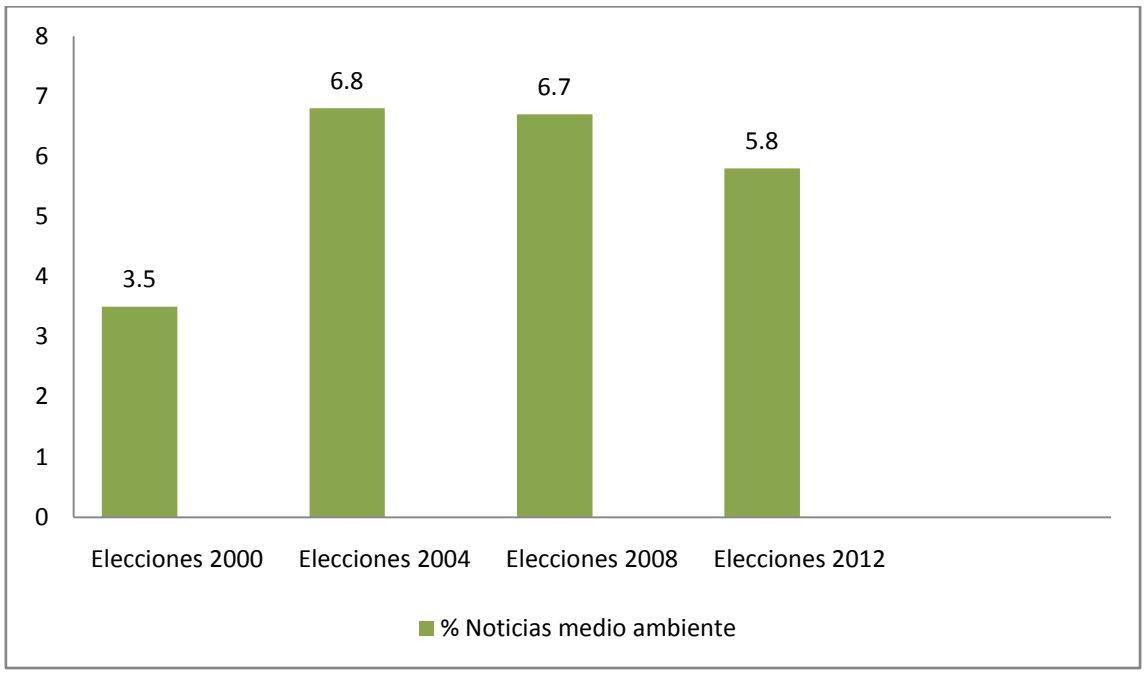


Gráfico 7.2: Elaboración propia.

7.3 IU

7.3.1 Elecciones del año 2000

IULV-CA presenta a las elecciones autonómicas del año 2000 un extenso programa que roza el millar de propuestas agrupadas en un total de 16 capítulos, en las que el 1,5 por ciento de las mismas están dedicadas al medio ambiente, que a su vez aparece unido a la política territorial. El resto de de apartados tienen que ver con la Administración andaluza, la economía y el empleo, la agricultura, la pesca, la salud, los servicios sociales, la educación, la cultura, el deporte, la comunicación, la mujer, la juventud, los mayores, el colectivo LGTB y la cooperación.

A lo largo de 50 páginas, la coalición de izquierdas detalla sus medidas en favor del medio ambiente. En una primera parte, aparecen todas las iniciativas vinculadas al desarrollo y ordenación del territorio. En ella, se

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

aboga por la modificación de la Ley del Suelo, para "hacer frente a los procesos especulativos", e impulsar la planificación territorial de Andalucía desde un modelo de desarrollo territorial "ecológicamente sostenible, socialmente justo y territorialmente equilibrado".

Asimismo, se apuesta por la creación de ciudades y pueblos sostenibles desde el punto de vista medioambiental, para lo que se propone, entre otros, la puesta en marcha de una red de parques periurbanos, y cambiar la política de la vivienda.

Por otra parte, IULV-CA propone la elaboración de un plan energético andaluz para fomentar el uso de las energías renovables, la puesta en marcha de una compañía de ahorro energético en Andalucía así como de campañas de concienciación y formación ciudadana en esta materia, entre otras muchas medidas.

La calidad de las aguas y la política hidráulica son otros de los apartados que se incluyen en el epígrafe general sobre medio ambiente. Entre las medidas, la coalición de izquierdas se compromete a realizar de modio prioritario y urgente las actuaciones necesarias para logar la transferencia de las confederaciones hidrográficas en territorio andaluz a la Junta de Andalucía, y a crear el Consejo Andaluz Asesor del Agua.

En el capítulo de protección medioambiental, se propone la puesta en marcha de planes de interconexión entre los espacios naturales protegidos y montes públicos de la comunidad, la introducción de corredores ecológicos y la ampliación del Parque Natural de Doñana, junto a la concesión a la Junta de Andalucía de todos los espacios naturales del territorio.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

En esta misma línea proteccionista, destaca también la apuesta por la defensa de los animales a través de la regulación de las actividades agropecuarias y la erradicación de los métodos inhumanos que se emplean en la cría de ganado y en las explotaciones avícolas, y la aplicación de un mejor método de transporte para el ganado, entre otras.

En cuanto al reciclaje y la política de residuos, IULV-CA recoge en su programa electoral iniciativas encaminadas en la reducción de la producción de residuos y su posterior reciclado, por lo que propone la elaboración de leyes y normativas para incentivar este tipo de políticas y castigar las prácticas inadecuadas que van en contra del medio ambiente.

La contaminación atmosférica y la calidad del aire son otras de las preocupaciones de la izquierda que propone la realización de estudios sobre el estado en el que se encuentran en las distintas ciudades andaluzas para proceder a desarrollar programas específicos para disminuir su impacto sobre la población.

Otro de los aspectos importantes es la inclusión de ecotasas, que son consideradas como un elemento más de la necesaria reforma de la contabilidad de la administración a partir de criterios ecológicos.

Además, aparece un apartado dedicado a los alimentos transgénicos, para los que pide que se exija el establecimiento de un eficiente control social antes de la comercialización del organismo manipulado genéticamente en el sentido de demostrar su inocuidad para la salud, así como proceder a su etiquetado correcto e idóneo.

Por último, IULV-CA destaca la importancia de la participación y la educación ambiental a través de la creación de comisiones

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

medioambientales para que puedan participan todo el mundo en los diseño de las políticas medioambientales.

7.3.1 Elecciones del año 2004

El programa de gobierno con el que IULV-CA para las elecciones autonómicas de 2004 consta de un total de 615 propuestas que se agrupan por materias en 12 grandes bloques que van desde la economía, el desarrollo sostenible, el urbanismo y el medio ambiente hasta las energías renovables, la agricultura y pesca, la minería y el turismo, pasando a su vez por el bienestar social y los servicios sociales y la cultura y la cooperación.

Las medidas vinculadas al medio ambiente suponen el 20,6 por ciento de los compromisos recogidos y aparecen vinculadas a la política territorial y al desarrollo sostenible. En este sentido, la coalición de izquierdas propone el desarrollo de la Ley de Ordenación Urbanística de Andalucía y medidas urgentes en materia de vivienda y suelo, así como la elaboración de un plan de desarrollo sostenible de Andalucía.

En cuanto a la política hidráulica, los compromisos recogidos tienen que ver con la elaboración de un plan hidrológico regional, en el que se incluyen programas específicos para la prevención en origen de la contaminación de las aguas, su rehabilitación y el establecimiento de límites en la regulación de los recursos hídricos.

En materia de protección medioambiental, IULV-CA dirige sus políticas a la reelaboración de los planes de desarrollo sostenible ya aprobados, a la puesta ne marcha de programas para la conservación y restauración de las zonas húmedas y a la interconexión de los diferentes espacios naturales

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

protegidos, así como la ampliación del Parque Natural de Doñana, entre otras medidas.

Por otro lado, los problemas de contaminación atmosférica y la calidad del aire son abordados en el programa electoral, entre otras propuestas, a través del inicio de programas de investigación orientados a universalizar el uso de bio-indicadores en la medición y control de este tipo de contaminación en las ciudades andaluzas y en estudios de modelización de la calidad del aire, que permitan conocer las áreas de dispersión y concentración media de cada uno de los contaminantes en los ámbitos urbanos de Andalucía.

En el apartado de la prevención, la coalición de izquierdas incluye propuestas relacionadas con los tributos y contabilidad ambiental. A este respecto, habla, entre otros asuntos, del desarrollo de un cuerpo de contabilidad pública que integre las externalidades sociales y ambientales que se producen en el conjunto de los sectores económicos de la región, y de la aprobación de la denominada fiscalidad ecológica.

Otra de las preocupaciones son los alimentos transgénicos, para los que se propone el impulso desde Andalucía de la revisión de la normativa española relativa a la experimentación con organismos genéticamente modificados, el establecimiento de una moratoria sobre este tipo de investigaciones y la creación de un banco andaluz de semillas.

Para Izquierda Unida, la solución de los problemas ambientales depende en gran medida de la actuación de los ciudadanos para lo que se compromete en su programa electoral en crear, impulsar y democratizar comisiones de participación en diferentes ámbitos con el objetivo de enriquecer y hacer participativos los diseños de las políticas ambientales en Andalucía.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Igualmente, las energías renovables son valoradas por su gran potencial para el impulso de un nuevo modelo de desarrollo por las posibilidades que ofrecen para la descentralización energética, la protección del medio ambiente y el desarrollo de políticas de ordenación del territorio orientadas al reequilibrio territorial.

En este punto, entre las medidas propuestas, destacan la elaboración de un nuevo plan energético andaluz dirigido a conseguir la sustitución del 20 por ciento de la energía primaria convencional por renovables en el horizonte del año 2010; y los programas de instalación de paneles solares térmicos hasta alcanzar los tres millones de metros cuadrados y fomento de la energía fotovoltaica.

7.3.3 Elecciones del año 2008

El medio ambiente es uno de los ejes del programa electoral de IULV-CA para las elecciones autonómicas de 2008. Las 528 propuestas se agrupan en seis grandes bloques, en los que se incluyen políticas para el desarrollo sostenible y la democracia económica, el empleo y la vivienda, bienestar social, igualdad y cohesión social, comunicación y federalismo.

Los compromisos medioambientales se detallan extensamente y suponen el 22,5 por ciento del total del programa y aparecen unidos al desarrollo del territorio en primer lugar, y distribuidos en 13 apartados.

En el número uno, se describen las propuestas relacionadas con el concepto de medio ambiente urbano a partir de la puesta en marcha de ciudades y pueblos sostenibles y saludables. Entre las iniciativas destacan el desarrollo de la Ley de Ordenación Urbanística de Andalucía, la aprobación de la Ley del derecho a la Vivienda de Andalucía y las

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

reformas de las leyes de ordenación del territorio. Igualmente, se incluyen propuestas orientadas a establecer un transporte menos contaminante con la vertebración del territorio a través de ferrocarril, entre otras medidas.

En cuanto a la política energética en Andalucía y la lucha contra el cambio climático, la coalición de izquierdas propone, entre otras 23 iniciativas concretas, la elaboración de un nuevo plan energético andaluz, la eliminación progresiva de las centrales térmicas y la creación de un tributo que grave la energía en función del CO2 emitido por cada unidad de energía producida.

La política hidráulica y la calidad de las aguas son otros de los focos sobre los que centra su atención IULV-CA de cara a las elecciones de 2008. Específicamente se compromete, entre otros asuntos, a que las transferencias de las confederaciones hidrográficas a la Junta de Andalucía vayan acompañadas de la dotación de recursos económicos y humanos suficientes, a la elaboración del Plan Hidrológico de Andalucía, a la realización de políticas efectivas de protección de los recursos hídricos frente a la contaminación y al estudio de la calidad de las aguas del litoral andaluz.

Para llevar a cabo una protección efectiva de los espacios naturales, se apuesta principalmente por reelaborar los planes de desarrollo sostenible, por poner en marcha un programa para la conservación y restauración de las zonas húmedas de Andalucía y la aprobación de una nueva ley autonómica de espacios naturales protegidos.

Asimismo, el programa recoge la necesidad de potenciar el Plan Forestal Andaluz, haciendo hincapié en las potencialidades ambientales y económicas derivadas del papel de los bosques como sumideros de

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

carbono y la aplicación de instrumentos de fiscalidad ambiental asociados a mecanismos de compensación de emisiones de CO2.

En el capítulo de protección y defensa de los animales, la coalición de izquierdas propone la aprobación de una nueva ley de protección y defensa de los derechos de los animales a fin de establecer unas normas generales de protección y para la regulación específica que vaya más allá de la dirigida a los animales domésticos y de compañía.

Para obtener una mayor calidad de aire y acabar con la contaminación atmosférica y lumínica en Andalucía, se propone fomentar el uso de la iluminación pública eficiente y políticas más efectivas en contra del ruido. Por otro lado, IULV-CA aboga por la creación de tributos ambientales y una fiscalidad verde, mayor control a los alimentos transgénicos y una mayor participación y educación ambiental en la región.

7.3.4 Elecciones del año 2012

"Andalucía con más fuerza, rebélate" es el eslogan escogido por IULV-CA para concurrir a las elecciones autonómicas de 2012 en Andalucía con un programa electoral que incluye un total de 935 propuestas en total distribuidas en siete grandes bloques centrados en el Estatuto de Autonomía, el empleo y la economía, los servicios sociales, el medio ambiente y el desarrollo del territorio, la igualdad, la cultura y la cooperación.

Los compromisos medioambientales de la coalición de izquierdas suponen el 9 por ciento del total de propuestas planteadas en el programa electoral, sin contar las relacionadas con la ordenación del territorio que también se aplican con criterios ecológicos. Las iniciativas se agrupan en su vez en diez apartados: política energética, agua, gestión del

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Guadalquivir, espacios naturales protegidos, gestión de los residuos, contaminación atmosférica, fiscalidad ecológica, transgénicos, protección de los animales y educación infantil.

Según recoge el programa, el objetivo para IULV-CA es cambiar la tendencia de creciente consumo y esquilmación de recursos naturales a través de un desarrollo social y ecológicamente sostenible dentro de un modelo económico concebido para atender las necesidades básicas de las personas.

Así, propone en la sección destinada a la política energética la aprobación de un plan energético andaluz con el fin de obtener la soberanía energética del territorio a través de la energía solar, eólica e hidráulica y la creación de un plan de ahorro energético, entre otras medidas.

En cuanto al agua, IULV-CA aboga por la puesta en marcha de una política de aguas basada en el ahorro y la eficiencia, así como en la gestión de la demanda, garantizando un mínimo universal a través de políticas tarifarias por tramos de consumo y renta familiar. Asimismo, se incluyen medidas orientadas a la concienciación sobre los problemas del agua.

Vinculado a las políticas hidráulicas, aparece en un apartado específico la gestión del río Guadalquivir, en el que se apuesta por mantener la unidad de gestión de la demarcación hidrográfica, que comprende toda la cuenca fluvial y aguas costeras, sean cuales sean las divisiones administrativas del territorio, así como por llevar a cabo una planificación y gestión integradora designando los comités de autoridades competentes para la aplicación de sus normas.

En relación a la política de espacios naturales protegidos, aparecen recogidos planes de desarrollo sostenible destinados a aprovechar de

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

modo social y ecológicamente sostenible todos sus recursos con el objetivo de elevar la calidad de vida de sus habitantes, así como poner en marcha las determinaciones de la Directiva Hábitats, relativa a la conservación de los espacios naturales y de la fauna y flora silvestres, como factor clave para frenar la pérdida de diversidad biológica.

Establecer políticas destinadas a la reducción de la producción de residuos peligrosos en su origen, la creación de empresas de reciclaje integral y la aplicación de una ecotasa sobre los envases difícilmente reciclables son algunas de las propuestas del apartado destinado a la gestión de residuos.

En lo que se refiere la contaminación atmosférica, la coalición de izquierdas se compromete en su programa electoral a regular nuevos límites más estrictos que ofrezcan mayores garantías para la salud ciudadana y el medio ambiente.

Para IULV-CA es necesario el impulso de los denominados tributos medioambientales, considerados como un elemento más de la necesaria reforma de la contabilidad a partir de criterios ecológicos, así como de una nueva orientación del gasto público con criterios de sostenibilidad.

Los alimentos transgénicos centra otra de las preocupaciones de la coalición de izquierdas, para los que exige el establecimiento de un eficientes control social antes de la comercialización de organismos manipulados genéticamente para demostrar la inocuidad y compatibilidad de estos nuevos organismos manipulados, así como la aplicación de un etiquetado correcto e idóneo.

Por último, el programa medioambiental recoge propuestas destinadas a mejorar las condiciones de vida de los animales destinados al consumo

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

humano con medidas orientas a limitar el sufrimiento animal y el transporte de los mismos, junto a otras que prohíben el maltrato con fines lúdicos y festivos.

7.3.5 Conclusiones

La apuesta por el medio ambiente y la sostenibilidad por parte de IULV-CA ha sido firme durante las elecciones celebradas en Andalucía desde el año 2000. Aunque la coalición comenzó el nuevo milenio dedicando tan sólo un 1,5 por ciento (de un millar de propuestas) del programa electoral al medio ambiente, esta cifra ha ido creciendo de forma exponencial en convocatorias sucesivas.

Así, en el año 2004 el número de iniciativas medioambientales planteadas alcanzó el 20,6 por ciento del total de propuestas, creciendo al 22,5 por ciento en 2008. En 2012, la cifra se reduce al 9 por ciento, pero sigue siendo mayor al porcentaje que destinan otras formaciones políticas durante todas las elecciones (Ver gráfico 7.3).

La coalición de izquierdas ya incluye propuestas en el año 200 en relación al cambio climático. Muestra su preocupación por la contaminación atmosférica y la calidad del aire en distintas ciudades andaluzas. Una tendencia que se mantiene en el resto de los programas electorales.

Mientras que en el año 2004 se habla de estos mismo conceptos a través del inicio del programas de investigación orientados al uso de bio-indicadores y la mejora de la calidad del aire, en 2008 el interés crece y proponen un total de 23 iniciativas concretas, entre las que se encuentran la elaboración de un nuevo plan energético andaluz, la eliminación progresiva de las centrales térmicas y la creación de un tributo que grave

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

la energía en función del CO2 emitido por cada unidad de energía producida.

Aunque la importancia que se le da al cambio climático disminuye en las elecciones de 2012, IU mantiene su apuesta por este asunto y vuelve a comprometerse a regular nuevos límites más estrictos que garanticen una mejor calidad de vida a la ciudadanía.

La calidad del agua y las políticas hidráulicas son temas recurrentes en cada uno de los programas estudiados a través de la elaboración de planes hidrológicos regionales y la gestión del río Guadalquivir, con el objetivo en todos ellos de garantizar el suministro a todos los andaluces.

El desarrollo económico sostenible y la implantación de una fiscalidad "verde" es otra de las constantes que mantiene la coalición de izquierda durante todos sus programas electorales. En este sentido, IULC-CA propone, entre otras propuestas, el desarrollo de un cuerpo de contabilidad pública que integre las externalidades sociales y ambientales que se producen en el conjunto de los sectores económicos de la región, así como la aprobación de una fiscalidad ecológica.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

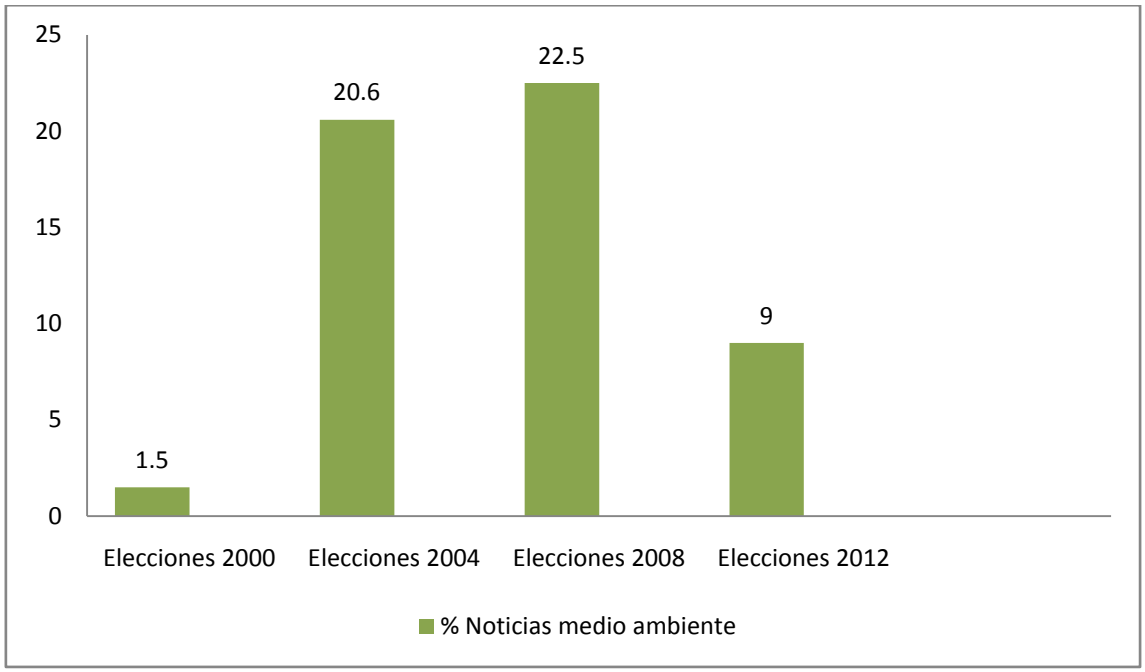


Gráfico 7.3: Elaboración propia.

7.4 Conclusiones generales

La formación política que más atención ha prestado en su programa electoral a los temas relacionados con el medio ambiente ha sido IU-Los Verdes CA, que pese a que inauguró el nuevo mileno con una apuesta pequeña sobre este tema al suponer el volumen de propuestas medioambientales tan sólo el 1,5 por ciento, esta cifra creció hasta superar el 20 por ciento en el año 2008. En cambio, tanto el PSOE como el PP nunca superaron el 10 por ciento del total de promesas incluidas en sus respectivos programas electorales.

A tenor de las cifras, el compromiso mostrado por la coalición de izquierdas es superior tanto a la otra fuerza política de izquierdas en el caso del PSOE y a la de derechas en el del PP. Todos presentan una pauta común en el desarrollo de los programas medioambientales. PSOE, PP e IU van aumentando el número de sus propuestas en función iba avanzando el siglo XXI hasta el año 2012, en el que motivado por un contexto generalizado de crisis económica los grupos políticos de

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

izquierda disminuyen considerablemente el porcentaje de propuestas medioambientales respecto a las dos convocatorias anteriores.

En el caso del PSOE, se pasa de un 7,2 por ciento en el año 2008 a un 3,6 por ciento en el 2012. Mientras que IU, baja de un 20,6 por ciento en 2004 y un 22,5 por ciento en 2008 a menos de la mitad, situándose en los últimos comicios objeto de este estudio en un 9 por ciento. El PP por su parte mantiene prácticamente la misma cifra entre los años 2008 y 2012, al pasar de un 6,8 por ciento a un 6,7 por ciento (Ver gráficos).

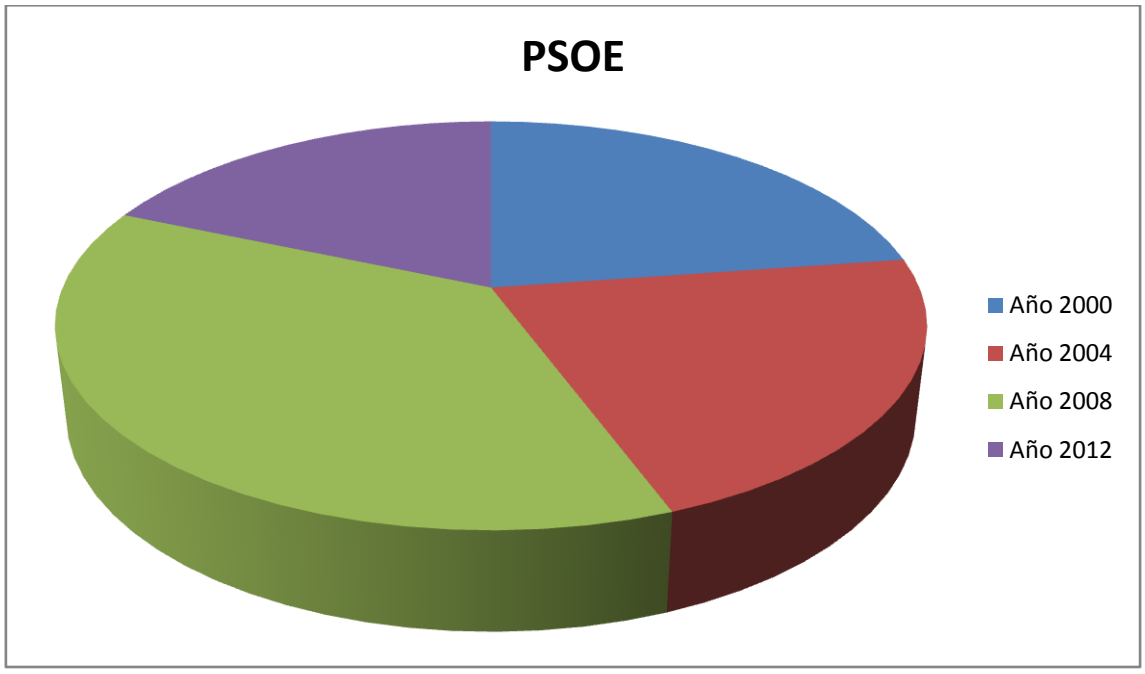


Gráfico 7.4: Elaboración propia.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

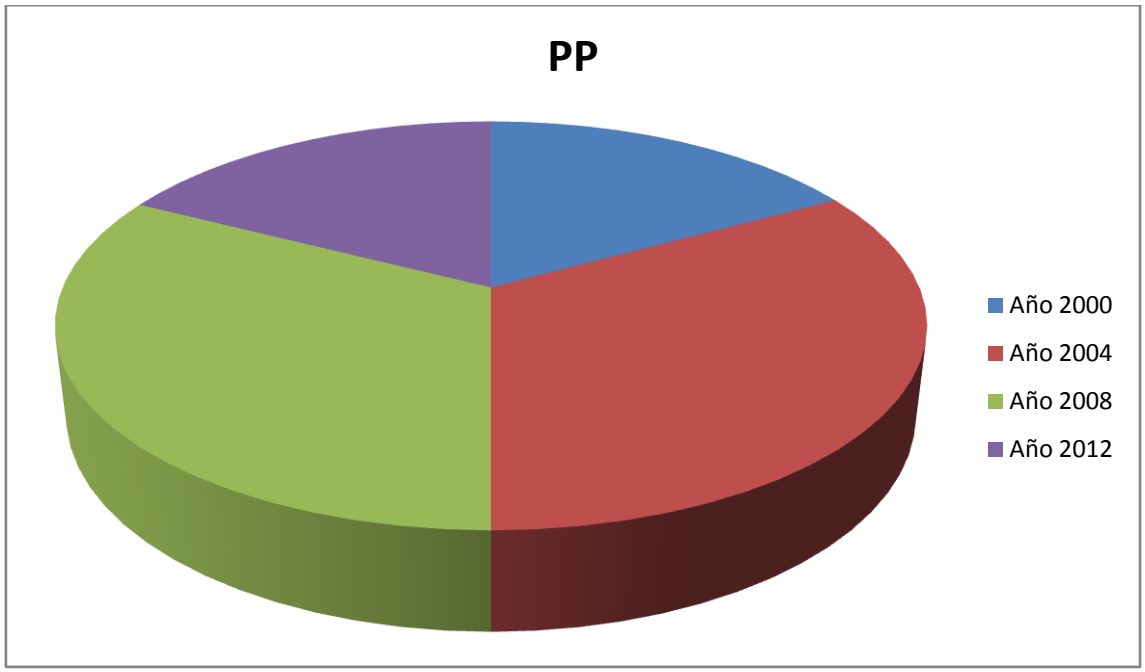


Gráfico 7.5: Elaboración propia.

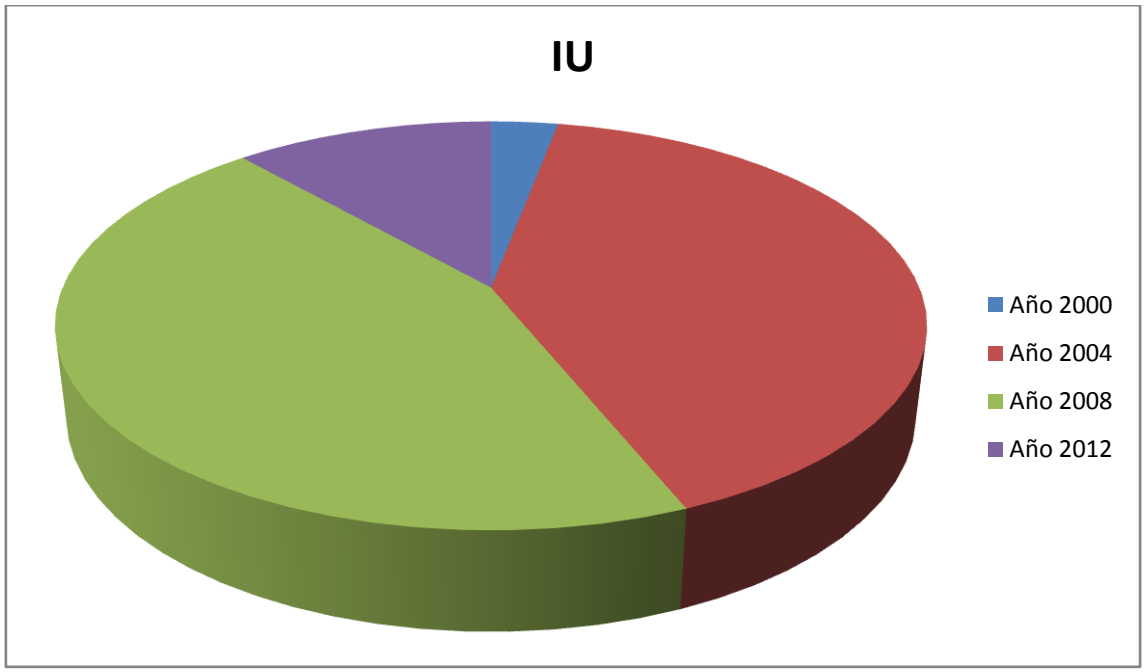


Gráfico 7.6: Elaboración propia.

Izquierda Unida es el partido político que más compromiso ha mostrado con el cambio climático. Fue el primero en introducir estos asuntos en su programa electoral en el año 2000, mientras que el PSOE y PP no lo incluyen hasta 2004 y de forma muy tímida. Cuestiones tan relevantes

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

para una región de las características de Andalucía no son tenidas en cuenta con fuerza por parte de los socialistas y populares hasta el año 2008.

La coalición de izquierdas se adelanta a las otras dos fuerzas políticas y propone al principio del milenio medidas relacionas con la contaminación atmosférica y la calidad del aire en distintas ciudades andaluzas. Frente a tres medidas que registra el PP en el año 2004, IU propone un total de 23 medidas concretas en el año 2008, entre las que se encuentran la elaboración de un nuevo plan estratégico andaluz y la creación de un tributo que grave la energía en función del CO2 emitido por cada unidad de energía producida.

En el caso de los socialistas, el hecho de que el PSOE haya gobernado Andalucía desde el inicio de la democracia de forma ininterrumpida hace que se observe una continuidad y una coherencia programática a lo largo del tiempo analizado. Los programas se desarrollan y se mantienen en el tiempo como el Plan de Medio Ambiente de Andalucía que se mantiene entre los años 2004-2010. Por otro lado, los programas electorales del PP están muy marcados por ser un partido que ha estado siempre en la oposición y nunca ha gobernado. En este sentido, en cada uno de sus programas electorales los populares han incluido primero un diagnóstico detallado de la situación medioambiental en Andalucía, para a continuación, plantear sus propuestas sobre esta área.

La preocupación por los recursos hídricos y la calidad del agua son temas recurrentes para cada unos de los partidos. En la mayoría de las ocasiones las propuestas son incluidas en apartados diferenciados respecto al medio ambiente, lo que les otorga cierta notoriedad en relación a las demás promesas que se incluyen en los distintos programas.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

CAPÍTULO VIII
ANÁLISIS DE LOS DATOS: EL PAÍS, EL MUNDO Y ABC

8.1 Análisis cuantitativo

En el siguiente capítulo se lleva a cabo el análisis de contenido de la información medioambiental publicada durante las campañas electorales seleccionadas en las ediciones andaluzas de los periódicos de información general *El País, El Mundo* y *ABC*. Como ya se planteó en el apartado metodológico, los datos que se exponen a continuación son el resultado de la aplicación de una ficha de análisis en la que se recogen los principales hitos a considerar en esta investigación.

En total, se ha analizado una relación de 1.233 informaciones publicadas por estos medios de comunicación durante las cuatro campañas electorales andaluzas comprendidas entre los años 2000 y 2012 en Andalucía. Concretamente, se ha llevado a cabo el estudio de las noticias difundidas entre las siguientes fechas:

- 26 de febrero y 11 de marzo de 2000
- 28 de febrero y 13 de marzo de 2004
- 22 de febrero y 7 de marzo de 2008
- 10 de marzo y 24 de marzo de 2012

Del volumen de textos analizados, únicamente el 3 por ciento del total está relacionado con asuntos medioambientales, mientras que el restante 97 por ciento tiene que ver con otro tipo de temática vinculada al propio desarrollo de la campaña electoral. Por tanto, la muestra útil para esta investigación ha sido de 33 piezas informativas.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

En primer lugar, el análisis se centra en los contenidos publicados por el diario *El País,* para continuar con los difundidos por los periódicos *El Mundo* y *ABC,* y terminar con el tratamiento de los datos desde un punto de vista cualitativo.

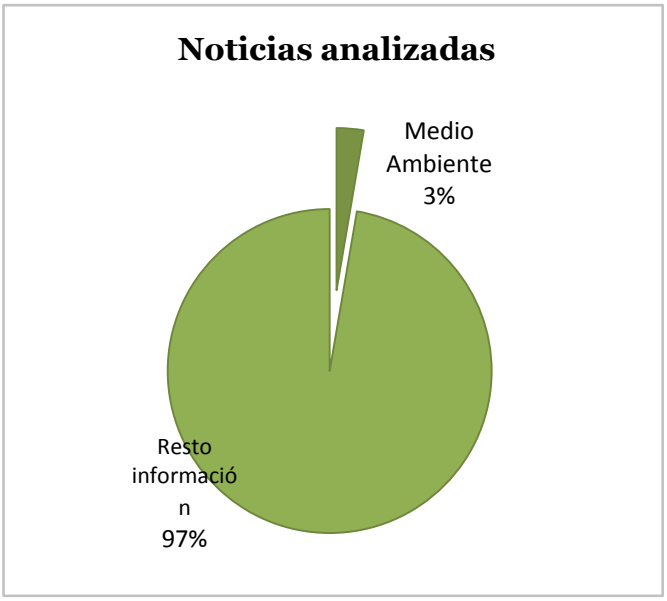


Gráfico 8.1: Elaboración propia.

8.2 Diario *El País*

El total de piezas informativas analizadas en *El País* ha sido de 466, de las que 15 están relacionadas con el medio ambiente, lo que supone el 45,4 por ciento de la cifra global seleccionada en este estudio.

8.2.1 Géneros y origen de la información

Respecto a los textos analizados, su distribución en cuanto a géneros es la siguiente:

Género	
Noticias	8
Reportajes	6
Entrevista	1

El hecho de que casi la mitad de las informaciones sean reportajes hace que el origen de los contenidos sea producto del trabajo del periodista, y no de actos relacionados con el propio desarrollo de la campaña electoral.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Así, el resto de informaciones son producto de declaraciones de alguien relevante de los distintos partidos en tres ocasiones, de una rueda de prensa en dos, y de un mitin o acto de campaña en otra, cuyos porcentajes se recogen en el siguiente gráfico.

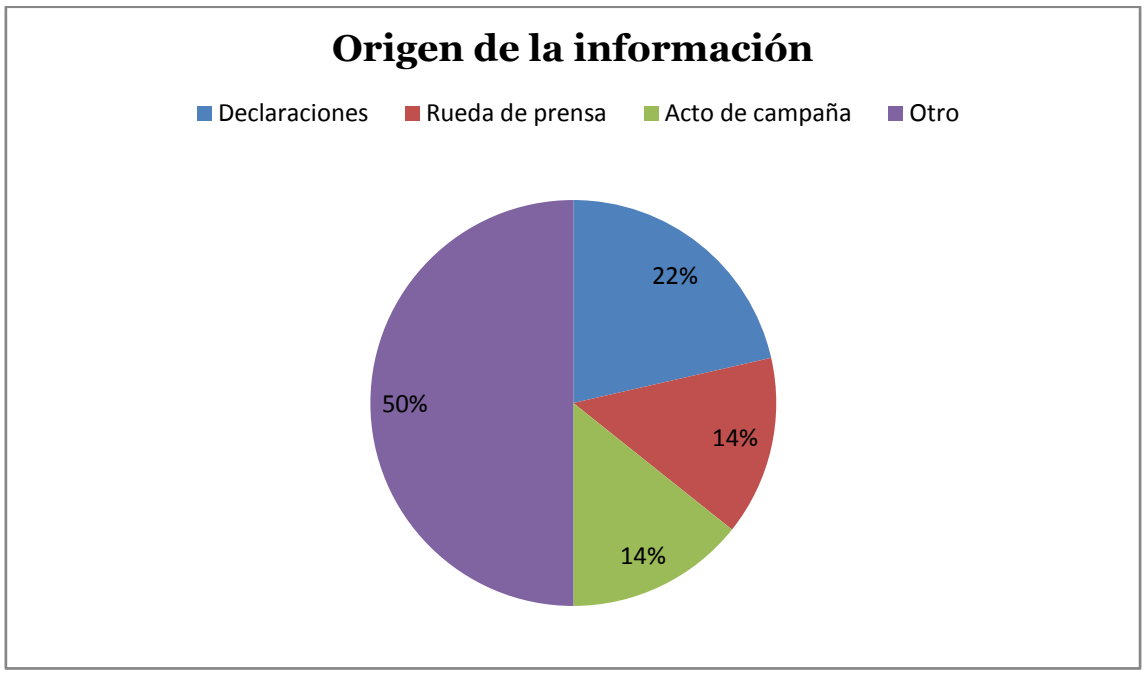


Gráfico 8.2: Elaboración propia.

8.2.2 Fotografía, tamaño de la información y posición en página

De las 15 piezas seleccionadas para este estudio, un total de 9 informaciones contienen una fotografía, y en una ocasión la noticia es ilustrada a través de una infografía, mientras que en el resto no aparece ningún tipo de imagen sobre el acontecimiento en cuestión.

Elementos gráficos	
Si	9
No	5
Infografía	1

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

El tamaño más utilizado es el de cuatro columnas, que aparece en 6 informaciones diferentes, seguido por el de 5, seleccionado para construir la información tres veces. Así, noticias con 3, 2 y 1 columna son publicadas en dos ocasiones cada una de ellas.

En cuanto al emplazamiento en las páginas, sólo en una ocasión este tipo de asuntos abre el cuadernillo de Andalucía, y en un total de ocho noticias la información relativa al medio ambiente supone la apertura de la página en la que se encuentra. En el resto de casos, los temas se ubican en una posición de salida. Por otra parte, 8 de las 15 informaciones aparecen en páginas pares.

8.2.3 Tipo de fuentes

La media de fuentes utilizadas por este periódico para realizar sus contenidos está entre 1 y 2 por noticia, con las que se confecciona la información en 10 noticias. El resto de piezas cuentan con 3 fuentes en tres ocasiones y con 2 en un total de cuatro informaciones.

Nº de fuentes	Nº de noticias
1	7
2	3
3	3
4	2

Las fuentes son en su mayoría de origen político, al utilizarse hasta en 10 ocasiones diferentes. Pero *El País* recurre también con frecuencia a organizaciones no gubernamentales vinculadas al medio ambiente para realizar sus noticias, realizándolo seis veces, y en menor proporción a las

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

propiamente institucionales y a la de expertos como científicos. En este último caso, este tipo de fuentes son consultadas en 5 ocasiones cada una.

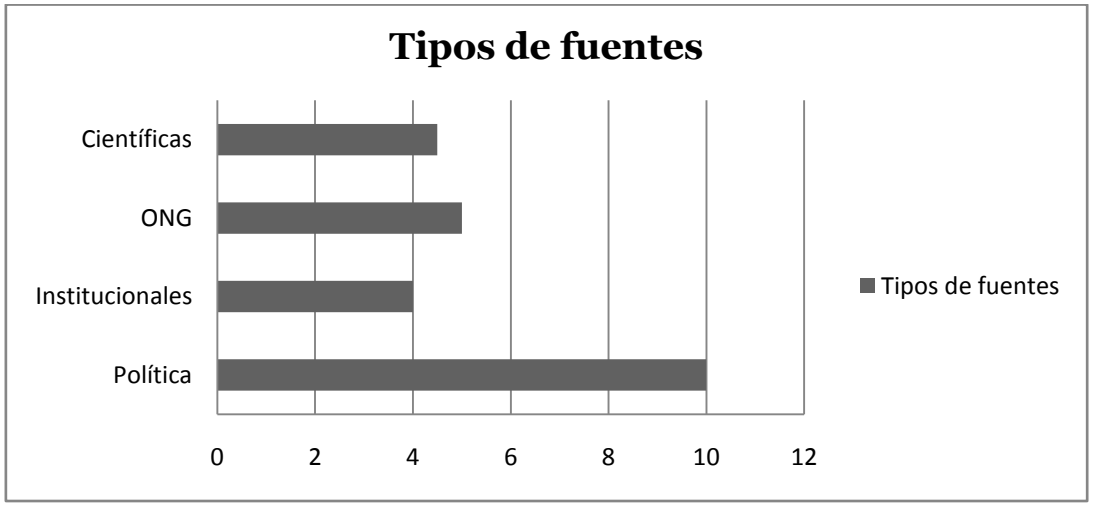


Gráfico 8.3: Elaboración propia.

8.2.4 Asuntos tratados

En cuanto a los asuntos tratados por este periódico, los más abordados son la protección medioambiental y el cambio climático, en un total de 6 piezas informativas, seguidos por los temas relacionados con las energías renovables, que es tratado hasta en tres ocasiones. Por último, se informa también una sola vez sobre empleo verde, fiscalidad ecológica y zonas verdes.

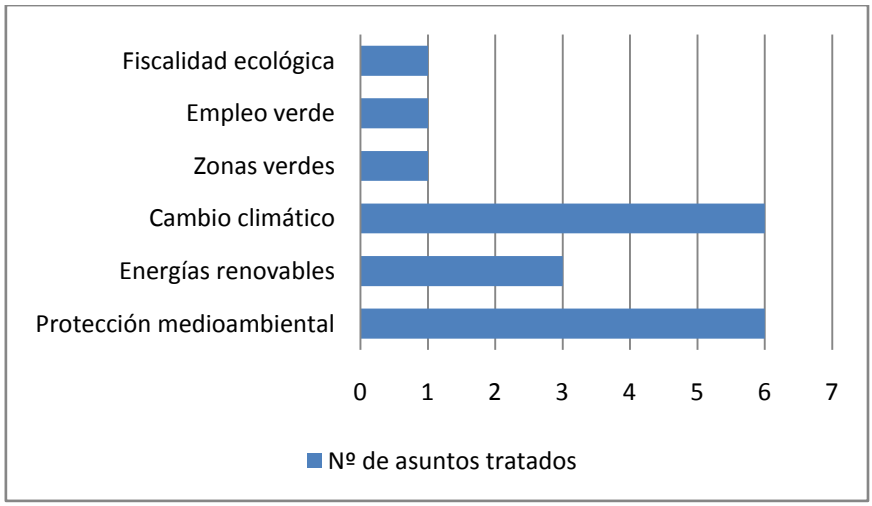


Gráfico 8.4: Elaboración propia.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

En relación a los temas que cada partido político presta mayor atención, se encuentra, en el caso de los socialistas andaluces, el cambio climático como asunto principal, al ser tratado hasta en cuatro ocasiones, seguido por la protección medioambiental, las energías renovables y el agua, que centran el interés del PSOE en dos ocasiones. Otros temas de los que habla a lo largo de las campañas electorales son las zonas y el empleo verde.

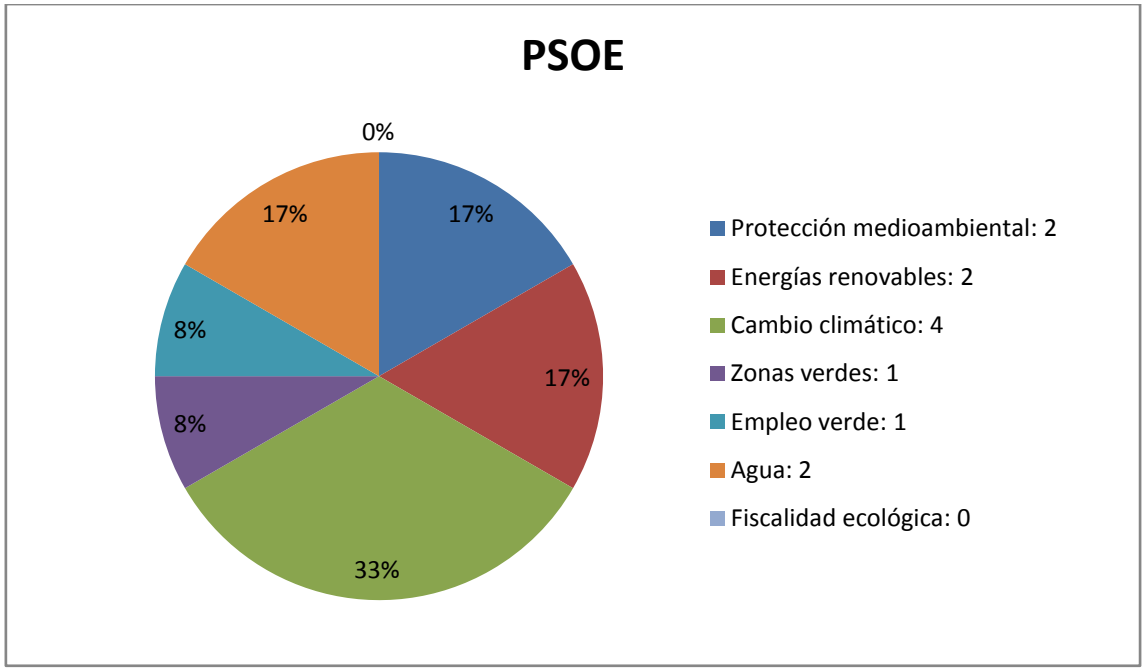


Gráfico 8.5: Elaboración propia.

Los asuntos que más número de veces aparecen en las informaciones relativas al PP son la protección medioambiental y el cambio climático, que son recogidos en tres ocasiones, seguidos por aquellos que tienen relación con el cambio del modelo energético hacia energías limpias y renovables. En menor medida, se aborda el tema del agua y las zonas verdes, que sólo aparecen una vez, así como el empleo verde.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

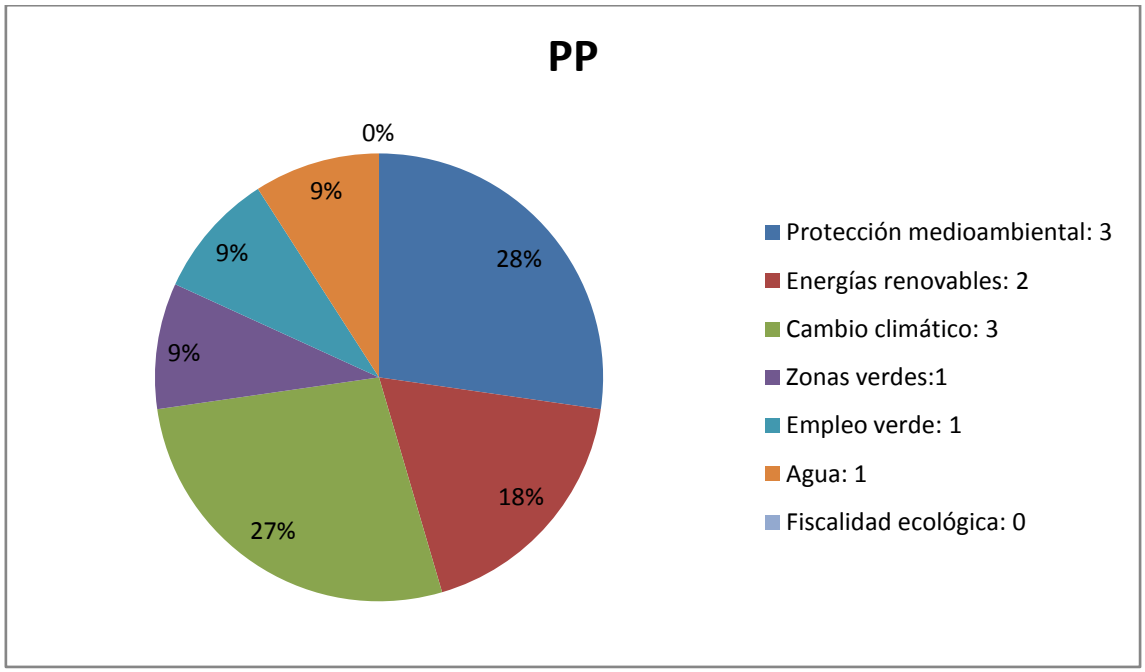


Gráfico 8.6: Elaboración propia.

En el caso de IU, los temas medioambientales que más se abordan son los relacionados con la protección medioambiental, el cambio climático y las energías renovables, que se incluyen en tres piezas informativas cada uno de ellos. En cuanto al resto de temas, recoge tan sólo en una ocasión las zonas verdes, el agua y el empleo verde. Asimismo, es el único partido político que habla de la fiscalidad verde.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

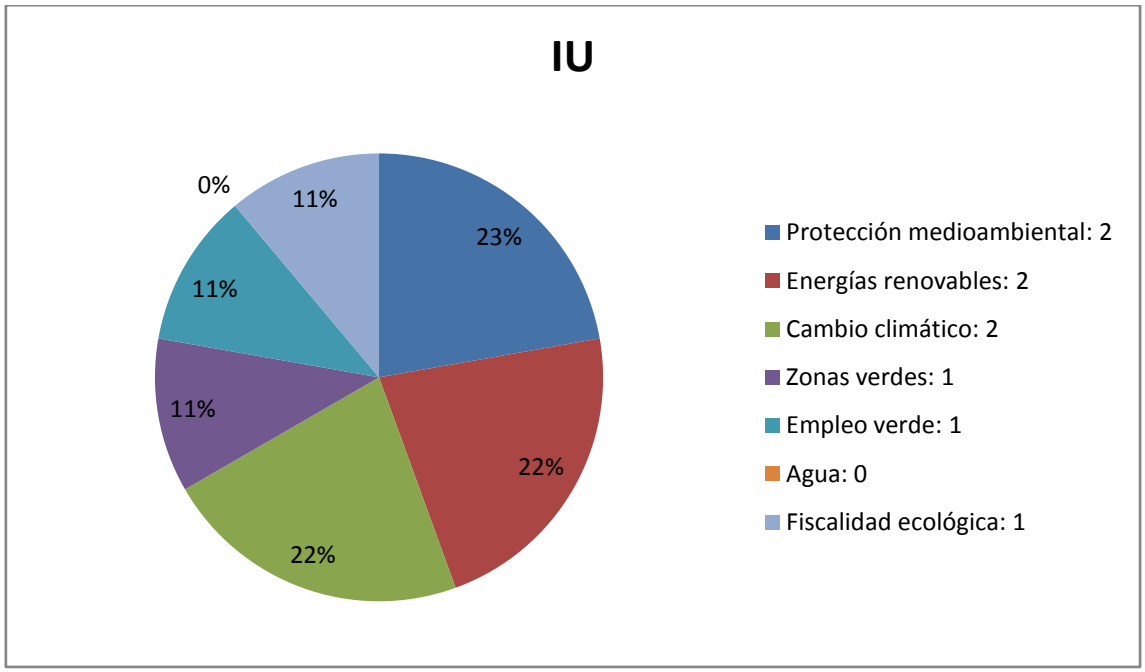


Gráfico 8.7: Elaboración propia.

8.2.5 Protagonistas de la información

Las formaciones políticas a las que hace mayor referencia este periódico respecto a temas medioambientales son el PSOE y el PP, que aparecen en siete de las piezas recogidas para este estudio, mientras que IU lo hace en seis ocasiones. El protagonismo informativo es compartido por las tres fuerzas en tres ocasiones, mientras que PSOE y PP comparten información en dos. Por su parte, la coalición de izquierdas es la fuerza política que más veces centra en solitario una noticia al hacerlo tres veces frente a las dos que lo hacen los socialistas y populares respectivamente.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

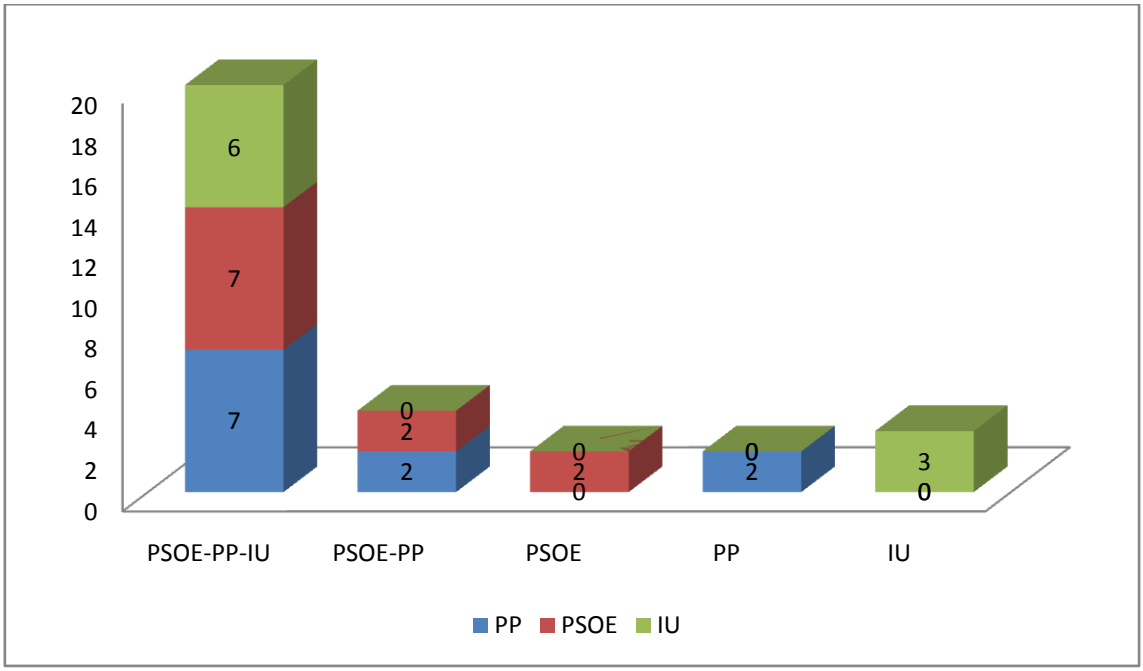


Gráfico 8.8: Elaboración propia.

Los protagonistas que centran la información medioambiental coinciden en la mayoría de las ocasiones con los candidatos de los partidos políticos a presidir la Junta de Andalucía. En el caso del PSOE, *El País* recoge cuatro noticias que hacen referencia a Manuel Chaves, José Antonio Griñán, Cristina Narbona y José Juan Díaz Trillo. En el PP, este diario publica tres informaciones en las que los protagonistas son Javier Arenas, Teófila Martínez y Miguel Arias Cañete. Por último, por parte de IU, es Diego Valderas el que acapara la atención en dos piezas periodísticas.

8.2.6 Ámbito, perspectiva y autoría de la información

El carácter autonómico de las elecciones que centran esta investigación hace que hasta en 12 informaciones diferentes publicadas tengan una cobertura de ámbito regional. En muy pocas ocasiones, el contenido ofrecido se ciñe a un lugar en concreto, al hacerlo sólo en 3 casos distintos. Las ciudades sobre las que se centra la información son Granada, en la que se aborda el cambio climático y se recoge la perspectiva de los tres partidos políticos (PSOE, PP e IU); Almería,

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

centrada en políticas de agua y el trasvase del Ebro, en la que el PSOE es el protagonista, y Huelva, donde se trata también el cambio climático, las energías renovables, la protección medioambiental, el empleo verde y la calidad del aire, y en la que se centran las propuestas de PSOE y PP.

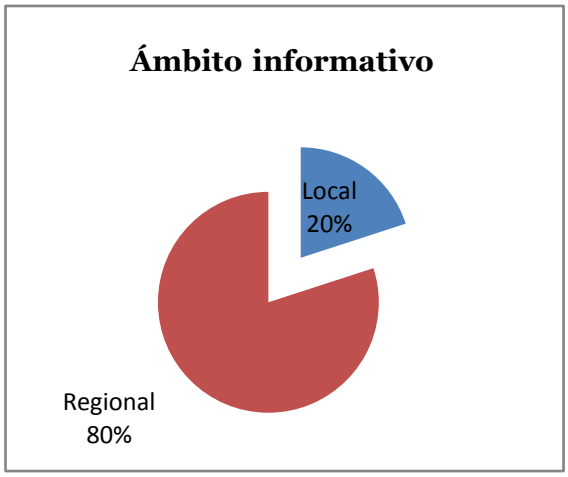
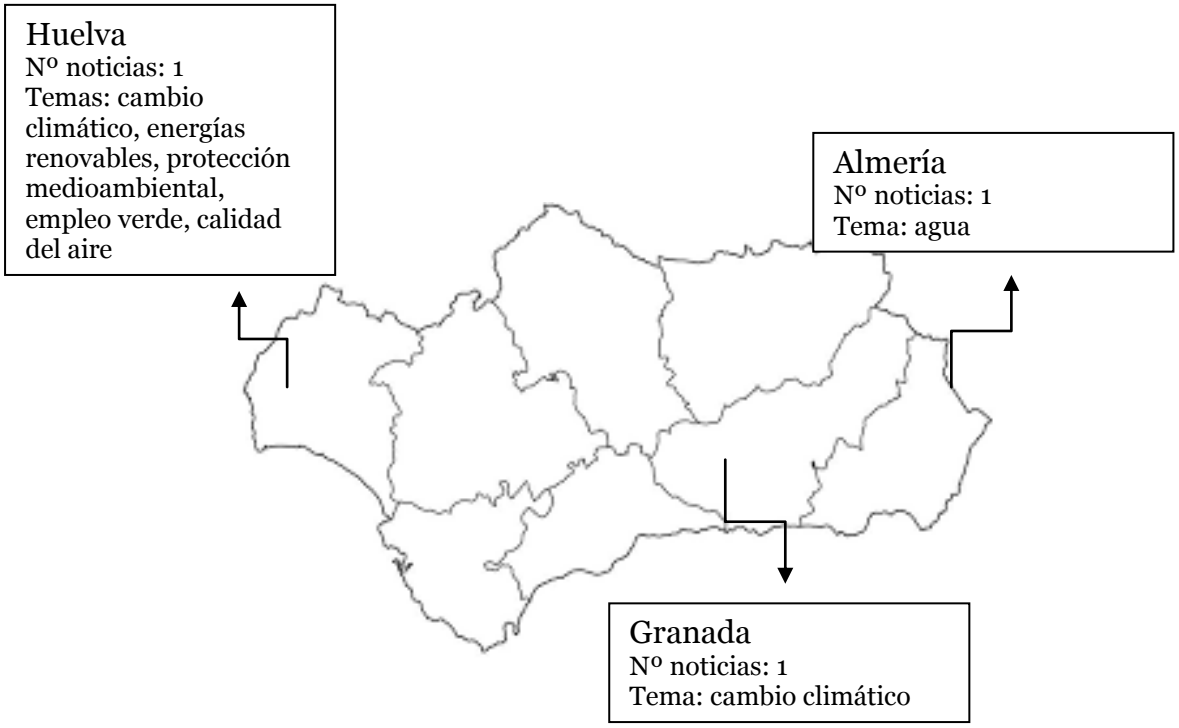


Gráfico 8.9: Elaboración propia.



En cuanto a la perspectiva desde que *El País* aborda las informaciones de contenido medioambiental durante las distintas campañas electorales, en nueve ocasiones presenta los datos desde una vertiente negativa, al considerar que suponen un problema, reduciéndose a un total de seis en las que se hace desde un punto de vista positivo.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Por otro lado, casi la totalidad de los contenidos seleccionados para esta investigación están confeccionados por los propios redactores de *El País* de cada una de las delegaciones territoriales que tiene el periódico en Andalucía. Sólo en un caso la información recogida por este diario proviene de una agencia de noticias.

8.2.7 Distribución de la información por campaña electoral

El período electoral que concentra mayor número de noticias es el correspondiente al año 2008, en el que este periódico recoge el 40 por ciento de las piezas seleccionadas para esta investigación, seguida por la campaña desarrollada en 2004 con un 26,6 por ciento de las mismas. Por otro lado, la atención que presta este medio a este tipo de asuntos durante las contiendas de 2000 y 2012 es muy escasa en relación al número de informaciones publicadas, con 1 y 4 respectivamente.

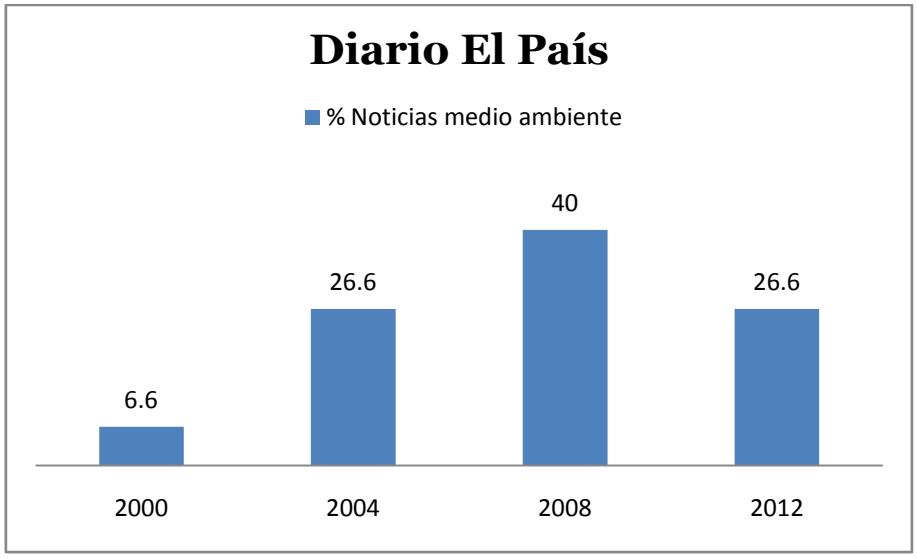


Gráfico 8.10: Elaboración propia.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

8.3 Diario *El Mundo*

La edición andaluza del periódico *El Mundo* recogió durante la celebración de cada una de las campañas electorales investigadas un total de 9 piezas informativas relacionadas con el medio ambiente de las 374 analizadas para este estudio. En cuanto a su relación con el cómputo general de 33 informaciones válidas, este diario aporta el 27,2 por ciento de dicha cifra.

8.3.1 Género y origen de la información

En relación al género utilizado, la distribución es la siguiente:

Género	
Noticias	8
Reportajes	1

En cuatro ocasiones, la información recogida es producto de un acto relacionado con el desarrollo de la campaña electoral, mientras que dos veces la noticia es confeccionada a través de la celebración de una rueda de prensa y en otra a partir de unas declaraciones.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

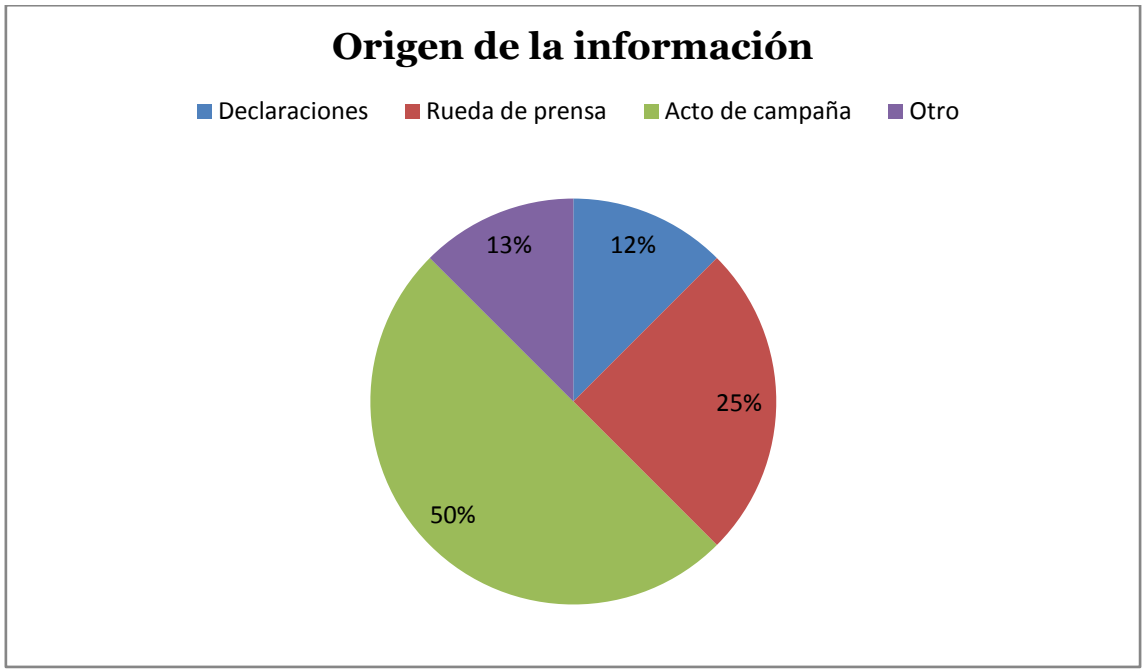


Gráfico 8.11: Elaboración propia.

8.3.2 Fotografía, tamaño de la información y posición en página

En el caso de *El Mundo,* sólo 4 de las informaciones publicadas tienen fotografía, el resto no cuenta con ningún tipo de soporte visual que complemente la noticia como pueden ser infografías o gráficos. En cuanto al tamaño de la pieza periodística, el espacio que se dedican a éstas es pequeño, ya que se recurre sobre todo a la columna, en un total de 3 casos, seguida por las 2 y 4 columnas, que aparecen en 2 ocasiones cada una, mientras que una información más amplia de 5 columnas sólo es utilizada por este medio una vez, igual que la de 3, que también sirve de estructura a una noticia.

En relación al lugar en el que se sitúan las noticias en página en el caso de este diario, en ninguna de las campañas electorales analizadas la información medioambiental es utilizada como apertura de la sección dedicada a las elecciones. Aunque sólo en una ocasión la pieza

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

informativa aparece en una situación de salida, prácticamente la totalidad de las noticias (6) aparecen en páginas pares.

Fotografía	
Si	4
No	5

8.3.3 Tipo de fuentes

El diario *El Mundo* construye prácticamente la totalidad de las informaciones sobre una única fuente. En tan sólo una ocasión utiliza en la realización de un reportaje hasta cuatro fuentes distintas que ayudan a enriquecer la información desde diferentes puntos de vista.

Nº de fuentes	Nº de noticias
1	8
4	1

En cuanto al tipo de fuente, este periódico se decanta principalmente por aquellas que tienen que ver con el partido político en cuestión al que se hace referencia en la información, reproduciéndose esta situación en 7 de las piezas seleccionadas, acudiendo en muy pocas ocasiones a otras expertas o de carácter institucional, que aparecen en tan sólo una noticia cada una.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

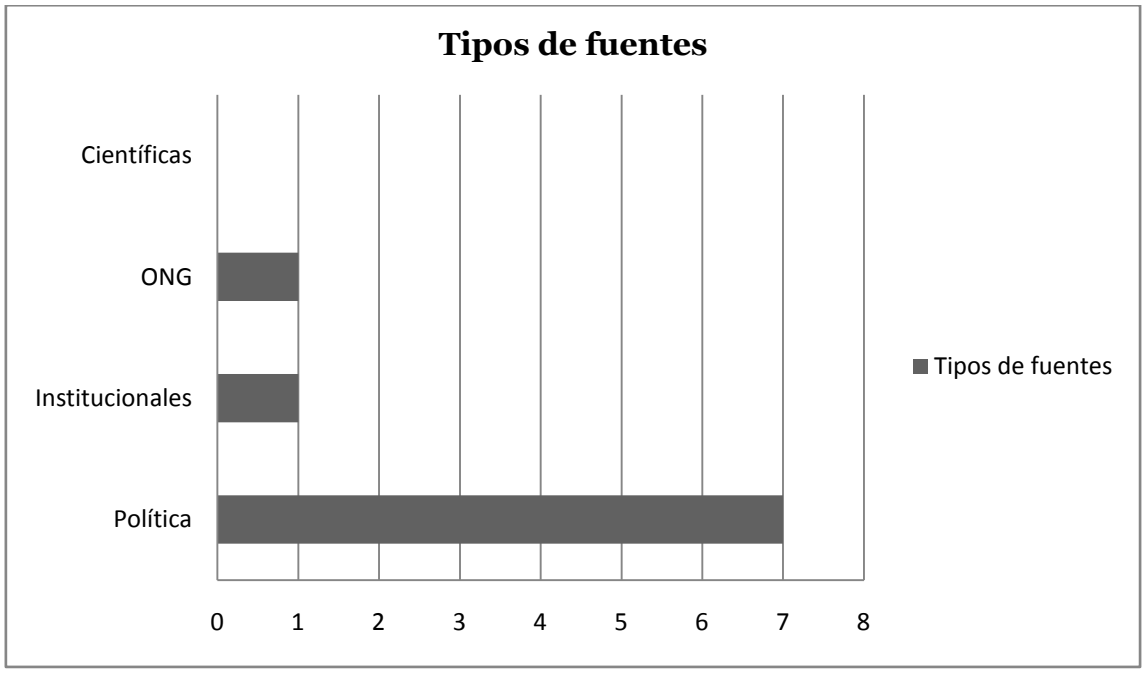


Gráfico 8.12: Elaboración propia.

8.3.4 Asuntos tratados

El asunto medioambiental más tratado por este periódico durante los períodos analizados ha sido la protección y conservación del entorno natural. Este tema acapara la mitad de las informaciones publicadas con un total de 5 piezas, situándose muy por encima del siguiente asunto que más aparece como es las políticas del agua, que son tratadas en dos noticias.

En menor cuantía, este periódico presta también atención a otros temas como son las energías renovables y el reciclaje, así como una protesta auspiciada por Greenpeace y una noticia relacionada con una catástrofe natural.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

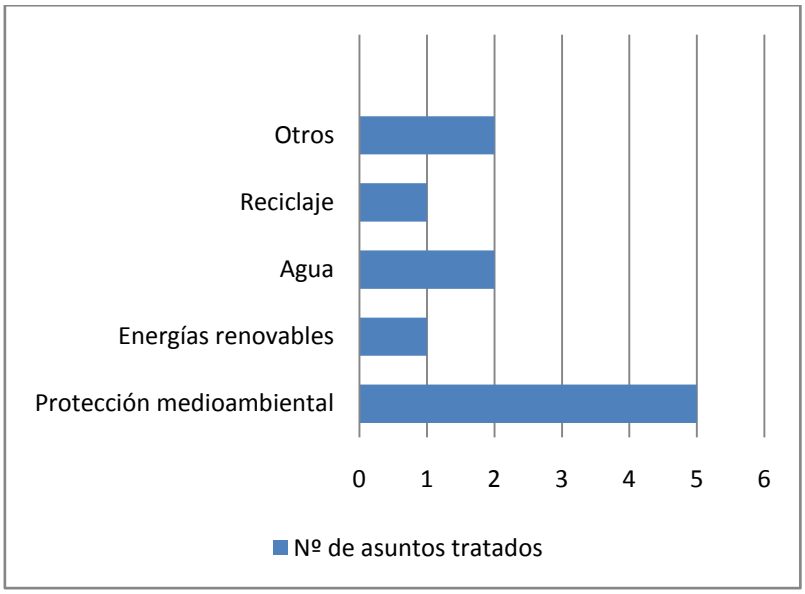


Gráfico 8.13: Elaboración propia.

Por partido político, el tema más recurrente para *El Mundo,* en el caso del PSOE, es la protección medioambiental, que es abordado en dos ocasiones. Mientras que en la tercera información seleccionada vinculada a esta formación política, se trata de una cuestión relacionada con una detención de unos ecologistas de Greenpeace.

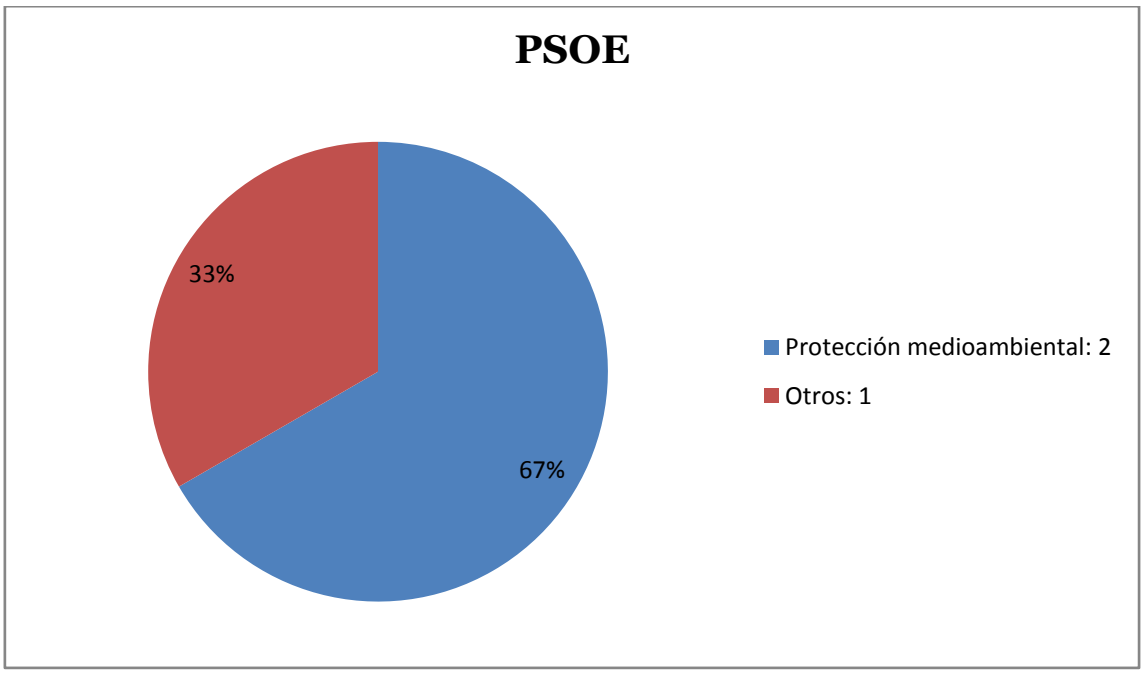


Gráfico 8.14: Elaboración propia.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

En el caso de los populares andaluces, los asuntos medioambientales a los que se hace referencia a lo largo de las campañas electorales analizadas son las políticas del agua, en dos piezas periodísticas, a las que se suman otras dos relacionadas con el reciclaje y a la protección de los entornos naturales.

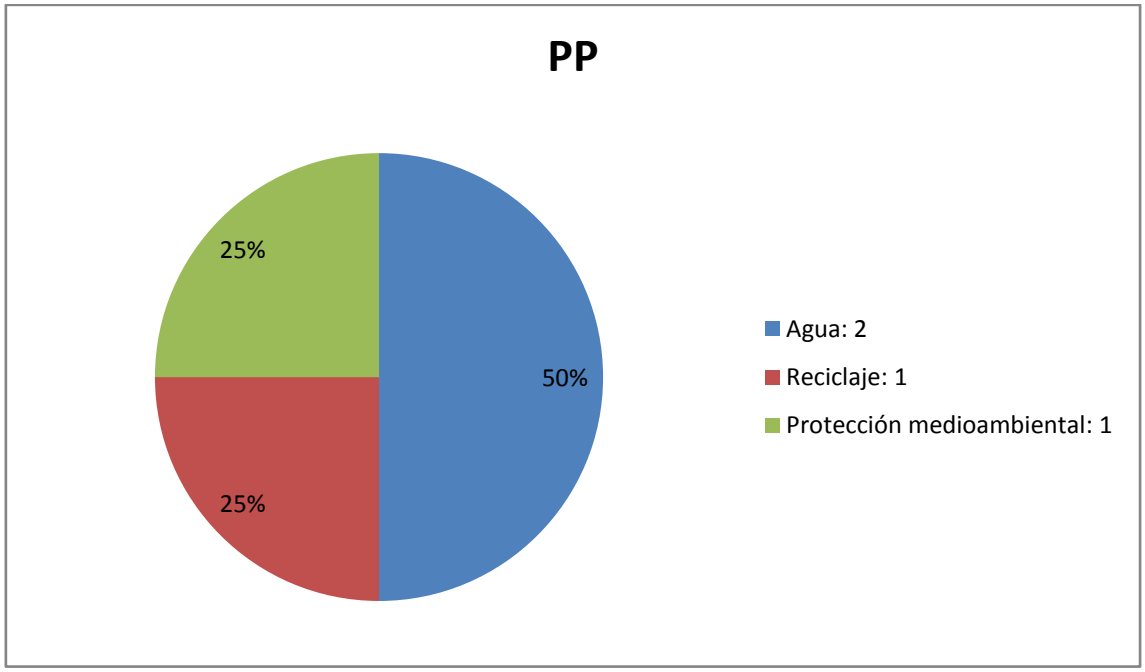


Gráfico 8.15: Elaboración propia.

IU por su parte, centra sus informaciones en este periódico en las energías renovables, en las catástrofes naturales y en materia de protección medioambiental, con una noticia de cada tema.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

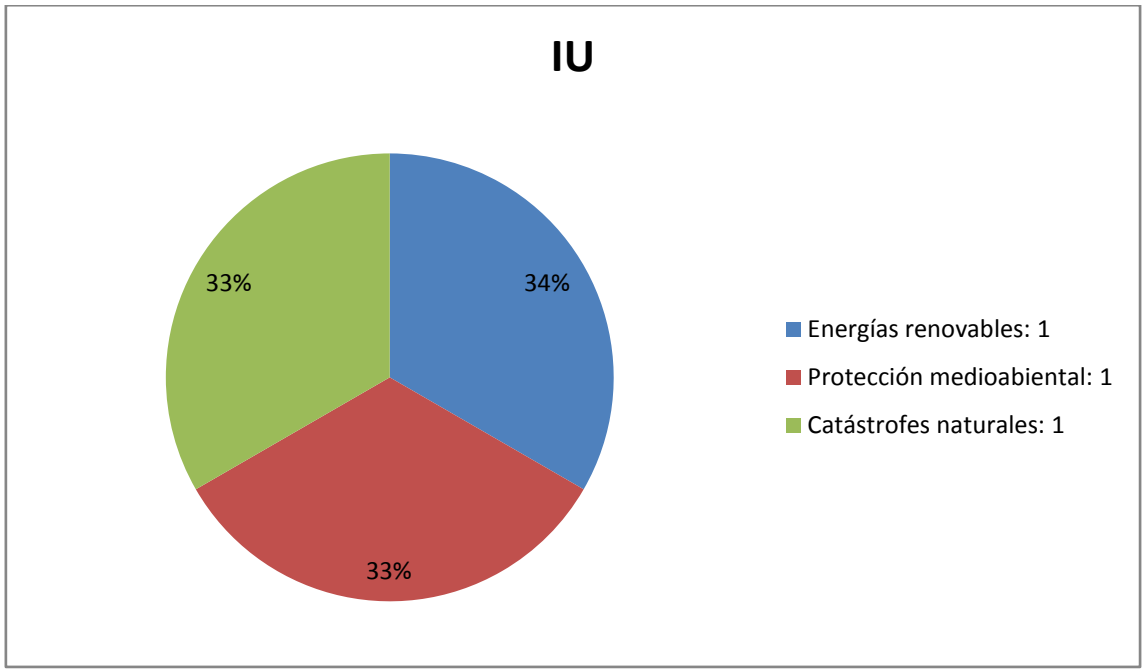


Gráfico 8.16: Elaboración propia.

8.3.5 Protagonistas de la información

Los partidos políticos protagonistas de la información publicada por *El Mundo* son el PSOE e IU, que aparecen en tres noticias cada uno, mientras que el PP lo hace en una menos, en un total de dos. En el caso de este periódico, el protagonismo de las formaciones políticas no es compartido entre ellas, cada información posee una única fuerza política que centra la información.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

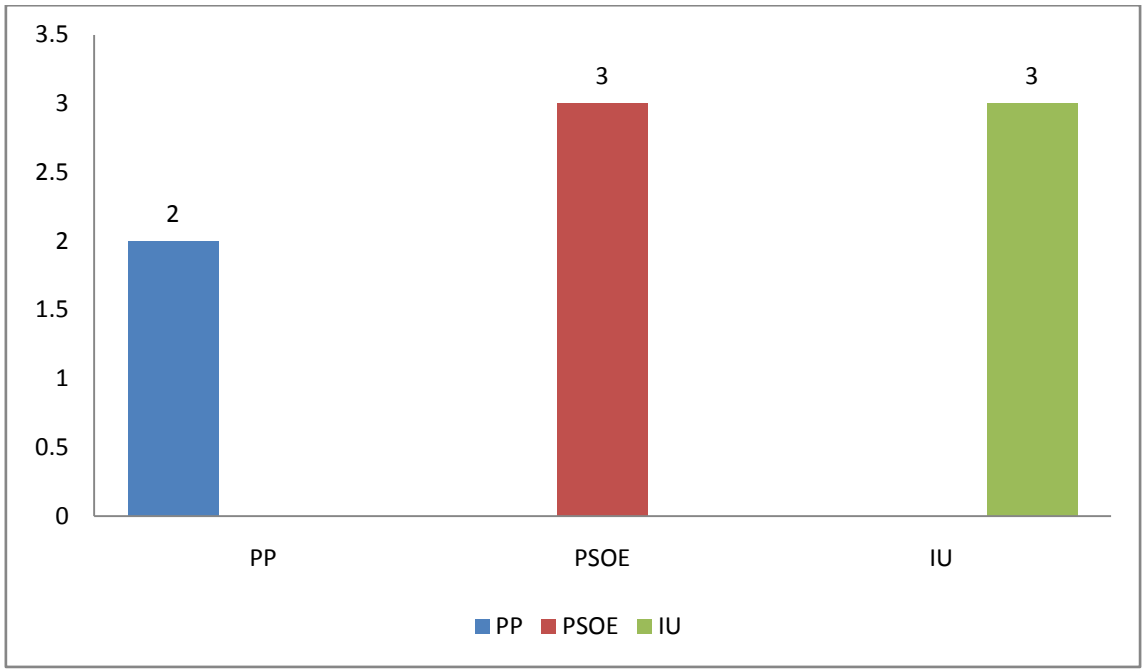


Gráfico 8.17: Elaboración propia.

Los candidatos de las distintas formaciones políticas que se disputan el gobierno de la Junta de Andalucía son los principales protagonistas de las informaciones de este diario. En relación a los socialistas andaluces, es Manuel Chaves el que acapara el mayor número de piezas con un total de dos, siendo Cristina Narbona la que centra el protagonismo en la otra noticia a la que hace mención.

Respecto al PP, la candidata popular Teófila Martínez protagoniza la información en una de las informaciones, mientas que Elvira Rodríguez lo hace en la otra. Una circunstancia que se vuelve a repetir en la coalición de izquierdas, en las que sus dos candidatos en las distintas campañas analizadas, Antonio Romero y Diego Valderas, son los que provocan la información en dos y en una ocasión respectivamente.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

8.3.6 Ámbito, perspectiva y autoría de la información

El ámbito geográfico principal al que hacen referencia las informaciones publicadas sobre temática medioambiental por *El Mundo* es regional con un total de seis piezas.

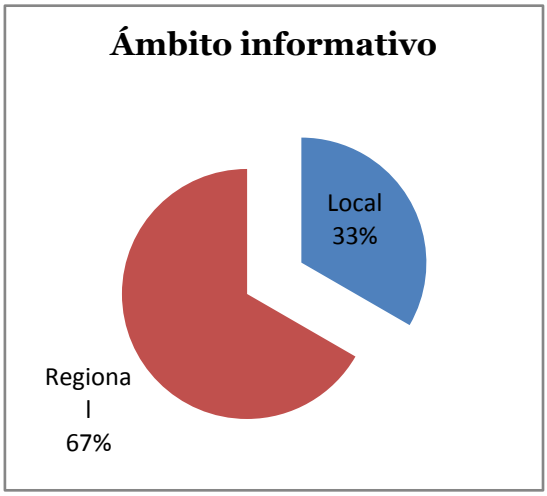
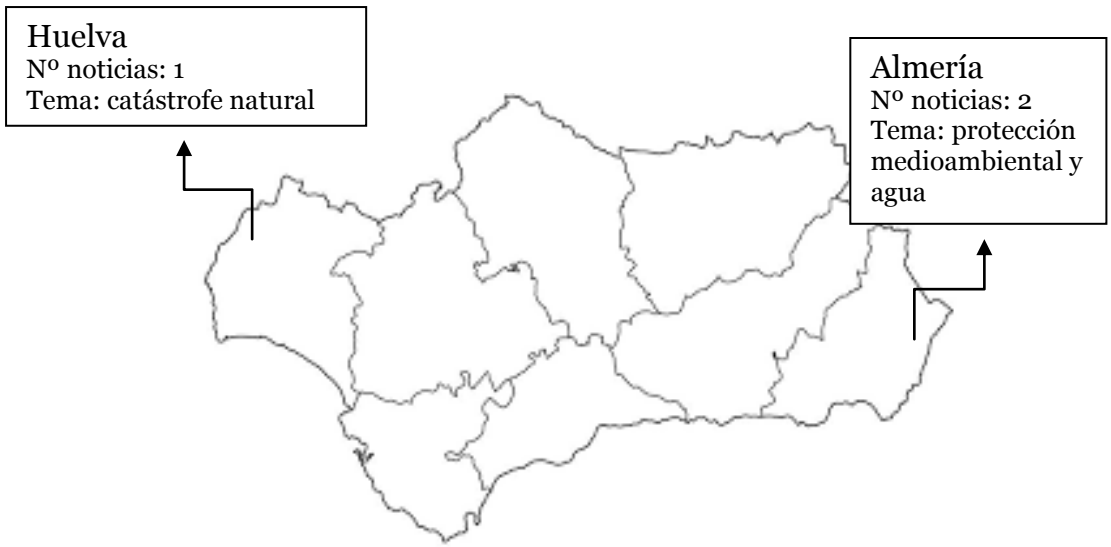


Gráfico 8.18: Elaboración propia.

Sólo en tres ocasiones las noticias se circunscriben en un área local determinada como son Almería, en la que la protección medioambiental y las políticas del agua centran las noticias, en las que el PSOE es el protagonista, y Huelva, donde se aborda asuntos relacionados con la protección medioambiental y las catástrofes naturales, y es protagonizada por IU.



Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

La perspectiva desde que este diario aborda este tipo de temas es principalmente negativa, sólo en tres ocasiones estos asuntos son tratados de forma positiva y una neutra.

En cuanto a la autoría de la información, ésta es en este diario diversa. En varias ocasiones, *El Mundo* utiliza, sobre todo en las elecciones de 2000 y 2004, la figura del enviado especial para cubrir los actos de campaña. En otras, las noticias son firmadas por redactores pertenecientes a cada una de las delegaciones territoriales que tiene este medio en Andalucía, como son los casos de Sevilla y Málaga.

Así, sólo una vez acude a diferentes agencias de noticias para confeccionar una información el 28 de febrero de 2008, titulada *El PP afirma que mantiene la propuesta del Plan Hidrológico, derogado por el PSOE.*

8.3.7 Distribución de la información por campaña electoral

En 2008 es cuando este diario recoge el mayor número de noticias medioambientales. En total, en este año se difunde la mitad de los contenidos seleccionados por parte de este medio, lo que se traduce en 5 informaciones de 87 publicadas, seguido por el año 2000, en el que se confeccionan tres informaciones relativas a estos asuntos de 98 piezas difundidas en los 15 días de campaña electoral. Por su parte, en 2004, *El Mundo* tan sólo aborda estas cuestiones en una sola noticia de las 81 informaciones tratadas en este período. Una situación que se vuelve a producir en el año 2012, donde se recoge un único tema del más de un centenar de noticias difundidas por este diario.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

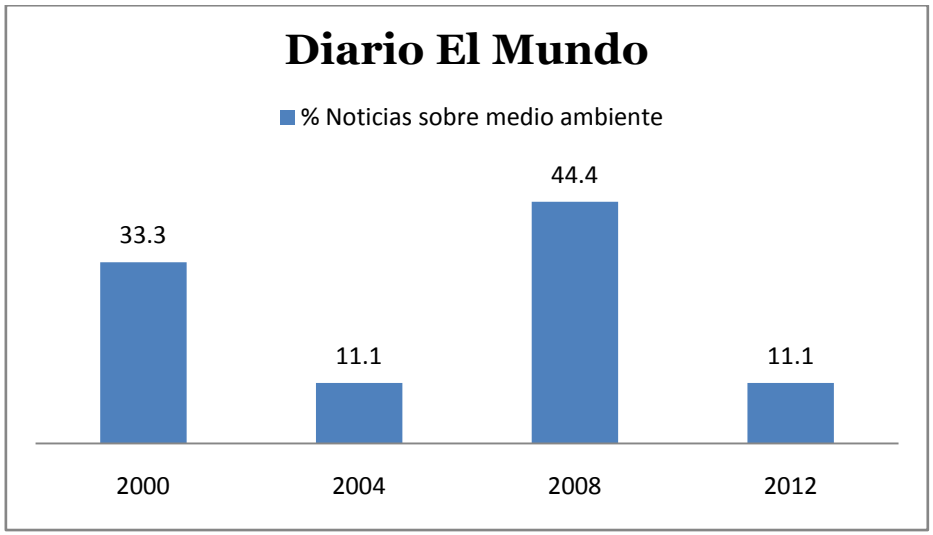


Gráfico 8.19: Elaboración propia.

8.4 Diario *ABC*

El total de piezas analizadas en el periódico *ABC* ha sido de 388, de las que sólo 9 son válidas para este estudio, al ser las únicas que están relacionadas con el medio ambiente. Esta cifra supone el 27,2 por ciento del total de informaciones seleccionadas para la investigación.

8.4.1 Géneros y origen de la información

En cuanto al género al que pertenecen, éstas se agrupan de la siguiente forma:

Género	
Noticias	8
Reportajes	1

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

En cinco ocasiones, la información seleccionada tiene su origen en un acto de campaña, mientras que dos lo tienen en una rueda de prensa y una en las declaraciones de un miembro destacado de un partido político.

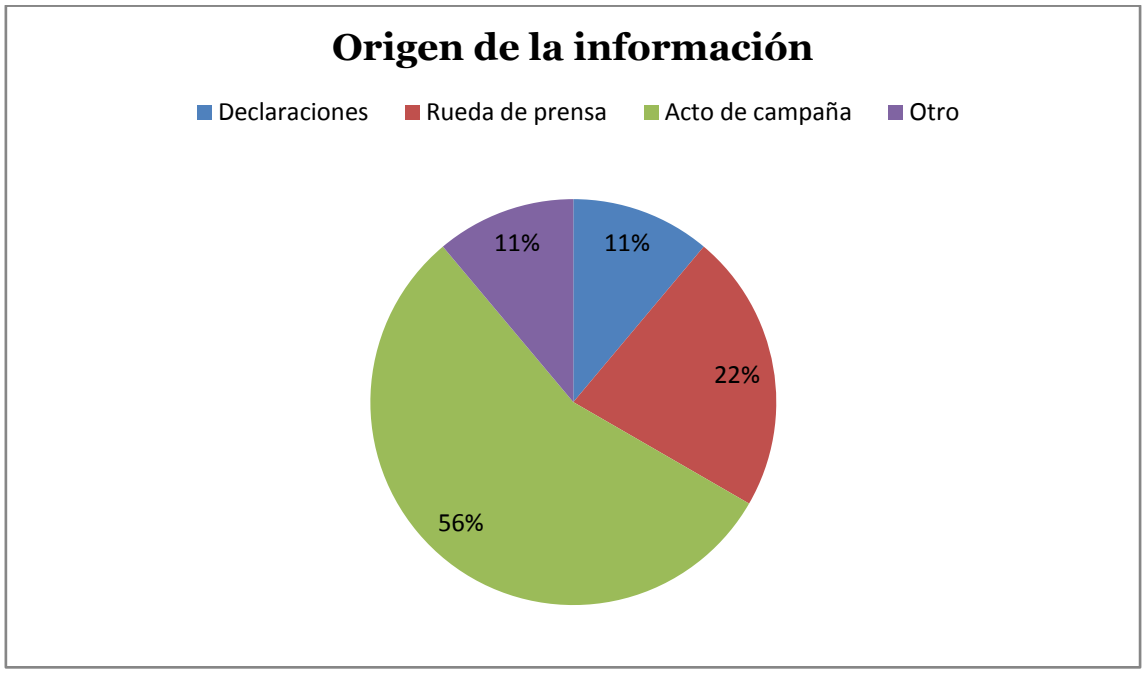


Gráfico 8.20: Elaboración propia.

8.4.2 Fotografía, tamaño de la información y posición en página

La mitad de las informaciones publicadas por *ABC* en los períodos estudiados poseen fotografías que acompañan a los textos, mientras que el resto se presentan sin ninguna ilustración. El tamaño promedio elegido por este medio para contar los acontecimientos objeto de este análisis se sitúa entre las 1 y 3 columnas, al acaparar un total de 6 informaciones, mientras que con 2 columnas existen dos noticias y una con 4.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Fotografía	
Si	5
No	4

Ninguna de las noticias relacionadas con el medio ambiente abre la sección dedicada a las elecciones autonómicas en este periódico. En tres casos la información supone la apertura de la página, en el resto de piezas las noticias están situadas en posición de salida. Así, cuatro de las cinco informaciones están situadas en páginas impares.

8.4.3 Tipo de fuentes

La mayoría de las informaciones publicadas por este medio están confeccionadas a través de una única fuente. Sólo en dos ocasiones se aumenta este número, en una de ellas se duplica, y en otra, se utilizan hasta siete fuentes diferentes para la realización de la pieza periodística.

Nº de fuentes	Nº de noticias
1	7
2	1
7	1

En relación al tipo de fuente, este diario escoge aquellas que están relacionadas con cada partido político para confeccionar la información. Aunque en tres ocasiones acude a fuentes no gubernamentales para

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

informar y una vez a una institucional. En ningún caso, este periódico respalda su información en fuentes expertas o científicas.

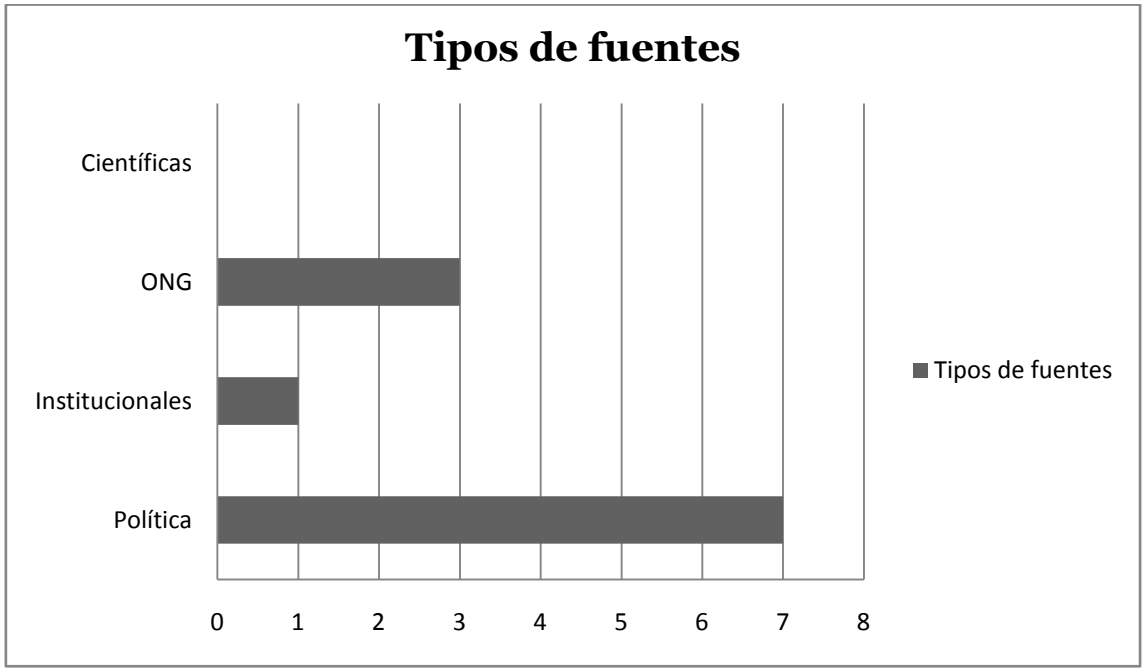


Gráfico 8.21: Elaboración propia.

8.4.4 Asuntos tratados

La variedad de temas tratados de carácter medioambiental por parte de este periódico es abundante. Predomina la protección ambiental como principal asunto, con un total de 4 informaciones diferentes. Tras ella, no hay ningún asunto que sobresalga en número, ya que se abordan tan sólo una vez las siguientes cuestiones: reciclaje, políticas del agua, cambio climático, contaminación, sostenibilidad, catástrofe natural, energías renovables y construcción sostenible.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

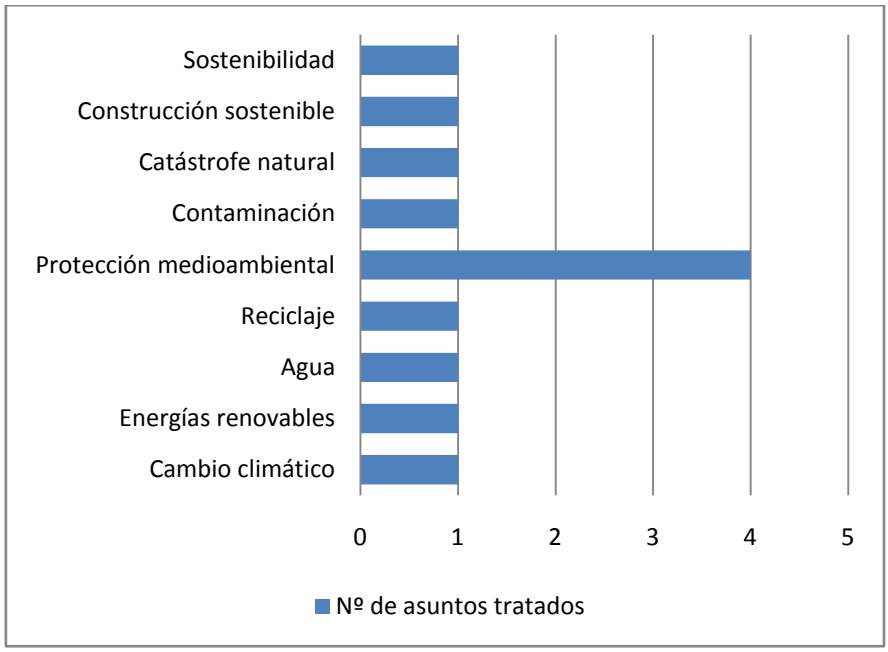


Gráfico 8.22: Elaboración propia.

Para *ABC,* los temas tratados por cada formación política objeto de este análisis son diferentes. Para este periódico, los asuntos primordiales a los que ha hecho alusión el PSOE en esta materia han sido las energías renovables y la construcción sostenible.

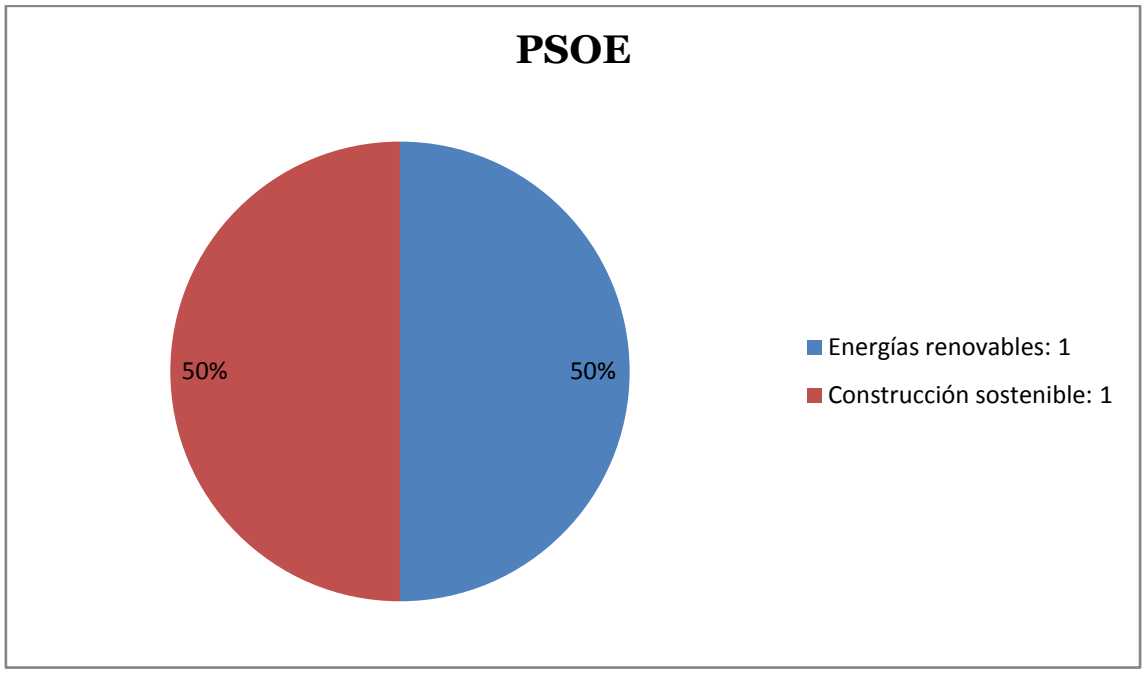


Gráfico 8.23: Elaboración propia.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Mientras que en el caso del PP, la protección medioambiental, que es abordada en tres ocasiones, el agua y el reciclaje son los asuntos elegidos para informar durante las campañas electorales que ha llevado a cabo este partido político.

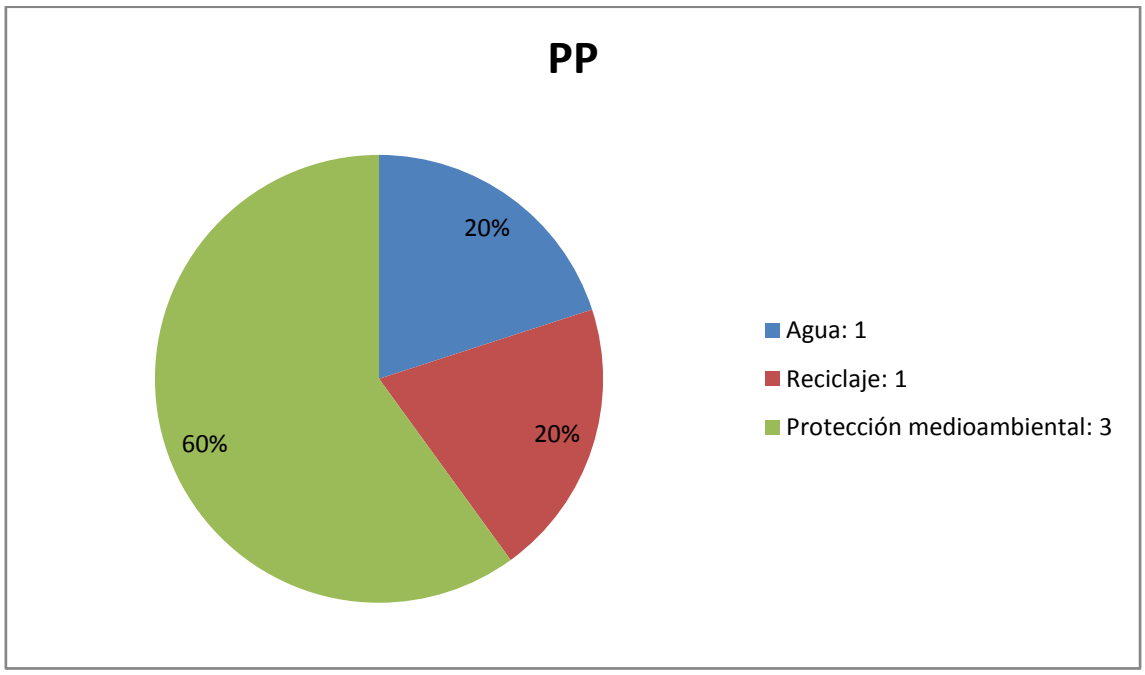


Gráfico 8.24: Elaboración propia.

La coalición de izquierdas, por su parte, centra las dos informaciones que aparecen publicadas en este periódico en la conservación y la protección medioambiental.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

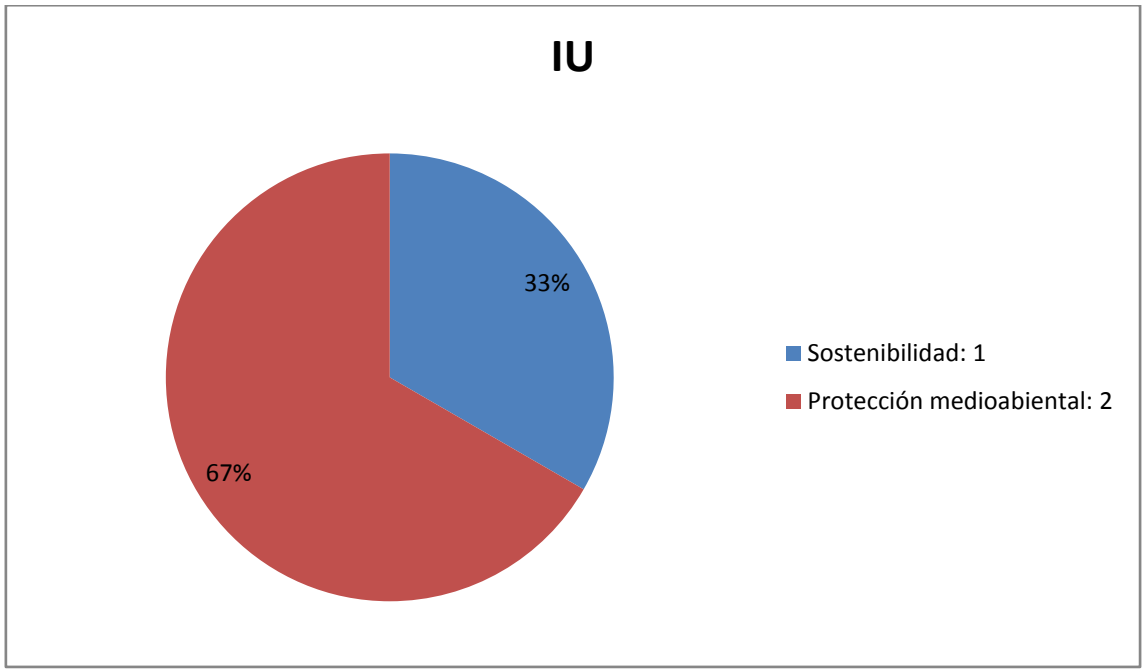


Gráfico 8.25: Elaboración propia.

Igualmente, se destaca que una de las noticias recogidas para este estudio está protagonizada por una la ONG Intermon Oxfam, y la otra por personas que protestan en contra de la llegada de un barco a aguas de las bahía de Algeciras.

8.4.5 Protagonistas de la información

El partido político que más informaciones ha protagonizado durante las distintas contiendas electorales en *ABC* es el PP, que centra la información en tres ocasiones, seguido por IU, que es protagonista en dos de las noticias seleccionadas de este medio. El PSOE, por su parte, tan sólo aparece como eje principal en una de las piezas periodísticas.

En esta ocasión, el protagonismo es compartido también con otra fuerza política, que aunque no es objeto de este análisis, se recoge por ser el único diario que hace referencia a otro partido durante una campaña electoral. Así, *ABC* hace mención en sus páginas a Equo.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

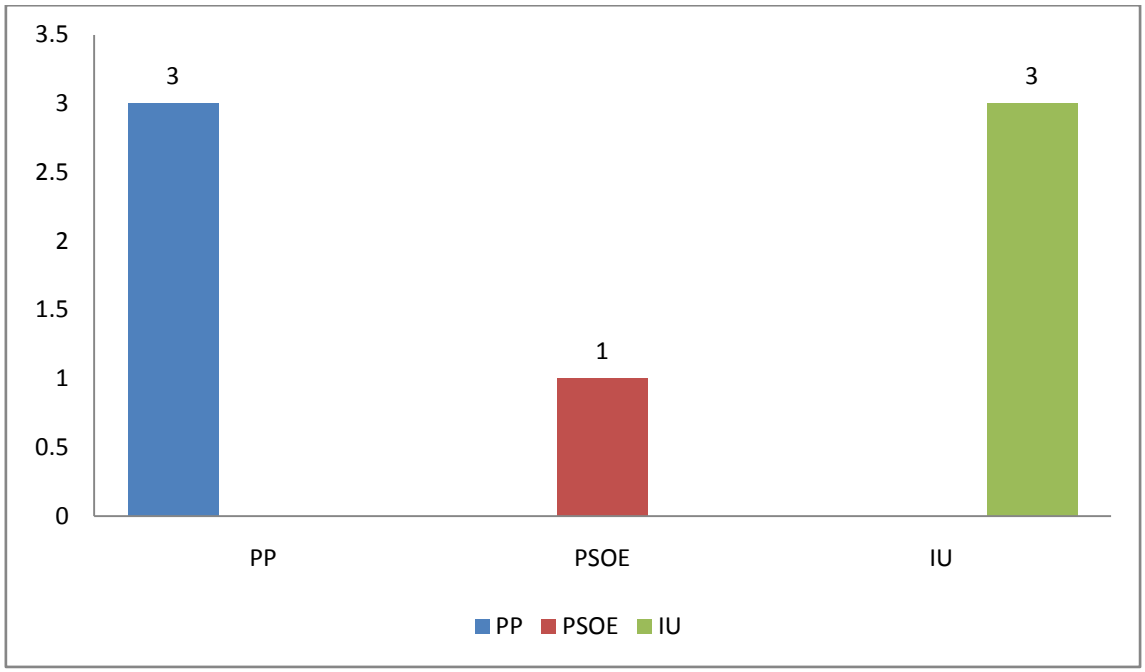


Gráfico 8.26: Elaboración propia.

Como ya ocurriera en anteriormente, en este diario se vuelve a repetir el patrón, y son los candidatos de los distintos partidos los que informan de los acontecimientos que son recogidos por este periódico. En el PSOE, es José Antonio Griñán quien ofrece la información, mientras que en el segundo caso es Cristina Narbona. En el caso del PP, es Teófila Martínez junto a Javier Arenas los que protagonizan la información, a los que se une también Antonio Sanz. Así, en la única información que aparece sobre IU, es el candidato Antonio Romero el protagonista.

8.4.6 Ámbito, perspectiva y autoría de la información

Las informaciones publicadas por el diario *ABC* tienen fundamentalmente un ámbito regional, la mayoría de los contenidos tienen que ver con propuestas o denuncias medioambientales que afectan a toda la región.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

El resto de noticias están relacionadas con aspectos locales y en una ocasión con una cuestión que afecta a todo el planeta como es el cambio climático.

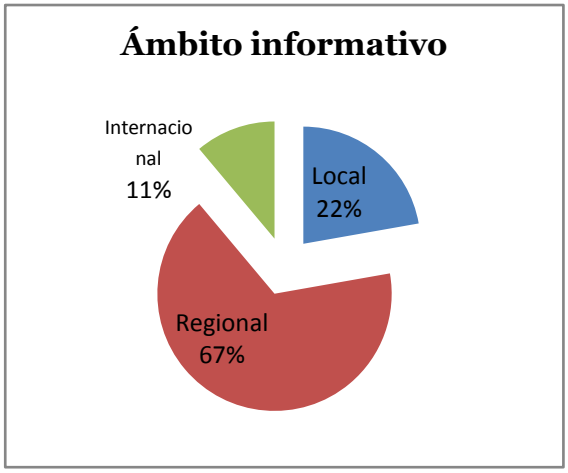
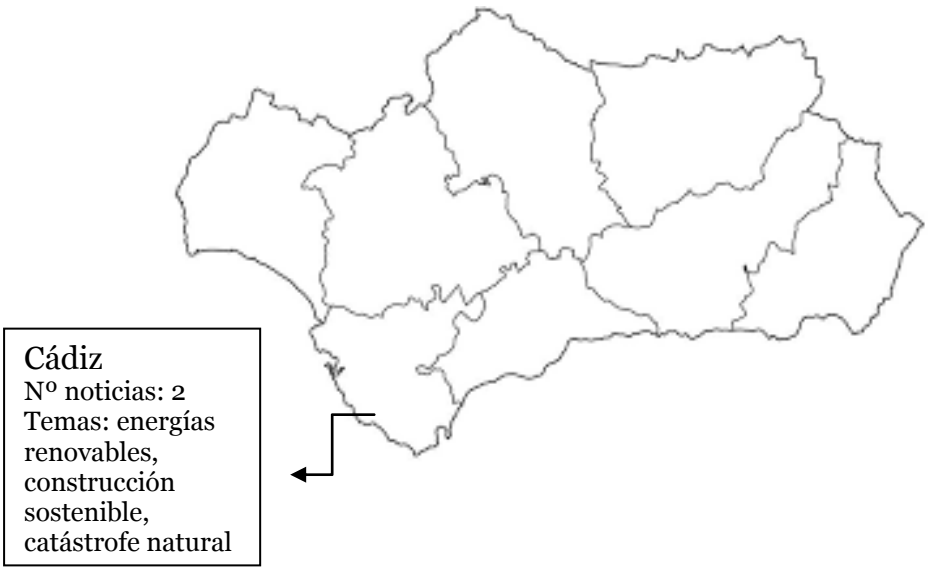


Gráfico 8.28: Elaboración propia.

En cuanto a la provincia a la que se hace mención en las dos informaciones locales relativas a las energías renovables, construcción sostenible y catástrofe natural por contaminación es Cádiz, y cuyos protagonistas son, por un lado, el PSOE, y, por otro, por los ecologistas Verdemar, Agaden y la Plataforma Ciudadana Rodeados por las Fábricas de la Línea de la Concepción (Cádiz).



La perspectiva mayoritaria desde la que este periódico confecciona sus contenidos es positiva, abordando la información desde un punto de vista negativo en tan sólo dos ocasiones.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Por otra parte, *ABC* es el diario que mayor número de veces acude, con un total de 2, a las agencias de noticias para recopilar la información. En este caso, es en los dos casos se trata de la empresa Europa Press ,que firma una pieza en el año 2000 sobre la propuesta realizada por el PP sobre la puesta en marcha de un Fondo de Catástrofes Naturales, y otra en el año 2008, sobre los actos de campaña de Zapatero y Rajoy en Sevilla.

El resto de informaciones son confeccionadas por los propios redactores de este periódico en cada una de las ciudades en las que está presente la cabecera .

8.4.7 Distribución de la información por campaña electoral

Durante las campañas electorales de los años 2008 y 2000 es cuando más número de informaciones recoge sobre estos temas el diario *ABC,* con tres en cada caso de un total de 86 y 135 noticias analizadas respectivamente. Así, en el período de 2012 se publican dos piezas relacionadas con esta temática de las 87 difundidas por este medio. La campaña en la que menos noticias aparecen sobre medio ambiente es la de 2004, en la que sólo se difunde una en las dos semanas de duración de la contienda electoral, pese a que se recogen en las páginas de estos días dedicadas a las elecciones andaluzas 80 informaciones.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

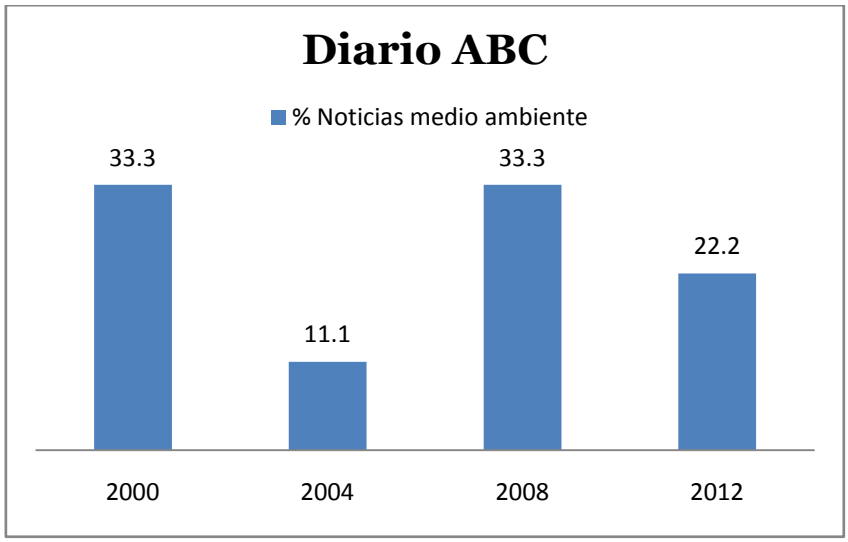


Gráfico 8.29: Elaboración propia.

8.5 Análisis comparado entre periódicos

En este apartado se procederá al análisis comparado de los datos obtenidos de cada uno de los estudios aplicados a los diarios objeto de esta investigación a través del esquema planteado anteriormente, con el fin de analizar las similitudes y diferencias en la selección de informaciones de tipo medioambiental por parte de *El País, El Mundo* y *ABC*.

8.5.1 Informaciones analizadas

El medio de comunicación que mayor atención presta a la temática medioambiental durante la celebración de una campaña electoral en Andalucía durante la primera década del siglo XXI es *El País,* al destinar el 3,2 por ciento de su producción informativa a estos asuntos, seguido por el diario *ABC,* que dedica un 2,5 por ciento de sus piezas informativas a tratar el objeto de esta tesis doctoral. *El Mundo,* por su parte, se sitúa en la última posición, con un 2,1 por ciento del volumen de información analizada centrada en estos temas.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

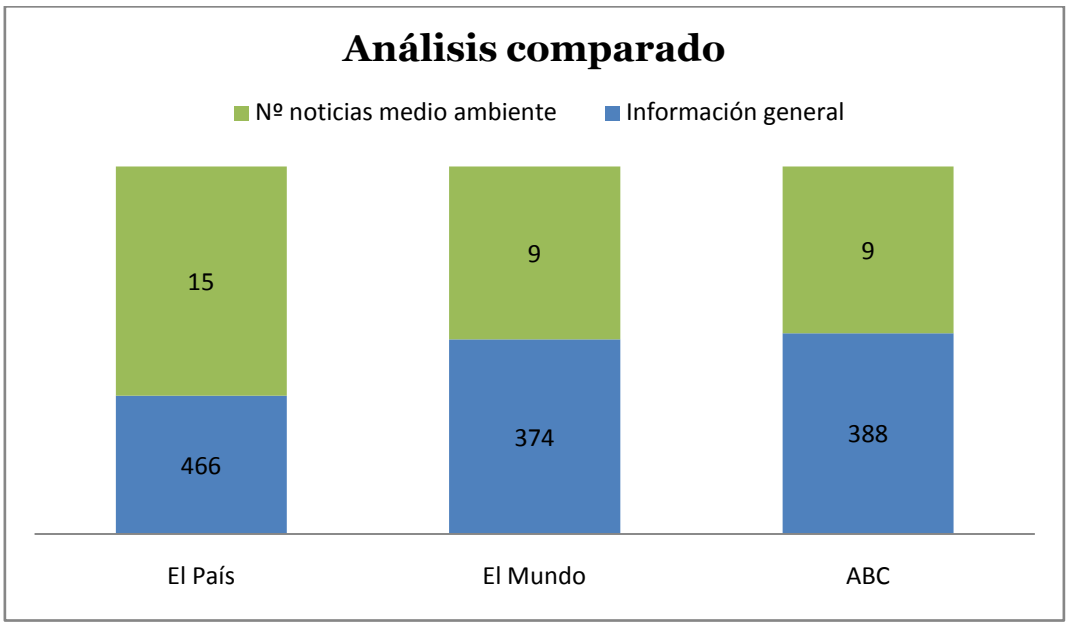


Gráfico 8.30: Elaboración propia.

En cuanto al género más utilizado por cada uno de los periódicos, *El País* se decanta por ofrecer al lector una información amplia, para lo que utiliza el reportaje en más ocasiones que el resto de medios analizados, con un total de 6 frente a una sola vez que lo hacen *El Mundo* y *ABC*. Además, incluye un género que no aparece en los otros dos como es la entrevista.

Género	Noticia	Reportaje	Entrevista
El País	8	6	1
El Mundo	8	1	0
ABC	8	1	0

8.5.2 Fotografía y tamaño de la información

El uso de elementos visuales para ilustrar la información es más habitual en *El País* que en los otros dos diarios. La mayoría de las piezas

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

informativas publicadas por este periódico poseen fotografías que complementan la noticia, mientras que en los casos de *El Mundo* y ABC la utilización de la imagen es menor, y sólo aparece en la mitad de las piezas periodísticas.

Igualmente, el diario *El País* es el que más espacio, así como mayor relevancia, dedica al medio ambiente. El tamaño más utilizado es el de las cuatro columnas, que aparece en un total de seis informaciones, frente al que es más frecuente en *El Mundo,* que publica muchos de los hechos en una única columna, o el *ABC* que sitúa la mayoría de su información en 3 columnas.

Fotografía	SI	No	Otro
El País	9	5	1
El Mundo	4	5	0
ABC	5	4	0

8.5.3 Tipo de fuentes

El País es el diario que mayor número de fuentes utiliza para la confección de sus informaciones, y se sitúa muy por encima del resto de periódicos. La mitad de las informaciones publicadas se basan en una media de entre 2 y 4 fuentes, mientras que *El Mundo* y *ABC* construyen prácticamente la totalidad de sus noticias a través de una sola fuente.

En cuanto al tipo de fuentes, es también el diario *El País* el único que recurre a expertos para recopilar la información, además de ser el que mayor número de veces recoge la versión de organizaciones no gubernamentales ajenas a la propia dinámica marcada en una campaña electoral por las instituciones y los partidos políticos. Por su parte, los

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

otros dos periódicos basan sus contenidos fundamentalmente en fuentes políticas.

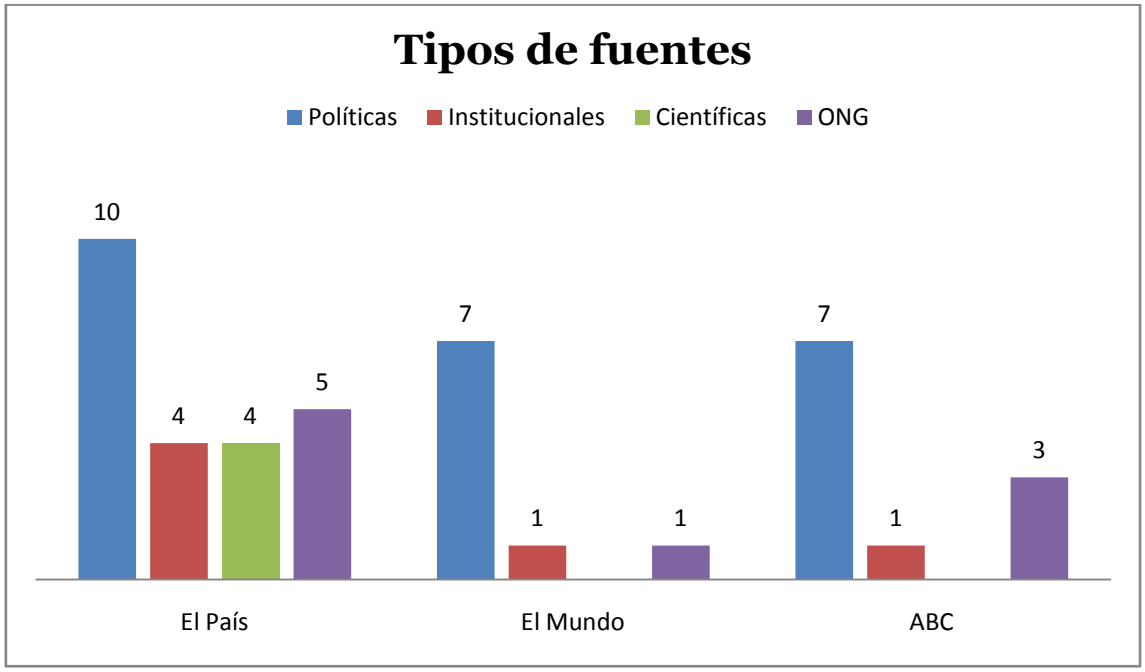


Gráfico 8.31: Elaboración propia.

8.5.4 Asuntos tratados

El asunto medioambiental más recurrente para cada uno de los tres diarios durante la celebración de una campaña electoral es el relacionado con la protección y la conservación del entorno. La mitad de los temas abordados por estos medios tienen que ver con esta cuestión, que se sitúa en primera posición. Este aspecto es tenido en cuenta en el 33 por ciento de las informaciones recogidas, y corresponde a un total de 16 noticias.

El segundo tema más tratado es el cambio climático, que se recoge en 7 piezas, que suponen el 15 por ciento del conjunto analizado. A continuación, los restantes temas abordados son el agua (13%), las energías renovables (10%) y la contaminación, las catástrofes naturales y el empleo verde (4%).

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

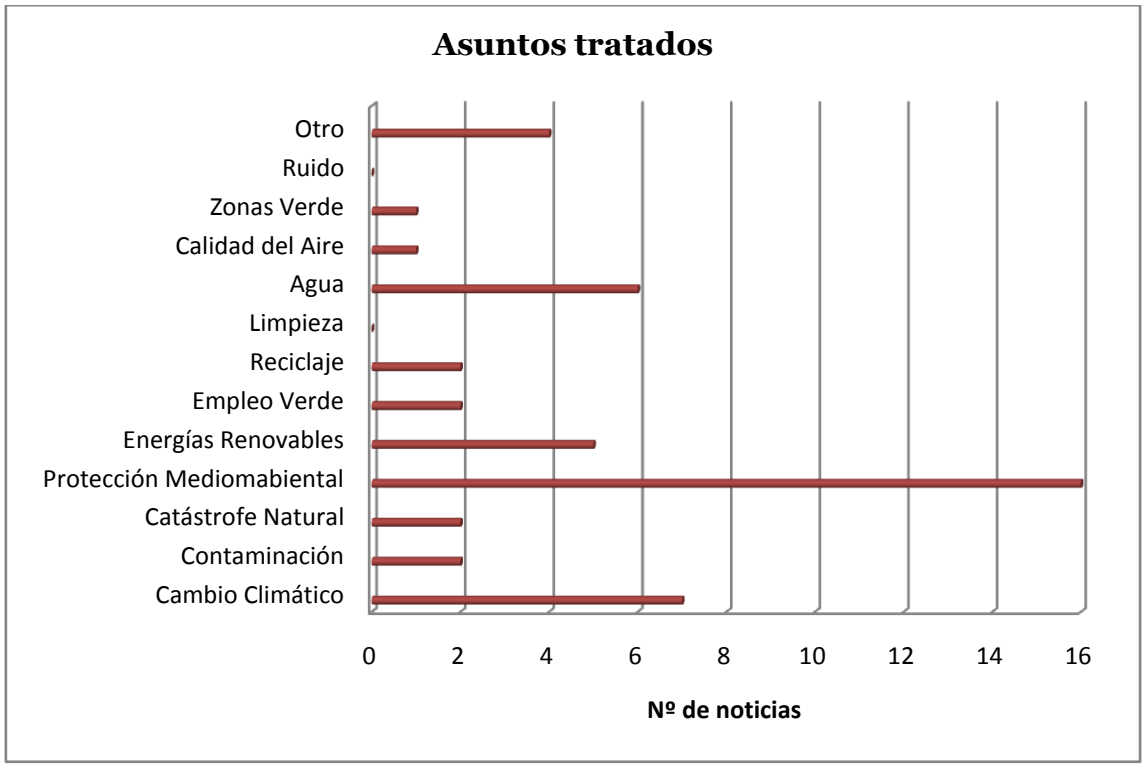


Gráfico 8.32: Elaboración propia.

De los temas previstos en este análisis, los que menos protagonismo tiene son los relacionados con la calidad del aire y las zonas verdes (2%), así como el ruido, que no aparece en ninguna de las informaciones medioambientales recogidas por los tres periódicos, pese a ser uno de los problemas más habituales de las ciudades andaluzas.

Por medio, *El País* se preocupa más, además de la protección medioambiental, como el resto de periódicos, por el cambio climático y las energías renovables, con 6 y 3 piezas informativas respectivamente. También aborda otros asuntos de forma individual que no aparecen en los otros diarios, como es el caso de la fiscalidad ecológica o el empleo verde.

Así, *El Mundo* y *ABC* coinciden más en la selección de los temas, y ambos publican noticias cuyo eje principal es el agua, y tratan asuntos similares como el reciclaje. *ABC* es el que mayor variedad de asuntos aborda durante la celebración de los 15 días de campaña electoral.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

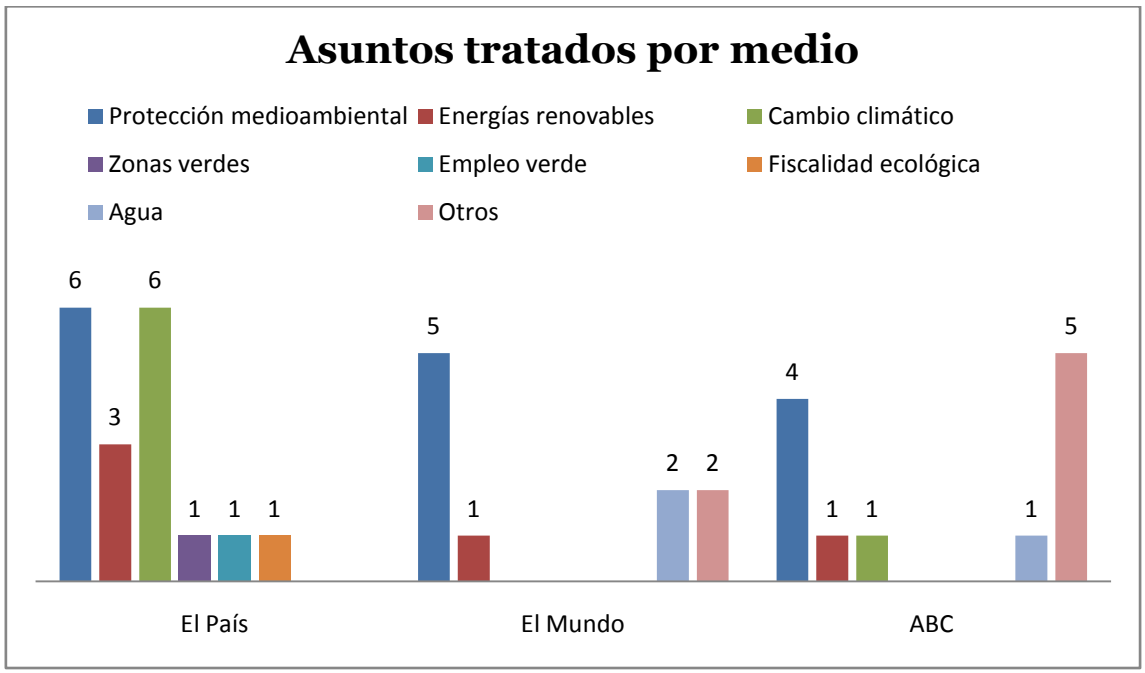


Gráfico 8.33: Elaboración propia.

8.5.5 Protagonistas de la información

El periódico *El País* es el que en mayor número de ocasiones publica informaciones relativas al medio ambiente donde el protagonismo es compartido entre las tres fuerzas políticas de PSOE, PP e IU, prestando además más atención a los partidos mayoritarios en detrimento de IU, aunque este último es el que centra en solitario más noticias. En cifras absolutas, también es el diario en el que más veces aparecen los tres grupos políticos en comparación con el resto de medios analizados, con un empate de siete apariciones entre PSOE y PP, frente a seis de IU.

Así, en el caso de *El Mundo,* los socialistas y la coalición de izquierdas son protagonistas de la información en tres ocasiones cada uno, mientras que el PP sólo lo es en dos. Por otra parte, *ABC* fija los contenidos en el PP e IU en tres casos distintos, y una única vez en el PSOE.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

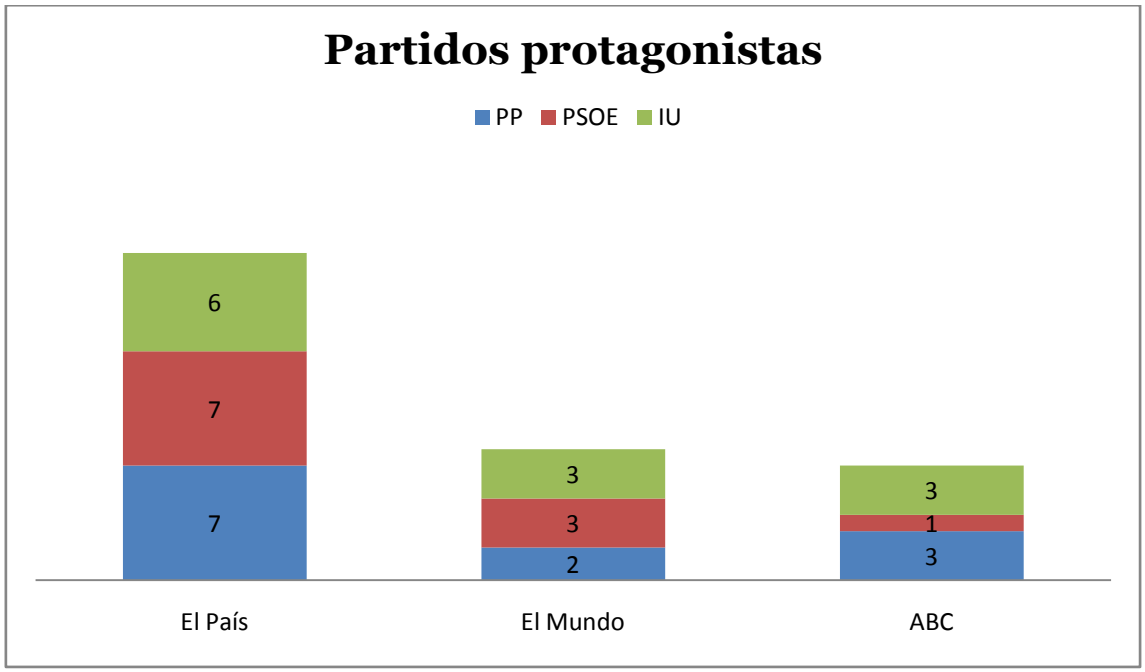


Gráfico 8.34: Elaboración propia.

8.6 Análisis cualitativo

En el apartado anterior se abordaba el análisis cuantitativo y se advertía, a su vez, sobre la complejidad del objeto de estudio de esta tesis, al no poderse reducir sólo a referentes numéricos. De ahí, la necesidad de seguir profundizando en los datos para avanzar sobre aspectos que enriquezcan esta investigación a través de la valoración que realizan cada uno de los periódicos seleccionados sobre los temas medioambientales en una contienda electoral. Los temas sobre los que se focaliza la información, el espacio dedicado, la intencionalidad del medio en la difusión de la noticia y la atención prestada tanto a los programas electorales como a los distintos partidos políticos, entre otros aspectos, son también puntos relevantes para alcanzar las conclusiones que se pretenden con esta tesis y planteadas ya en capítulos anteriores.

Para ello, se procederá al análisis cualitativo de los contenidos publicados por *El País, El Mundo* y *ABC* por separado, para a continuación, llevar a cabo un análisis global de todas las informaciones sobre esta temática

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

recogidas durante las cuatro campañas electorales que centran esta investigación.

8.6.1 Diario *El País*

Aunque en cifras absolutas, el interés mostrado por el diario *El País* sobre el medio ambiente es mínimo, ya que las noticias recogidas tan sólo representa el 3,2 por ciento del total de informaciones publicadas por este medio durante las distintas campañas electorales analizadas, es el que mayor número de piezas produce sobre estos asuntos en comparación con los otros dos periódicos objeto de esta investigación, difundiendo un total de 15 informaciones frente a las 9 de *El Mundo* y *ABC*.

Asimismo, se trata del periódico que aborda de una manera más directa cuestiones tan transcendentales para la vida del planeta como el cambio climático, en contraposición al diario *El Mundo* que obvia por completo este tema o *ABC* que publica sólo un contenido relacionado con esta problemática.

Además, *El País* es el diario en el que alcanza mayor relevancia el medio ambiente, como queda reflejado en el hecho de que este tipo de información es el eje principal en la mayoría de las piezas seleccionadas para este estudio. Pero a pesar de esta importancia, son también muchas las noticias en la que el contenido medioambiental queda diluido, y son utilizados para hablar de otros asuntos o complementar otra información. Un claro ejemplo de papel secundario que juega el medio ambiente se da en la campaña electoral de 2008, en la que, a pesar de concentrar el mayor número de noticias, esta temática es abordada de forma indirecta, y sin apenas implicación por parte de este diario en la selección, tratamiento y difusión de los acontecimientos. Las únicas dos ocasiones en las que se menciona este tipo de asuntos tiene que ver con el agua, que

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

para este periódico ha sido el asunto que "ha acaparado el foco medioambiental de esta legislatura" (*Poca agua, pero andaluza, El País, 28 de febrero de 2008)*. Una de ellas, es un amplio reportaje que profundiza sobre la gestión de las cuencas hidrográficas en Andalucía. El interés por esta problemática es manifiesto por parte de este medio dada la extensión de la información (una página completa), que es apoyada por una infografía explicativa de la situación y dos fotografías. Igualmente, para ofrecer una mayor solidez a su argumentación sobre la relevancia de este tema, se incluyen sendas entrevistas a un técnico del Parque Natural de Doñana (*"Se trabaja igual")* y a un regante afectado por el cambio en la gestión del agua en la región andaluza tras la transferencia de competencias (*"Nos cortarán el riego"*.

La segunda información vinculada al agua tiene menor relevancia, si se tiene en cuenta el tamaño dedicado (media columna) por parte de este periódico, y el hecho de que la protagonista de la información no sea el candidato oficial del partido al que pertenece (PSOE), sino la ministra de Medio Ambiente Cristina Narbona, que critica la política del agua del PP (*Narbona arremete contra la política del agua del PP, El País,* 3 de marzo de 2008). Una realidad que hace que este asunto sea tratado mínimamente, al restarle esta circunstancia relevancia en una contienda electoral en la que los candidatos son los principales protagonistas.

En el resto de contenidos difundidos por este periódico durante el período analizado, la mención al medio ambiente es poco relevante, y son despachados, en muchas ocasiones, en una frase en el cuerpo de la noticia. Este es el caso sendos reportajes publicados en febrero y marzo de este mismo año. En el primero de ellos (*Una red para crecer, El País, 24 de febrero de 2008)*, se hace un repaso sobre las propuestas que presentan PSOE y PP sobre movilidad en la región, en las que se incluye la promesa socialista de reducir un 19 por ciento las emisiones de gases con

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

efecto invernadero en siete años a través del plan Pista impulsado por la Junta de Andalucía. Se trata de la única aproximación a la sostenibilidad que se mantiene en toda la información, ya que se hace hincapié en otros aspectos antes que en los medioambientales.

> (…) El Pista prevé reducir un 19% las emisiones con efecto invernadero en siete años. Para el movimiento de mercancías, proponer desarrollar una red de áreas logísticas –en los puertos y en las capitales del interior- unidas por ferrocarril y carretera (…).

Por otro lado, en el segundo reportaje (*Promesas para crecer más, El País, 5 de marzo de 2008)*, las iniciativas objeto de este estudio se enclavan en el contexto económico y aparecen refrendadas por la coalición de izquierdas, que propone una economía sostenible en la que se invierta más en energías renovables o autoempleo ambiental, y en la que se aplique un mayor gravamen a los que más contaminen. Como en el caso anterior, aunque se trata de una información amplia, tan sólo se hace esta mención en todo el texto lo que relega a un plano secundario esta información.

> (…) IU, por su parte, propone un cambio de modelo económico hacia el desarrollo sostenible y participativo, e impulsar reformas fiscales a nivel estatal en base a criterios de progresividad fiscal. Entre las propuestas fiscales concretas se encuentran la deducción del impuesto de sucesiones y donaciones en determinadas condiciones; otras en el IRPF para familias monoparentales o para adquirir seguros de vida (…).

El ámbito local centra los otros dos reportajes en los que el contenido al que se hace referencia se ubica en las capitales de Granada y Huelva. En el caso de la primera ciudad (*Las urnas, plataforma del gran salto, El País, 29 de febrero de 2008)*, los aspectos medioambientales quedan reducidos a una pequeña mención y suscrita a un solo partido político (IU), que realiza una denuncia sobre los incumplimientos medioambientales sin que se recoja sus propuestas de mejora, lo que denota un interés limitado por parte de este periódico, que tampoco acude a las propuestas que

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

realizan el resto de fuerzas políticas, lo que hace que la información aparezca sesgada al limitar el número de fuentes.

> (…) IU resalta los incumplimientos en medio ambiente y que las emisiones de CO2 se hayan incrementado. "Vamos en sentido contrario", destaca Valderas (…).

Por otra parte, en el segundo caso (*Industria y naturaleza en las urnas, El País, 25 de febrero de 2008)*, estas cuestiones son utilizadas como marco en el que se desarrolla la información. Tan sólo aparecen de forma breve las iniciativas del PSOE y PP en esta materia, que pasan por las energías renovables en el caso de los socialistas, y por una crítica a los populares por proponer la construcción de una autovía entre Huelva y Cádiz a través del Parque Nacional de Doñana.

> (…) El Medio ambiente es en Huelva el telón de fondo que condiciona cualquier iniciativa. El PSOE apuesta por las energías renovables (quiere alcanzar el 40% en el consumo de este tipo de energías y crear 10.000 empleos vinculados al sector), mientras que el PP ha visto condicionada desde hace años su propuesta de construir una autovía que una Huelva con Cádiz por la presencia de Doñana. Y es que este espacio natural único (100.000 hectáreas protegidas), hogar de importantísimas especies vegetales y animales, como el lince ibérico o el águila imperial, y estación de paso clave en la inmigración d elas aves, se encuentra presionado por múltiples flancos (…).

Si se sigue la pauta del número de noticias recogidas sobre medio ambiente, en segundo lugar se sitúa la campaña de 2004, en la que el espacio y la importancia ofrecida a este tipo de noticias es también inferior, con informaciones que no superan en la mayoría de las veces a un breve, mientras que en otras tan sólo sirven para enmarcar otras cuestiones que son consideradas más relevantes para este periódico.

Por vez primera, se incluyen varias menciones al cambio climático, ofreciéndole una cierta notoriedad que no había tenido en la campaña de 2000. En este sentido, el primer acto electoral del PSOE en 2004 tuvo que

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

ver con el medio ambiente a través de una reunión con representantes de la formación Los Verdes y directivos de Greenpeace, con los que el candidato socialista Manuel Chaves cerró un compromiso sobre la lucha en contra de la emisión de gases contaminantes (*Chaves dice que sólo el PSOE "da seguridad a los andaluces", El País, 28 de febrero de 2004)*. Igualmente, es la primera vez que este diario realiza una información de producción propia en la que se denuncia que Andalucía se aleja de su compromiso con el Protocolo de Kioto (*Las emisiones de gases alejan a Andalucía de Kioto, El País, 3 de marzo de 2004)*, aunque el espacio dedicado es el de un breve en una página plagada de otro tipo de informaciones relativas a la campaña.

> España se comprometió en Kioto a que en 2012 la emisión de los gases responsables del efecto invernadero crezca sólo un 15% respecto a los niveles de 1990. El Gobierno ha evitado cuantificar los objetivos de cada comunidad para alcanzar esa cifra. No hay, por tanto, una referencia concreta para Andalucía, aunque la Junta reclama un crecimiento mayor por su escaso desarrollo industrial. Por no haber, no hay indicadores oficiales sobre cuál es la evolución autonómica. Según un informe de CCOO y la publicación *World Watch,* tanto Andalucía (46% más), como España (38,1%) están muy lejos de cumplir con el Protocolo de Kioto. Las centrales eléctricas y las cementeras son los principales emisores de contaminación.

El acercamiento a estos temas pone de relieve el compromiso que tiene este diario con problemas medioambientales del calado del cambio climático al hacerse eco de este fenómeno durante un período tan sensible desde el punto de vista informativo como es un proceso electoral, y en especial, tras hitos tan importantes a nivel internacional como son las cumbres mundiales de Kioto (1997) o Johannesburgo (2002).

Aunque el número de noticias medioambientales sea uno de los menores de todas las campañas, en 2012 *El País* hace una apuesta mayor sobre estos temas y publica un reportaje a doble página y a color sobre los retos de la agenda verde en Andalucía y que se publica bajo el título *Los retos*

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

de la agenda verde (13 de marzo de 2012). En esta campaña, se pasa de dedicar breves menciones a destinar un mayor espacio destacado a este tipo de asuntos. Es la primera vez que este medio, en la secuencia temporal analizada, se centra de una forma directa y amplia sobre estos temas. Hasta el momento, el espacio ofrecido era poco relevante, aunque el compromiso del medio ha ido creciendo si se tiene en cuenta que el número de informaciones ha ido creciendo, así como la diversidad en los temas.

En este año, el periódico se fija en temas polémicos y controvertidos, realizando un repaso por los principales problemas que afectan a la región en esta materia, juzgando lo que ha supuesto la llegada del PP al Gobierno de la nación para proyectos como la carretera de Doñana, la modificación de la Ley de Costas, el dragado del río Guadalquivir o el polígono de Las Aletas así como medidas como el parón de las ayudas al desarrollo de energías renovables.

> La carretera de Doñana. La vía proyectada por el PP entre Huelva y Cádiz por Doñana ha suscitado el rechazo de los grupos políticos y ecologistas, que alertan del grave impacto que tendría en el ecosistema y la afección a la fauna.
>
> La Ley de Costas. La modificación de la norma de 1988 inquieta a la Junta. El Gobierno también ha admitido que ejecutar la demolición del hotel del Algarrobico sería más fácil con un Gobierno del PP en Andalucía.
>
> El dragado del Guadalquivir. El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente debe emitir un informe sobre el dragado en el estuario del Guadalquivir, un proyecto del que recelan el Gobierno andaluz y, sobre todo, los regantes, que lo ven como una amenaza para todo el regadío en la zona del bajo Guadalquivir.
>
> Energías renovables. El freno por parte del Gobierno de la nación a las primas a las energías renovables ha paralizado inversiones de más de 14.000 millones en la comunidad. El sector agrícola es uno de los más afectados porque era una vía de diversificación económica.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

> Las Aletas. La Dirección General de Costas ha desaconsejado el proyecto del polígono industrial de Las Aletas, en Puerto Real. Un nuevo obstáculo para una iniciativa que lleva varios años sin salir del túnel.

Con esta crítica, este diario vuelve a explicitar de nuevo su compromiso con el medio ambiente, al destacar los aspectos más negativos, según su criterio, de las políticas que ha adoptado o pretende poner en marcha el PP tanto en Andalucía como en el resto de España. Con la elección de estos temas, *El País* adopta una posición de defensa de lo verde y el desarrollo sostenible frente a la construcción masiva y la vuelta atrás de medidas que servían de pilares para el cambio del modelo productivo a través de energías limpias y no contaminantes. La intencionalidad por parte de *El País* es manifiesta, al no incluir ninguna medida más sobre los programas electorales del resto de fuerzas políticas, y centrarse únicamente en la denuncia.

Para completar esta información, este diario busca reforzar sus argumentos a través de la voz de un experto medioambientalista como es el director de la Estación Biológica de Donaña, Fernando Hiraldo, que refrenda con sus declaraciones la pésima situación en la que se encuentra la comunidad en estos asuntos en el momento de la celebración de las elecciones autonómicas de 2012.

Por último, el interés que despertó para este diario el medio ambiente en el año 2000 fue también muy escaso. Tan sólo publicó una información de una cierta extensión en la que el PP denunciaba la política de recogida de residuos de la Junta de Andalucía y proponía medidas sobre el Parque Nacional de Doñana. La noticia alcanza algo más de relevancia por ser la propia candidata popular a presidir la Administración autonómica, Teófila Martínez, la que realiza las declaraciones a través de una rueda de prensa.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

El País entiende en la mayoría de las ocasiones las cuestiones medioambientales como un problema social, mientras que en tres casos lo interpreta como un motor económico que contribuye al cambio del modelo productivo. Como ejemplo de esto último, son las noticias *Industria y naturaleza en las urnas* (29 de febrero de 2008), donde se trata el impacto de las fábricas en el entorno, y *Promesas para crecer más* (5 de marzo de 2008), en la que se plantean deducciones por invertir en energías renovables y el fomento del autoempleo verde.

Por otra parte, cabe destacar también la pluralidad informativa que ejerce este medio a la hora de tratar estos temas en comparación con el resto. La mayoría de las noticias recogidas hacen alusión a las tres fuerzas políticas de PSOE, PP e IU, lo que refleja mayor objetividad y neutralidad por parte de este medio. En este sentido, la variedad en el tipo de fuentes y su número hace también que el trabajo periodístico que se lleva a cabo sobre la temática medioambiental sea de mayor calidad y rigurosidad. Unas características que se desprende del hecho de que sea el único diario que acude a fuentes científicas para informar sobre estos asuntos (*"No hay que tener miedo a enseñar la naturaleza y a obtener beneficios", El País,* 13 de marzo de 2012), y busca la visión de las organizaciones no gubernamentales que trabajan en favor de la protección medioambiental en un mayor número que *El Mundo* y *ABC*.

Por último, este periódico deja prácticamente a un lado las propuestas medioambientales recogidas en los distintos programas electorales. Tan sólo alude a estas cuestiones cuando éstas son expuestas por parte de los diferentes partidos políticos. A lo largo de las cuatro campañas electorales estudiadas, *El País* no elabora ningún tipo de información de producción propia que exponga estos asuntos.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

8.6.2 Diario *El Mundo*

Si valoramos la importancia que otorga el diario *El Mundo* a los temas medioambientales en función al porcentaje de noticias que destina a esta materia, en torno al 2 por ciento, al espacio que dedica y a los asuntos tratados se puede afirmar que ésta es escasa o casi nula. Este periódico sólo aborda, durante las distintas campañas electorales, temas relacionados con la protección medioambiental, el desarrollo sostenible y el agua a una escala inferior. Deja a un lado las grandes cuestiones medioambientales como son el cambio climático, el deterioro de la capa de ozono o a desaparición de especies amenazadas.

Tras el análisis de los datos, se corrobora que los temas sobre los que se hace hincapié tienen que ver con un medio ambiente más cercano a los ciudadanos y a problemas más localizados. En muy pocas ocasiones, este periódico se interesa por los programas electorales en materia de medio ambiente de los distintos partidos políticos o realiza un diagnóstico sobre la realidad medioambiental de la región en ninguna de las convocatorias electorales, lo que denota la poca relevancia que esos aspectos tiene para este diario de ámbito nacional.

Los mensajes medioambientales recogidos quedan siempre en un segundo plano, incluso cuando la intención del partido político es la de poner sobre la mesa sus propuestas en esta materia. Es el caso de una información publicada el 1 de marzo de 2000 con el titular *IU dirige ahora su mensaje a captar los votantes del PSOE* , en la que el candidato de IU, Antonio Romero, convoca a la prensa para presentar su programa electoral sobre medio ambiente, pero tan sólo se recoge un par de iniciativas, dedicando el resto de la información a otros asuntos que considera más importantes, y que se centran sobre todo en su crítica a los socialistas andaluces. Por tanto, el interés mostrado en esta ocasión por

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

parte de la formación política es delegado por este periódico a la hora de confeccionar su información. La mención al medio ambiente quedar reducida a la siguiente frase:

> (…) Romero aseguró que en Andalucía "ya se han encendido todas las alarmas medioambientales", y criticó las actuaciones de la Junta en este ámbito durante los últimos años (…).

Por otro lado, las propuestas medioambientales de los socialistas andaluces no son tenidas en cuenta en ningún momento por este diario en la campaña de 2000. Tan sólo alude en sus informaciones a cuestiones planteadas por PP e IU, prestando más atención a aquellas que son claramente contrarias a los intereses del PSOE, partido que gobierna en la Administración andaluza. A este respecto, *El Mundo* lleva a sus páginas dos informaciones, una de la coalición de izquierdas contraria a la concesión de ayudas, por parte de la Junta de Andalucía, a la empresa Boliden-Apirsa, causante del vertido tóxico en Aznalcóllar (*"El que contamina, recibe subvención", El Mundo, 7 de marzo de 2000)*, y otra del PP, en la que denuncia la política de recogida de residuos del Ejecutivo autonómico, resaltando las deficiencias que presenta el sistema (*Teófila Martínez acusa al PSOE de ocultar datos sobre residuos, El Mundo, 3 de marzo de 2000).*

La utilización de las cuestiones medioambientales como herramienta de crítica es manifiesta por parte de este periódico, al poner sólo de relieve la información contraria al Ejecutivo autonómico y al partido que lo sustenta, y auspiciada por el resto de formaciones políticas que se encuentran en la oposición. En esta práctica, rechaza cualquier alusión a programas electorales o acontecimientos concretos sobre esta materia.

Se trata de un proceder por parte de este medio de comunicación que se vuelve a repetir en convocatorias posteriores. Como es el caso de la

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

campaña de 2004, en la que *El Mundo* utiliza de nuevo un asunto relacionado con la sostenibilidad de recursos para atacar a la Administración regional. En este punto, denuncia que el candidato del PSOE a la Junta de Andalucía, Manuel Chaves, elude hablar, durante un acto electoral en Almería, sobre el trasvase del Ebro (*Discursos sin alusiones al trasvase del Ebro, El Mundo, 11 de marzo de 2004)*. Igualmente, convierte en negativo el hecho de que el político socialista se reuniera en el inicio de la campaña con activistas ecologistas, denunciando que no se expusieran durante el encuentro un mayor número de propuestas concretas sobre este tema.

Otro ejemplo de esta manipulación informativa se da en el año 2008, cuando se publica una información protagonizada por el PP sobre el Plan Hidrológico en contra del Partido Socialista, en la que se asegura por parte de los populares que volverían a este plan sobre política de aguas si gobernaran otra vez en el Ejecutivo central. La noticia, que lleva por título *El PP afirma que mantiene la propuesta del Plan Hidrológico, derogado por el PSOE* y es publicada el 28 de febrero, avala únicamente la denuncia de los populares, y no recoge el testimonio del resto de protagonistas implicados. Otro ejemplo es el reportaje publicado sobre el hotel El Algarrobico el 23 de febrero, en el que se responsabiliza al PSOE de Almería de impulsar este proyecto, así como al resto de administraciones locales y autonómicas gobernadas todas por los socialistas andaluces.

Una vez más, no es tenida en cuenta ninguna propuesta del Partido Socialista en esta materia, pese a que ser el partido de gobierno en ese momento, acaparando todo el protagonismo el PP e IU, de la que se recoge una mínima expresión vinculada a estos asuntos, que se incluye en una información mayor en la que se critica la gestión de Chaves al frente del Gobierno autonómico, relacionada con el desarrollo económico sostenible.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

En las últimas elecciones analizadas sobre este periódico sucede lo mismo. En 2012, la única formación política sobre la que alude en referencia a temas medioambientales vuelve a ser el PP (*Arenas promete el gobierno más reformista y austero del país, El Mundo, 20 de marzo de 2012)*, dejando fuera de su atención mediática a los otros dos partidos objeto de esta investigación (PSOE-IU). Nuevamente, la mención vuelve a ser muy pequeña y poco relevante en comparación con el conjunto de la información, al difundir tan sólo varias promesas electorales poco significativas y sin concreción, destacando únicamente la importancia de proteger la flora y la fauna en Andalucía.

> (…) El candidato del PP quiere una Andalucía con una sociedad civil fuerte y pidió un "cambio de mentalidades". Por eso, cree que "sobra política" y se comprometió a despolitizar las comisiones provinciales de urbanismo, de patrimonio o las juntas rectoras de los parques naturales. Es la única referencia que hizo al Medio Ambiente dijo que estaba de acuerdo en proteger especies de flora y fauna pero que lo más importante es "proteger a la humana" (…).

Como conclusión, cabe destacar que este periódico utiliza, en líneas generales, al medio ambiente como arma electoral en contra del Gobierno autonómico en manos del PSOE en cada una de las campañas celebradas desde el año 2000. La mayoría de las informaciones son protagonizadas por el principal partido de la oposición (PP) o en su caso IU, en cuyas noticias también se resalta su enfrentamiento con el Ejecutivo socialista. Todo ello se traduce en que la neutralidad y objetividad informativa quede entredicho en cada uno de los períodos analizados, anteponiendo los intereses editoriales a los de los propios ciudadanos que demuestran su interés por este tipo de temas en cada uno de los Ecoborómetros llevados a cabo a lo largo de la primera década del siglo XXI.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Para *El Mundo,* los temas recogidos sobre cuestiones medioambientales son entendidos como una problemática social en la mayoría de los casos, y en una sola ocasión, como motor económico a través de una noticia publicada el 1 de marzo de 2008 bajo el título *Valderas dice que Chaves se presenta el 9M "caduco",* en la que este diario habla de promover el uso de energías renovables.

8.6.3 Diario *ABC*

La importancia que concede el diario *ABC* a los asuntos medioambientales es menor en comparación con la cobertura que realiza de otros temas durante las diferentes campañas electorales analizadas. Únicamente el 2,5 por ciento del total de noticias publicadas tienen relación con estos temas, de los que la mayoría tienen poca relevancia o están centrados en cuestiones muy concretas, sin hacer a penas mención a otros de mayor calado como son las emisiones de CO2 y el efecto invernadero, la protección de especies amenazadas o de ecosistemas tanto a nivel local como regional.

Al igual que en el caso de *El Mundo*, este periódico utiliza estos temas para arremeter en contra de la política seguida por parte del gobierno de la Junta de Andalucía en manos de los socialistas, focalizando la mayoría de las informaciones en el partido que representa a la derecha andaluza, o en su caso, y en un segundo lugar, a la coalición de izquierdas. Mientras que cuando el PSOE es el protagonista, el contenido siempre es negativo para sus intereses electorales, al poner de relieve sus deficiencias, según el criterio de este diario.

En la campaña del año 2000, el PP acapara la mitad de las informaciones medioambientales que se enmarcan en el enfrentamiento político por parte de este partido político en contra del Gobierno autonómico en

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

materia de parques nacionales como Doñana (*Teófila defiende la gestión estatal del Parque Nacional de Doñana, ABC, 3 de marzo de 2000)* y catástrofes naturales (*El PP propone un Fondo de Catástrofes Naturales, ABC, 8 de marzo de 2000).* Asimismo, la situación se repite con IU y sus propuestas sobre esta materia (*Romero promete una Ley para "poner orden" en el sector, ABC, 1 de marzo de 2000)* sin que se preste atención a las medidas del partido de gobierno que en *se* momento era el PSOE .

Tan sólo en una ocasión el protagonista de la información es el candidato socialista José Antonio Griñán y se produce en el año 2012. Pero la importancia que otorga este medio al medio ambiente es ínfima, ya que la única referencia concreta y orientada a la eficiencia energética se produce al final del texto de la noticia *Griñán se une a las cooperativas en el pueblo de Arenas* (*ABC,* 20 de marzo de 2012).

> (…) El candidato socialista a la Presidencia de la Junta prometió un Instituto Tecnológico de Edificación sostenible, cuyo objetivo será rehabilitar viviendas y acondicionarlas para la eficiencia energética.

Para *ABC*, los temas de mayor relevancia son los que están vinculados a la protección medioambiental, y sobre todo, a los que tienen que ver con la normativa de los parques naturales de la región. En varias ocasiones focaliza su información en estos temas, la última vez se produce en 2008 a raíz de unas declaraciones del candidato del PP Javier Arenas sobre la "politización" de estos espacios. Sólo en una ocasión habla sobre el cambio climático, en una información que nada tiene que ver con los programas electorales de los partidos políticos. En febrero de 2008, publica un reportaje sobre el calentamiento global a través de un acto protesta de Intermon Oxfam. Lo que refleja que el medio ambiente no es un aspecto de interés para este periódico.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Otro dato curioso se produce cuando este diario ignora en sus informaciones las propuestas ecológicas del partido que ha permanecido en el gobierno de Andalucía en cada una de las campañas electorales analizadas, y presta atención a las críticas realizadas por un partido minoritario y sin representación parlamentaria como es Equo, del que recoge sus promesas en sostenibilidad y medio ambiente (*Equo quiere liderar el camino a la sostenibilidad, ABC, 20 de marzo de 2012)*.

Las informaciones publicadas por *ABC* son entendidas siempre desde una perspectiva social a la que hay que poner solución, dejando a lado otras vertientes como son la reactivación económica desde el empleo verde o el cambio de modelo productivo.

8.7 Análisis comparado entre periódicos

Tras el análisis de los datos obtenidos es esta investigación, se observa una gran diferencia entre los periódicos con una línea editorial más conservadora (*ABC-El Mundo*) y *El País*, cuyo interés por los temas medioambientales es superior, tal y como se constata a través de los asuntos tratados en sus informaciones, la relevancia ofrecida y el espacio dedicado a cada cuestión.

Mientras que *El Mundo* y *ABC* utilizan el medio ambiente como una vía de crítica y denuncia al partido que sustenta el gobierno, *El País* es más plural en sus informaciones y recoge las propuestas de las principales fuerzas políticas con representación parlamentaria en el momento de la convocatoria de las elecciones autonómicas. En cambio, los dos diarios conservadores dan cobertura principalmente a los dos grandes partidos de la oposición como son el PP e IU.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

De igual modo, el compromiso por los temas de mayor calado es mayor también *El País*, que durante varias campañas recoge informaciones sobre el cambio climático, una de las grandes preocupaciones planetarias, siendo el único que se hace eco de cumbres mundiales sobre el clima como es la de Kioto. Unas cuestiones que son obviadas por *El Mundo* en sus informaciones sobre las distintas campañas, y *ABC* sólo aborda este asunto en una ocasión hasta (*Estoy hasta los polos…, ABC, 24 de febrero de 2008).*

Las diferencias en la selección de noticias es también notable como queda reflejado en que únicamente coinciden los tres periódicos en la difusión de una misma noticia, aunque se ofrece desde diferentes enfoques. La información es publicada el 3 de marzo de 2000 y es protagonizada por la candidata del PP Teófila Martínez sobre aspectos medioambientales de su programa electoral. Mientras *El País* (*Martínez se queja de la falta de información sobre el destino de los residuos)* y *El Mundo* (*Teófila Martínez acusa al PSOE de ocultar datos sobre residuos)* coinciden en resaltar en primer término la denuncia sobre la recogida de residuos en la región, y dejan para un segundo plano las cuestiones relativas al Parque Nacional de Doñana, en el caso de *ABC* (*Teófila defiende la gestión estatal del Parque Nacional de Doñana*), es este último aspecto el que resalta, pasando la cuestión del reciclaje a ser un tema secundario.

Por su parte, *ABC* (*Romero promete una Ley para "poner orden" en el sector)* y *El Mundo* (*IU dirige ahora su mensaje a captar a los votantes del PSOE)* también publican a la vez una información relativa al programa electoral de IU el 1 marzo de 2000, con la diferencia que la extensión y relevancia que ofrece el segundo medio es mucho mayor.

Desde un punto de vista cronológico, la evolución, tanto en número como en pluralidad de temas y extensión de los mismos, es mayor en el diario *El*

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

País, en el que elección tras elección este medio multiplica la cifra de noticias recogidas sobre medio ambiente hasta el año 2008, sufriendo una caída en 2012. Igualmente, también ha existido un desarrollo en la temática, mientras que las primeras elecciones escogidas para este estudio se habla de reciclaje el abanico de asuntos se amplía a partir de 2004 hacia temas de mayor calado como puede ser el cambio climático y las denuncias medioambientales sobre temas tan candentes como el recorte de las primas a las energías renovables o la protección medioambiental.

Así, la evolución del periódico *El Mundo* es desigual a lo largo de los años analizados, ya que las elecciones del 2000 y 2008 son las que más informaciones de este tipo acumulan. La temática es repetida prácticamente igual a lo largo del tiempo, centrándose sobre todo en cuestiones relacionadas con la protección medioambiental, el reciclaje o las políticas del agua.

El esquema se vuelve a repetir en *ABC,* donde el desarrollo es también similar al ofrecer la misma cobertura informativa en los años 2000 y 2008, bajando esta cifra notablemente en 2004 y 2012. En cuanto a temas, estos son parecidos al caso anterior, abordando cuestiones relativas a la protección medioambiental y a las catástrofes naturales.

No obstante, destaca que, aunque la evolución entre medios sea diferente, todos coinciden en establecer el pico más alto en número de temas y de noticias en las elecciones de 2008 para a continuación caer cada uno de ellos a la mitad en la campaña de 2012, coincidiendo con el estadillo de los casos de corrupción en Andalucía y con la crisis económica y de desempleo que vive la región, que hacen que sean estos asuntos los más destacados durante la celebración de estos comicios.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

CAPÍTULO IX
CONCLUSIONES SOBRE POLÍTICA Y COMUNICACIÓN AMBIENTAL EN ANDALUCÍA ENTRE LOS AÑOS 2000 - 2012

Finalizado el análisis, en el siguiente capítulo se procede a verificar tanto los objetivos que se pretendían alcanzar con este trabajo de campo así como las hipótesis de las que se partía en esta investigación centrada en la importancia que otorga tanto la prensa generalista como los partidos políticos al medio ambiente durante el trascurso de una campaña electoral en Andalucía.

Los resultados del análisis desarrollado confirman, como se verá más adelante, que esta materia no ha sido prioritaria ni para los medios de comunicación objeto de esta tesis ni para las principales formaciones políticas, que en escasas ocasiones han hecho uso del medio ambiente como herramienta para captar el beneplácito de sus votantes potenciales.

En este sentido, *El País, El Mundo* y *ABC* sólo en contadas ocasiones han tomado la iniciativa para centrar sus informaciones en este tipo de asuntos, que sí despiertan el interés de la ciudadanía, tal y como recogen numerosos estudios y encuestas realizadas a la sociedad andaluza durante las últimas décadas.

Las propuestas medioambientales incluidas en los distintos programas electorales de PSOE, PP e IU son tan sólo un listado de promesas que, en su mayoría, no son trasladadas después a la opinión pública a través de los distintos actos de campaña o comunicados de prensa difundidos durante la contienda electoral.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

9.1 Verificación de los objetivos

En esta investigación se ha considerado necesario trazar ciertos objetivos que deberían alcanzarse. Su importancia radica, por un lado, en que son indicadores de referencia para la verificación de las hipótesis y, por otro, en que contribuyen a poner de relieve otros resultados que se pretendían llegar con esta tesis.

1. Estudiar la importancia del mensaje medioambiental durante el transcurso de las campañas electorales en Andalucía en las ediciones regionales de los tres periódicos de mayor difusión a nivel nacional (*El País*, *El Mundo* y *ABC*). Tras el planteamiento del análisis adecuado para este cometido, tanto desde un punto de vista cualitativo como cuantitativo, se ha podido alcanzar este objetivo. El método diseñado para este fin ha sido aplicado a las informaciones que han aparecido con motivo de las elecciones al Parlamento andaluz entre los años 2000 y 2012 en las ediciones andaluzas de estos diarios, y ha permitido valorar la relevancia otorgada a las cuestiones medioambientales por cada una de las cabeceras estudiadas.

2. Analizar la labor de mediación de la prensa en un período de alta actividad política como es una campaña electoral. La investigación llevada a cabo ha conseguido que se pudiera estudiar el papel que juega los medios de comunicación escritos durante el transcurso de una contienda electoral. La tesis ha podido profundizar en este aspecto fundamental para entender el lugar que ocupa cada uno de los agentes que intervienen en cada uno de los períodos analizados.

3. Examinar las propuestas medioambientales de los distintos programas electorales del PSOE, PP e IU. La aplicación del método

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

de análisis adecuado se ha podido alcanzar este objetivo a través de la cuantificación del número de iniciativas medioambientales que fueron recogidas en cada uno de los doce programas electorales analizados en esta tesis.

4. Crear un marco metodológico para el estudio del discurso medioambiental durante la celebración de una campaña electoral, a través de de la aplicación de una análisis combinado entre métodos cuantitativos y cualitativos. Dado que la metodología escogida ha permitido poder verificar las distintas hipótesis planteadas en esta tesis, se puede afirmar que ha sido adecuada para esta investigación. La aplicación de uno sólo de los métodos no hubiese sido suficiente, ya que no se habría profundizado a los niveles que se ha llegado y los resultados habrían sido parciales.

9.2 Verificación de las hipótesis

Hipótesis 1: El medio ambiente y la sostenibilidad no ocupan un lugar preponderante en la agenda de los medios de comunicación ni son objeto prioritario del discurso de los partidos políticos a lo largo de cada una de las campañas electorales celebradas en Andalucía entre los años 2000 y 2012.

La primera hipótesis cuestionaba la relevancia que alcanza la temática medioambiental en el desarrollo de unas elecciones de la región andaluza. Para su verificación, han resultado más útiles los métodos cuantitativos.
Si se atiende al número de informaciones publicadas por *El País, El Mundo* y *ABC* durante la celebración de las campañas electorales entre los años 2000 y 2012 en Andalucía, se corrobora que el medio ambiente y la sostenibilidad no han ocupado un espacio significativo en la agenda

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

mediática. En cifras, las piezas informativas vinculadas a esta temática tan sólo son 33 de un total de 1.233 noticias difundidas, entre los tres medios, a lo largo de los 15 días de duración de la campaña. Un volumen informativo que supone sólo el 3 por ciento de todo lo publicado en las páginas destinadas a informar sobre las diferentes elecciones autonómicas, mientras que el restante 97 por ciento tiene que ver con otro tipo de temática relacionada con el propio desarrollo de la contienda electoral.

La confección de la información a iniciativa del propio medio es también baja. De las 33 piezas válidas para esta investigación, sólo 12 son producto de la iniciativa del periódico, mientras que el resto de noticias son el resultado de la acción política de los diferentes partidos a través de la celebración de un acto de campaña, un mitin o una declaración que es posteriormente recogida por los distintos diarios objeto de este estudio desde su perspectiva editorial. Por tanto, estas cifras vienen a demostrar también que los asuntos medioambientales tampoco suponen el eje principal del discurso político del PSOE, PP e IU durante una campaña electoral.

1.1 <u>La información sobre el medio ambiente es relegada a un segundo plano por los periódicos. Esta temática no aparece como protagonista, sólo es utilizada como contexto para situar otras noticias.</u>

Esta hipótesis queda también verificada tras el análisis cualitativo desarrollado en esta investigación. La mayoría de la información publicada por estos tres periódicos sobre asuntos medioambientales es utilizada como marco para abordar otro tema. En muchas de las piezas seleccionadas el contenido sobre esta temática queda diluido o es abordado de

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

forma indirecta y sin apenas implicación por parte del diario en la selección, tratamiento y difusión de los acontecimientos. Este aspecto es abundante y se repite con frecuencia, llegando en ocasiones a despacharse estos temas en una frase en el cuerpo de la noticia, incluso cuando el acontecimiento que provoca la información está relacionado con el medio ambiente.

1.2 <u>El medio ambiente es abordado más como argumento para suscitar la polémica y la confrontación política, que desde un punto de vista científico.</u>

Esta hipótesis refuerza la descrita anteriormente. Para su verificación, son útiles tanto los métodos cuantitativos como los cualitativos. En cuanto a los primeros, cabe resaltar que 11 de las noticias seleccionadas tienen que ver con temas controvertidos en el momento de la celebración de la campaña electoral, y son utilizados, tanto por parte de los distintos periódicos como de las formaciones políticas, como armas electorales.

La utilización por parte de *El Mundo* de cuestiones polémicas, como herramienta política, es manifiesta y se produce hasta en cuatro ocasiones diferentes. Por parte de *El País,* esta hipótesis queda demostrada también en la campaña de 2012, en la que este medio deja a un lado otros temas relevantes o procedentes de los distintos programas electorales para centrarse en polémicas como la retirada de las ayudas por parte del Gobierno de la nación a las energías renovables, la modificación de la Ley de Costas o la

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

construcción de una carretera a través del Parque Nacional de Doñana, propuestas por el PP.

Por último, *ABC* sigue la misma línea que los medios anteriores. También utiliza el medio ambiente como arma política y aborda temas polémicos o que van en contra de los intereses del partido de gobierno (PSOE) más que en otros que también tienen relevancia para la ciudadanía sobre esta materia como pueden ser la contaminación, el cambio climático o la protección medioambiental.

Hipótesis 2: El número de propuestas medioambientales incluidas en los programas electorales del PSOE, PP e IU será significativamente reducido con respecto al volumen global de iniciativas incluidas en el programa

El análisis de contenido llevado a cabo sobre los 1programas electorales verifica esta hipótesis. En el caso del Partido Socialista, el volumen de iniciativas medioambientales durante las cuatro campañas electorales nunca ha superado el 10 por ciento del total de propuestas, siendo los años 2004 y 2012 cuando menos atención se presta a esta materia con tan sólo un 4,2 y un 3,6 por ciento, respectivamente. Una situación que se vuelve a repetir en el Partido Popular, que aunque el número de compromisos incluidos en los programas electorales varía en función del año, éstas no superan en ningún caso el 10 por ciento, aunque se duplican los compromisos programáticos entre los años 2000 y 2004, pasando del 3,5 al 6,8 por ciento.

Por su parte, la evolución de IU ha sido diferente. La coalición de izquierdas comenzó el siglo XXI destinando tan sólo un 1,5 por ciento (de un millar de propuestas) del programa electoral al medio ambiente. Una cifra que ha ido creciendo de forma exponencial en convocatorias

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

sucesivas. En el año 2004, el número de iniciativas medioambientales planteadas llegó al 20,6 por ciento del total de propuestas planteadas por esta formación, creciendo hasta el 22,5 por ciento en la convocatoria de 2008. En cambio, esta cifra baja al 9 por ciento en 2012, pero, aún así, sigue siendo el mayor porcentaje en comparación con los otros dos partidos objeto de este análisis.

Pero pese a estas cifras, el interés tanto mediático como político de difundir estas propuestas durante los días de campaña es mínimo. En ningún momento, ningún periódico selecciona esta parte de los programas electorales para confeccionar su información. Y en los casos en los que la noticia es producto de la acción del medio tampoco se tienen en cuentan, acudiendo a otras fuentes distintas a la oficial. Los partidos políticos tampoco suelen centrarse en estas cuestiones durante campaña, rara vez una formación elige estos temas como ejes de su discurso durante la celebración de un acto. Y cuando ha ocurrido, los representantes políticos se han centrado en temas controvertidos o sólo han utilizado una pequeña cantidad del total de propuestas medioambientales recogidas en sus programas.

2.1 Las formaciones políticas de izquierda (PSOE-IU) promueven mayor número de noticias relacionadas con el medio ambiente que las pertenecientes a la derecha (PP) durante el trascurso de la campaña electoral. PSOE e IU presentan un compromiso más sólido con los problemas medioambientales, y lo traducen difundiendo a través de sus actos electorales un volumen mayor de información sobre sostenibilidad y medio ambiente.

Una vez llevado a cabo el análisis correspondiente, se demuestra que esta hipótesis es errónea. Si se atiende al número de informaciones promovidas por las distintas formaciones

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

políticas sobre este tipo de cuestiones se comprueba que el PP difunde el mismo número de noticias sobre medio ambiente que IU con un total de 12, lo que la sitúa una por encima del PSOE, que publica 11 a lo largo de las cuatro elecciones analizadas.

Es en el análisis de la distribución por medio donde se detectan las principales diferencias. En *El País,* que publica un total de 20 noticias relativas a estos temas, el protagonismo es compartido casi a partes iguales entre las tres fuerzas políticas (PSOE 7, PP 7, IU 6), mientras que, en el caso de *El Mundo,* los socialistas y la coalición de izquierdas son protagonistas en 3 ocasiones cada uno frente a 2 del PP. Por último, *ABC* fija sus contenidos en el PP e IU 2 veces, y una única vez en el PSOE.

Hipótesis 3: La atención mediática y política sobre asuntos medioambientales en los periodos electorales andaluces transcurridos desde el año 2000 se ha visto alterada y mermada por la crisis económica, lo que se ha traducido en una menor difusión y cobertura de este tipo de noticias.

Esta hipótesis es fundamental para entender el impacto que supuso para la sociedad andaluza el inicio de una de las crisis económicas financieras de mayor calado de las últimas décadas. Las prioridades de los ciudadanos, y por consiguiente la de los propios medios, se vieron alteradas a partir del año 2008 con el estallido de la burbuja inmobiliaria que provocó el comienzo de una etapa en la que las cifras de paro aumentaron exponencialmente, a la vez que crecía el nivel de empobrecimiento de la población, que empezaba a soportar recortes en derechos en áreas tan sensibles como la sanidad, la educación o el trabajo.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Esta hipótesis de partida queda comprobada a través de la aplicación de los métodos cuantitativos y cualitativos. Desde la cuantificación de los datos, se observa cómo se reduce de forma considerable el número de noticias sobre medio ambiente en 2012 con respecto a las elecciones de 2008 en cada uno de los tres periódicos analizados, al recogerse tan sólo un total de cinco informaciones. La mayor bajada se produce en el diario *El Mundo,* que pasa de un 44,4 por ciento de informaciones difundidas sobre este tema en 2008, respecto al cómputo general de noticias publicadas por este periódico en las cuatro elecciones objeto del estudio, a un 11,1 en el año 2012. En los casos de *El País* y *ABC* sucede lo mismo, pasando de un 40 por ciento a un 26,6 por ciento y de un 33,3 por ciento a un 22,2 por ciento, respectivamente.

Desde el punto de vista cualitativo, destaca la escasa profundidad con la que se abordan estas cuestiones en las elecciones de 2012 en los diarios *El Mundo* y *ABC,* en los que la mención al medio ambiente es breve y poco relevante en comparación con el conjunto de la información ofrecida.

El caso de *El País* es diferente. Aunque el porcentaje de noticias es también bajo en comparación con elecciones anteriores, la apuesta que se hace sobre esta temática es mayor, y dedica un extenso reportaje sobre los desafíos medioambientales a los que debe hacer frente Andalucía durante la próxima década. Pese a que el contexto socioeconómico sufrió un espectacular cambio, lo que afecta directamente a la construcción de la agenda mediática, este periódico se fija, en su única mención al medio ambiente, en temas polémicos y controvertidos que afectan a la región andaluza que ponen de manifiesto su compromiso verde.

Hipótesis 4: Los periódicos de líneas editoriales más progresistas prestan mayor atención a los asuntos relacionados con el medio ambiente que los conservadores.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Esta hipótesis de partida queda demostrada tras la realización del correspondiente análisis de contenido. Sin lugar a dudas, el diario *El País* es el medio que mayor atención ha prestado a los temas medioambientales durante las cuatros campañas electorales analizadas, al publicar un total de 15 piezas de las 33 seleccionadas para este estudio, frente a las 9 informaciones que publican cada uno en el caso de *El Mundo* y *ABC*.

El País no sólo difunde mayor número de noticias sino que es el que más espacio dedica a estas cuestiones respecto a los otros dos medios. Además, es el periódico en el que alcanza mayor relevancia el medio ambiente, como queda reflejado en el hecho de que este tipo de información es el eje principal en la mayoría de las piezas seleccionadas para este estudio.

9.3 Conclusiones generales

1. **La información obtenida a través de los análisis cualitativo y cuantitativo permite comprobar el papel secundario y de escasa relevancia que desempeña las cuestiones relacionadas con el medio ambiente durante la celebración de una contienda electoral entre los años 2000 y 2012**, tanto para la prensa de referencia (*El País, El Mundo* y *ABC*) como para los principales partidos políticos con representación en el Parlamento andaluz (PSOE, PP e IU).

2. **La atención mediática por parte de los diarios objeto de este estudio está supeditada a los contextos económico-social y político en los que se desarrollan cada campaña electoral**. Tras la aplicación de los métodos de análisis, se

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

corrobora, tal y como se recoge en una de las hipótesis, que la aparición de escenarios nuevos, como la crisis económica que se inicia en el 2008, influyen de forma directa en el volumen de noticias recogidas por estos periódicos en relación al medio ambiente reduciéndose su número. Aunque la percepción que muestran los ciudadanos sobre estas cuestiones, a través de encuestas como el Ecobarómetro de Andalucía, no varía de modo significativo en relación a la coyuntura social y económica existente, situándose siempre en valores medios respecto a otros temas como el paro, la política y la vivienda durante todo el tiempo.

3. **Pese a la relevancia del cambio climático, éste sólo aparece reflejado en la agenda mediática a través de reportajes de investigación de producción propia, mientras que no se recoge en la de los diferentes partidos políticos, a pesar de que este tipo de propuestas son plasmadas en sus programas electorales**. En este sentido, el PP propone medidas tan novedosas como la creación en el año 2008 de la Oficina Andaluza contra el Cambio Climático que no son trasmitidas a la sociedad en ningún momento. Una política de comunicación que también comparte IU, que aunque es la primera formación en abordar la problemática del cambio climático en su programa del año 2000, con el compromiso de llevar a cabo estudios sobre el estado de la calidad del aire en diferentes ciudades andaluzas, no lo traslada después a sus votantes potenciales en sus acciones electorales.

4. **El diario *El País*, en su edición andaluza, es el medio de comunicación que mayor preocupación y compromiso muestra sobre el medio ambiente durante la celebración de una campaña electoral en Andalucía.** Esta apuesta por lo

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

"verde" queda patente en multitud de ocasiones a través de la confección de reportajes informativos de producción propia, que se salen de la agenda de los partidos políticos y marcan el ritmo de la campaña, y de su iniciativa en la denuncia de asuntos medioambientalmente insostenibles en la región. Además, es el único medio que recurre a expertos para recopilar información para confeccionar sus informaciones relativas a estos asuntos.

5. **Los periódicos *El Mundo* y *ABC* utilizan el medio ambiente como "arma política", al poner el énfasis en aquellos aspectos que pueden suscitar polémica o que van en contra del Gobierno andaluz y del partido que lo sustentaba durante las elecciones que se han estudiado en esta investigación (PSOE).** En esta práctica, ambos medios rechazan cualquier tipo de alusión a los programas electorales de los partidos políticos o a los acontecimientos concretos sobre esta materia. La mayoría de las informaciones recogidas tienen como protagonista a los partidos de la oposición en el momento de la celebración de la campaña electoral (PP e IU), en cuyas informaciones sobresale principalmente su confrontación con el Ejecutivo andaluz.

6. **Los doce programas electorales analizados recogen propuestas específicas dedicadas al medio ambiente, la sostenibilidad y las políticas del agua que después no son trasladadas a la opinión pública a través de los medios de comunicación.** Rara vez una formación política destina un día de la campaña electoral a presentar ante sus electores sus compromisos medioambientales. Y si llega hacerlo, tan sólo se centra en iniciativas concretas, obviando la mayoría de las mismas.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

7. **El medio ambiente más cercano al ciudadano como puede ser el reciclaje, el ruido o la limpieza de las ciudades queda relegado a un segundo plano.** Las principales cuestiones abordadas por la prensa y los partidos políticos tiene que ver con la protección y conservación del entorno, seguido por el cambio climático, el agua, las energías renovables, la contaminación, las catástrofes naturales y el empleo verde.

8. **A penas existe diferencia a la hora de abordar cuestiones medioambientes, en cuanto a su número, entre los partidos de izquierda (PSOE-IU) y derecha (PP). Todas las formaciones políticas difunden o protagonizan la misma cifra de informaciones relativas a estos temas.** La diferencia radica en cuanto a la temática y el medio de comunicación en cuestión. En el caso de *El País,* la mayoría de las informaciones publicadas hacen alusión a las tres fuerzas políticas, mientras que *El Mundo* y *ABC* se centran más en los partidos que ejercían la oposición en el momento de la celebración de las campañas electorales como son PP e IU. Asimismo, sobresalen los criterios de selección de las noticias por parte de estos diarios. En todo el tiempo analizado, tan sólo coinciden en una noticia, aunque se recoge desde diferentes enfoques.

9. **La mayoría de las informaciones recogidas por los distintos periódicos se enmarca en el ámbito regional.** Las ediciones andaluzas de los periódicos objeto de este análisis, así como la versión regional de los partidos políticos nacionales con representación en el Parlamento de Andalucía, muestran una visión de conjunto, y entienden sus propuestas o denuncias desde una óptica global del territorio. En muy pocas ocasiones, estos abordan un tema particular que afecte a una zona concreta de la geografía

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

andaluza, y siempre tiene que ver con territorios en los el alto valor ecológico es notable como Huelva, Granada o Cádiz.

10. **Los distintos diarios muestran su compromiso medioambiental al entender estas cuestiones como un problema social al que hay que poner solución. Aunque existen matices en función del medio, ya que *El País* y *El Mundo* también recogen informaciones en las que interpretan el medio ambiente como un motor económico que contribuye al cambio del modelo productivo**. Pero aún así, no se habla en ningún momento del potencial que puede llegar alcanzar el empleo verde tras el estallido de unas de las crisis económicas más devastadoras de las últimas décadas.

9.4 Futuras líneas de investigación

Una vez finalizada la investigación, y después de alcanzar los objetivos perseguidos por la misma, se abren nuevas vías de investigación que permitirían llegar a resultados más amplios respecto a la interacción que se ejerce entre el ámbito político y la conservación del medio ambiente, así como el compromiso que muestran los partidos sobre esta cuestión a través de sus programas electorales.

En esta ocasión, el ámbito de este estudio ha sido regional y se ha ocupado únicamente de los partidos políticos que tenían representación parlamentaria en el momento en el que se celebraban las distintas campañas electorales, dejando fuera a otras formaciones que también pueden ser susceptibles de esta tesis al contar con un cierto arraigo en la comunidad como puede ser el Partido Andalucista (PA), que tuvo en la década de los años 90 responsabilidades de gobierno, u otras de nueva creación como UPYD o Podemos.

Asimismo, se ha optado esta vez únicamente por los tres periódicos de ámbito nacional con ediciones andaluzas como son *El País, El Mundo* y

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

ABC, lo que permite también incluir también otras cabeceras tanto provinciales como regionales que enriquecerían aún más las conclusiones a las que se han llegado en esta tesis. Como ejemplo, se propone como nuevos soportes sobre los que basar la investigación los periódicos pertenecientes a los grupos Joly y Vocento, que disponen cada uno varias cabeceras en Andalucía.

Además, se podrían incluir igualmente las versiones digitales de los periódicos seleccionados y comprobar si en la parte on-line de estos medios se presta mayor o menor atención a los temas medioambientales durante la celebración de unas elecciones, y si este tipo de soporte es utilizado para ampliar las informaciones relativas a estas cuestiones o si, por el contrario, se ofrece noticias distintas que no aparecen reflejadas en papel.

Este mismo esquema se puede repetir en cada una de las regiones españolas, para a continuación, ver las similitudes y diferencias entre comunidades respecto al medio ambiente, centrándose además en los partidos nacionalistas que existan en territorios como Cataluña, País Vasco o Galicia.

Por otro lado, tras conocer la situación en la que se encuentran cada región en España, la investigación podría profundizar en este tema a través del análisis de las campañas electorales nacionales y de los programas de los principales partidos como son el PP, PSOE e IU, y de otros nuevos como puede ser Podemos. Para ello, se utilizarían también a las principales cabeceras del país como son los diarios *El País, El Mundo, ABC o La Razón,* a los que se podrían añadir otros periódicos online como *Público* o *Eldiario.es*.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

CAPÍTULO X
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

10.1 Bibliografía

- ABELLÁN, J. (2004): *Poder y Política en Max Weber*. Ed. Biblioteca Nueva. Madrid.

- ALFARO SALAS, S. (2011): *Política y partidos políticos*. Editorial Universidad Estatal a Distancia. San José. Costa Rica.

- AMÉRIGO, M. (2006) *La investigación en España sobre actitudes proambientales y comportamiento ecológico*. Departamento de Psicología. Universidad de Castilla-La Mancha. Ed. Resma.

- ARORA, A. Y LASWELL, H. (1969) *Political Communicationes: The Public Language of Polítical Elites in Indiana and the United States*. Ed. Holt, Rinehart and Wiston. Nueva York.

- BLAKE, R. Y HAROLDSEN, E. (1975): A Taxonomy of Concepts in Communication. Ed. Husting House. New York.

- BARKER, M. J. (2009): *Los partidos verdes ante los medios de comunicación*. En Revista Infoamérica. (pp 165-176)

- BELENGUER, M. (2003): *Información y divulgación científica, dos conceptos paralelos y complementarios en el periodismo científico*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico nº 9, pp. 43-53.

- BERGANZA CONDE, M. R. Y RUIZ SAN ROMÁN, J. A. (2005): *Investigar en comunicación*. Ed. McGraw Hill.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- BERGANZA CONDE, M.R. (2005): *Periodismo especializado*. Ed. Internacionales Universitarias. Pamplona.

- BERICAT, E. (1998): *La investigación de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social. Significado y medida*. Ariel Sociología. Barcelona.

- BLANCO CASTILLA, E. (2005): *Información local y franquismo. El caso de Diario Sur (1937-1975)*. Málaga. I+D.COM.

- BLANCO CASTILLA, E., QUESADA, M. y TERUEL, L. (2013): *Entre Kioto y Durban. Posición editorial de los medios de referencia ante el cambio climático*. Revista Latina de Comunicación Social nº 68. Universidad La Laguna. Tenerife. (pp 420-435)

- BLANCO CASTILLA, E. (2008): *Periodismo ambiental. El caso español*. En Midia, Ecología e Sociedade. Edit. José Marques de Melo. Intercom. Sao Paulo (pp 113-125).

- BLANCO CASTILLA, E., ESTÉVEZ, F. (2010): *Tendencias del periodismo especializado*. Servicios de Publicaciones de la Universidad de Málaga. Málaga.

- BOUZA-BREY, L. (1996): *El poder y los sistemas políticos*. En Manuel de Ciencia Política. Editorial Tecnos. Madrid.

- BORIXK, CH.; LACHAPELLE, E.; RABEL, B. (2011): *Climate compared: Public opinion on climate change in the United States & Canada*. Ann Arbor: Gerard R. Ford School of Public Policy. University of Michigan.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- BOYKOFF, M. T. (2009): *Los medios y la comunicación científica*. Nº1 Comunicación y cambio climático. Revista Infoamérica.

- BOYKOFF, M. T. (2011): *Who speaks for the climate? Making sense of media reporting on climate change*. Cambridge: Cambridge University Press.

- CANEL, M. J. (2008): *Comunicación Política. Una guía para su estudio y práctica*. Ed. Tecnos. Madrid.

- CAMACHO, I.(2010): *La especialización en el periodismo. Formarse para informar*. Ed. Comunicación Social. Sevilla.

- CHAFFEE, S. (1975): *Political Communication*. Ed. Sage. Berverly Hills.

- CLAVERO, J.; LÓPEZ, D.; MONTIEL, C.; ORELLANA, C.; REINA, J.; Y YUS, R. (2010): *La situación ambiental de Andalucía*. Revista El Ecologista, nº67.

- CORRALIZA, J.A, BERENGUER, J., MORENO, M. y MARTÍN, R. "La investigación de la conciencia ambiental. Un enfoque psicosocial", capturado en la web: www.juntadeandalucia.es/medioambiente/web/bloques_tematicos

- CRESPO, J. A., (2001): *Elecciones y Democracia*. Instituto Federal Electoral. México.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- DADER, J. L., (1992): *El periodista en el espacio público*. Ed. Bosch. Barcelona.

- DE BUSTOS, J. C. (2009): *Cultural ecology*. En Infoamérica. Revista Iberoamericana de comunicación (49-58).

- DE MORAGAS, M. (1985): *Sociología de la comunicación de masas II. Estructura, funciones y efectos*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

- DE MORAGAS, M. (1985): *Sociología de la comunicación de masas III. Propaganda política y opinión pública*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

- DELGADO, J. M Y GUTIÉRREZ, J. (1995): *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Editorial Síntesis. Madrid.

- DEL REY MORATÓ, J. (1996): *La Comunicación Política*. EUDEMA. Madrid.

- DEL REY MORATÓ, J. (2008): *Comunicación Política, Internet y campañas electorales. De la Teledemocracia a la Ciberdemocracia*. Ed. Tecnos. Madrid.

- DÍAZ NOSTY, B. (1995): *Los medios y la hipótesis de la democracia degradada*. Universidad de Málaga. Málaga.

- DÍAZ NOSTY, B. (2013): *Aproximación a la construcción interdisciplinar de un nuevo paradigma. Comunicación, cambio climático y crisis sistémica*. Tratamiento mediático de las

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

soluciones al cambio climático. Número 84, septiembre- noviembre 2013. Revista electrónica iberoamericana Razón y Palabra.

- DÍAZ NOSTY, B. (2008): *O meio (ambiente) é a mensagem*. En Mídia, ecología e sociedad. Intercom. Sao Paulo. (35-49).

- DÍAZ NOSTY, B. (1999): *Un espacio andaluz de los medios. La comunicación en Andalucía 1999. Situación y tendencias*. Ed. Tiempo. Madrid. (11-41)

- DIEZHANDINO, M. P. (1988): *La especialización en los medios impresos. La prensa ante el cambio de siglo*. Deusto. Bilbao.

- DÍEZ NICOLÁS, J. (2004) *El dilema de la supervivencia: Los españoles ante el medio ambiente*. Obra Social Caja Madrid. Madrid.

- DRYZEK, J. S. (2005). *The politics of the Earth. Environmental Discourses*. Ed. Oxford University Press.

- DOBSON, A.(1997): "Green Political Thought". Traducido en España por Pensamiento político verde: una nueva ideología para el siglo XXI. Editorial Paidós.

- *Ecobarómetro de Andalucía 2011*. Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA-CSIC) y la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.

- ECO, U. (2007). *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Ed. Gedisa.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- ECHEVARREN, J. M. (2009). *Valores y conductas medioambientales en España*. Fundación Centro de Estudios Andaluces. Sevilla.

- *Encuesta de Actividad y Perspectivas del BBVA sobre la Situación de Andalucía* (2013)

- Encuesta Global sobre Medio Ambiente y Sostenibilidad. Nielsen (2011): http://es.nielsen.com/news/20110831.shtml (15-10-12)

- ELÍAS, C.; (2001). *Periodismo especializado en medio ambiente: El caso de Doñana como paradigma de manipulación informativa*. Revista Ámbitos, Nº 6, primer semestre. (pp. 279 - 303)

- *El cambio climático en Andalucía: Evolución y Consecuencias Medioambientales*. (2007). Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía.

- ESPINO SÁNCHEZ, G. (2007): *El nuevo escenario de la comunicación política en las campañas presidenciales de México*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona.

- ESTATUTO DE ANDALUCÍA, (2006). Junta de Andalucía.

- ESTÉVEZ RAMIREZ, F. Y NIETO HERNÁNDEZ, J.C. (2014): *Nuevos retos del Periodismo Especializado*. Colección Universidad. Ed. Schedas.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- *Estrategia Andaluza ante el Cambio Climático*. Coordinación: Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía. (Acuerdo de 3 de Septiembre de 2002, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba la adopción de una estrategia autonómica ante el cambio climático. BOJA num. 113 de 26/09/2002.

- *Estrategia Andaluza de Desarrollo Sostenible: Agenda 21 Andalucía*. Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía

- *Estrategia de la Unión Europea para el Desarrollo Sostenible*. www.europa.eu.int

- *Estrategia Española de Desarrollo Sostenible*. www.esp-sostenible.net

- FAJEN, R. (1966) *Politics and Communication*. Ed. Little Brown. Boston.

- FERNÁNDEZ GARCÍA, T. Y GARCÍA RICO, A. (2001): *Medios de comunicación, sociedad y educación*. Ediciones de la Universidad de Castilla la Mancha.

- FERNÁNDEZ, R. (2001): *Tesis doctoral Periodismo Ambiental y Ecologismo: Tratamiento informativo del vertido de Aznalcóllar* en el diario *El País,* Edición de Andalucía. Departamento de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Sevilla

- FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. Y ESTÉVEZ RAMÍREZ, F (1993): *Fundamentos de la información periodística especializada*, Síntesis, Madrid.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (2004): *Periodismo especializado*. Ed. Ariel. Barcelona.

- FERNÁNDEZ MELLIZO-SOTO, M. (2001): *¿Para qué sirven las campañas electorales? Los efectos de la campaña electoral de 1993*. Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas. Número 93. (Pp. 61-87).

- FERNÁNDEZ OBREGÓN, F. J. (1998): *Especialización, futuro del periodismo*. Revista Latina de Comunicación Social número 7, de julio de 1998. La Laguna. Tenerife. http://www.lazarillo.como/latina/a/70obr.htm

- FERNÁNDEZ REYES, R. (2002): *En torno al debate sobre la definición del periodismo ambiental*. En Ámbitos, número especial 9-10. 2º semestre año 2002-año 2003 (143-151).

- FERNÁNDEZ REYES, R. *Periodismo ambiental y periodismo sostenible*. En Ámbitos, número 11-12. 1º y 2º semestre de 2004 (pp. 311-317)

- FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, J. *Periodismo ambiental en España*. Publicaciones Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente 1995.

- FRANCÉ, J. (2004): *¿Qué es política? Tres respuestas: Aristóteles, Weber y Schmitt*. Ed. Los libros de Catarata. Madrid.

- FRIEDMAN, T. L. (2010): *Caliente, plana y abarrotada. Por qué el mundo necesita una revolución verde*. Ed. Planeta.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- GARCÍA, E., (2006): *Persona, sociedad y medio ambiente: Perspectivas de la investigación social de la sostenibilidad*. Consejería de Medio Ambiente, Junta de Andalucía. pp. 41-54.

- GARCÍA BEAUDOUX, V. (2004): *Campañas electorales y sus efectos sobre el voto. Análisis de la campaña electoral presidencial 2003 en Argentina*. Psicología Política, nº 28, 7-25.

- GARCÍA GÓMEZ-HERAS, J. M.; (2007): *Responsabilidad política y Medio Ambiente*. Ed. Biblioteca Nueva. Madrid.

- GARCÍA HÍPOLA, G. (2014): *Estrategias de comunicación política en contextos concurrenciales: las campañas electorales de 2008 y 2012 en Andalucía*. Tesis doctoral. Universidad de Granada.

- GARCÍA MADRIGAL, F. (1996): *Influencia y efectos de los medios: la creación de estereotipos sobre drogas*. Revista Acciones e investigaciones sociales. Número 4. EUTS. Zaragoza.

- GIMÉNEZ ARMENTIA, P. (2006): *Una nueva visión del proceso comunicativo: La teoría del Enfoque (framing)*. Revista Comunicación y Hombre. Número 2. (P. 55-66).

- GODOY, A. (1997): *I Congreso de Ciencia Regional de Andalucía: Andalucía en el umbral del siglo XXI*. Jerez de la Frontera.

- GÓMEZ, B.; NOYA, F. J. y PANIAGUA, A. (1999): *Actitudes y comportamientos hacia el medioambiente en España*. Edit. Centro de Investigaciones Sociológicas. Opiniones y Actitudes, Nº 25.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- GÓMEZ MENDOZA, M. A. (2000): *Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: definición, clasificación y metodología*. Revista de Ciencias Humanas- UTP. Número 20.

- GOMIS, L. (1987): *El medio media. La función política de la prensa*. Ed. Mitre. Barcelona.

- GOMIS, L. (1991): *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Ed. Paidós Comunicación. Barcelona.

- GUTIÉRREZ-RUBÍ, A. (2011): *La comunicación política en la era de Wikileaks. Ed. UOC.*

- HERNÁNDEZ PEZZI, C. (2010): *Ciudades contra burbujas*. Ed. Catarata. Madrid.

- HERNANDO CALVO, M. (1988): *Fines y objetivos del periodismo científico,* en *El periodista científico toca la puerta del siglo XXI*. Convenio Andrés Bello. Bogotá.

- *Hitos y tendencias del medio ambiente en Andalucía* (2007). Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía. http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/web/Bloques_Tematicos/Publicaciones_Divulgacion_Y_Noticias/Documentos_Tecnicos/hitos_y_tendencias_ma/hitos_marcadores_documento_completo.pdf

- HOLGADO, M. (2002): *El papel de los medios de comunicación en una campaña electoral*. Nº especial 9-10. Ámbitos. (pp. 471-484).

- *Informe sobre Indicadores de Sostenibilidad y Medio Ambiente: métodos y escalas* (2006). Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/portal_web/ima/2006/ima_2006_doc_completo.pdf

- *Informe de Medio Ambiente en Andalucía* (2010): Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía.

- KARAS, J. (1997): *El cambio climático en la región mediterránea*. Greenpeace. Barcelona

- KRIPPENDORF, K. (1990): *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Paidós. Barcelona.

- LARENA, A. (Coord) (2009) *Guía para periodistas sobre el cambio climático y negociación internacional*. Ed. Secretaría de Estado de Cambio Climático. Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino. Ministerio de Medio Ambiente. Madrid.

- LLANES, R. (2008): *La especialización periodística*. Ed. Tecnos. Madrid.

- LEÓN GROSS, T. y SINOGA, J. D. (2012): *Impacto mediático de los fenómenos medioambientales: la sequía en el sur de España durante el último siglo y su cobertura en prensa*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Vol. 18 nº 2 (pp 769-790).

- LÓPEZ, G. (2002): *Comunicación Electoral y Formación de la Opinión Pública: las Elecciones Generales de 2000 en la Prensa Española*. Universidad de Valencia. Valencia.

- MAAREK, P.J. (2005): *Marketing político y comunicación. Claves para una buena información política*. Edit. Paidós Comunicación.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- MARTIN SERRANO, M. (2007): *Evolución e historia en el desarrollo de la comunicación humana*. Extraído de la Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad: McGraw-Hill Interamericana de España, pp. 161-164.

- MARTÍNEZ, G. (2003): *Marketing político. Campañas, medios y estrategias electorales*. 3era. Edición Actualizada. Washington DC.

- MARTÍNEZ GARCÍA, M. A.; GÓMEZ AGUILAR, A. (2007) *Representación del medio ambiente en los medios de comunicación. Hacia otro mundo posible*. En Cultura Verde. Ecología cultura y comunicación, 1. Noviembre 2007 (285-301).

- MARTÍNEZ I COMA, F. (2008). *¿Por qué importan las campañas electorales?* Colección *Monografías*. Nº 260. Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Madrid.

- MASSACHUSETTS INSTITUTE OF TECHNOLOGY (MIT). (2003). *Moral and political reasoning in environmental practice*.

- MAZZOLENI, G.; (2010) *La Comunicación Política*. Ed. Alianza Editorial. Milán.

- McCOMBS, M. (2004): *Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Ed. Paidós Comunicación. Barcelona

- McNAIR, B. (1995): *An introduction to political communication*. Routledge. London.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- MEADOW R. (1980): *Politics as Communication*, Ablex Publishing. Ed. Norwood. New Jersey.

- MEILÁN, X. (2010): *Causas y consecuencias del consumo de información en España (2000-2009)*. Opiniones y Actitudes Nº 68. CIS. Madrid.

- MIGUEL PASCUAL, R. (2006): *Fundamentos de la comunicación humana*. Editorial Club Universitario. Alicante.

- MONTAÑO, M.; (1999). *Medio Ambiente, Empresa y Periodismo Ambiental. El caso de Canal Natura y las noticias sobre medio ambiente en Andalucía*. Revista Ámbitos. Nº 3-4, 2º semestre 2000. (pp. 269-284)

- MONTAÑO, M. (2002): "La comunicación ambiental en Andalucía". Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía.

- MONZON, C. (1996): "Opinión pública y comunicación política". Ed.Tecnos S.A. 218 p. Madrid.

- MORALES, M. E. Y ZIPPER R. (1999) *Manuales de Ciencias Políticas*. Editorial Universitaria S. A. Santiago de Chile.

- MORENO, I. (2008): *La identidad cultural de Andalucía. Aproximaciones, mixtificaciones, negacionismo y evidencias*. Centro de Estudios Andaluces. Consejería de la Presidencia. Junta de Andalucía. Sevilla.

- MOYANO, E., PANIAGUA, A. y LAFUENTE, R. (2009): *Políticas ambientales, cambio climático y opinión pública en escenarios*

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

regionales. El caso de Andalucía. Revista Internacional de Sociología (RIS) Vol. 67, nº 3 Septiembre-Diciembre. (pp 681-699)

- MUÑOZ-ALONSO, A. (1984:) *Política y nueva comunicación. El impacto de los media en la vida política*. PPU. Barcelona.

- MUÑOZ-ALONSO, A. y J. I. ROSPIR (1995): *Comunicación Política*. Editorial Universitas. Madrid.

- *MÚÑOZ, B. "Reflexión sobre sociología de la comunicación de masas". En: http://www.comunicacionymedios.com/Reflexion/teorias/sociologiamasas.htm*

- NIMO, D. (1978): *Political Communication and Public Opinion in America*. Ed. Goodyear Publishing Company. California.

- NOELLE-NEUMANN, E. (1995): *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Ed. Paidós. Barcelona.

- NORRIS, P. (2000): *A Virtuous Circle. Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge University Press. Cambridge.

- NOVO VÁZQUEZ, M.A. (2007): *Comportamiento estratégico de los mass media y los partidos en campaña electoral. Una aproximación teórica*. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas, año/vol. 6, número 001. Universidade de Santiago de Compostela. España. (pp. 43-52).

- NÚÑEZ CABEZAS, E. A. y GUERRERO SALAZAR, S. (2002): *El lenguaje político*. Ed. Cátedra.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- OCHOA, Oscar. (2000): Comunicación política y opinión pública. México D.F. Editorial Mc Graw-Hill/ Interamericana SA. 71 p.

- ODRIOZOLA, J. (2008): *Información de crisis y periodismo medioambiental: El caso Prestige en la prensa vasca*. Tesis Doctoral dirigida por Javier Díaz Noci y presentada en el Departamento de Periodismo II/Kazetaritza II.

- PANIAGUA ROJANO, F. J. (2004): *Comunicación Política y elecciones. Nuevas prácticas en el escenario español*. Ed. I+E Com.

- PANIAGUA MAZORRA, A. y TÁBARA, D. (2007): *Sociología medioambiental*. Federación Española de Sociología. Madrid. (pp. 503-516)

- PARRAT FERNÁNDEZ, S. (2006): *Medios de comunicación y medio ambiente*. Fragua. Madrid.

- *Plan Andaluz de Acción por el Clima 2007-2012*. Junta de Andalucía. (Acuerdo de 5 de junio de 2007, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba el Plan Andaluz de Acción por el clima 2007-2012: Programa de Mitigación. Boja num. 125, de 26/06/2007.

- *Plan de Medio Ambiente de Andalucía 2004-2010*. Consejería de Salud. Junta de Andalucía.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- *El Plan Andaluz de Acción por el Clima*: *Programa de Adaptación*. Junta de Andalucía (Acuerdo del Consejo de Gobierno, el día 3 de agosto de 2010 BOJA núm. 159, de 13/08/2010

- PETER, H. y HEINRICHS, H. (2009): *El cambio climático en los medios alemanes*. Nº1 Comunicación y cambio climático. Revista Infoamérica.

- PLASSER, F. (2002): *Global political campaigning: a worldwide analysis of campaing professionals and their practices*. Publicaction Data. USA.

- PIDGEON, N. F. y LORENZONI, I. (2005): *Public views on climate change: European and USA perspectives*. University of East Anglia.

- *Programa de Sostenibilidad Ambiental Ciudad 21*. Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía.

- QUESADA, M. (1998). *Periodismo especializado*.

- RAMÍREZ DE LA PISCINA, T. (1999): *Realidad y utopía de la especialización en periodismo*. Revista de estudios de comunicación, 6, (p. 261-279).

- REIG, R. (dir) (2011): *La comunicación en Andalucía. Historia, estructura y nuevas tecnologías*. Centro de Estudios Andaluces de la Consejería de la Presidencia. Junta de Andalucía.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- REY, J. (1999): *Comunicación Política Electoral. Elecciones municipales de Sevilla en 1999. Ed. Questiones Publicitarias nº 2. Sevilla.*

- RIECHMANN, J. (2007): "¿Cómo cambiar hacia sociedades sostenibles?. Ecología, Cultura y Comunicación". Consejería de Medio Ambiente. Junta de Andalucía.

- RODRIGO ALSINA, M. (2001): *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas.* Servei de Publicacions. Universitat de València.

- ROSALES, S. (2008): "Análisis de los discursos ambientales en la prensa escrita de la ciudad de México". Universidad Pedagógica Nacional. Unidad 095.

- ROSPIR, J. I.; Comunicación Política.(1995)

- SÁDABA GARRAZA, T., RODRÍGUEZ VIRGILI, J. Y BARTLOMÉ CASTRO, M. (2012): *Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política.* Observatorio Journal, vol. 6- número 2 (p. 109-126).

- SANDOVAL, C. A. (1996): *Investigación cualitativa.* Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior. Bogotá

- SANTAMARINA CAMPOS, B. (2006): *Ecología y poder. El discurso medioambiental como mercancía.* Ed. CATARATA.

- SOBRADOS, M. (2013): *Presente y futuro en el Periodismo Especializado*. Ed. Fragua Comunicación. Madrid.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- SOLER SÁNCHEZ, M. (2001): *Campañas electorales y democracia en España*. Publicaciones de la Unversitat Jaume I. Ed. II. Títol. III. Castellón.

- *SPECIAL EUROBAROMETER 409*. TNS Opinion & Social. http://ec.europa.eu/health/healthy_environments/docs/ebs_409_en.pdf

- SULMONT HAAK, D. (2010): *Los enfoques teóricos sobre el comportamiento electoral*. Departamento de Ciencias Sociales de la PUCP.

- SUÁREZ VÉLEZ, J. (2012): *La próxima gran caída de la economía mundial*. Random House Mondadori.

- SWANSON, D. Y MANCINI, P. (1996): *Politics, media, and modern democracy: an international study of innovations in electoral campaigning and their consequences*. Publication Data. USA.

- TERUEL, L.; (2006): Tesis Doctoral *Los medios en la construcción de la realidad política: El caso El Mundo (1993-1996)*. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad de Málaga.

- THOMPSON J. B. (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Ediciones Paidós Ibérica. S.A. Barcelona.

- TRENT, j. Y FRIEDENBERG, R. V. (1995): *Political Campaign Communication. Principles and Practicas*. Ed. Paraeger. Connecticut.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- VALENCIA, A. (2006) *La izquierda verde*. Icaria Editorial. Barcelona.

- VALENCIA, A. (2009). *El reto de la ciudadanía ante la crisis ecológica*. En Papeles Sociales y Cambio Global, nº 105, pp. 25-37.

- VALERA CASTRO, B. *Glosario Medioambiental*. Colección Técnica de Medio Ambiente. 2ª edición. Xunta de Galicia.

- VELÁZQUEZ, L. y MÉNDEZ, R. (2006) *Política ambiental, innovación empresarial y territorio. Estudios de casos: Macizo del Caroig, Vall d'Albaida y Garrotxa*. Ed. Universidad Complutense de Madrid. Madrid

- VENGOECHEA, A. (2012): *Las cumbres de Naciones Unidas sobre cambio climático*. Proyecto Energía y Clima de la Fundación Friedrich Ebert – FES. Colombia.

- VERGE, T. (2007): *Partidos y representación política: Las dimensiones del cambio en los partidos políticos españoles, 1976-2006*. Colección Mongrafías, número 249. Centro de Investigaciones Sociologicas (CIS). Madrid.

- VAUTARD, R. (2014): *The European climate under 2C global warming*. Vol. 9, número 3. Environmental Research Letters.

- VILAR, J. R. (2013): *Manual para ganar unas elecciones*. Ed. Palibrio LLC. Estados Unidos.

- YANES, R. (2007): *La comunicación política y los nuevos medios de comunicación personalizada*. Ámbitos, nº 16, pp. 355-365.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- YABNES, R. (2008): *Géneros de la comunicación política. Apuntes para la eficacia del mensaje persuasivo en el periodismo*. Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid. Madrid.

- ZAMORA, R, *Claves para gestionar la comunicación política local*. Ed. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

- ZOIDO, F. (1999). *Informe de Desarrollo Territorial de Andalucía*. Fundación sevillana de electricidad La General. Caja de Granada.

8.1 Fuentes en Internet (páginas web de interés):

- PSOE:

  - www.psoeandalucia.com
  - http://elblogdegrinan.es
  - http://www.psoeandalucia.com/media/uploads/noticias/documentos/programa_electoral_2012_web.pdf
  - http://www.queremosescucharte.es/

- PP:

  - http://www.ppandaluz.es/
  - http://www.javierarenas.es/
  - http://www.13congresoppandaluz.es/
  - http://www.pp.es/file_upload/noticias/pdf/6178-20120313171125.pdf

- IU:
  - http://www.iuandalucia.org/
  - http://iuandalucia.org/diegovalderas

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- http://www.iuandalucia.org/programa2012

- Instituciones:

  - http://www.juntadeandalucia.es/index.html
  - http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/site/portalweb/
  - http://www.agenciamedioambienteyagua.es/
  - http://www.ceama.es/
  - http://www.acsyma.org/
  - http://www.andaluciaecologica.com/
  - http://www.osman.es/
  - http://www.marcaparquenatural.com/
  -

- Organizaciones ecologistas:

  - http://www.ecologistasenaccion.org
  - http://www.wwf.es/
  - http://www.greenpeace.org/espana/es/
  - http://www.accionatura.org/

- Otras páginas de interés:

  - http://www.ecopolitica.org/
  - http://www.jovenesverdes.org/
  - http://www.iepe.org/

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

CAPÍTULO XI
ANEXOS

11.1 Programas electorales de los partidos políticos (cd)

11.2 Fichas de análisis

11.2.1 Ficha de análisis de los periódicos *El País, El Mundo* y *ABC*

Ficha de análisis del discurso medioambiental en las elecciones andaluzas del siglo XXI a través de los diarios *El País, El Mundo* y AB

Periódico

- ○ El País
- ○ El Mundo
- ○ ABC

Fecha

[ ]

¿Se abordan temas medioambientales?

- ○ Si
- ○ No

Titular noticia

Partido protagonista de la información

- ○ PP

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- ○ PSOE
- ○ IU
- ○ PSOE+PP+IU
- ○ POSE+PP
- ○ PSOE+IU
- ○ PP+IU
- ○ Otro: ____

Género utilizado

- ○ Noticia
- ○ Crónica
- ○ Reportaje
- ○ Entrevista
- ◉ Otro

Fotografía

- ○ Si
- ○ No

Otros elementos gráficos

____

Número de columnas

____

Emplazamiento en página

- ☐ **Página par**
- ☐ **Página impar**

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- ☐ **Apertura de cuadernillo**
- ☐ **Apertura de página**
- ☐ **Situación de salida**

La información es producto de:

- ☐ Rueda de prensa
- ☐ Mitin
- ☐ Acto de campaña
- ☐ Comunicado de prensa
- ☐ Declaraciones
- ☐ Otro:

Número de fuentes

[ ]

Tipo de fuentes

- ☐ Políticas
- ☐ Partido Político
- ☐ Institucionales
- ☐ No gubernamentales
- ☐ Científicas

Ámbito del asunto tratado

- ○ Local
- ○ Regional
- ○ Nacional
- ○ Internacional

Asunto tratado

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- ☐ Cambio climático
- ☐ Contaminación
- ☐ Catástrofe natural
- ☐ Protección mediomabiental
- ☐ Energías renovables
- ☐ Empleo verde
- ☐ Reciclaje
- ☐ Limpieza
- ☐ Agua
- ☐ Calidad del aire
- ☐ Zonas verdes
- ☐ Ruido
- ☐ Otro:

Perspectiva desde la que se aborda el tema

- ☐ Negativa
- ☐ Positiva
- ☐ Neutra

¿Los temas medioambientales son eje de la noticia?

- ○ Si
- ○ No

¿Sirven de contexto a otra información?

- ○ Si
- ○ No

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Los temas medioambientales son presentados como…

- ☐ Motor económico
- ☐ Problema Social
- ☐ Empleo verde
- ☐ Cambio de modelo productivo
- ☐ Turismo
- ☐ Otro

La propuesta o denuncia medioambiental se hace en el contexto en el que hace referencia

- ○ Si
- ○ No

Protagonista información PSOE

- ☐ Manuel Chaves
- ☐ José Antonio Griñán
- ☐ Fuensanta Coves
- ☐ Cintia Castillo
- ☐ José Juan Díaz Trillo
- ☐ Luis Planas
- ☐ Susana Díaz
- ☐ José Luis Rodríguez Zapatero
- ☐ Cristina Narbona
- ☐ Elena Espinosa
- ☐ Rosa Aguilar

Protagonista información PP

- ☐ Teófila Martínez

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

- ☐ Javier Arenas
- ☐ José María Aznar
- ☐ Jauma Matas
- ☐ Elvira Rodríguez
- ☐ Miguel Arias Cañete
- ☐ Otro: [ ]

Protagonista información IU

- ☐ Antonio Romero
- ☐ Diego Valderas
- ☐ Julio Anguita
- ☐ Francisco Frutos
- ☐ Gaspar Llamazares
- ☐ Cayo Lara
- ☐ Otro: [ ]

Protagonista información no político

Autor de la información

- ○ Agencia EFE
- ○ Agencia Europa Press
- ○ Periodista
- ○ Otro: [ ]

Especialidad del autor de la información

- ○ Política
- ○ Medio Ambiente

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

11.3.2 Ficha análisis programa electoral

Ficha análisis de los programas electorales

Partido Político

- **PSOE**
- **PP**
- **IU**

Elecciones

Número de propuestas medioambientales

Principales propuestas

Propuestas secundarias

Eslogan de la campaña

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

11.3 Noticias seleccionadas para la investigación

A continuación se recogen las noticias seleccionadas para esta investigación.

11.3.1 Noticias del diario *El País* (Legislaturas 2000-2012)

ANDALUCÍA

EL PAÍS, sábado 28 de febrero de 2004

Chaves dice que sólo el PSOE "da seguridad a los andaluces"

El socialista califica de "neoconversa a la democracia" a la candidata del PP

LOURDES LUCIO. **Sevilla**

El candidato socialista a la reelección a la presidencia de la Junta, Manuel Chaves, estrenó ayer su indiscreto autobús electoral, en el que tiene previsto hacer 3.500 kilómetros, con una recorrido por la provincia de Cádiz, una de las circunscripciones en la que los socialistas quieren aumentar escaños en el Congreso y en el Parlamento a costa de la división de los andalucistas. Encuentros con colectivos de mujeres, ecologistas y agricultores llenaron la agenda de su primer día de campaña. "El PSOE es el único partido capaz de dar seguridad a los andaluces", resaltó en sus contactos.

Chaves inició ayer el maratón que le llevará a estrechar cientos de manos en estos 15 de campaña, subido en un autobús electoral que es una propaganda andante, *vestido* con las siglas y el lema de campaña del PSOE, aunque sin la cara del candidato.

El aspirante empezó la jornada con una reunión con una delegación de Los Verdes, con el que el PSOE tiene firmado un acuerdo electoral, y directivos de Greenpeace en el vehículo que le llevó de Sevilla a Jerez de la Frontera. Menos de una hora de recorrido en la que los conservacionistas le expusieron su preocupación por la petición de 12 años de cárcel que solicita el fiscal para los activistas que taponaron la bocana del puerto de Roia, durante la invasión de Irak y a los que dio su "apoyo pacífico".

En todas las reuniones que mantuvo en esta provincia, Manuel Chaves aseguró que la opción de los socialistas es la mejor para los intereses de los colectivos con los que se entrevistó. A los ecologistas les aseguró que si gana, el Gobierno andaluz pondrá en marcha "estrategias pioneras en relación con el cambio climático".

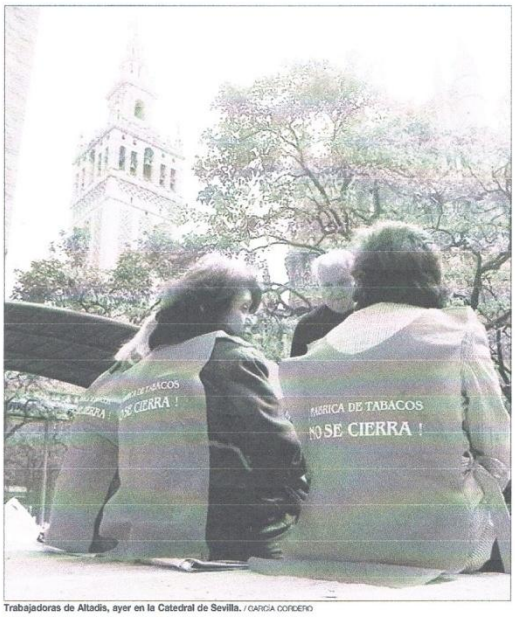
Los genes del PP

El mensaje de que su partido es el único cercano a las demandas ciudadanas lo volvió a reiterar ante un grupo de mujeres de diferentes asociaciones jerezanas, que siguieron, separadas por un biombo, la conferencia de prensa que Chaves ofreció nada más pisar Jerez, donde coincidió en el mismo hotel con la caravana de Pedro Pacheco. El candidato aseguró que el objetivo de lograr la paridad en la política y en los centros de poder lo conseguirán los socialistas. "No lo va a hacer la derecha", aseguró Chaves, quien afirmó que "más allá de las declaraciones formales, la derecha no cree en el fondo en la paridad, porque lo lleva en sus genes políticos, en su talante".

No fue ésta la única referencia a los modos que, a su juicio exhibe el PP y singularmente su principal adversaria política, Teófila Martínez. El socialista aseguró que un "gesto del retroceso en la calidad democrática" del país ha sido lo ocurrido en la capital gaditana, donde la alcaldesa-candidata celebró un pleno para reprobar al portavoz municipal socialista por pedir responsabilidades en la caída de un muro en la que murió un niño. "¿Imaginan que yo le hubiera puesto un moción de reprobación a la jefa de la oposición en el Parlamento por exigirme responsabilidades? Es un reflejo de un talante democrático de gente que son neoconversos a la democracia, que no creen en la democracia", enfatizó, una frase acuñada por Felipe González.

La misma tesis expuso durante un almuerzo celebrado en La Barca de Vejer, a la que asistieron organizaciones sociales y políticas de la comarca de La Janda. "El PSOE es un partido imprescindible para el futuro y el desarrollo" de la comunidad, dijo Chaves, quien subrayó que "no hay otro partido que pueda dar seguridad y confianza" para afrontar una nueva etapa. Ante este auditorio, el candidato reiteró su propuesta de "racionalizar" la servidumbre militar en Barbate, dado que la zona "ofrece muchas posibilidades turísticas y empresariales".

Chaves, como es habitual en él, no quiere hacerle demasiado caso a las encuestas que a partir de hoy saldrán publicadas en todos los medios de comunicación y que pronostican una nueva victoria del PSOE en Andalucía. "No me voy a dejar condicionar. Mi campaña se va a desarrollar como si las encuestas no existieran".



Trabajadoras de Altadis, ayer en la Catedral de Sevilla. / GARCÍA CORDERO

Los trabajadores de Tabacalera se encierran en la Catedral de Sevilla

EP. **Sevilla**

Los trabajadores de la fábrica de tabacos de Altadis en Sevilla se encerraron durante el día de ayer en la Catedral sevillana e izaron una bandera de 50 metros en la Giralda, para exigir a la dirección de la empresa el mantenimiento de todos los puestos de trabajo y denunciar el "maltrato psicológico" que la empresa está ejerciendo sobre la plantilla. La presidenta del comité de empresa, Josefa Medrano, justificó el encierro por la actitud de Altadis, que "mantiene su intención de cerrar la fábrica de Sevilla" y aseguró que la dirección mantiene un "maltrato psicológico" destinado a "desanimar" a los trabajadores. A pesar de ello, Medrano ha afirmado que la plantilla "seguirá luchando", como vienen haciendo desde hace siete meses.

Para la responsable sindical es "inconcebible" que Altadis quiera irse de Andalucía cuando está obteniendo "beneficios de miles de millones de euros". En su opinión, es un "escándalo" que nadie "pare los pies" a la empresa de tabacos en su intención de "dejar en la calle a decenas de trabajadores".

En estos momentos, Altadis aún no ha presentado el expediente de regulación porque, según Medrano, "no quieren perjudicar en plena campaña electoral al ministro de Trabajo, el señor Zaplana". "Cerrarán la fábrica cuando pasen las elecciones y ya no afecte electoralmente al PP", apostilló.

También exigió un "compromiso efectivo" de los partidos e instituciones ya que, hasta ahora, "sólo han demostrado buena voluntad y poco más". Medrano hizo especial mención al PP, calificándolo de "hipócrita" porque "en Andalucía nos defiende y en Madrid vota en contra de resoluciones a favor del empleo en Altadis".

Vecinos de Peñarroya piden el indulto del cura condenado por abusos a menores

A. CHAVES. **Córdoba**

El juzgado de lo penal número 1 de Córdoba recibió ayer una petición de indulto para José Domingo Rey, el sacerdote condenado a once años de prisión por abusar sexualmente de seis menores de entre ocho y nueve años que realizaban la catequesis en el pueblo. Los 1.700 vecinos de la localidad que han suscrito la solicitud, casi la mitad de este núcleo poblacional, piden el indulto total o parcial, esto es, una rebaja de la condena, que también incluye una indemnización de 8.100 euros a las menores y el alejamiento de la localidad los tres años posteriores a la extinción de la pena.

Tras cumplirse el jueves el plazo de alegaciones para ejecutar la condena de prisión del cura, el juzgado de lo penal 1 de Córdoba esperará a que el Ministerio Fiscal, la defensa y la acusación particular de las menores se posicionen sobre la petición de indulto, cuya concesión compete al Gobierno. La defensa de Rey ya presentó ante el Tribunal Constitucional un recurso de amparo, una vía que atañe a las garantías procesales, ya que la sentencia es firme.

Fuentes judiciales explicaron ayer que cuando se da una petición de indulto, se suele retrasar la orden de ingreso en prisión, que el juez de lo penal de Córdoba tenía previsto ejecutar entre ayer y el lunes.

El abogado de las familias de las menores, Luis Serrano, dijo ayer que los ciudadanos están en su derecho de presentar la petición de indulto y que esperará la decisión del juez. El abogado de José Domingo Rey, Antonio de Torres, señaló que la petición de indulto se presentó el miércoles como alegación para suspender la ejecución de la sentencia y agregó que en ella, además de particulares, figuran instituciones como Cáritas de Peñarroya.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

EL PAÍS, sábado 28 de febrero de 2004 ANDALUCÍA / 5
Elecciones 2004 *Andalucía*

Pocos investigadores y mal financiados

A la paradoja europea —mucha ciencia, poca innovación productiva—, el sistema de investigación andaluz suma otra: el 73% de los trabajadores en el sector del I+D son investigadores, una cifra inaudita en la UE y sólo superada por cinco autonomías en España. Pese a ello, el número de investigadores por cada 100.000 habitantes es inferior a la media española y, de lejos, al promedio comunitario. La escasa dimensión del I+D andaluz explica esta situación y también que el gasto por investigador (unos 50.000 euros) esté no sólo a la cola de la UE, sino también de España. Además, el abrumador peso de los investigadores en el número de empleados de I+D es otro indicador de la escasa relevancia de la investigación aplicada, que requiere más personal técnico.

INVESTIGADORES
Investigadores por cada 100.000 habitantes.

El estancamiento del gasto en I+D amplía la brecha

Los analistas y los políticos coinciden en el diagnóstico: el escaso gasto en investigación y desarrollo es uno de los puntos débiles de la economía andaluza. En los últimos años, la Junta ha diseñado nuevas políticas para abordar esta cuestión, hasta ahora sin resultados. El gasto en I+D (585 millones de euros) significó en 2002 un 0,62% del PIB andaluz, el mismo peso que tenía tres años antes. En este período, España ha superado por primera vez el 1% y la UE se encamina al 2%. Andalucía tampoco ha podido modificar la estructura básica de su gasto en I+D: dos tercios de ese gasto corresponde al sector público. En las empresas andaluzas, la inversión en I+D apenas supone un 5% de lo que se gasta en el sector privado español.

GASTO EN I+D
En porcentaje sobre el PIB

DIARIO DE CAMPAÑA

Vender el monovolumen, viajar en moto

TEREIXA CONSTENLA. **Sevilla** La pegada de carteles arrancó sin carteles ni pegada en varios hoteles andaluces. Es de suponer que así se aseguran el voto de botones y recepcionistas. No se apuren, lo que empezó ayer es sólo el final.

▶ **En monovolumen.** Para que los periodistas puedan volar tras los fulares de Teófila Martínez, los organizadores de la campaña del PP han sustituido el tradicional autobús por dos monovolúmenes. El caso es evitar que los informadores lleguen a los mítines cuando la veloz candidata corre hacia otra parte. Ayer los estrenaron de Sevilla a Huelva, adonde llegaron a tiempo de ver al alcalde onubense, Pedro Rodríguez, bailar el pasadoble *Mi Huelva tiene una ría* con la candidata. Tal vez alguno echó de menos el autobús.

▶ **Jugetona Paola.** La candidata del Partido Andalucista al Congreso por Sevilla se estrenó con malabares lingüísticos interrogando (se entiende que de forma retórica) a Javier Arenas, su colega de puesto en las filas del Partido Popular, para saber "si va a seguir viniendo los fines de semana como al cortijo a vendernos motos como el *metrotrén*".

▶ **Marcianos otro día.** El candidato andalucista Antonio Ortega frustró la incursión nocturna de la pareja electoral de moda en Crónicas Marcianas. Ortega impidió que el alcalde de Torredonjimeno, Javier Checa, acompañado de la cantante Karina, sustituyese el acto de inicio de la campaña por una entrevista de ambos en el programa de Javier Sardá. Esta pareja dará que hablar. Fijo.

▶ **Inútil.** En Almería están que trinan los populares con la cuña radiofónica distribuida por el PSOE donde se reproducen las lindezas dedicadas por el alcalde de El Ejido, Juan Enciso, a su correligionario Rafael Hernando durante la última crisis interna del partido: "Inútil" y "terrorista político".

José Caballos.

LA FRASE

José Caballos: "Cada vez que Arenas levanta una ceja miente y las levanta continuamente"

Agenda electoral

Segundo día de campaña electoral y todos los candidatos de los distintos partidos, excepto el socialista Manuel Chaves, continúan pidiendo el voto por toda Andalucía.

▶ **PSOE.** El candidato socialista a la Junta, Manuel Chaves, preside hoy los actos institucionales del Día de Andalucía y la entrega de las medallas de honor en el Teatro de la Maestranza de Sevilla. No realizará ningún acto de campaña.

▶ **PP.** La candidata del Partido Popular a la Junta de Andalucía, Teófila Martínez, celebra un mitin en el Teatro Florida de Algeciras (Cádiz). Al acto acudirá también el ministro de Agricultura y Pesca, Miguel Arias Cañete.

▶ **IU.** Diego Valderas, el candidato de Izquierda Unida, participa hoy a las 18.00 horas, junto Felipe Alcaraz y Concha Caballero, en un mitin en la localidad sevillana de Osuna. Después del acto, el grupo musical *Las Niñas* ofrecerá un concierto.

▶ **PA.** El candidato del Partido Andalucista, Antonio Ortega, celebra a las 21.00 horas una cena mitin en la localidad granadina de Almuñecar.

▶ **PSA.** Pedro Pacheco, el candidato del PSA, celebra el día de Andalucía haciendo sonar cientos de despertadores a las 11.30 en Sevilla. Después leerá un manifiesto.

▶ **Foro.** El candidato del Foro Andaluz, Manuel Pimentel, reparte propaganda electoral hoy junto al monumento a Averroes en Córdoba.

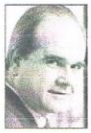
LOS CANDIDATOS RESPONDEN

¿Qué impuestos bajará y qué impuestos subirá si gana?

José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE) y Mariano Rajoy (PSOE) han planteado distintas reducciones fiscales a empresas y ciudadanos en caso de ganar las elecciones el 14 de marzo. Aunque el margen de maniobra que tiene el Gobierno autonómico en esta materia es limitado, los partidos andaluces también están haciendo ofertas fiscales. Manuel Chaves promete eliminar la cuota autonómica del IRPF a quienes ganen menos de 12.000 euros; Teófila Martínez se compromete a aplicar más de una veintena de reducciones; Diego Valderas sugiere una fiscalidad redistributiva y ecológica y Antonio Ortega plantea bajar la presión fiscal a las rentas más bajas.

MANUEL CHAVES / PSOE

"Mejor trato fiscal para las minusvalías"



Aquellos contribuyentes cuyos rendimientos netos no superen los 12.000 euros no pagarán nada de la cuota autonómica del IRPF. Esto beneficiará a más de 700.000 andaluces. Planteamos un mejor trato fiscal para personas con un grado de minusvalía igual o superior al 33%. Estableceremos ventajas para este colectivo en los impuestos de Patrimonio; Sucesiones y Donaciones; Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados. Estas medidas beneficiarán a unos a 7.000 discapacitados, que tendrán un ahorro fiscal de 6 millones. Además, queremos más competencias para acabar con el peor trato fiscal que reciben a las rentas del trabajo frente a las plusvalías.

TEÓFILA MARTÍNEZ / PP

"Más de una veintena de reducciones"

El PP es el único partido con credibilidad para ofrecer una reforma fiscal encaminada a la reducción de impuestos para las rentas medias y bajas, porque el Gobierno de la Nación ha realizado dos reformas del IRPF en este sentido. Por el contrario, el partido socialista ha desaprovechado en Andalucía la capacidad que ha tenido en esta legislatura para bajar los impuestos, lo que ha discriminado fiscalmente a los andaluces con respecto a los ciudadanos de otras comunidades que sí han visto reducidos sus impuestos. La propuesta fiscal del PP-A es clara y contempla más de una veintena de reducciones distintas encaminadas al apoyo a las familias y a la creación de empleo.

DIEGO VALDERAS / IU

"Fiscalidad ecológica y redistributiva"

Lo significativo de una política fiscal es la filosofía global en la que se enmarcan las modificaciones de uno u otro impuesto. Frente al modelo conservador es necesario reorientar la fiscalidad en un sentido redistributivo y ecológico. Una política fiscal progresista, de izquierdas, es aquella que tiene como objetivo la igualdad, recaudando más de quien más tiene para dar más a quien más necesita, disminuyendo los impuestos indirectos (que pagamos todos) y haciendo un planteamiento progresivo de los impuestos directos, especialmente los que gravan el patrimonio, las plusvalías y las grandes rentas. Al mismo tiempo, desarrollaremos una nueva fiscalidad ecológica.

ANTONIO ORTEGA / PA

"Menos presión a los ingresos más bajos"

El Gobierno autónomo no tiene competencias plenas en esta materia, con lo cual, sólo podemos calibrar la modificación de tributos en una cuantía que consideramos insuficiente. Para solventar esta limitación a nuestro autogobierno, demandamos una mayor capacidad normativa sobre tributos cedidos y compartidos y, en concreto, la creación de una Agencia Tributaria andaluza, con competencias plenas, que diste mucho de la que el PSOE propone sólo para cubrir a Maragall y a Zapatero. Esta Agencia Tributaria tendría como principal fin en este apartado facilitar la creación de empleo y bajar la presión tributaria a los andaluces y andaluzas con menor nivel de ingresos.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

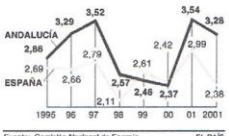
EL PAÍS, miércoles 3 de marzo de 2004 ANDALUCÍA / 5
Elecciones 2004 *Andalucía*

La calidad del suministro eléctrico, entre las peores

Las zonas urbanas de seis de las ocho provincias andaluzas superaron en 2002 el límite de dos horas de interrupción imprevista equivalente de la potencia instalada, el indicador utilizado para medir la calidad del suministro eléctrico. Ese mismo indicador (para zonas urbanas y rurales) ha superado las tres horas en los dos últimos años, lo que ha situado a Andalucía como la peor comunidad sólo después de Canarias. Endesa, la empresa que monopoliza la distribución de electricidad en la comunidad, achacó los numerosos apagones del año pasado a *picos* de demanda alimentados por variaciones climatológicas. Pero se ha visto forzada a anunciar una inversión de 1.000 millones de euros en los próximos cuatro años para realizar mejoras en sus infraestructuras.

APAGONES

Tiempo de interrupción imprevista de la potencia instalada, en horas.



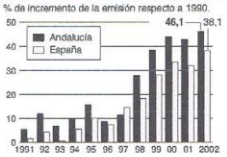
Fuente: Comisión Nacional de Energía EL PAÍS

Las emisiones de gases alejan a Andalucía de Kioto

España se comprometió en Kioto a que en 2012 la emisión de los gases responsables del *efecto invernadero* crezca sólo un 15% respecto a los niveles de 1990. El Gobierno ha evitado cuantificar los objetivos de cada comunidad para alcanzar esa cifra. No hay, por tanto, una referencia concreta para Andalucía, aunque la Junta reclama un crecimiento mayor por su escaso desarrollo industrial. Por no haber, no hay indicadores oficiales sobre cuál es la evolución autonómica. Según un informe de CC OO y la publicación *World Watch*, tanto Andalucía (46% más), como España (38,1%) están muy lejos de cumplir con el protocolo de Kioto. Las centrales eléctricas y las cementeras son los principales emisiores de contaminación.

GASES CONTAMINANTES

% de incremento de la emisión respecto a 1990.



Límite acordado en Kioto para España: 15%

Fuente: World Watch / CC OO. EL PAÍS

DIARIO DE CAMPAÑA

Raíces poco competitivas

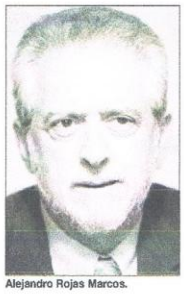
TEREIXA CONSTENLA. **Sevilla** Las campañas son tan repetitivas que cualquier desliz, torpeza o error de sus protagonistas se airea para provocar risas. Por eso a mayor aspiración política del candidato mayor cohorte de asesores prestos a evitar deslices, torpezas y errores. Todo bajo control. Hasta que deja de estarlo.

▶ **Niños obsoletos.** La segunda modernización promete empezar en la cuna. Nada de bebés obsoletos ni de niños improductivos. Lo que Andalucía necesita, dijo ayer en Almonte (Huelva) Manuel Chaves, son empresarios para crear riqueza y "niños competitivos".

▶ **Merino, artista.** "En el fondo soy un poco como los artistas, muy tímido", dijo de sí mismo el candidato del Partido Popular al Congreso de los Diputados por Córdoba, Rafael Merino, durante una entrevista en la 2 de TVE. Si está en lo que está y parece lo que no es se debe a su afán de superación personal. También lo dijo él.

▶ **Votos valientes.** En los espacios electorales gratuitos se puede ver el vídeo de Asamblea de Andalucía, unas siglas que aglutinan a varios colectivos políticos. Finaliza con un grupo de niños portando una bandera verdiblanca, mientras uno de ellos grita: "Ahora sé valiente y ¡vota por ti mismo!". Da un poco de miedo.

▶ **Las raíces.** Siempre dentro del mismo agujero negro que son los espacios electorales gratuitos hay otro viaje memorable, ofertado por la Comunión Tradicionalista Carlista. En Andalucía tienen mucho futuro. Piden el voto para sus candidatos al Senado en toda España para "mantener las raíces". El discurso se hilvana sobre una sucesión de imágenes de concentraciones de simpatizantes y danzas folclóricas. Bailan vestidos como si fuera el preludio de una corrida de San Fermín y danzan algo parecido a la jota. Apelar a las raíces tiene esos riesgos.



Alejandro Rojas Marcos.

LA FRASE

"En 20 años gobernando, el PSOE ha creado rutina, vulgaridad e inercia"

Agenda electoral

▶ **PSOE** El presidente de la Junta, Manuel Chaves, será entrevistado por Iñaki Gabilondo en el programa *Hoy por hoy* de la Cadena SER. La vicesecretaria regional, María del Mar Moreno, y el secretario provincial y candidato al Parlamento andaluz Francisco Alvarez de la Chica dan a conocer en Granada el programa electoral regional.

▶ **PP** A las 13.00, en Roquetas de Mar (Almería), el secretario general del Partido Popular y candidato a la Presidencia del Gobierno, Mariano Rajoy, participa en un mitin acompañado de la candidata del PP a la presidencia de la Junta de Andalucía, Teófila Martínez. Ésta celebra otro mitin a las 19.30 en Cabra (Córdoba). Javier Arenas participa en un acto en Écija.

▶ **IU** 12.30. El candidato de IU, Diego Valderas imparte una conferencia en la Universidad de ETEA de Córdoba. A las 20.00, en Aguilar de la Frontera (Córdoba), participa en un acto público.

▶ **PA** 20.30. Algeciras (Cádiz). El candidato del Partido Andalucista, Antonio Ortega, participa en un mitin.

▶ **PSA** 20.30. Torre del Mar (Málaga). El candidato del PSA a la presidencia de la Junta de Andalucía, Pedro Pacheco, participa en un mitin.

▶ **FORO ANDALUZ** 17.00. Granada. El candidato del Foro Andaluz a la presidencia de la Junta de Andalucía, Manuel Pimentel, ofrece la conferencia titulada *El Foro Andaluz. Una experiencia de democracia participativa*.

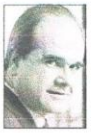
LOS CANDIDATOS RESPONDEN

¿Cuál sería su primera medida en el Gobierno si ganase?

La primera medida adoptada por un gobernante al llegar a su cargo resulta especialmente simbólica. Dos de los aspirantes coinciden en elegir el tema sobre el que actuarían —la violencia que sufren las mujeres— aunque difieren en la herramienta. Mientras Manuel Chaves propone una ley integral para combatirla, el andalucista Antonio Ortega se inclina por un plan integral. Por su parte, Teófila Martínez es partidaria de garantizar las mismas oportunidades a todos los andaluces a través de un plan de convergencia interna. El candidato de IU, Diego Valderas, aplicaría un plan de lucha contra la pobreza y la exclusión bautizado como *Pobreza Cero*.

MANUEL CHAVES / PSOE

"Una ley contra la violencia de género"



Las políticas de igualdad merecen un fuerte impulso que sólo los socialistas podemos garantizar. Por eso, la primera medida que adoptaré será elaborar, en el ámbito de nuestras competencias, una ley Integral andaluza contra la violencia de género, que supla el vacío provocado por el PP que, en una demostración de gran insensibilidad, se ha negado a aprobar dicha Ley en el Congreso de los Diputados. De igual manera, llevaremos de inmediato a la práctica la obligatoriedad de que los proyectos de ley y los distintos planes gubernamentales requieran en Andalucía un estudio de impacto de genero con carácter previo a su aprobación.

TEÓFILA MARTÍNEZ / PP

"Un plan de convergencia interna"

Mi primera medida sería poner en marcha un Plan de Convergencia Interna de Andalucía, que garantice que todos los andaluces vamos a disponer de los mismos servicios de calidad y de las mismas oportunidades de empleo, independientemente de donde vivamos, sin diferencias ni discriminaciones por razones territoriales o sociales. Para lograr eso es fundamental contar con los ayuntamientos, por lo que simultáneamente convocaré a la Federación Andaluza de Municipios y Provincias para poner en marcha de forma urgente un Pacto Local que dé competencias y recursos a los ayuntamientos.

DIEGO VALDERAS / IU

"El plan andaluz contra la pobreza"

Las primeras decisiones de IULV-CA en el Gobierno serán formular un Plan Andaluz contra la Pobreza y la Exclusión Social, denominado *Pobreza Cero*, para desarrollar políticas dirigidas a la inserción social de los 900.000 andaluces que tienen una renta por debajo del umbral de la pobreza. Estaría financiado, entre otros, con los recursos liberados por la adopción de un Plan de Austeridad en la administración que reduzca los gastos en publicidad institucional y asesores, entre otros. También pondría en marcha los Planes de Vivienda, de Empleo y de Renta Básica que permitan a los andaluces acceder a estos derechos sociales básicos.

ANTONIO ORTEGA / PA

"Un plan contra la violencia de género"

Sin duda, la configuración de un Gobierno adecuado, con mujeres y hombres preparados para servir a Andalucía en cuerpo y alma. Con personas que impulsaran un Plan Integral contra la Violencia de Género, que es la necesaria primera medida que el Gobierno Andalucista desarrollará a partir del 15 de Marzo. Otra de las actuaciones imprescindibles va a ser el cambio radical de la televisión pública de Andalucía: la zafiedad, la manipulación, la mala imagen del andaluz y su esquema centralista y burocratizado serán sustituidos por la limpieza, la pluralidad, la cultura andaluza y su catalogación como instrumento de afianzamiento de la identidad de nuestro Pueblo.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Una red para crecer

El PSOE se centra en alta velocidad y trenes de cercanías mientras que el PP apuesta por el vehículo privado

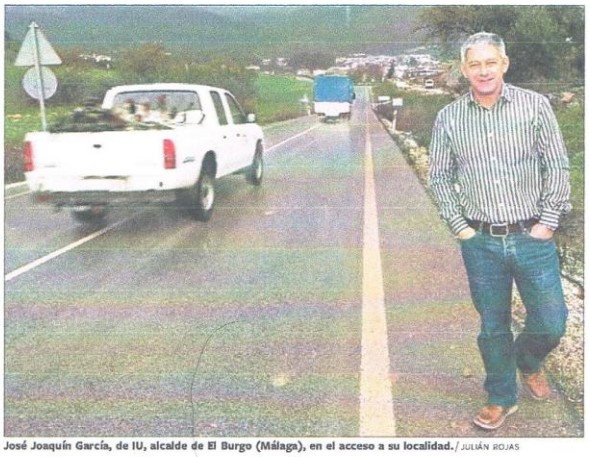
FERNANDO J. PÉREZ
Málaga

Los 2.040 habitantes de El Burgo (Málaga), en la Sierra de las Nieves, pertenecen a una curiosa minoría: la del 8% de andaluces que, según la Junta, viven a más de 25 minutos de una autovía. El pueblo está separado de la capital por 71 kilómetros y 267 curvas. La salida natural de El Burgo para romper su aislamiento es Ronda, a 27 kilómetros, pero la carretera deja bastante que desear. "La [ex] consejera de Obras Públicas, Concepción Gutiérrez, dijo que se iba a arreglar pero no puso fecha", recuerda el alcalde, José Joaquín García (IU). Peor aún se encuentra la carretera hacia Ardales, competencia de la Diputación, por la que no cabe un autobús.

La única satisfacción viaria que han tenido los vecinos de El Burgo ha sido el arreglo de la carretera que conduce al valle del Guadalhorce. El Plan Más Cerca, de la Junta, ha mejorado el trazado y ha permitido reducir el trayecto a Málaga en media hora, según el alcalde. Este plan de conservación y seguridad de la red viaria autonómica es uno de los ejes de la política de infraestructuras de la Junta de Andalucía. En la última legislatura ha supuesto actuaciones en 1.500 kilómetros de vías asfaltadas y una inversión de 1.100 millones de euros.

Sin embargo, a José Joaquín García estas grandes cifras no le impresionan. "Lo que frena a los pueblos son las comunicaciones. Cuando el arquitecto o el político marcan en el plano por dónde pasan las comunicaciones marcan qué pueblos se desarrollan y cuáles no". Su principal preocupación como alcalde es la alta tasa de paro femenino de su localidad.

Las infraestructuras de transporte marcan el presente y el futuro de los territorios y son uno de los principales argumentos de disputa electoral. El PP hace más hincapié en el vehículo privado y el PSOE en los ferrocarriles, tanto de alta velocidad como de cercanías, pero los dos principales partidos están básicamente de acuerdo en cuáles son las obras más necesarias. Después de que el último plan de infraestructuras regional 1997-2007 se cerrara con un grado de ejecución presupuestaria del 128%, según la Junta, le llega ahora el turno al plan Pista, que alcanza hasta 2013, cuando finaliza el actual marco comunitario de financiación.



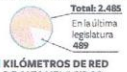
José Joaquín García, de IU, alcalde de El Burgo (Málaga), en el acceso a su localidad. / JULIÁN ROJAS

Las cifras

INVERSIONES DEL GOBIERNO CENTRAL. Millones de euros

2001-2004	4.000
2005-2008	8.500

KILÓMETROS DE AUTOVÍAS Y AUTOPISTAS



KILÓMETROS DE RED DE ALTA VELOCIDAD

PLAN INFRAESTRUCTURAS 2007-2013

1.614 kilómetros nuevos de autovías. **Red** de alta velocidad ferroviaria de **1.016** kilómetros. **Unir** todas las capitales con trenes de alta velocidad. **Red** de cercanías para **158** municipios y **5** millones de hab.

Inversión necesaria
30.042 millones de euros.
Junta: 8.134 millones. **Estado: 21.907** millones

TIEMPO DE VIAJE EN TREN EN LÍNEAS DE ALTAS PRESTACIONES

Jaén	Córdoba	1h:15m
Sevilla	Cádiz	55m
Sevilla	Huelva	30m
Sevilla	Málaga	55m
Sevilla	Granada	1h:15m
Sevilla	Almería	2h:30m
Granada	Almería	1h:30m
Granada	Málaga	50m
Algeciras	Antequera	2h:0m
Linares	Córdoba	1h:15m

EL PAÍS

Los programas

- **PSOE:** asegurar la articulación territorial, con el tren como eje.
- **PP:** conectar los territorios con la red de autovías.
- **IU:** racionalizar con criterios ecológicos.
- **CA:** Competencias sobre puertos y aeropuertos y financiación por población.

Este plan parte de una premisa: "El sistema de transporte, tal y como funciona en la actualidad es una clara amenaza para la sostenibilidad". El 77,2% de las mercancías y el 66% de las personas que se mueven lo hacen por carretera. Este nivel de motorización, con tendencia a incrementarse, acarrea un alto coste ambiental y social: el transporte supone un tercio de toda la energía que se consume en Andalucía; el parque de turismos ocupa 13.000 hectáreas y 475 personas murieron en 2007 en accidentes de tráfico.

El Pista prevé reducir en un 19% las emisiones de gases con efecto invernadero en siete años. Para el movimiento de mercancías, propone desarrollar una red de áreas logísticas —en los puertos y en las capitales de interior— unidas por ferrocarril y carretera. Este sistema se conectará con el resto de Europa a través del eje Algeciras-Madrid-París, y con el Mediterráneo mediante una conexión nueva de tren entre Almería y Murcia.

La articulación de Andalucía con el exterior se plantea sobre dos patas. En carreteras, las actuaciones primordiales para completar la red viaria son las autovías Estepa-Jaén-Úbeda, en ejecución; la Linares-Albacete, pendiente de inicio; el nuevo acceso de Despeñaperros y las comunicaciones con el litoral: desdoblamiento de la A-4 entre Jerez y Dos Hermanas, la finalización de las autovías Córdoba-Antequera, Granada-Motril y el cierre de la A-7 en la provincia de Granada.

En ferrocarril, la estrella del Plan Pista, el objetivo es "garantizar las conexiones de alta velocidad de las capitales andaluzas con Madrid y Barcelona". En 2013, según el documento, todas las capitales y grandes ciudades de la región estarán conectadas por alta velocidad, y el 90% de la población estará a menos de una hora de una estación de ferrocarril de altas prestaciones. Otra obra que está en perspectiva es cerrar el corredor ferroviario que se va a construir en la Costa del Sol por el oeste hasta Cádiz y por el este hasta Almería. Junto a la alta velocidad, el plan Pista pretende llevar la red de cercanías ferroviarias a 158 municipios y al 70% de la población andaluza.

MANUEL BARRIOS Ingeniero de Caminos

"El metro es la obra que más alegrías me ha dado"

F. J. P., **Málaga**

El ingeniero de caminos Manuel Barrios (Sevilla, 1955), de la empresa Typsa, es un enamorado de los túneles y los raíles. No en vano, el grueso de su carrera profesional lo pasó en la empresa pública que diseñó y construyó el Metro de Bilbao. Ahora, una vez que el suburbano de la capital vizcaína ha demostrado ser uno de los más exitosos de Europa, Barrios participa, junto a otras compañías e ingenieros, en la puesta en marcha de dos de los proyectos más decisivos para Málaga y la Costa del Sol: el metro y el corredor ferroviario Málaga-Estepona. Barrios huye de cualquier protagonismo y se preocupa por que quede bien claro que el sólo es "uno más" en esta obra que emplea a decenas de ingenieros.

Entre otros trabajos, Typsa se ha encargado del diseño de la línea 3 del suburbano malagueño, así como de la supervisión de los trabajos de las líneas 1 y 2. Barrios es un *ferroviario* convencido. "La obra del Metro de Málaga es la que más satisfacción profesional y personal me ha dado. Le tengo un cariño especial porque es el proyecto que me ha permitido asentarme en mi tierra", asegura Barrios, casado y con tres hijos.

El ingeniero, al igual que muchos de sus colegas, ha pasado por distintos campos hasta dar con su vocación. Tras acabar la carrera en Barcelona, encontró pronto trabajo en la construcción de la presa del río Barbate, de la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir. "Después pasé a la construcción del tramo de carretera entre Cantillana y el Pedroso", en la sierra norte de Sevilla. Posteriormente, Barrios estuvo en una empresa ferroviaria que, entre otras actuaciones, realizó un paso inferior en la Expo de Sevilla e intervino en la renovación de vías afectadas por las inundaciones que asolaron Málaga en 1989.

Pocos años después, Barrios dio un giro a su carrera. En 1992, se presentó a un concurso convocado por el Metro de Bilbao, donde participó tanto en tramos subterráneos como en superficie. "Cada obra tiene su problemática. No hay dos iguales", afirma. Uno de los principales desafíos fue el paso bajo la ría del Nervión y un tramo en Las Arenas, donde el agua le quitó el sueño más de una noche. Considera que técnicamente en ingeniería "no hay casi nada imposible". A su lado, el director del Metro de Málaga, Enrique Urkijo, apostilla "si no tienes en cuenta las variables de plazo y de precio".

Manuel Barrios.

Los avances tecnológicos han cambiado tanto la forma de redactar los proyectos —"el paso del rotring al ordenador fue una revolución"— como la forma de ejecutar las obras, con tuneladoras que prácticamente se guían solas y montajes de vía mecanizados. Cuando Barrios pasa por alguna de las obras en las que ha trabajado no puede evitar pensar qué cosas se podrían haber hecho de otra manera con los adelantos técnicos actuales. "En casi todas las obras encuentro algo que ahora habría hecho de otra manera", afirma.

Publicaciones y Divulgación Científica

UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

PAISAJE ELECTORAL HUELVA

Industria y naturaleza en las urnas

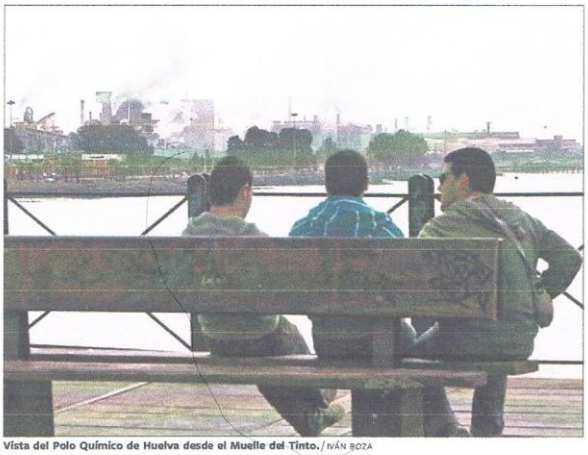
Huelva mira al futuro fijándose en el desarrollo de nuevas infraestructuras

MANUEL J. ALBERT, **Huelva**

Hace un par de semanas, en plena precampaña electoral, una noticia cayó como una verdadera bomba en Huelva. Se trataba del anuncio del cierre de la planta que la compañía Nilefos tiene en el Polo Químico; una fábrica de la que dependen las familias de unos 200 trabajadores. El jarro de agua fría hizo que, por unos días, los partidos coincidiesen en sus mensajes de apoyo a los obreros, aunque no evitaron usar la eterna cuestión de la industria onubense como proyectil con el que azuzar al contrario. Y es que el paisaje de Huelva, electoral o no, está marcado, especialmente en su capital, por una concentración de fábricas e industrias químicas básicas que suponen ahora una de las patas fundamentales de la economía y del empleo de la capital, pero cuya presencia también genera tensiones por el posible impacto en el medio ambiente y en la salud de los vecinos. Todos ellos son temas que aparecerán de una u otra forma en la campaña.

Finalmente, presionada por la Junta, Nilefos decidió hace unos días retirar el expediente de cierre y sentarse a negociar con los trabajadores. No obstante, muchos tomaron la intención de marcharse de la empresa como un aviso a navegantes de lo que puede ocurrir en el futuro con otras factorías del Polo Químico. El PSOE hizo visible su apoyo a los trabajadores y acusó al gobierno municipal de Huelva, liderado por el PP, de ser el causante de la inestabilidad en la que viven las compañías. El Ayuntamiento negó la acusación y también expresó su apoyo a las medidas de la Junta de obligar a Nilefos a rectificar.

"Creemos que el debate de la industria no ha entrado de lleno en la campaña electoral. Y no creemos que tenga que hacerlo. Hay que buscar el consenso porque esto es algo que trasciende la política", afirma Jorge Puente, secretario de UGT en Huelva. En este sentido, los partidos se mueven en un difícil equilibrio. Defienden la presencia de las industrias —los puestos de trabajo, sobre todo— pero al mismo tiempo hablan de mantener una actividad sostenible con el medio ambiente. Un mensaje del que desconfían profundamente los colectivos ecologistas, como la Asociación Mesa de la Ría, que lucha por recuperar para los vecinos la avenida Francisco Montenegro, donde está asentado uno de los núcleos industriales del polo. El escepticismo de esta organización es tal que ha llegado a pedir el voto en blanco o la abstención en las próximas elecciones generales y autonómicas.



Vista del Polo Químico de Huelva desde el Muelle del Tinto. / IVÁN BOZA

Población
496.265 habitantes (1-01-08)

Renta per cápita
17.987 euros

Escaños en 2004
Siete del PSOE, tres del PP y uno del PA.

El medio ambiente es en Huelva el telón de fondo que condiciona cualquier iniciativa. El PSOE apuesta por las energías renovables (quiere alcanzar el 40% en el consumo de este tipo de energías y crear 10.000 empleos vinculados al sector), mientras que el PP ha visto condicionada desde hace años su propuesta de construir una autovía que una Huelva con Cádiz por la presencia de Doñana. Y es que este espacio natural único (100.000 hectáreas protegidas), hogar de importantísimas especies vegetales y animales, como el lince ibérico o el águila imperial, y estación de paso clave en la migración de las aves, se encuentra presionado por múltiples flancos. La industria prácticamente llega a sus puertas por Palos de la Frontera, el turismo es cada vez más importante y la agricultura, otra de las bases fundamentales de la economía de la provincia, ha encontrado en su entorno un lugar propicio donde desarrollarse. Una agricultura, la onubense en general, que ha sido puesta como ejemplo de productividad y capacidad de superación sin depender de las ayudas oficiales por el consejero de Agricultura y Pesca, el ayamontino Isaías Pérez Saldaña.

Pero esa misma agricultura tiene un reverso más oscuro en la presión que ejerce sobre el consumo de agua, especialmente en el parque de Doñana. Ello ha obligado a la Junta y a los políticos a emprender iniciativas para tratar de hacer compatibles la actividad económica con el sostenimiento del medio ambiente. Ninguna de estas metas va a ser fácil de conseguir sin una red de infraestructuras de transporte y de comunicación adecuadas, algo de lo que se quejan históricamente los empresarios. Proyectos como el de la llegada del AVE y una nueva estación, una autovía que una Huelva con Extremadura o la mejora de las comunicaciones con Cádiz, entre otros, llevan años sobre el tapete y, de una u otra forma, los partidos los incluyen en sus programas.

Un examen para Diego Valderas

M. J.-A., **Huelva**

Las autonómicas de 2004 fueron dramáticas para IU. Su candidato a la presidencia, número uno por Huelva, Diego Valderas, perdió el escaño por un puñado de votos de diferencia con el PA. De esta manera, Huelva envió a la Cámara andaluza en Sevilla a siete parlamentarios del PSOE, por tres del PP y uno del PA. Tras el hundimiento literal de los andalucistas en las municipales de 2007 en la provincia onubense, donde perdieron la mayoría de las 15 alcaldías que gobernaban, el candidato de IU se dispone ahora a recuperar aquel escaño perdido. "No me cabe ninguna duda de que voy a obtener el escaño por Huelva", dijo ayer Valderas en Arcos de la Frontera.

Pero no lo va a tener fácil. Los expertos indican que la debacle de los andalucistas puede terminar favoreciendo al PP. Pero eso no desanima a los dirigentes de IU. "Creemos que el escaño del PA es nuestro. El PA se ha derrumbado en Huelva. El diputado del PA ha sido, desde el punto de vista político, el más inútil de la historia de Huelva: no ha habido ni una sola iniciativa política del PA de Huelva en el Parlamento, ni una sola rueda de prensa. Por otra parte, la gente ve como una inutilidad total el votar a Pedro Rodríguez [cabeza de lista del PP y alcalde de Huelva] que es completamente inoperante", explicaba en enero Francisco Camacho, responsable de campaña de IU en Huelva.

Por su parte, desde el PP, se reconoce que buscan los votos del antiguo vivero andalucista. Y van más lejos: "No sólo queremos atraer a los antiguos votantes del PA, sino a todos los ciudadanos de centro que dieron un margen de confianza a los socialistas en las últimas elecciones y que se han visto defraudados por el PSOE por la persistencia de los problemas", defendía Felipe Arias, dirigente de campaña del PP en Huelva.

Mientras tanto, el PSOE quiere revalidar la mayoría absoluta y, de paso, lograr que el escaño del PA no pase al PP, explica José Juan Díaz Trillo, responsable socialista. "A pesar de que, a nivel andaluz, haya un posible trasvase de votos del PA al PP, en el caso de Huelva ese escenario vamos a intentar que no sea así. En Huelva ha habido un voto progresista ligado más al PA que es, desde luego, proclive al PSOE. Y eso se ha visto con ejemplos como el de Isla Cristina, donde ha gobernado el PA y en las últimas municipales el poder pasó al PSOE".

MI VOTO

ANTONIO CUADRI
Director de cine

"Creo en los estados unidos de España"

LIDIA JIMÉNEZ
Sevilla

El director y guionista Antonio Cuadri (Trigueros, Huelva, 1960) cree en el compromiso político, en la enseñanza del chino y en la creación de los estados unidos de España. Tras éxitos como *La gran vida* (2000), escribe una película sobre la imposibilidad de la pareja en la sociedad actual.

Pregunta. ¿Sigue las noticias de la campaña electoral?

Respuesta. Sí, por Internet. Me gusta cuando le sacan punta a la política con humor.

P. ¿Piensa que Andalucía está mejor ahora?

R. Sí. La indudable transformación en el medio rural fue un salto del tercermundismo a una sociedad moderna.

P. Si fuera presidente del gobierno, ¿qué cambiaría?

Antonio Cuadri.

R. La Constitución y la ley electoral.

P. ¿Qué modificaría?

R. Tendría mayor solidaridad con Cataluña y País Vasco. Un federalismo sin complejos es la mejor forma de evitar separatismos y discriminaciones. Sería ideal llegar a unos estados unidos de España.

P. Si fuera presidente de la Junta, ¿qué haría?

R. Revolucionaría el mundo de los idiomas. Desde los 5 años, impartiría varios idiomas, principalmente el chino, que es la lengua del futuro.

P. ¿Qué opina de que la gente cambie el voto?

R. Que hacen bien. Detrás de un voto que se mueve, hay una persona que piensa.

P. ¿Y de que los artistas se posicionen?

R. Es una obligación.

P. ¿Se ha posicionado?

R. Claro, yo soy progresista y de izquierdas.

P. ¿Siempre vota al mismo?

R. Voté algunos años a Izquierda Republicana, que se consideraban los herederos de Manuel Azaña. Era un voto emocional, tierno.

P. ¿A quién va a votar?

R. A Zapatero, sin duda.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Poca agua, pero andaluza

La Junta gestiona ya las tres cuencas, Doñana y Sierra Nevada

ISABEL PEDROTE
Sevilla

El agua ha acaparado el foco medioambiental de esta legislatura. Cuando se inició, la Junta de Andalucía no tenía ninguna competencia sobre su gestión más allá del auxilio técnico puntual a los ayuntamientos y diputaciones en la red urbana. Ahora administra cuencas que suman una extensión de 87.268 kilómetros cuadrados, 48.836 kilómetros de riberas y 26.616 kilómetros cuadrados de aguas subterráneas. Es el resultado de las transferencias a Andalucía de la antigua Confederación Hidrográfica del Sur, ahora la Cuenca Mediterránea, los ríos Barbate, Guadalete, Tinto, Odiel y Piedras, que constituyen la Cuenca Atlántica, y la gestión de la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir, en pleno proceso de traspaso.

Para dirigir todo este volumen de competencia, la Junta ha puesto en marcha la Agencia Andaluza del Agua, dentro de la Consejería de Medio Ambiente, con la que pretende establecer una nueva concepción del ciclo del agua, incluidos los impuestos que repercutan su verdadero coste. Pero el intento se quedó a la mitad. La consejería hizo un borrador para una ley del Agua, con una gran polémica política, en el que se incluía la nueva fiscalidad, que no ha llegado a tramitarse y se ha dejado para el próximo mandato.

La idea era que el impuesto ecológico tuviera carácter finalista y se destinara a la recuperación de la calidad del agua y los ecosistemas hídricos, así como a la construcción de abastecimientos y depuración urbana. En contraprestación, el impuesto sustituiría a otras figuras impositivas actuales, como los cánones de mejora de la red de las administraciones locales, el impuesto de vertidos sobre aguas litorales y el de las continentales en las cuencas competencia de la Junta. En lo que respecta a la renta ciudadana, el recibo del mes se encarecería unos tres euros. No obstante, el impuesto se aplicará de forma progresiva, de modo que pagará menos el que menos agua consuma, y a la inversa: se penalizarán los usos abusivos. En otras comunidades el canon medio sobre distintos aspectos del uso del agua oscila entre el 0,19 euros por metro cúbico de Galicia al 0,50 de Cataluña, pasando por el 0,30 de Murcia, Valencia o Madrid. Esto supone una horquilla de un mínimo de 2,8 euros al mes en impuestos y un máximo de 15,5 euros.

Medio Ambiente planteó una exención de 10 años en el pago del nuevo impuesto para los agricultores que acrediten buenas prácticas. Pasados los diez años, los regadíos tributarán en función del uso: entre dos y 57 euros anuales por hectárea.

El agua representa un problema siempre para Andalucía: no sólo es escasa y está mal repartida, además el índice de contaminación por los vertidos a sus ríos es demasiado alto y sufre frecuentes inundaciones por la deforestación y la concentración demográfica en torno a los cauces. En estos años ha habido de todo, pero lo que más alarma en estos momentos es la sequía continuada de cuatro ejercicios.

Tanto la Agencia Andaluza del Agua como la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir han asegurado el abastecimiento urbano, pero los regadíos están más que amenazados. Se trata del peor año hidrológico en los últimos 12 años. La mayor parte de los embalses están en situación de emergencia, y apenas se puede garantizar la cuarta parte de un año hidrológico normal. Tal diagnóstico no ha hecho más que tensionar a los regantes y, en consecuencia, a los políticos.

La batalla del agua en Andalucía ha sido un eco de la que se ha registrado en toda España. Prueba de ello es que el PP andaluz ha incluido en su programa la exigencia del trasvase del Ebro que, paradójicamente, no se ha incluido en el nacional para evitar lances territorios. También plantean cambiar la Agencia del Agua y eliminar su "burocracia", así como diversos planes contra la sequía, inundaciones y aguas residuales. Los socialistas insisten con la ley de ciclo integral que se ha quedado en el cajón, proyectan un plan especial para el Guadalquivir.

Fuera del agua, las otras dos grandes transferencias que han dotado a la Consejería de Medio Ambiente de una extensísima gestión son Doñana y Sierra Nevada, los parques nacionales, antes gestionados por el Estado. El cambio se tradujo en la organización, con la supresión de órganos (Patronato) y la creación de otros nuevos. También se ha unificado la gestión en cada espacio, donde coexistían figuras con distinto grado de protección (parque nacional y natural). Lo mismo ha ocurrido con Sierra Nevada, donde se había ensayado ya una fórmula conjunta.

Las principales cuencas andaluzas

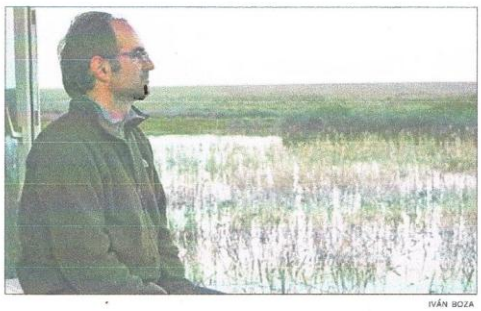
COMPARACIÓN DE LAS RESERVAS EN LOS EMBALSES DE LA CUENCA DEL GUADALQUIVIR. Hm³

Enero 2005		Enero 2008			
Volumen embalsado	% sobre capacidad	Volumen embalsado	% sobre capacidad	Capacidad	
3.349	70,9	1.206,6	25,6	4.719,6	Regulación general
1.544	69,2	1.216,4	54,1	2.248,1	Restantes sistemas
4.893	70,4	2.423,0	34,8	6.967,7	TOTAL

Total embalsado
Enero 2005 4.893
Enero 2008 2.423

		Cuenca Atlántica	Cuenca Mediterránea	Cuenca del Guadalquivir	TOTAL
Superficie	Km²	13.316	18.425	51.900	83.641
Población	Miles de hab.	1.408	2.281	4.066	7.755
Consumo	Hm³	844	1.326	3.255	5.425

EL PAÍS



IVÁN BOZA

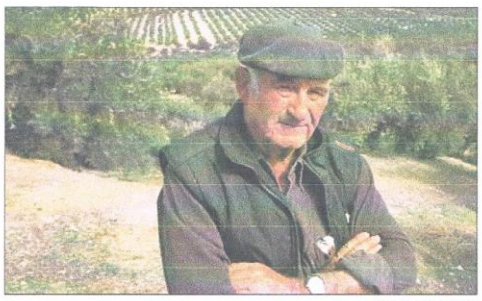
HÉCTOR GARRIDO Técnico de Doñana

"Se trabaja igual"

MANUEL J. ALBERT, **Huelva**

Héctor Garrido, de 38 años, lleva 20 años en Doñana, una pasión por la naturaleza que arrastra desde que era un crío. Ha trabajado para el Centro Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) en el seguimiento de los procesos naturales, y ahora está a cargo del equipo de divulgación científica de la Estación Biológica de Doñana. A lo largo de los años ha visto los cambios. "La Doñana de ahora es más uniforme, está menos separada en compartimentos. Cuando yo empecé todavía existía aquello del parque y el preparque; luego, se pasó a las divisiones entre Parque Nacional y Parque Natural; y hoy, por fin, todo eso se ha unificado y forma parte de un único conjunto, que de alguna manera es una aspiración que algunos teníamos desde hace mucho tiempo", dice Garrido relación con el cambio de gestión de Doñana, producto del traslado de competencias del parque a La Junta.

A Garrido no le ha afectado directamente este cambio de titularidad al gobierno autonómico, ya que al trabajar en el CSIC, sigue dependiendo del Gobierno, pero conoce los cambios llevado a cabo en el espacio natural desde entonces. "Son más cambios administrativos que de estrategia de conservación, porque hay que tener en cuenta que un 90% del equipo técnico que está detrás del conjunto natural siguen siendo el mismo, por lo que las batallas que se estaban librando para sacar adelante el parque, se siguen librando con la misma fuerza y la misma eficacia". Para el futuro, Garrido cree fundamental que se vigile la limpieza del agua y los acuíferos.



JOSÉ MANUEL PEDROSA

DAMIÁN MERINO Regante de Jaén

"Nos cortarán el riego"

GINÉS DONAIRE, **Jaén**

A sus 64 años, Damián Merino Collado, un olivarero de Mancha Real (Jaén), está muy cerca de la jubilación, pero se resiste a dejar un futuro sombrío a sus dos hijos, que también se dedican a la agricultura. Como presidente de la comunidad de regantes de Los Cuartos, que agrupa a unos 170 regantes que reúnen unos 40.000 olivos en los municipios de La Guardia y Pegalajar, Damián asegura que la situación hídrica es la peor "en muchos años" y teme que la próxima cosecha de olivar se pierda por falta de agua para el riego.

"Estamos en un mes clave, ahora es cuando tiene que llover porque la savia empieza despertar y el árbol empieza a prepararse", señala este agricultor jiennense. La comunidad que él preside coge el agua del río Guadalbullón, que está sin regular, aunque su cauce discurre bajo mínimos y los regantes se temen lo peor: "Nos tememos que nos corten el agua en cualquier momento, aunque supongo que esperarán al menos a que pasen las elecciones", comenta. Más preocupante aún es la situación de la comunidad de Pozoblanco, con más de 700 regantes y 200.000 olivos en el término de Mancha Real, de la que Damián es el tesorero. En este caso, el agua la cogen del Guadalquivir, pero los agricultores se quejan de que desde hace unos días se han cerrado las compuertas desde su cabecera. "Es una situación muy grave porque nos hemos hipotecado con grandes inversiones [más de 15 millones de euros en la comunidad de Mancha Real] en la introducción del riego por goteo y ahora no vamos a tener agua", se lamenta.

Publicaciones y Divulgación Científica

UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

PAISAJE ELECTORAL GRANADA

Las urnas, plataforma del gran salto

Granada afronta una ansiada transformación la próxima legislatura

J. MARTÍN-ARROYO,
Granada

La canción política más oída en Granada tiene un estribillo cansino: Las grandes infraestructuras para cohesionar la provincia y mejorar el transporte y las comunicaciones padecen un retraso histórico. Pero en esta legislatura, si las cuentas salen, las estrofas de dicho estribillo deberán cambiar. No habrá más remedio. Por eso la próxima cita del 9 de marzo es fundamental para la provincia de Granada, porque elegirá al gobierno que pilote el salto cualitativo en el que las fuerzas políticas coinciden de manera insistente.

Todos los líderes y sus programas enumeran la puesta en marcha del metro, la finalización de la autovía que unirá la capital con la costa, la llegada del AVE y la ampliación del aeropuerto y del puerto de Motril. El horizonte es la celebración del milenio del Reino de Granada en 2013, y los partidos discrepan en los plazos y en las prioridades, pero existe consenso generalizado en las propuestas.

"Llegaremos al milenio con el mejor escaparate posible y con los grandes equipamientos a pleno rendimiento. A las carreteras y el AVE sumaremos otros como el Espacio Escénico y el Centro Lorca", resume Francisco de la Chica, secretario provincial del PSOE y candidato al parlamento andaluz. Al Partido Popular, el optimismo de los socialistas les parece fuera de lugar porque considera que el retraso crónico que arrastran las comunicaciones continuará si el PSOE mantiene las riendas de la Junta. "Si Sevilla disfruta de 15 años de AVE y Málaga lo acaba de estrenar, dudamos seriamente que finalmente el PSOE cumpla con Granada en sólo cuatro años", censura Antonio Ayllón, secretario provincial del PP y asimismo candidato al parlamento andaluz. En el déficit también incide Pedro Vaquero, candidato y coordinador provincial de IU. "No puede haber una comercialización del aceite si no contamos con un puerto ni carreteras para impulsarlos. Empezaríamos a hablar de los problemas reales como la modernización tecnológica cuando nos libremos de este lastre", señala.

La razón por la que las comunicaciones protagonizan el debate político es que el descenso de las cifras económicas no ha llegado a ser alarmante. A pesar de que la curva es descendente hace meses, las cifras aún dan margen para la tranquilidad. El paro descendió del 17,8% en 2004 al 13,8% en 2008. Ello debido a que la población ha aumentado, porque lo cierto es que la provincia registra 11.000 parados más que hace cuatro años, según el PP. "El descenso es cierto pero los últimos meses demuestran la debilidad de la economía granadina. No se puede ser tan dependientes del resfriado de la economía mundial", ilustra el secretario general de Comisiones Obreras en Granada, Rafael Roldán.

La campaña en Granada es en muchos aspectos un espejo de la pelea política nacional, y el PP pone el acento en la pérdida del poder adquisitivo de las familias, mientras IU resalta los incumplimientos en medioambiente y que las emisiones de CO2 se hayan incrementado. "Vamos en sentido contrario", destaca Vaquero. En cambio, el PSOE, que gobierna 103 de los 168 municipios granadinos, saca pecho por el desarrollo del Campus de la Salud como polo de atracción de empresas punteras. Gran parte del reparto de diputados está en manos de la capital y el área metropolitana, donde se concentran dos terceras partes de la población.

Parque Tecnológico de la Salud. /A. CABALLERO

Población
884.099 habitantes

Renta per cápita
14.628 euros

Escaños en 2004
7 diputados del PSOE, 5 del PP y 1 de IU.

Veteranos y primerizos en unas listas compensadas

J. M.-A., **Granada**

En las listas por Granada los grandes partidos han intentado mantener un equilibrio entre veteranía y sangre nueva. Mientras que el PSOE encabeza su lista al parlamento andaluz con la delegada del Gobierno, Teresa Jiménez, el PP ha puesto al frente de su lista al alcalde de Motril, Carlos Rojas, e Izquierda Unida mantiene a su coordinador provincial, Pedro Vaquero.

Tres mujeres encabezan las listas socialistas al Congreso, parlamento andaluz y senado: la consejera Cándida Martínez, Teresa Jiménez y María Escudero, respectivamente. La mayor apuesta por la renovación la realiza el PP, que ha subido al número uno para el Congreso a una desconocida, Concha de Santa Ana. El brío de la joven economista popular no pudo con la veteranía de la consejera Martínez en el debate televisivo celebrado entre ambas.

Mientras que IU presenta en sus listas al Congreso al concejal granadino Manuel Morales, el PSOE incorpora a la consejera de Justicia María José López y al senador Manuel Pezzi. Por su parte, el PP ha puesto en valor la candidatura del presidente del partido en Granada, Sebastián Pérez, cabeza de lista para el Senado. Las encuestas dan un ligero ascenso de los populares, que les acerca al sexto diputado. En caso de confirmarse este logro, podría igualar la representación del PSOE si Izquierda Unida mantiene su diputado.

La Junta Convoca

CONCURSO

Objeto:
Obras: Instalación de Sala de Calderas en el Albergue Juvenil de Almería, adscrito a la Empresa Andaluza de Gestión de Instalaciones y Turismo Juvenil, S.A. (INSTALACIONES Y TURISMO JOVEN)

Plazo de ejecución:
1 Mes

Expte: MC 006/08

Presupuesto Máximo de licitación
76.000,00 Euros (Tasas e Impuestos incluidos)

Órgano de Contratación:
Empresa Andaluza de Gestión de Instalaciones y Turismo Juvenil, S.A. . C/ Virgen de la Victoria nº 46, 41011 Sevilla.
Tlf: 955035816 - Fax: 955035819

Recogida de Documentación:
A partir de las 10:00 h del Viernes 29 de Febrero de 2008 vía e-mail en la siguiente dirección:
angeles.g.vazquez@juntadeandalucia.es

Presentación de Proposiciones
-Lugar: Mesa de Contratación de la Empresa Andaluza de Gestión de Instalaciones y Turismo Juvenil, S.A.
-Fecha: Antes de las 14:00 h. del Jueves 13 de Marzo de 2008.

El importe del presente anuncio será por cuenta de la empresa seleccionada.

JUNTA DE ANDALUCIA
Instalaciones y Turismo Joven
CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL

10 años concienciando,
10 años protegiendo,
10 años educando.

El Refugio

¡HAZTE SOCIO!
91 730 36 80
www.elrefugio.org

La Junta Convoca

CONCURSO

REPOSITORIO DE OBJETOS DE APRENDIZAJE MULTIFORMATO

Expdte. Núm: 12/2008

Presupuesto (IVA excluido): 52.000,00 euros

Objeto:
Diseño y desarrollo de un repositorio de objetos de aprendizaje multiformato (MEDIATECA).

Recogida de pliegos:
- Lugar: Sede de la convocante y www.sandetel.es
- Fecha: A partir de las 12.00 del viernes 29 de febrero de 2008.

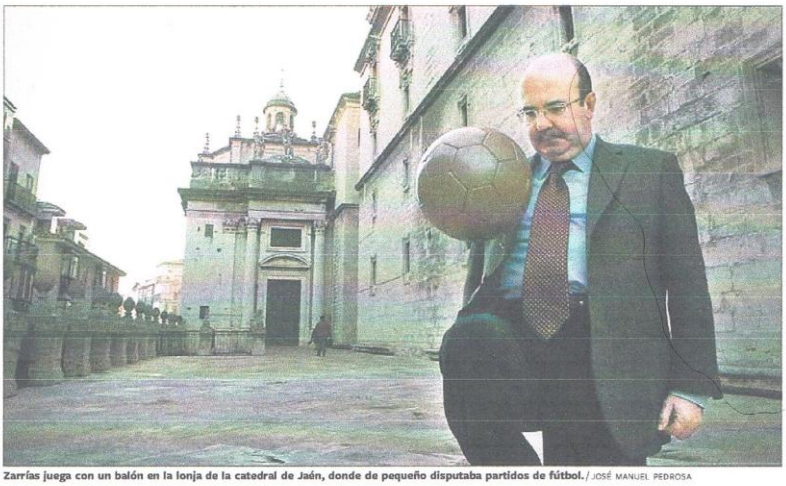
Presentación de proposiciones:
- Lugar: Sede de la convocante.
- Fecha: Hasta las 14:00 del 17 de marzo de 2008.

Órgano de Contratación:
Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones, S.A. Avda. Isaac Newton, 4. 3ª planta. Ala NE C. E. Pabellón de Italia. 41092 Sevilla. Tel. 95/503 98 11 Fax 95/503 98 15

Sevilla a 29 de febrero de 2008
El Consejero Delegado

JUNTA DE ANDALUCIA
Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones, S.A.
CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESA

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



Zarrías juega con un balón en la lonja de la catedral de Jaén, donde de pequeño disputaba partidos de fútbol. / JOSÉ MANUEL PEDROSA

Narbona arremete contra la política de agua de PP

M. J. L. D., **Almería**

La ministra de Medio Ambiente, Cristina Narbona, aseguró ayer en Almería que el PP es el partido "menos indicado" para hablar de trasvases en la provincia. Lo dijo durante su visita a la desalinizadora del Bajo Almanzora, que en la actualidad está en construcción y que, según informó, estará concluida antes de final de año para aportar 20 hectómetros cúbicos anuales.

"Y es al PP al que se le llena la boca de hablar de solidaridad a través de trasvases. Evidentemente, ni siquiera el PP se ha atrevido a poner en su programa electoral la expresión trasvase del Ebro. Ayer y antes de ayer y el otro día hemos escuchado a Mariano Rajoy hacer todo un circunloquio en torno al derogado trasvase del Ebro".

EL RINCÓN DEL CANDIDATO
GASPAR ZARRÍAS

"Perdimos los de Bono y ganamos con Zapatero"

Zarrías dice que el ritmo de ahora es el habitual todo el año

GINÉS DONAIRE
Jaén

Su pasión por el fútbol le llevó a jugar en fugazmente en el Atlético de Madrid. Es temprano y Gaspar Zarrías llega con un balón debajo del brazo a la lonja de la catedral de Jaén, una fotografía con la que quiere escenificar las muchas horas que pasó allí en su niñez jugando al fútbol. El domicilio familiar estaba justo enfrente, en la calle Turronería, aunque la infancia del número dos del Gobierno andaluz discurrió a caballo entre Jaén y Madrid, donde su padre cumplía la pena de destierro que le impuso el régimen franquista.

Ser seguidor del Atlético de Madrid y del Real Jaén —"no ganamos para disgustos con los dos equipos", confiesa— es hoy una de las principales aficiones de este político de fondo, uno de los cuatro parlamentarios desde el inicio del periodo autonómico. De no haber sido por una lesión su futuro podría haber sido otro. Pero Zarrías, que heredó su otra pasión política en su entorno familiar y participó en los congresos de Toulouse y Suresnes, dejó de ser aquel extremo incisivo para convertirse quizá en el más escurridizo de los políticos andaluces.

"A mí la campaña electoral me pilla entrenado, el ritmo de trabajo es similar a cualquier época del año", comenta antes de enfrentarse a una dura jornada de casi 12 horas como escudero de Manuel Chaves en tres actos electorales por Jaén. Al día siguiente le espera un maratón por media docena de pueblos de la Sierra de Segura. "Paso más tiempo con el conductor que con mi familia, los 300.000 kilómetros los hacemos en un santiamén", dice con la naturalidad de quien es capaz de estar al mediodía en Sevilla informando del Consejo de Gobierno y, dos horas después, pasando revista en un pequeño pueblo de Jaén, como consejero y también como líder provincial del PSOE, cargo que viene revalidando de modo incontestable desde 1994.

Fecha de nacimiento
Madrid, 30 de mayo de 1955

Fecha de afiliación
1972

Libros de lectura
El mundo sin fin y antes leyó *Los Pilares de la Tierra*, porque le gusta el "componente social" de las novelas de Ken Follet.

> "Me toca el papel de decir cosas que el presidente Chaves no puede decir"

"Estoy orgulloso de haber seguido la estela de mi padre y mi abuelo [ambos fueron alcaldes de Cazalilla, y él fue edil unos meses en 1995]; la política es una actividad muy noble, y por eso me duele lo denostada que está", reflexiona en voz alta después de contar con emoción cómo sus padres se conocieron en la cárcel madrileña de Yeserías, a donde su madre iba a visitar a su abuelo, fusilado en 1940.

¿Y por qué levanta tantos odios políticos? "Quizá por el papel que juego, diciendo cosas que el presidente Chaves no puede decir". Zarrías admite que le ha tocado el papel de malo en la política andaluza, aunque dice que mantiene buenas relaciones "con la mayoría" de sus contrincantes. "A quien no me gustaría parecerme nunca es a Luis Carlos Rejón", señala. A Javier Arenas lo califica como un "animal político", y añade que "su gran virtud es que miente con un desparpajo espectacular".

Ese papel de Harry El Sucio que a veces interpreta lo combaten sus rivales desempolvando algunos episodios que Zarrías califica como "leyendas urbanas", como al recodarle que una vez votó con los pies en el Senado —"es mentira, se demostró que fue Joaquín Galán"— o cuando le acusan de ejercer un control férreo sobre los medios de comunicación públicos. También le culparon de orquestar un pucherazo durante las primarias apoyar a Joaquín Almunia en detrimento de Josep Borrell. Después apostó por José Bono y ganó José Luis Rodríguez Zapatero. Parece claro que las apuestas no son lo suyo. "Perdimos los de Bono y ganamos todos con Zapatero", dice para zanjar el debate.

Y después de toda su vida en la política, ¿no está cansado? "Estoy en plena forma física; comparto el criterio de Alfonso Guerra de que la experiencia política debería valorarse más", es el mensaje que lanza a quienes predicen su marcha. ¿Y cómo ve a Andalucía? "Se ha dado un paso de gigante y un cambio trascendental".

RMR
Real Maestranza de Caballería de Ronda

CURSO DE TÉCNICO DEPORTIVO EN EQUITACIÓN DE LA REAL MAESTRANZA DE CABALLERÍA DE RONDA

DEFINICIÓN
- **Características:** Curso compuesto por 250 horas de teoría y práctica organizado por la Federación Andaluza de Hípica.
- **Titulación:** Diploma de monitor de equitación otorgado por la Real Federación Hípica Española, equivalente a estudios de Formación Profesional de Grado Medio. Nivel I.
- **Fecha de inicio:** 31 de marzo de 2008.
- **Fecha de finalización:** 30 de junio de 2008.

PRUEBA DE ACCESO
- **Entrega de solicitudes:** Hasta el 20 de marzo de 2008.
- **Fecha de la prueba:** 22 de marzo de 2008 a las 10:00 horas.
- **Lugar:** Escuela de Equitación de la Real Maestranza de Caballería de Ronda, C/ Virgen de la Paz, 15, 29400 Ronda (Málaga).

PRECIO
El precio total del curso es de 820 euros, tasas de matrícula incluidas.

INFORMACIÓN
952 871 539 (Escuela de Equitación) - **954 218 146** (Federación Andaluza de Hípica) **667 725 423** (Enrique Cruces) - **676 021 892** (José Carlos Castillo).

Promesas para crecer más

El crecimiento andaluz es el mayor, pero sigue a la cola

JUAN MÉNDEZ
Sevilla

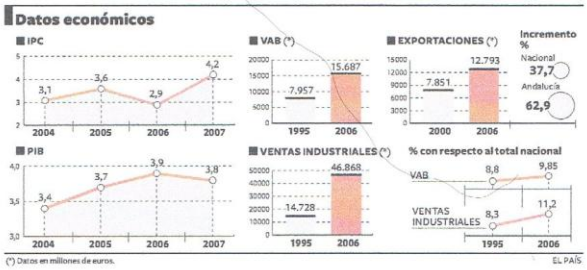
La batalla electoral autonómica del 9 de marzo en el capítulo de economía se ha centrado en dos aspectos. Un cambio de modelo para fortalecer el sector industrial y que el crecimiento económico no dependa casi en exclusiva de la construcción y los servicios. Y una fórmula que permita crecer más y a más velocidad y que reduzca los diferenciales con el resto de comunidades autónomas y con Europa.

Y es que los datos económicos de Andalucía en la última legislatura dan una imagen muy positiva de desarrollo. Y, sin embargo, frente a ellos, se pueden realizar críticas por la posición que ocupa la comunidad en el *ranking* nacional en aspectos como paro, pobreza, nivel de renta o salarios.

Andalucía creció durante la legislatura un 16%. El PIB andaluz fue el segundo autonómico que más creció tras el de la Comunidad de Murcia, un punto por encima de la media nacional y siete más que la zona euro. Además Andalucía situó su nivel de convergencia en cifras superiores al 80% en términos de PIB per cápita frente a la Europa de los 25. Ésa es la realidad, aunque la velocidad de esta convergencia con la UE haya sido del 2% anual en los mismos términos de PIB per cápita en los últimos 15 años.

También en la finalizada legislatura, algo de lo que se muestran muy orgullosos los gestores socialistas, la región redujo su endeudamiento en 5,7 puntos frente a la creciente deuda del resto de comunidades que subió un 15,6%. Ahorro que el PSOE ha utilizado para incrementar el capítulo de inversiones en los presupuestos de 2008 que gestionará el ganador del 9-M.

Un último dato a analizar, y que también ha sido usado en la campaña como arma de la oposición, ha sido el de los precios. La inflación andaluza en términos de paridad de poder de compra de unas regiones frente a otras, ha estado durante el periodo 1995-2005 por debajo de la media europea y española. Pero este diferencial, al igual que ha ocurrido con el nacional, se ha equiparado al europeo en el último trienio y se ha situado un 1,2% por encima.



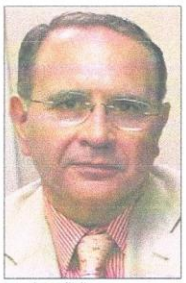
FRANCISCO VILLALBA Director de Analistas

"Se crece a buen ritmo"

D. N., **Málaga**

"No hay que obviar que la situación económica no es buena, pero tampoco es grave". Francisco Villalba, 59 años, consejero delegado de Analistas Económicos de Andalucía, consultora perteneciente a Unicaja, vaticina que la economía andaluza en el año 2008 crecerá en torno al 3%, por encima de la media nacional y europea. Será un crecimiento más moderado que en los últimos años, pero "importante", advierte.

Villalba conoce como pocos los vaivenes de la economía andaluza porque la consultora edita cada trimestre un boletín de coyuntura y de previsiones. El último, de diciembre de 2007, hacia el número 51, esto es, 12 años de trabajo continuado. Además Analistas Económicos de Andalucía, que cuenta con un equipo permanente de 12 personas, realiza, entre otros proyectos, estudios monográficos anuales sobre el sector agrario y el turismo.


Francisco Villalba.

En este momento puntual entiende que hay que estar expectantes para ver como evoluciona la crisis financiera internacional, porque aunque el sistema bancario español no se ha visto afectado, la economía regional es muy dependiente de la inversión exterior. Y también por la evolución de los precios y de las economías familiares, porque podría producirse un retraimiento del gasto en inversión y en ocio que sería perjudicial.

Pero Villalba está convencido de que la situación no es grave, y aunque reconoce que el empleo es el aspecto que "plantea mayores retos" y que el paro crecerá en los próximos meses, "no lo hará de forma importante".

Las ofertas electorales de elaboradas de los cuatro principales partidos se basan genericamente en prometer más empleo, más incentivos, y algunas rebajas fiscales.

El PSOE ha basado su programa económico en dos planes: la Estrategia para la Competitividad de Andalucía 2007-2013, un programa firmado con la patronal y los sindicatos, y que para su desarrollo se han presupuestado 55.018 millones de euros; y el Pacto por la Vivienda, que pretende la construcción de 700.000 viviendas, 300.000 de ellas de VPO en 10 años.

Respecto a las medidas fiscales el PSOE promete modificar el IRPF y el Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones, para favorecer a la juventud, a las familias de rentas bajas, compradores de primera vivienda y discapacitados. También habrá deducciones del 15% a quien de de alta en la seguridad social a las empledas domésticas, para familias monoparentales y para parejas con dos perceptores de renta y con el límite de 300 euros por contribuyente.

Por su parte el PP habla de deducciones en el IRPF a las familias, desde 300 a 900 euros, según el número de hijos. Otras deduciones en el IRPF para minusválidos, o por adquisición de vivienda o alquiler, hasta determinados niveles de renta; o a los pensionistas de hasta 600 euros en el IRPF para pagar gastos médicos no cubiertos por el SAS, y hasta determinados niveles de renta.

También habrá deducciones en el IRPF para el autoempleo, y rebajas en el Impuesto de Sociedades al 25% y al 20% en el caso de las Pymes. Promete también suprimir el impuesto de sucesiones y donaciones entre padres e hijos.

IU, por su parte, propone un cambio de modelo económico hacia el desarrollo sostenible y participativo, e impulsar reformas fiscales a nivel estatal en base a criterios de progresividad fiscal. En-

> Los programas tienen leves rebajas fiscales y muchas ayudas al empleo

tre las propuestas fiscales concretas se encuentran la deducción del impuesto de sucesiones y donaciones en determinadas condiciones; otras en el IRPF para familias monoparentales o para adquirir seguros de vida.

Otras deduciones por invertir en energía renovable o autoempleo ambiental, y figuras impositivas como gravar las viviendas vacías, los campos de golf, la emisión de gases contaminantes, las grandes superficies, el transporte por carretera, los vertidos, el juego o a las entidades financieras que no reinviertan en Andalucía.

Por su parte, Coalición Andalucista aboga la reducción del impuesto de sociedades para microempresas y pymes en un 20% y 15% respectivamente. La supresión de las cargas sociales a los dos primeros empleados de cada empresa. Y exigir como requisito el domicilio fiscal en Andalucía para cualquier subvención.

Voy a votar

E. SUÁREZ PALOMARES

El pasado 13 de marzo de 2004, en este mismo diario y bajo el título Voy a votar, realizaba una serie de reflexiones en las estaban presentes los asesinatos que dos días antes habían tenido lugar en Madrid. Decía entonces, y sigo diciendo ahora, que la forma de demostrar la libertad en un Estado que quiere ser libre, y que es libre, es votando. Y es así, por cuanto supone la participación individual; la de cada ciudadano en concreto en la soberanía por cuanto reside en el pueblo. A mayor grado de participación mayor compromiso de los ciudadanos con el sistema democrático. Es la forma, como demuestra la experiencia histórica de cualquier país, a través de la cual los derechos humanos puedan desarrollarse. Basta pensar un poco; basta hacer un pequeño ejercicio de memoria para reconocer que, al margen de las opiniones puntuales e interesadas que puedan darse en determinadas coyunturas y atribuirse a uno u otros partido políticos, los derechos humanos en España, su protección y su extensión, sólo se han dado en y con la democracia. Este reflejo en el ámbito del Estado puede atribuirse, en mayor o menor medida, a uno u otros grupos políticos pero su realidad es que sólo han podido hacerse presentes gracias al sistema democrático; a todos los grupos políticos y a la participación de los ciudadanos.

Sin el sistema democrático, y sin la participación ciudadana, ni hubieran tenido lugar los avances sociales que tenemos ni la democracia se hubiera consolidado. La democracia, mediante el ejercicio de la libertad y la participación deja atrás, y para la Historia, aquellos sistemas inspirados en los fanatismos políticos y religiosos que sin descanso, y como cuentos de nunca acabar y siempre acabados, han servido para atorar y destrozar parte de la juventud de muchos.

Sí, como entonces; como decía en aquel artículo de 13 de marzo, este próximo 9 de marzo, cuatro años después, también voy a votar. Y no sólo por lo que hasta aquí estoy hablando. No sólo porque con mi voto ejercito mi libertad; no sólo porque mediante mi voto sigo comprometiéndome con el sistema democrático, sino también por algo más.

En aquellas elecciones, en un tiempo en el que las lágrimas de todos empapaban España y Andalucía, contraje un compromiso con los asesinados en Atocha. Decidí, como muchos ciudadanos, tener una participación activa. Una participación que sólo podía realizar con el ejercicio del sufragio activo; de ahí que ahora, este 9 de marzo, sirva para renovar mi compromiso con aquella promesa que hice y con el sistema democrático. Sí, voy a votar. Son estas reflexiones, que hoy me permito traer a esta página a modo de volver a compartirlas, las que van a hacer que me acerque a las urnas. Es verdad que hay muchas otras, que también podrían acompañarlas y que motivarían este acercamiento. Es verdad que si se quiere no habría dificultad y podrían detallarse en toda su definición. Incluso, mediante un pequeño ejercicio de memoria y causalidad, podrían atribuirse a uno u otros grupos políticos en mayor o menor medida. Podría hablarse de lo conseguido; de lo que no se ha logrado en Andalucía, y lo mismo serviría para el resto de España. Sin embargo, si así lo hiciera, perdería el sentido de estos razonamientos. Unos razonamientos que en su día, y como a tantos otros, me ayudaron a no dejar de ir a votar. Unas reflexiones que hoy siguen, y que seguirán siendo válidas, haciendo que me acerque a cumplir este compromiso. También con la tranquilidad que me da el saber que con mi voto demuestro mi libertad que, en una especie de comunión con la libertad de todos mediante su voto, garantiza la libertad colectiva y fortalece una ciudadanía democrática que legitima el poder y, por tanto, se aleja de fanatismos de todo tipo, que son tan peligrosos para una convivencia en paz por cuanto justifican el poder al margen de la comunidad.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Vías, playas y energías renovables

▸ **La carretera de Doñana.** La vía proyectada por el PP entre Huelva y Cádiz por Doñana ha suscitado el rechazo de grupos políticos y ecologistas, que alertan del grave impacto que tendría en el ecosistema y la afección a la fauna.

▸ **La Ley de Costas.** La modificación de la norma de 1988 inquieta a la Junta. El Gobierno también ha admitido que ejecutar la demolición del hotel del Algarrobico sería más fácil con un Gobierno del PP en Andalucía.

Río Guadalquivir a su paso por Coria. / A. RUESGA

▸ **El dragado del Guadalquivir.** El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente debe emitir un informe sobre el dragado en el estuario del Guadalquivir, un proyecto del que recelan el Gobierno andaluz y, sobre todo, los regantes, que lo ven como una amenaza para todo el regadío en la zona del bajo Guadalquivir.

▸ **Energías renovables.** El freno por parte del Gobierno de la nación a las primas a las energías renovables ha paralizado inversiones de más de 14.000 millones en la comunidad. El sector agrícola es uno de los más afectados porque era una vía de diversificación económica.

▸ **Las Aletas.** La Dirección General de Costas ha desaconsejado el proyecto del polígono industrial de Las Aletas, en Puerto Real. Un nuevo obstáculo para una iniciativa que lleva varios años sin salir del túnel.

Chiringuito de Málaga. / J. ROJAS

Los retos de la agenda verde

▸ La gestión del Guadalquivir, Doñana o la Ley de Costas, en el punto de mira
▸ El parón de las primas a renovables y del polígono Las Aletas frenan inversiones

GINÉS DONAIRE
Jaén

La llegada al Gobierno de la nación del PP ha reavivado el debate sobre varios proyectos medioambientales que llevaban tiempo encallados. Hacemos un repaso a la agenda verde de los candidatos en estas elecciones andaluzas.

» **La polémica carretera de Doñana.** La propuesta del Partido Popular de resucitar el proyecto de una carretera entre Huelva y Cádiz a través del parque de Doñana ha provocado una enorme contestación social y una agria controversia política. La organización Ecologistas en Acción ha advertido que esta vía convertiría a Doñana en "un zoológico de grandes dimensiones" mientras que la Junta de Andalucía considera como "descabellado y especulativo" el proyecto.

Desde el PP se defiende que la carretera "no tocará ni un metro cuadrado de Doñana" y se convertirá en un revulsivo para el corredor turístico desde la Costa de la Luz hasta la Costa del Sol. El proyecto contempla un ahorro de 45 minutos de tiempo en el trayecto entre ambas ciudades, ya que se evitará pasar por Sevilla.

Sin embargo, desde la Consejería de Medio Ambiente se rechaza de plano el trazado al entender que supondría la fragmentación del territorio de Doñana y su afección a especies emblemáticas y amenazadas de extinción como el lince ibérico y a ecosistemas frágiles sería más que evidente. Ni el Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía ni el del entorno del ámbito de Doñana contemplan la conexión Huelva-Cádiz.

» **Modificación de la Ley de Costas y Algarrobico.** Según el Observatorio de Sostenibilidad, desde 1997 a 2007 se perdieron, como consecuencia de la edificación masiva en el litoral, más de 10.000 hectáreas de suelo. El PP ha propuesto ahora modificar la Ley de Costas de 1988, una iniciativa que ha inquietado a la Junta de Andalucía y a otros políticos que lo ven como un retroceso histórico. Los populares defienden la modificación de consideración de bienes de dominio público marítimo terrestre en los 800 kilómetros de litoral andaluz para hacer compatible proteger las costas con el crecimiento económico y con los derechos de los propietarios en estas zonas. También considera prioritaria la modificación para garantizar la estabilidad de los chiringuitos, un sector que da empleo a 40.000 personas.

Cerro de los ánsares, en el parque de Doñana. / GARCÍA CORDERO

La edificación masiva en el litoral ha afectado a más de 10.000 hectáreas

127 pueblos tenían comprometidas 264 instalaciones de energías renovables

Pero el consejero de Medio Ambiente, Juan José Díaz Trillo, ha admitido su temor por la "tentación de devaluar" ese espacio por parte del Ejecutivo central. La Junta cree más necesario empezar a dar salida a las numerosas viviendas vacías que tiene el litoral en la costa andaluza antes que "abundar todavía más en la construcción en lugares de riesgo". Desde Izquierda Unida se apunta que el Gobierno "quiere dar una vuelta de tuerca para garantizar el uso privado del dominio público, poniendo por delante el interés privado al interés general y el bien público".

Y parece que la modificación de la Ley de Costas puede determinar también el futuro del controvertido hotel de El Algarrobico. De momento, el ministro de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, Miguel Arias Cañete, ha señalado que será más fácil ejecutar la sentencia de demolición si hay un cambio político el 25-M. El Algarrobico entra, pues, en campaña electoral en las vísperas de que el Tribunal Supremo decida sobre si cumple o no la actual legislación sobre Costas.

» **Un Guadalquivir de ida y vuelta.** El pasado mes de octubre el Estado recuperó el 100% de las competencias y de los medios humanos y materiales sobre el Guadalquivir, el río andaluz por excelencia. La Junta, que venía asumiendo el control de la cuenca desde el 1 de enero de 2009, perdió las competencias al no encontrar las dos Administraciones una salida legal para que Andalucía pudiera asumir la gestión dentro del encaje de la sentencia del Tribunal Constitucional. Ahora, la vista está puesta en el artículo 150.2 de la Constitución y en la proposición de Ley Orgánica que Andalucía quiere que apruebe el nuevo Gobierno central del PP para que se deleguen, otra vez, todas las competencias de la cuenca.

Pendiente también del informe del Ministerio de Agricultura y Medio Ambiente se encuentra el proyecto del dragado sobre el estuario del Guadalquivir. Los informes que se han emitido hasta el momento, incluso los encargados por la propia Autoridad Portuaria de Sevi-

Printed and distributed by NewspaperDirect

Publicaciones y Divulgación Científica

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

EL PAÍS, martes 13 de marzo de 2012

lla, han resultado desfavorables al proyecto, al igual que la Consejería de Medio Ambiente o el Consejo Superior de Investigaciones Científicas, organismo dependiente del propio Ministerio. Los regantes han advertido que el dragado se puede convertir en un grave obstáculo para todo el regadío del Guadalquivir y una amenaza para la supervivencia del arrozal.

» **El parón de las renovables.** La decisión del Gobierno de la nación de paralizar las primas para las nuevas centrales de energías renovables ha dejado en el aire el futuro de numerosos proyectos en la comunidad. Al Gobierno andaluz le preocupa especialmente el impacto a la cohesión territorial, pues el decreto aprobado el pasado 27 de enero va a afectar a 127 pueblos andaluces que tenían comprometidas inversiones en 264 instalaciones de energías renovables con una inversión superior a los 14.700 millones y más de 51.000 empleos. Entre los sectores más perjudicados está el agrícola, que había apostado por las energías renovables para diversificar la rentabilidad de sus explotaciones. Desde la Junta se acusa al Ministerio de Industria, Energía y

Costas desaconseja el proyecto industrial de Puerto Real

IU acusa al PP de anteponer el interés privado al bien público

Turismo de "ceder a la presión de determinados *lobbies* con la justificación de reducir el déficit público".

» **El futuro de Las Aletas.** En octubre de 2009, el Tribunal Supremo anuló el acuerdo de Consejo de Ministros para reservar 287 hectáreas de las marismas de Puerto Real (Cádiz) para construir el polígono industrial de Las Aletas, que iba a ser uno de los mayores de España. El Supremo, que estimó un recurso de la organización ecologista Adena, consideró que esa reserva de suelo incumplía la Ley de Costas. Un año y medio después las máquinas volvieron a Las Aletas después de que el consorcio presentara un nuevo plan urbanístico capaz de sacar adelante el proyecto para la construcción del tercer parque logístico y empresarial de Andalucía.

Sin embargo, los nubarrones han vuelto a instalarse sobre Las Aletas, sobre todo después de conocerse un informe en el que la dirección general de Costas desaconseja el proyecto industrial. Mientras el Gobierno del PP inquieta sobre el futuro del polígono, los agentes sociales le urgen a acelerar un proyecto estratégico vital para el desarrollo económico y para el empleo de la Bahía de Cádiz y el conjunto de la provincia.

FERNANDO HIRALDO Director de la Estación Biológica de Doñana

"No hay que tener miedo a enseñar la naturaleza y a obtener beneficios"

MANUEL PLANELLES
Sevilla

Fernando Hiraldo (Almería, 1947) es el director de la Estación Biológica de Doñana del CSIC desde hace más de una década. Este investigador, que en 2009 recibió la Medalla de Andalucía, es uno de los referentes científicos de la comunidad.

Pregunta. ¿Cuáles son los retos medioambientales a los que se va a enfrentar Andalucía en los próximos cuatro años?

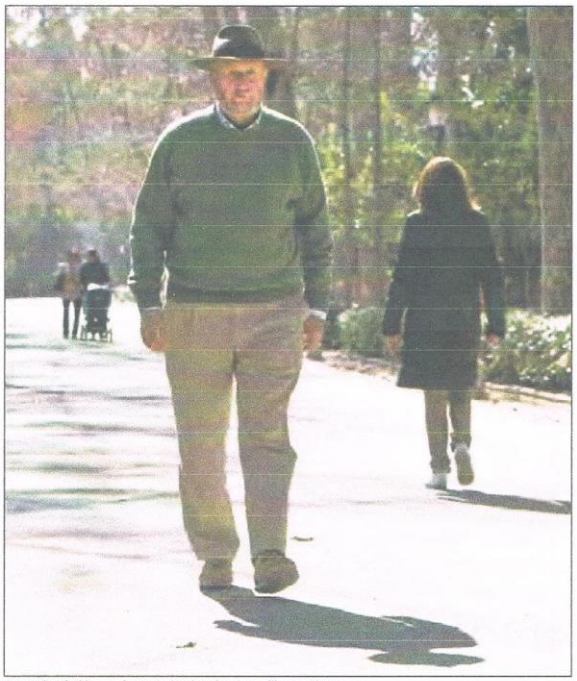
Respuesta. El mayor reto es saber cómo va a afectar a la región el cambio global, que ya está en marcha. Andalucía es una zona muy sensible por sus costas, por la forma de urbanización de sus playas y por la dependencia del turismo. Podemos manejar cifras globales, pero necesitamos estudios mucho más precisos de Andalucía para poder actuar. Por ejemplo, en Doñana. Si sigue el mar como está subiendo, y está subiendo más deprisa de lo que era de esperar, se va a salinizar. Doñana es un ecosistema de aguas dulces con una influencia salina moderada. Es uno de los ecosistemas más raros y más escasos que hay en el mundo. Y de esos ecosistemas viven unas especies que solo pueden sobrevivir ahí. Hay que tomar una decisión. ¿Qué hacemos? ¿Dejamos que Doñana se salinice? Los científicos podemos advertir lo que va a pasar, pero alguien tiene que tomar las decisiones.

P. ¿Qué más retos?

R. Utilizar mejor la naturaleza. Andalucía tiene ahora mismo un 30% de su territorio protegido. Con una inversión moderada podría ser una fuente de ingresos grande. Andalucía tiene ahora tres sectores clave que están relacionados: el medio ambiente, la agroalimentación y el turismo. Pero la sensación que uno tiene es que van por libre. Los turistas vienen aquí y deberíamos ser capaces de venderles mejor nuestros productos. Y eso está muy en conexión con el medio ambiente. Si pusiéramos un centro de demostración y de agricultura ecológica en Doñana iría tanta gente o más que al parque. Doñana tiene una de las zonas más importantes de España y Europa en producción ecológica, pero no la conoce nadie. No hay que tener miedo a enseñar la naturaleza y a obtener beneficios de ello. Otro reto muy importante es utilizar las nuevas tecnologías. En Andalucía hay un pequeño tejido empresarial de gente joven muy brillante. Hay un núcleo duro que ya ha hecho cosas muy importantes en *software* libre.

P. ¿Respecto a las especies amenazadas?

R. Hace falta una racionalización. Tenemos un margen para mejorar, aunque se están haciendo las cosas razonablemente bien. En este ámbito, y en el medio ambiente en general, lo que hace falta es más transparencia. Se maneja dinero público y estamos en un tema muy sensible. Hay gente que entiende muy bien que se gaste dinero en comprar un Picasso pero que entiende de muy mal que se gaste dinero en conservar el águila imperial o el lince. Por eso la transparencia es muy importante. Si hubiéramos tenido la suficiente transparencia en el programa del lince nos hubiéramos ahorrado leer artículos disparatados en los que se preguntan cómo se puede gastar tanto en conservarlo. Con el lince no estamos gastando, estamos ingresando fondos. La UE nos ha dado 60 millones en dos programas diferentes. Los ha obtenido la Junta porque ha tenido unos buenos técnicos que han hecho un buen proyecto Life. El dinero podía haber ido a cualquier parte de Europa, pero ha venido aquí.



Fernando Hiraldo, en el parque María Luisa de Sevilla. / JULIÁN ROJAS

"Lo que está en juego con el cambio climático es nuestra forma de vida"

P. ¿Hay un exceso de planes de conservación *ex situ*?

R. El reto es conservar la naturaleza. Creo que hay demasiados programas *ex situ*. Estos programas solo se deben hacer cuando sean imprescindibles. El del lince era absolutamente imprescindible. En el caso del águila imperial, creo que no tiene sentido que haya uno aquí, otro en Extremadura y otro en Madrid. Esto no es serio. Hay que hacer uno potente. Los científicos, los técnicos y los aficionados presionan mucho a las Administraciones, pero las autoridades tienen que ser más serias en las exigencias.

P. Respecto al cambio climático, ¿cómo se puede convencer a un responsable político de que apueste por un asunto cuyos resultados son a muy largo plazo?

R. Es difícil. Aquí se juega generalmente a cuatro años. Pero afortunadamente tenemos una percha internacional. Ahora mismo hay una conciencia mundial y europea. Pero se necesita un pacto entre los grandes partidos. El tiempo no lo gobierna nadie y o frenamos esto o va a ser la mayor tragedia. No va a ser una tragedia que vaya a suponer la desaparición de la raza humana o de las especies. Lo que vamos a perder es nuestra forma de vida. Eso es lo que está en juego. El medio ambiente lo hemos descubierto después de cientos de años de excesos y cuando ya el tamaño de la población no permitía esos excesos y estaba teniendo consecuencias graves. Yo no conozco más que un método: la educación. La contradicción está en que la educación lleva tiempo y la situación exige medidas urgentes.

P. ¿Es más complicado concienciar a la sociedad en una situación de crisis tan extrema?

R. Sin duda. Porque cuando la gente no tiene para comer o está en paro lo que piensa es 'pasado mañana no sé qué va a pasar, pero hoy estoy mal'. Esto lo complica todavía más y exige mucha mayor talla a la clase política.

P. ¿Le preocupa el mensaje que se ha lanzado desde el Gobierno sobre la ley de Costas?

R. Soy optimista. Cuando un político, un científico o cualquiera llega a un sitio todavía no se lo ha aprendido todo. Y dice cosas. Pero luego se topa con la realidad. Tenemos una ley de Costas que sobre el papel es más o menos buena, pero que hemos llevado a la práctica muy poco. Además, tenemos una legislación europea que hay que cumplir. Muchas veces no es fácil cambiar la legislación española porque depende de un marco europeo. La costa española está lo suficientemente triturada para que la ley de Costas se respete y se mejore.

Printed and distributed by NewspaperDirect

Publicaciones y Divulgación Científica

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

11.3.2 Noticias del diario *El Mundo* (Legislaturas 2000-2012)

EL MUNDO, MARTES 1 DE MARZO DE 2000
ANDALUCIA
7

Elecciones 12.M

IU dirige ahora su mensaje a captar a los votantes del PSOE

Romero: «El voto útil contra la arrogancia de las mayorías absolutas está ahora en IU»

SUSANA VILLAVERDE
Enviada especial

HUELVA.— Izquierda Unida ha decidido lanzar sus redes en el mar del PSOE. Antonio Romero, candidato de la formación a la Presidencia de la Junta, ya no sólo ve en los indecisos el campo de cultivo para sembrar votos, sino que opina que incluso los propios socialistas podrían ayudarle a cosechar buenos resultados.

Se trata de un cambio de táctica tras analizar las últimas encuestas electorales que dan al PSOE la mayoría absoluta y que auguran una fuerte caída de IU.

Romero apeló ayer, durante una travesía en barcaza sobre la ría de Huelva, a la conciencia de los socialistas que «no ven con buenos ojos el que haya una mayoría absoluta, una prepotencia y una arrogancia política del Partido Socialista en la nueva etapa política».

Con total convicción, el candidato Romero se refirió a la necesidad de «liberar a Andalucía del peaje andalucista» y de evitar la acumulación de todo el poder en una sola mano.

«Sí, sí, sí, sí... —afirmó— voy a pedir a los electores del PSOE, una parte importante de esos electores que son partidarios de un gobierno plural de la izquierda, que su voto, en esta ocasión, es útil para IU, porque garantiza un acuerdo plural de la izquierda». El voto tradicional al Partido Socialista impediría iniciar una «nueva etapa», por lo que, según el razonamiento de IU, sólo el voto a su formación sería «útil».

Romero insiste en que no quiere mayorías absolutas de ninguna fuerza política, para que el Parlamento sea de izquierdas, pero no de un sólo color.

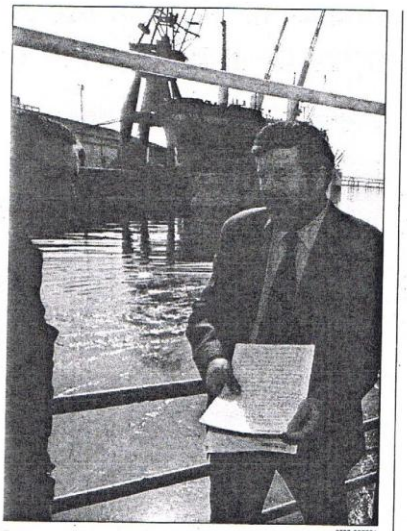
El candidato se mostró convencido de que muchos de los simpatizantes socialistas se inclinarán por cambiar la papeleta del PSOE por la de IU en Andalucía, aunque en las elecciones generales se mantengan fieles a la formación que lidera Joaquín Almunia.

Puertos

En tono lírico, el candidato de IU-CA comentó nada más subir a bordo de la vieja canoa de pescadores de la ría onubense: «Nunca hay buen viento para el barco que no sabe a qué puerto se dirige, pero nosotros queremos embarcar al pueblo hacia la esperanza y el futuro».

Romero se desplazó hasta Huelva para presentar, junto a los candidatos por esta provincia al Parlamento andaluz y al Congreso de los Diputados, Diego Valderas y Antonio Marín, respectivamente, sus proyectos en materia de Medio Ambiente y Pesca.

Además, anunció medio centenar de medidas para Huelva, donde esta formación considera que es necesaria una inversión de 100.000 millones de pesetas para recuperar el entorno de los ríos Tinto y Odiel y Doñana, y elaborar un plan de gestión y control de las balsas de fosfoyesos, entre otras cosas.



Romero presenta su programa medioambiental junto a la ría de Huelva. PEPE ORTEGA

En una corta travesía bajo un cielo grisáceo, a medio camino entre el polo químico y el parque natural de las marismas de Odiel, Romero aseguró que en Andalucía «ya se han encendido todas las alarmas medioambientales», y criticó las actuaciones de la Junta en este ámbito durante los últimos años.

Además, se comprometió a sacar adelante una nueva Ley de Pesca que desbloquee el convenio con Marruecos, que permita la renovación de los créditos de financiación para el sector y la regeneración de los caladeros.

Igualmente, exigió al Gobierno la transferencia de las competencias portuarias, los institutos de la marina y la formación náutica y pesquera.

Durante el pequeño *crucero* por las opacas aguas de la ría de Huelva, el candidato al Parlamento andaluz Diego Valderas aludió a un grupo político que para Romero es innombrable, Los Verdes, afirmando que «no saben ondear bien siquiera la bandera de la ecología, que IU porta desde hace mucho tiempo».

González: «Nunca me entendí con Anguita»

SEVILLA.— El ex presidente del Gobierno Felipe González reconoció ayer que sus relaciones con el coordinador de IU, Julio Anguita, nunca fueron buenas: «Es obvio que yo no me he entendido con Anguita, no he tenido nunca confianza en su manera de hacer las cosas. Con el único dirigente comunista que me entendí fue con Carrillo», dijo.

González, candidato al Congreso por Sevilla, hacía estas declaraciones al hilo del anuncio de un acto conjunto entre el PSOE e IU y la hipótesis de que él y Julio Anguita estuvieran presentes. Felipe González dijo que no tenía conocimiento de que se fuera a celebrar tal encuentro.

En otro orden de cosas, González afirmó también que no le había extrañado la actitud «beligerante» del presidente de la CEOE, José María Cuevas, durante la presentación del programa económico del PSOE, porque no es un empresario «real» y es un «grave error» confundirlo con éstos.

En una entrevista celebrada en Radio Sevilla, el ex presidente del Gobierno dijo que «no se debe confundir a Cuevas con los empresarios reales, ya que no ha dirigido una empresa en su vida», y agregó que no le extraña su intervención de porque «está esperando incluso que privaticen la parte rentable de la sanidad para hacer negocio con ella».

González se refirió también a la corrupción para afirmar que «ningún país del mundo en un sistema democrático está libre de corruptos y lo que hay que hacer es intentar jugar lo más limpiamente posible para ir erradicando los focos de corrupción».

PP denuncia una maniobra del PSOE para ...icotear un mitin de Aznar en Almería

CARMEN R. CASTILLO

...ERIA.— El Partido Popular ...lmería denunció ayer que el ...tamiento de Almería les ha ...ado el uso del Pabellón ...ipal de Deportes para el ... que el presidente del ...no, José María Aznar, va ...rar el sábado a las cuatro ...arde.

...as después, sin embargo, el ...amiento remitía una nota ...que se aseguraba que el ... de la ciudad, Santiago ...z Cabrejas, «ha expresa...mpre su disposición a con... José María Aznar el recin...ado para su acto de cam...ctoral atendiendo a razo...seguridad. Esta disposi... sido manifestada clara...r Martínez Cabrejas en ... conversaciones telefó... el día de ayer con los ... Rafael Hernando, José Luis Aguilar, así como con el Delegado del Gobierno en Andalucía, señor Torres Hurtado».

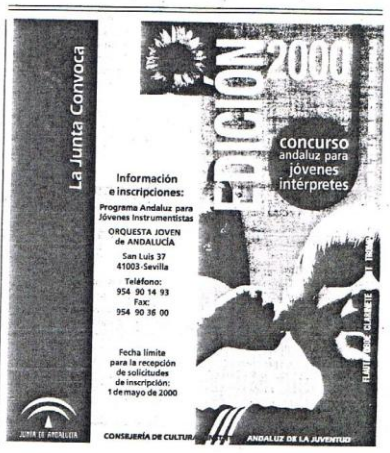
El PP había pedido el pabellón, con una capacidad de más de 3.000 personas, en dos escritos, los días 16 de febrero y 29 del mismo mes, y en ambos casos la Concejalía de Deportes respondió que este lugar no debía ser utilizado para la celebración de actos electorales, según explicaba el presidente provincial del PP, Luis Rogelio Rodríguez Comendador en rueda de prensa, en la que estaba acompañado por el portavoz de Comunicación del PP, Rafael Hernando.

En el escrito remitido al PP ayer, el concejal de Deportes, Juan Rojas, recordaba que, en el BOE del día 3 de febrero, se publicaba la relación de espacios abiertos y cerrados de uso público comunicada a la Junta Electoral para actos públicos de carácter electoral.

«El Ayuntamiento de Almería remitió escrito en plazo a la Junta Electoral de Zona comunicando que el espacio público disponible para ese fin es el de la Casa de la Juventud. De acuerdo con lo establecido en la normativa legal electoral, es la Junta Electoral Provincial la competente para asignar recintos para uso electoral.

Por esa razón, cualquier partido político que desee utilizarlos debe remitirse a la instancia competente que, en este particular, es la Junta Electoral Provincial.

Para Rodríguez Comendador, «es ridículo que en una capital de provincia como Almería se oferte un local con 200 plazas, como es la Casa de la Juventud para celebrar un acto al que va a acudir el presidente del Gobierno».



EL MUNDO, VIERNES 3 DE MARZO DE 2000 7
ANDALUCIA

Elecciones 12.M

Teófila Martínez acusa al PSOE de ocultar datos sobre residuos

La candidata del PP dice que Doñana es «responsabilidad estatal»

FRANCISCO JAVIER RECIO

SEVILLA.— Teófila Martínez denunció ayer la «ocultación de información» por parte del Gobierno de Chaves en torno al tratamiento y el destino de los residuos que generan las industrias andaluzas.

La candidata del PP se reunió con los representantes del colectivo Ecologistas en Acción para presentarles su programa de medio ambiente. Los ecologistas escucharon y, un tanto incrédulos, aseguraron que todos los partidos «nos venden sus garbanzos como los más tiernos».

Tras la reunión, que se prolongó por espacio de una hora, la candidata a la Presidencia de la Junta se mostró decidida a incrementar los presupuestos de la Consejería de Medio Ambiente para garantizar un mayor control del tratamiento de los residuos industriales.

En los residuos peligrosos está el «meollo» de los problemas medioambientales, aseguró Martínez, que acusó a la Junta de ocultar datos: «Llevamos mucho tiempo queriendo saber dónde se llevan los residuos de las industrias, y ha sido misión imposible», dijo.

La candidata se comprometió a que, si gobierna, la información sobre estas cuestiones será más transparente, pero, preguntada por las alternativas que propone para prevenir tragedias ecológicas como la de Aznalcóllar, se limitó a señalar la necesidad de que «los residuos que se almacenen en Andalucía sean sólo los que se produzcan en Andalucía» —apliquese al cementerio de El Cabril— y de «cumplir la ley para que los residuos no supongan un peligro para los andaluces».

Víctorio Domínguez, coordinador andaluz de Ecologistas en Acción, le apuntó una tercera medida: «Limitar la producción de residuos». Teófila asintió.

Ley de Doñana

La presidenta del PP andaluz se mostró también favorable a buscar un «acuerdo razonable» sobre la Ley de Doñana, suspendida actualmente tras aceptar el Tribunal Constitucional un recurso del Gobierno, aunque, en cualquier caso, «habrá que esperar al pronunciamiento» del alto tribunal.

Martínez dio por supuesto, no obstante, que, por tratarse de un parque nacional, se hace evidente la «responsabilidad del Estado». «No es un problema de quién manda, sino de capacidad para hacer las cosas».

Teófila Martínez también avanzó algunas directrices de su política de aguas, pero no pasó de comentar la «necesidad de invertir en infraestructura», y citó expresamente la construcción de desaladoras y la mejora de las conducciones, especialmente de las de riego, además de incrementar la «concienciación de los ciudadanos».

Ante los responsables de Ecologistas en Acción, la candidata a la Presidencia de la Junta se comprometió a que, si alcanza el gobierno, mantendrá reuniones periódicas con los colectivos conservacionistas.

Este grupo ecologista evitó pronunciarse sobre qué partido presenta las medidas medioambientales más próximas a sus propios planteamientos, aseguró que la conservación del medio ambiente «no tiene color político» y pidió a unos y a otros que, en cualquier caso, pongan en práctica las iniciativas que incluyen en sus programas.

La petición del voto del GIL para el PSOE divide a los socialistas

La candidata Juana María Lasry se aparta de la reacción oficial y acepta gustosa los sufragios

JOSE LANDI

CADIZ.—La sugerencia que el GIL de la provincia de Cádiz ha realizado a sus militantes y simpatizantes, para que voten al PSOE en las autonómicas, a las que ellos no comparecen, ha causado división en los socialistas de la provincia de Cádiz.

Pese a que el secretario provincial del PSOE, Francisco Vázquez Cañas, aseguró que su formación «está a 2.000 millas del GIL, y no necesita nada de los que no son demócratas», los socialistas linenses piensan de otra manera.

La candidata y concejal del PSOE en La Línea Juana María Lasry se ha desmarcado de la postura oficial de su partido y ha asegurado que, «si llegan 16.000 votos (los que el GIL recibió de los linenses durante las últimas municipales), bienvenidos serán porque eso no evitará que sigamos luchando para apartar a ese partido del Ayuntamiento de La Línea por vías democráticas».

Ante la disparidad de pronunciamientos registrados durante esta semana, Vázquez Cañas se ha visto obligado a llamar al orden a sus compañeros linenses y pedir silencio. La última voz que ha sonado ha sido la suya, la del secretario provincial de los socialistas.

Ha servido para dar una postrera y unificada respuesta: «No necesitamos nada del GIL; además, ellos no son nadie para dar votos porque no son suyos, son de los linenses. No queremos votos de nadie, nada más que de los ciudadanos con su criterio propio y a ellos se los pediremos. Desde el PSOE gaditano, rechazamos cualquier tipo de campaña o manipulación del GIL al ofrecernos votos presuntamente suyos que ni queremos ni necesitamos».

Vázquez Cañas advierte que «ni ahora ni después de las elecciones vamos a pactar con el GIL, ni en La Línea de la Concepción ni en ningún otro lugar, porque esa formación no es democrática». Es más, Vázquez Cañas asegura que ya está en contacto con la Junta de Andalucía «para coordinar trabajos de control sobre las actuaciones urbanísticas del GIL en esa localidad».

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

8 EL MUNDO, MARTES 7 DE MARZO DE 2000
ANDALUCIA

Elecciones 12.M / Izquierda Unida

Romero asegura que democracia y autonomía peligran si gana el PP

El candidato de IU-CA, en la línea de sus últimos actos, dedica su principal crítica a Aznar

SUSANA VILLAVERDE
Enviada especial

GRANADA.— El candidato de IU-CA a la Junta parece más empeñado en hacer perder las elecciones al PP en España, que en mejorar sus resultados en Andalucía, ya que los mensajes de estos últimos días de campaña van dirigidos, esencialmente, a advertir del peligro que corren las libertades y los derechos de los ciudadanos ante la posible victoria del PP en las generales.

De puntillas pasa su candidato a la presidencia de la Junta de Andalucía, Antonio Romero, por las críticas, suavemente vertidas, sobre la gestión del PSOE en esta región, y con sumisión recibe los desaires de Manuel Chaves ante su intento de allanar el camino hacia ese gobierno plural de la izquierda.

No obstante, cargadas de hiel, van sus palabras contra la derecha, representada en el PP, y contra la actuación del Gobierno de Aznar.

Durante un acto celebrado ayer en Granada, en el Palacio de la Madraza, donde se fundó la primera universidad árabe, Romero dijo que, si la derecha vuelve a ganar las elecciones generales, «no sólo están en juego» el carácter público de la sanidad y la enseñanza, el interés general de la población y la prestación de servicios, el empleo y los derechos sociales, sino que «están en juego las libertades democráticas y su profundización, y el modelo de estado».

Indecisos

Por ello, pidió a los electores que aún no se han decidido, que reflexionen «seriamente» acerca del «recorte de libertades y derechos, la reducción de la democracia en España y del poder de la autonomía andaluza» que un nuevo gobierno del PP acarrearía.

Con menos saña atacó al ejecutivo autonómico. Dijo que, si Manuel Chaves se hace con una «cómoda» victoria, «volveremos a una política de tran-trán, muy rutinaria», e incapaz de imponer «un giro a la izquierda».

El candidato de IU a la Presidencia de la Junta se refirió a la «marginación, mediocridad y tristeza» con que se han regido los destinos de esta comunidad por parte del PSOE y de sus socios de gobierno, el PA.

Y, como colofón, prometió «pasión» en el futuro «gobierno plural de izquierdas».

Retomó de nuevo la campaña de las generales para señalar el retroceso que la derecha conlleva cuando está en poder, y anunció que los que decidan votar «van a empantanar las expectativas del PP que ya ha pasado lista y están todos en cola para votar a Aznar».

De vuelva al acuerdo, Romero quiso mitigar las diferencias surgidas entre el PSOE e IU, Almunia y Frutos, sobre pensiones, y se apresto a aclarar que ambos partidos tienen el mismo horizonte: subirlas. Lo demás fue, a su juicio, un leve desacuerdo en las formas, «no se debe entender como una descalificación».

Aunque Frutos dijera que la promesa de Joaquín Almunia de subir adicionalmente 28.000 pesetas a los pensionistas «da la impresión de que es una compra de votos», Romero sostiene que no se trata de opiniones enfrentadas, porque ambos partidos están de acuerdo en equipararlas al salario mínimo interprofesional, según lo suscrito en Madrid. De lo que se trata, dijo, es de discutir la fórmula para alcanzar el mismo objetivo.

Mientras que Almunia ha defendido el establecimiento de una paga de carácter extraordinario para las pensiones, Frutos prefiere que haya subidas consolidadas desde enero a diciembre. Romero defiende a su partido, pero restó importancia al debate suscitado.

Juntos, Antonio Romero y Francisco Frutos, que nuevamente arropó anoche al candidato andaluz en su campaña, ofrecieron un mitin, el más concurrido de los celebrados, unas dos mil personas, en el palacio de Congresos de la capital granadina.

Los candidatos de IU por Sevilla, Felipe Alcaraz, Kechu Aramburu y Concha Caballero, ayer, en tierras del vertido

«El que contamina, recibe subvención»

Los candidatos de IU al Congreso Felipe Alcaraz y al Parlamento andaluz Concha Caballero acusaron ayer a la Junta y al Estado de «subvencionar al que contamina», en referencia a los 3.000 millones de pesetas concedidos por la administración a Boliden-Apirsa, que provocó el vertido tóxico.

Los dirigentes políticos hicieron esta afirmación en la ribera del Guadiamar, el río que soportó los lodos tóxicos y donde simbólicamente arrojaron billetes a los residuos que aún quedan en la zona.

Alcaraz y Caballero, acompañados por la también candidata al Congreso Kechu Aramburu, criticaron que el Gobierno y la Junta aportaran 3.000 millones para que Boliden reanudara la actividad minera y que «conjuntamente se hayan gastado 30.000 millones en la limpieza de los lodos, sin que la empresa contaminadora pague un solo duro».

Por ello, han planteado que en España y en Andalucía se apruebe la ecotasa, que supondrá aplicar el principio de que «quien contamina paga».

Los dirigentes de IU señalaron que la retirada de lodos en el Guadiamar, junto a la construcción del Estadio Olímpico de Sevilla, han sido las únicas inversiones acometidas en la provincia de Sevilla en los últimos cuatro años, que denominaron «el cuatrienio negro en relación a la política medioambiental».

Por otra parte, el candidato de IU al Congreso por Cádiz, Willy Meyer, hizo ayer en Chiclana un llamamiento a los jóvenes que votarán por primera vez en las elecciones del próximo 12 de mazo, «para que, con su voto, acaben con la hipoteca del voto progresista impuesta por el dirigente de CiU Jordi Pujol».

Meyer, que señaló que en España serán 1.800.000 los jóvenes «que se estrenen», de los que 400.000 son andaluces, apeló a la «rebeldía» de los jóvenes que «pueden determinar con su voto un cambio hacia la izquierda».

Un diputado del PSOE, pendiente de una promesa del PP

Asenjo dimitirá si Villalobos pone en marcha del proyecto del río Guadalmedina

MALAGA.— El cabeza de lista del PSOE al Congreso de los Diputados por Málaga, José Asenjo, aseguró ayer que presentará su dimisión como diputado nacional —en el caso de ser elegido en los comicios del 12 de marzo por los ciudadanos malagueños— si la alcaldesa de Málaga, Celia Villalobos, pone en marcha el «actual» proyecto del río Guadalmedina en esta legislatura.

Asenjo afirmó que lo que está haciendo Villalobos con el proyecto de embovedamiento de dicho río es «engañar a los malagueños», a lo que añadió que al tratarse de una acusación «muy grave», se compromete a presentar «por escrito, ante notario y ante quien sea» su dimisión como diputado nacional, en el caso de que la alcaldesa inicie las obras de esta iniciativa.

En este sentido, el candidato socialista indicó que tiene la «convicción moral», por los conocimientos técnicos que tiene sobre dicho proyecto, de que el proyecto actual es «inabordable y Villalobos lo sabe, porque ella es inteligente, ella no es tonta».

Asenjo aclaró que el inicio del proyecto debe consistir en la financiación del mismo, la elaboración del anteproyecto, el análisis del impacto medioambiental y el comienzo de las obras.

El candidato socialista manifestó que está dispuesto a «jugársela» para impedir algo que «me indigna, que es que esta señora esté jugando con la ilusión de la gente y esté mintiendo a sabiendas de que está mintiendo y sabiendo que el actual proyecto es mentira».

El secretario provincial del PSOE en la provincia de Málaga aludió también a unas declaraciones de Villalobos, en las que ésta aseguró que se le estremecería el cuerpo si el GIL apoyase con sus votos al PP. A este respecto, Asenjo señaló que la alcaldesa de Málaga se parece «políticamente» cada día más a Jesús Gil, lo que se demuestra a través de sus comportamientos, cada vez más parecidos a los del GIL.

El líder socialista malagueño apuntó que el actual proyecto del Guadalmedina se parece mucho al que presentó en el año 1991 el GIL, que consistió en construir «el tren bala» que uniría Marbella con el aeropuerto en unos 10 minutos.

Asenjo añadió que esta iniciativa parece que está sacada del manual electoral de la formación dirigida por el alcalde de Marbella, con comportamientos «antidemocráticos», negando la documentación del proyecto a la oposición; comportamientos urbanísticos cada vez «más parecidos» a los que ha llevado a cabo Gil en Marbella.

Por otro lado, José Asenjo criticó duramente la campaña publicitaria que se está desarrollando en los medios de comunicación locales sobre el proyecto de embovedamiento del río Guadalmedina.

Para el secretario provincial del PSOE esta campaña es «una vergüenza absoluta» y es una muestra de «la campaña de propaganda pagada con el dinero de todos por el PP y por la señora Villalobos».

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

EL MUNDO, SABADO 28 DE FEBRERO DE 2004
ANDALUCIA
17

ANDALUCIA 14M / *El candidato socialista se estrena con ecologistas, mujeres y cooperativistas*

Chaves contempla un cartel que le entregó un grupo de mujeres con las que coincidió ayer en Jerez. / JOSE F. FERRER

Preludio de 'fogueo' en el arranque

Chaves protagoniza un inicio de campaña gris y sin propuestas. Se cruzó con Pacheco en su primer acto y un candidato del PP le hizo de 'guía' en el último

J. CARO ROMERO
Enviado especial

JEREZ.— Manuel Chaves se tomó como un entrenamiento su primer día de campaña. Un preludio con munición política de fogueo para lo que, a buen seguro, llegará mañana, cuando, tras el paréntesis que marca la festividad del 28-F (ningún acto de campaña para el día de hoy), Chaves acompañe a Zapatero en la única presencia en Andalucía del candidato socialista a la Moncloa en toda la campaña electoral: mitin en Dos Hermanas con Rodríguez Zapatero y Felipe González.

A tenor de la agenda programada para ayer, podría pensarse en una actividad frenética del presidente de la Junta: partida desde Sevilla, encuentro 'en ruta' con dirigentes de Greenpeace (los montó en su autobús), con mujeres en Jerez, con 'referentes sociales' de la comarca de la Janda en Vejer y con cooperativistas agrícolas en Conil de la Frontera.

Nada de frenesí. Chaves tiró del manual del candidato para 'despachar' las cuatro citas. Ni una sola idea concreta, ninguna novedad programática, ninguna carga crítica contra el PP que no hubiera mencionado al menos tres veces en actos y comparecencias anteriores.

Antes, citó a la prensa para comentar la actualidad del día y apresurarse a desmentir, con gesto visiblemente preocupado, una noticia de este periódico sobre un posible despido de trabajadores de Santana Motor por parte de la Junta. Hasta Jerez se fue el viceconsejero de Empleo de la Junta para prepararle el desmentido oficial.

Con los dirigentes de Greenpeace, Chaves se solidarizó con la situación de cuatro activistas para los que el fiscal pide doce años de cárcel por una protesta contra la guerra de Irak desarrollada en marzo del pasado año a bordo del buque Rainbow Warrior en la bocana del Puerto de Rota.

Como buen candidato en campaña electoral, Chaves pidió la retirada de los cargos para los acusados y el archivo del expediente judicial. Incluso les prometió apoyo para que, en el futuro, este tipo de actos «pacíficos» no se consideren delito.

Luego, con las mujeres, se limitó a repetir las mismas propuestas que el PSOE ya ofrecía hace cuatro años con el objetivo de impulsar la paridad de género en la política.

Con la curiosa ausencia de su candidata y vencedora de las municipales en Jerez, Pilar Sánchez (aunque no gobierna), Chaves sólo arrancó dos aplausos: uno, cuando habló de la violencia de género como «terrorismo doméstico», el otro, cuando mencionó a Zapatero. También aprovechó para arremeter (aunque sin levantar aplausos) contra el PP, a cuyos dirigentes acusó de «no llevar en sus genes» la lucha por la igualdad entre hombres y mujeres.

Antes de abandonar el hotel jerezano en que se encontraba, Chaves se cruzó con Pacheco, candidato del PSA, que desarrollaba su primer acto de campaña en un salón contiguo.

La coincidencia con 'adversarios' políticos no quedó ahí. Tras almorzar en Vejer con 'referentes sociales' de la comarca de la Janda, Chaves visitó una cooperativa agrícola de Conil. En ese momento se subastaba la cosecha del día. De guía de Chaves hizo el presidente de la cooperativa, precisamente, candidato del PP a la Alcaldía de Conil en las municipales.

LA FRONTERA
ANTONIO SOLER

Andalucía

Andalucía no es un paso de baile. Andalucía no es un acento ni tampoco un muladar al que echar los sueños rotos, ni una conquista ni un territorio para los bárbaros. Ni un paraíso quemado por turistas y carteles baratos, ni una comunidad de consentidos o domados. **Séneca, Velázquez** o **Góngora**. ¿Dónde nos vieron las grietas, los vestigios de cualquier ignominia? Hay quienes confunden la humildad con la derrota, como también hay quienes confunden la prepotencia con la sabiduría. No, esta no es tierra de conquistados. Aquí hemos compartido demasiados soles y demasiadas lenguas sin que hubiera extranjeros. Hemos sido libres hasta cuando llevábamos cadenas. Que no vengan ahora a malvender lo que no es suyo. Traen banderas, carteles electorales, planes para cuatro años. Bienvenidos, pero Andalucía no son ellos. Hay milenios en la despensa. Ahora queda administrarlos.

Andalucía no es un parlamento, no sólo un parlamento, no sólo una autonomía, no sólo un presidente o una clase. No hay censo suficiente para medirnos, ni estadísticas ni tampoco sondeos. Necesitarían una escafandra capaz de resistir ocho millones de voces para soportar la presión del verdadero sondeo. Dieciséis millones de progenitores, treintaidós, sesenta y cuatro. Progresiones aritméticas. Andalucía no es la periferia política, ni la trastienda de los **Carod-Rovira** de turno. Andalucía no cabe en los despachos ni en las negociaciones. Este país empezó a ser libre y europeo en Cádiz. Andalucía no es un tablao ni una noche de luna, ni el viaje de los románticos ni el olor de la primavera en los naranjos. Ni una Virgen cruzando el puente de Triana ni un amanecer en Doñana. No sólo eso, no sólo los buques que cruzan en la niebla el estrecho que nos separa de África, no sólo las costas ni las cordilleras.

Ni empieza en Despeñaperros ni acaba en el mar. Nombres tatuados. **Machado, Juan Ramón y Falla. Lorca, Cernuda. Picasso**. Grecia, el Mediterráneo, Roma y las guerras, los emperadores andaluces, los arquitectos, **Averroes**, la matemática. Andalucía escapa a los calendarios electorales, a las sumas y las restas de votos, al quiero y no puedo, a la rapiña del minuto. Que nos den siglos por delante, proyectos para ser más quienes somos. No queremos eslóganes, ni *spots* publicitarios, ni chascarrillos fabricados a costa del tartamudeo del enemigo. El enemigo también somos nosotros. Lo hemos tenido enroscado en nuestra cintura. Nos hemos mordido nuestra propia boca más de mil veces. Las tapias de los fusilamientos, los generales y los falsos libertadores, aquel humo frío que les salía de la boca. Nos mataron y nos matamos por ser quienes somos.

Unos y otros deberían contener la tentación de ofrecernos en baratillo, de mercadear con nuestro futuro como si solamente a ellos les perteneciera. Andalucía es Andalucía no sólo en las jornadas institucionales, ni acaba en los mástiles de las banderas, ni en las ceremonias ni el llanto por los caídos. No somos una romería ni unos señoritos ni unos olivos en los que perder la vista o respirar hondo para ir a luchar a otro lado. **Caballero Bonald**, andaluz, desprecia a los andaluces profesionales. Esos que han hecho biznagas con nuestro corazón, los que devoran los despojos del lobo y venden su piel como un *souvenir* en cada esquina. Andalucía no son ellos, ni sus patronos ni padrinos, ni nosotros que firmamos, ni los de los altavoces. Pie a pie, día a día, durante siglos, se ha ido cociendo este barro lento, esta mirada sobre nosotros y sobre el mundo, ese goteo de estalactitas que se oye en la penumbra de las almazaras y en el serrín de las viejas tabernas. Los grandes nombres, y a su costado los héroes que cada día arrían su bandera con la misma sencillez que un taxista baja la suya.

Fuera el Ejército, viva el turismo

J.C.R.

VEJER.— La única propuesta concreta de toda la jornada la lanzó Manuel Chaves a los postres de un almuerzo en una venta de Vejer con «referentes sociales» (así reza ba en el programa de actos) de la comarca gaditana de la Janda.

Chaves habló de la difícil situación económica por la que atraviesan pueblos de la comarca, como cercano Barbate, tras la ruptura convenio pesquero entre la Europea y Marruecos. Y la necesidad de buscar alternativas empresariales para diversificar la economía de la zona. Y el presidente de la Junta anunció que propondrá al próximo Gobierno de la Nación, «sea el que sea», la necesidad de replantearse las zonas de servidumbre militar que afectan a esta parte del litoral gaditano, principalmente a las playas del Retín.

Se trataría, según el candidato socialista, de unos terrenos que podrían dejar de depender del Ministerio de Defensa para «aprovechar las potencialidades turísticas del litoral». «Esta zona tiene una potencialidad turística», repitió. Por unos momentos, esa 'voracidad' turística de Chaves para un terreno todavía virgen de hormigón, aunque amenazado a diario por la munición del ejército, hizo que pareciese muy lejano el encuentro que el candidato socialista había mantenido con dirigentes de Greenpeace tan sólo unas horas antes.

Y entre tanta propuesta turística, se echó de menos en el almuerzo, como uno de los máximos referentes del empresariado turístico de la zona, Antonio Blázquez, el propietario (cercano al PSOE) del complejo de Montenmedio, declarado ilegal por el Tribunal Supremo y situado muy cerquita de donde, en esos momentos, Chaves planteaba sus ideas para un turismo sostenible.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

6 / ANDALUCÍA — EL PAÍS, miércoles 3 de marzo de 2004
Elecciones 2004 *Andalucía*

Valderas y el candidato de IU por Granada Pedro Baquero, durante su intervención de ayer. / EFE

Valderas exige las competencias de los parques de Sierra Nevada y Doñana

El candidato de IU pide inversiones para evitar la especulación

EFE, **Granada**

El candidato de IU a la Junta, Diego Valderas, exigió ayer que el nuevo Estatuto de Autonomía incluya la cesión de las transferencias de los parques nacionales de Sierra Nevada y Doñana. Agregó que, al menos, la gestión directa de estos parques debe estar en manos del Gobierno andaluz. Valderas demandó mayores inversiones y políticas de desarrollo sostenible para "aislar" estos entornos de la especulación.

Valderas aprovechó su quinto día de campaña electoral para presentar el programa electoral de IU en materia de medio ambiente en el centro de interpretación de la naturaleza de El Dornajo, en pleno parque natural de Sierra Nevada. El candidato de IU denunció que el PP, desde el Gobierno central, y el PSOE, en el Ejecutivo autonómico, llevan ocho años "sin desarrollar" el plan de desarrollo sostenible de Sierra Nevada y por tanto, agregó, sin destinar los recursos humanos económicos necesarios.

La aplicación de estos planes en todos los parques andaluces y conseguir la implicación y cooperación de todas las administraciones es, según Valderas, "imprescindible" para aplicar políticas medioambientales progresistas, de izquierdas. Además, tildó de "necesidad ineludible" el impulso de la directiva comunitaria Habitat para las conservación de la flora y fauna silvestre del conjunto de entornos naturales de la comunidad, aunque demandó, igualmente, un plan especial de conservación de la zonas húmedas.

"La naturaleza es una riqueza estratégica para el desarrollo económico y el futuro de Andalucía, y por lo tanto es necesario dotarla mayores inversiones y recursos en lo que debe ser el modelo desarrollo sostenible y la potenciación sus parques naturales y nacionales", aseguró.

Con este propósito IU se compromete a destinar en los próximos cuatro años el 3,6% del PIB andaluz a inversiones medioambientales frente al 2% actual que destina la Junta y con la intención de acercar estas partidas a la recomendaciones de la UE, cifradas en el 5% del PIB. En materia de fiscalidad ecológica, Valderas abogó por una nueva ley que responda a la filosofía de que "quien contamina paga".

Ortega descarta participar en un posible gobierno tripartito con PSOE e IU

Rojas-Marcos dice que es "fundamental" terminar con la hegemonía socialista

ANTONIO CHAVES, **Córdoba**

El candidato del PA a la Junta, Antonio Ortega, se desmarcó ayer de un posible gobierno tripartito entre el PSOE, IU y PA en caso de que las tres formaciones obtengan mayoría absoluta tras el 14 de marzo. "Gobernar con el Partido Comunista sería un atraso para Andalucía y nosotros no contribuiríamos a eso", sentenció. Aseguró en conferencia de prensa que "el desarrollo de Andalucía no se puede hacer de la mano de los que tienen una política de insula Barataria, sin conocimiento de la realidad, sin proyecto y programa político adecuado a esa realidad", en referencia a IU, y dijo que los andalucistas no contribuirán a gobernar con el Partido Comunista.

Antonio Ortega arremetió ayer contra todos sus oponentes en Córdoba. Acusó al PSOE y al PP de tener un "pacto bajo la mesa" para instaurar el bipartidismo. Primero por la petición de Manuel Chaves del voto de izquierda que incluye el caladero de IU. Y segundo por la afirmación de la candidata del PP, Teófila Martínez, de que la propuesta de su partido es andalucista.

Ortega sabe que la mayor diferenciación de su partido, como suena en las cuñas radiofónicas con su propia voz, es la del sentimiento nacionalista andaluz que el PA se esfuerza en enarbolar. Por eso ayer afirmó que el andalucismo del PP "es más falso que Judas". También criticó a Chaves por pedir el voto de la izquierda al entender que su socio de gobierno en los últimos ocho años no ha hecho una política social, ni "de izquierda, ni progresista", sino "tintado de rosa", dijo.

Ortega aseguró que, en los últimos nueve años, el PSOE ha rebajado la política social según el PIB del 24% al 19,2% por ciento. El candidato andalucista reiteró que tanto la petición de voto de Chaves como la proclama andalucista de Martínez responden a que "el sueño ideal del PSOE y del PP es el bipartidismo" en Andalucía.

Además de repartir a sus oponentes, Antonio Ortega incidió en su visita a Córdoba en la necesidad de renegociar las transferencias sanitarias con el Gobierno central si llega a la presidencia de la Junta. Ortega consideró que estas partidas, como las educativas, estuvieron "mal negociadas desde el principio". También prometió desarrollar un plan integral de salud mental en la comunidad.

"Gran oportunidad"

Por su parte, el presidente del PA, Alejandro Rojas Marcos, consideró ayer que en Andalucía "es fundamental terminar con la hegemonía del PSOE, romperla" y destacó que "el único partido que la puede romper es el PA", a pesar de que "sabemos que no estamos en condiciones de ser la lista más votada", informa Europa Press. En rueda de prensa en Almería, Rojas Marcos insistió en que el PA sí está en condiciones "de romper la hegemonía socialista de tantos años" y en que "estas elecciones permiten una gran oportunidad para el PA".

Apeló a "esos votantes que dan y quitan mayorías en España, que oscilan de un lado a otro y que dan las mayorías de Gobierno en España y que están defraudados con el PP por el estilo de prepotencia de guerras frías y calientes en Irak o dentro de España e inhibidos, por otra parte, por el PSOE que lleva gobernando Andalucía más de 20 años".

Mascarada retórica

ENRIQUE BELLIDO MUÑOZ

Creo no equivocarme al afirmar que los andaluces viven con apatía y desinterés los prolegómenos de las ya próximas elecciones autonómicas.

No existe inquietud alguna en nuestra sociedad ante una consulta de la que va a depender, en gran medida, el bienestar social y laboral de quienes vivimos en Andalucía, como si la gestión de lo público representase un capítulo menor en nuestro listado de prioridades.

Gran culpa de ello la tiene, evidentemente, el hacer coincidir elecciones autonómicas con generales, anteponiendo con esa medida los intereses de partido a aquellos otros que se derivan del debate pleno y democrático sobre los asuntos que nos son más cercanos.

Ha sido ahora el PSOE quien ha adoptado esa decisión, pero estoy convencido que, a pesar de las críticas vertidas contra la misma, otros partidos políticos hubiesen actuado de idéntica manera, si con ello viesen beneficiarse sus expectativas electorales, en un ejercicio, así mismo, tan pobre como rastrero de lo que representa la negación del proceso participativo que es consustancial a todo sistema democrático.

Pero, junto a ello, nuestros partidos políticos tradicionales, aquellos que hasta ahora han obtenido representación parlamentaria en el antiguo Hospital de las Cinco Llagas, no han colaborado especialmente en la transmisión de inquietud política y social a los andaluces, más preocupados por su endogamia y sus luchas intestinas que por crear cultura política en una sociedad a la que pocas ocasiones se le han dado de participar en la resolución de sus problemas.

De ahí que gran parte de Andalucía se mueva en la inercia que marcan las encuestas porque, superada la etapa que marcó el afloramiento social del rechazo al sometimiento de más de cuarenta años, con la llegada del socialismo al gobierno de nuestra Comunidad, unos se han mantenido en la autocomplacencia y la ley del mínimo esfuerzo, desde el propio gobierno, y otros han sido incapaces de romper dicha inercia, desde las bases mismas de la sociedad, que era la única alternativa posible.

De ahí que hayamos llegado a una situación preocupante en la que el elector andaluz decidirá, con escaso interés, entre aquel al que no sabría endosarle grandes logros de gestión o aquellos otros de los que sería incapaz de extraer ilusionantes propuestas de gobierno.

Estamos, pues, ante un escenario político que no concuerda, en modo alguno, con la realidad económica y social de Andalucía, manifiestamente mejorable, y que, lo que es mucho más grave, han diseñado los propios actores que se dan cita en el mismo, buscando el aturdimiento del patio de butacas, conformándose con ello con el silencio final, sin aplausos ni pitos.

El resto de lo que nos queda por ver en estos días que faltan hasta la jornada de reflexión, no será sino una mascarada retórica de ofertas y contraofertas, confundidas con las que a nivel nacional se voceen, dirigidas a rellenar espacios publicitarios gratuitos en los medios de comunicación y dictadas, en muchos de los casos, por individuos que ni siquiera han tenido la dignidad de preocuparse por conocer la problemática de aquellos a quienes van dirigidas.

Resulta indignante observar como aquellos que reclaman el voto, que pierden las posaderas por subirse a un estrado, por intercambiar una hipócrita sonrisa con su posible votante o por ocupar en exclusiva el espacio rectangular de una pantalla de televisión, no importa con qué grado de audiencia, han pasado sus últimos cuatro años sentados en la butaca doméstica o del escaño, enquistados en la absurda arrogancia del cargo o ausentes del debate social en el que tenían la obligación de participar.

Nuestro actual sistema de partidos, la vigente ley electoral, elaborada y no modificada, en complicidad, por los propios partidos, beneficia y subvenciona situaciones como estas, a sabiendas de que, en realidad, no son los ciudadanos quienes ostentan el poder, sino los propios partidos, por mucho que a aquellos se les permita ponerlos en el gobierno o en la oposición.

No existe inquietud política en Andalucía y, por ello, resulta tan difícil la renovación de sus estructuras económicas y sociales.

Se ha llegado a caer, incluso, en el mimetismo de las más variadas instituciones sociales, profesionales o científicas, con el sentir político de quienes representan, cayendo muchas de ellas en un adocenamiento o inhibición incompatible con la función creativa que debieran desarrollar.

Queda mucho por hacer aunque ello ni inquiete ni ocupe lugar en estas elecciones.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

18 EL MUNDO, JUEVES 11 DE MARZO DE 2004
ANDALUCIA

ANDALUCIA 14M / *El candidato socialista centra ahora su mensaje en los jóvenes*

Chaves pide el voto de la guerra y el Prestige

Promete a los jóvenes que recibirán de la Junta una oferta de trabajo en menos de seis meses

J. CARO ROMERO
Enviado especial

ALMERIA/ROQUETAS.— Chaves dio ayer un importante salto cualitativo en su mensaje a los jóvenes. Hasta ahora, todas las referencias del candidato socialista a este sector de la población iban dirigidas principalmente a motivarlos a acudir a las urnas. Sin más. Ayer, ese mensaje cobró una nueva dimensión. Además de pedirles que no 'pasen' de votar, Chaves rogó a los jóvenes que acudan a las urnas «acordándose» de la guerra de Irak y del Prestige así como de las «mentiras» y las «amenazas» del Gobierno.

El presidente andaluz reunió en un hotel de Almería a un centenar de jóvenes a los que presentó un decálogo de propuestas concretas que el PSOE se compromete a poner en marcha a lo largo de la legislatura. Pero Chaves quiso, al mismo tiempo, trasladarles una idea: la necesidad de que acudan a votar y de que lo hagan pensando en la gestión del Gobierno en dos asuntos de especial relevancia: la guerra de Irak («la guerra no es una cosa del pasado», dijo) y el Prestige.

Precisamente, la apelación de Chaves al Prestige llegaba el mismo día en que la Comisión Europea concluía que el Gobierno español no incumplió directivas comunitarias al gestionar las maniobras del petrolero en la costa gallega y recomendaba archivar la denuncia presentada por el colectivo ecologista Greenpeace contra el Ministerio de Medio Ambiente.

Aun así, el candidato socialista echó mano de la catástrofe ecológica en Galicia para desmontar la idea de que los jóvenes españoles forma parte de «eso que desde muchos sectores de la derecha» se suele denominar «generación de la movida, el ocio o el botellón».

Aquel suceso, como también las protestas como la guerra, vinieron a demostrar, por la movilización que protagonizaron, que, según Chaves, «no hay ninguna juventud más activa y solidaria que la que existe en Andalucía».

Tras el halago, Chaves no dudó reclamar recompensa: «quiero que vayáis a votar, y que os acordéis del Prestige, de la guerra, de las mentiras y las amenazas del Gobierno, de la Ley de Calidad de la Enseñanza, de la reforma universitaria; en definitiva, de medidas y decisiones en contra de vuestros valores y convicciones democráticas».

Decálogo

Pero Chaves también planteó a los jóvenes compromisos concretos. El presidente andaluz anunció un decálogo de medidas para propiciar, según dijo, el «protagonismo» de los jóvenes de Andalucía. Todo muy en línea con su idea de la Segunda Modernización, que, según él, no será si no incorpora a «uno de los principales motores de la sociedad: la juventud».

En ese decálogo destacan especialmente dos medidas: una en torno al empleo y otra para el fomento de vocaciones empresariales. En el plano laboral, Chaves prometió que, además de la ya anunciada batalla contra la precariedad laboral, el Servicio Andaluz de Empleo, que tendrá que gestionar las nuevas competencias adquiridas por la Junta, prestará una «especial atención» a los jóvenes en su orientación profesional y la búsqueda de empleo.

La idea, según Chaves, es establecer, desde el Servicio Andaluz de Empleo, un «compromiso de inserción», de tal manera que todo joven desempleado recibirá, en el plazo máximo de seis meses, una oferta de formación o de inserción laboral adecuada. Esta promesa se complementaría con otras medidas como nuevas ayudas a la contratación e inserción laboral de los jóvenes, así como deducciones fiscales por autoempleo.

Chaves conversa con una joven, ayer en Almería, junto al secretario provincial del PSOE, Martín Soler. / E. SALAS

Ayudas empresariales

En el terreno de las vocaciones empresariales, el compromiso es que ninguna buena idea de negocio que parta de un joven quede sin realizarse por falta de apoyo o financiación. Para tal fin, Chaves promete asegurar financiación a todo proyecto que se le presente sin más aval que la solvencia del proyecto mismo.

En esta línea, el PSOE promete establecer unas ayudas a la primera actividad empresarial de los jóvenes denominadas 'Ticket empresarial' por las cuales la Junta concederá ayudas, a fondo perdido, de hasta 9.000 euros para los primeros gastos de la actividad empresarial. Las ayudas tendrían un procedimiento especial, de manera que puedan pagarse en el plazo máximo de dos meses.

A los jóvenes, por último, también ofreció Chaves su propuesta de reforma del Estatuto de Autonomía, en la que, según dijo, quiere que participen activamente: «quiero que éste sea vuestro Estatuto y que dure otros veinte años como mínimo».

El voto por 'correo' de Antonio Banderas

J. C. R

ALMERIA.— El PSOE quiso comenzar el acto que Chaves protagonizó ayer con jóvenes en Almería leyendo un mensaje de apoyo al PSOE llegado desde EEUU a través de un *email*.

El remitente era el actor malagueño Antonio Banderas, y el mensaje decía: «Queridos amigos socialistas. Todo mi apoyo al Partido Socialista Obrero Español de Andalucía, en quien tengo puesta la confianza de que el pueblo Andaluz le dará con su voto la posibilidad de continuar desarrollando un proyecto que conduzca a Andalucía, nuestra tierra, al lugar que todos sabemos se merece. También mi respaldo y ánimo a mi amigo Manuel Chaves para que pelee de nuevo, desde la presidencia, para hacer mejor la vida de los Andaluces. Desde el mundo de la cultura que os necesita, Abrazos, Antonio Banderas».

No fue Chaves quien se encargó de leer el mensaje. Lo hizo Pilar Navarro, joven socialista que llegó a contar con el mejor expediente académico de España (25 matrículas de honor) en sus estudios de Derecho. Ahora es concejal en el Ayuntamiento. Dijo que Banderas es «ejemplo de lo que somos hoy los andaluces».

No es la primera vez que el actor malagueño apoya expresamente al PSOE en unas elecciones. Con motivo de las elecciones autonómicas y generales de 1996, Banderas 'intervino' indirectamente en el mitin de cierre de campaña del PSOE, a través de un vídeo que, para la ocasión, grabó desde Argentina. El actor también mantiene una frecuente relación con la Junta, para la que ha participado en campañas de promoción del aceite de oliva.

Discursos sin alusiones al trasvase del Ebro

Chaves elude en Almería hablar de un problema que ha dividido al PSOE

J. C. R.

En Almería, era más que obligado para él una referencia al problema del agua. Sin embargo, Chaves evitó ayer en todo momento un pronunciamiento expreso sobre si está de acuerdo o no con que llegue hasta esta provincia agua procedente del trasvase del Ebro al que el resto de su partido, salvo en las comunidades 'sedientas' que lo necesitan, rechaza.

Para no incurrir ni en contradicciones con su propio partido, ni en un pronunciamiento que podría resultar contraproducente en un territorio que en estos momentos no es precisamente favorable electoralmente para el PSOE (actualmente el PP es primera fuerza en la provincia y concentra un fuerte poder local en los pueblos más afectados por la escasez de agua), Chaves optó por una 'pose' diplomática para salir al paso de las numerosas preguntas que, sobre el trasvase del Ebro, le llovieron en Almería.

Dijo el presidente andaluz que, por encima de todo, este asunto necesita «lealtad» y «consenso político» y pidió al próximo presidente del Gobierno, «el que salga», que reúna a los presidentes de todas las comunidades autónomas para ponerlos de acuerdo en torno a proyectos de este tipo.

«En este asunto, creo que las cosas hay que hacerlas mejor; con más competencias y eficacia», subrayó el candidato socialista.

No obstante, Chaves planteó el problema del agua en Almería al margen de la polémica del trasvase. Según su teoría, el déficit hídrico de Almería se sitúa actualmente en torno a los 320 hectómetros cúbicos, muchos más de los 90 hectómetros (en realidad son 95) que proporcionará el trasvase del Ebro. El complemento para suplir esa carencia está, según la opinión de Chaves, en las desaladoras.

Pero también ahí 'patinó' Chaves porque, de inmediato, los periodistas le preguntaron por la trabas que la Junta está poniendo al funcionamiento de la desaladora de Carboneras, proyectada por el Gobierno y gestionada por Endesa.

En fuera de juego, el presidente andaluz intentó escapar como pudo. «Bueno, como me acompaña la consejera de Medio Ambiente, luego les aclarará ella ese problema», dijo.

Desde Almería, donde se pronunció sobre el problema del agua, Chaves se trasladó hasta Roquetas de Mar, donde, en un club de golf, se reunió con empresarios agrícolas, inmobiliarios y turísticos.

A los empresarios de la agricultura intensiva les pidió un mayor esfuerzo en torno a la comercialización de sus productos. También les prometió la creación de un grupo de expertos que diseñe una estrategia de imagen de los productos de Almería en el extranjero.

A los empresarios inmobiliarios y del sector turístico, les pidió un equilibrio en el desarrollo de la zona. A pesar de sus compromisos ecologistas con Los Verdes, Chaves nadó con ellos entre dos aguas.

«Desde la Junta queremos un desarrollo urbanístico equilibrado, aunque tampoco yo soy partidario de una protección fundamentalista del medio ambiente». Chaves simplemente les anunció que su idea es establecer unas «reglas de juego claras para todos».

El candidato socialista remató su periplo oriental, ya en la provincia de Granada, con un mitin en otra plaza 'hostil' para el PSOE, Motril, localidad, como Almería y Roquetas de Mar, también gobernada por el Partido Popular y en la que espera recupérar algunos votos.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

ELECCIONES 9M

Animalario
JUVENAL SOTO

● Sánchez Gordillo / IU / Sevilla

Sacamantecas

La economía es una ciencia imperfecta, tan imperfecta que a ciertos tipos no les salen las cuentas porque no reparan en ellas. Seguramente –estoy en un suponer– esa indiferencia andaba en el origen del despiste que padeció el diputado andaluz por IU Juan Manuel Sánchez Gordillo cuando se tiró, inadvertidamente por su parte, una temporadita cobrando dos sueldos, ambos provenientes del mismo origen, la cosa pública. El primer sueldo le correspondía por ser docente en su pueblo, el segundo por su condición de diputado andaluz en el Parlamento de Sevilla. No es que no le importara a Sánchez Gordillo que la doble cobranza fuese ilegítima por incompatible, es, simplemente, que el hombre no repasaba los estadillos mensuales de su cartilla de ahorros. «A ver –pudo decirse un día de lucidez contable Juan Manuel, mientras mojaba en leche un bollo con manteca colorá en la puerta del bar de Marinaleda–, tres mil y pico euros por diputado, y este otro pico de miles de euros que no sé de dónde vienen. Bueno, total, un error de Unicaja, será mester hablarlo otro día con el director de la sucursal. ¡Eurillos a la mar, qué cohones!».

Concluido el balance de haberes, cabe continuar suponiendo que este prestidigitador de las finanzas se llegara al local de la Asamblea de Parados Interinos del campo de Marinaleda para reiterar ante sus compañeros un mensaje solidario: «Vengo a deciros otra vez que yo estoy aquí y en Sevilla para apañar las injusticias y las irregularidades, que no quiero ni una mihita de poder, que lo que yo quiero para vosotros y para vuestros niños es justicia y transparencia en las cuentas de esos dineros públicos tan malamente repartidos por los poderosos. ¡Viva Andalucía libre!». Arropado por el calor de los asamblearios, Juan Manuel echó de nuevo mano a la cartilla de ahorros y a otro bollo con manteca colorá. «Antoñito –camarero del bar y hombre avezado en política económica– ponme ahí un vaso de leche y el *Financial Times* del día, que me da en la nariz que el de la caja de ahorros me está redondeando por lo alto».

La economía es una ciencia difusa que, además, cuando se arrejunta con la manteca colorá de los bollos, termina llenando de números azules las cartillas de algunos prohombres dedicados en cuerpo y alma tanto a la docencia pública como a la política, en las variantes local y autonómica. De ahí que Lord John Maynard Keynes ('Joni' para Juan Manuel Sánchez Gordillo), en su *Tratado sobre el dinero*, recomendase el uso moderado de la manteca, en su doble condición de blanca y colorá, cuando de repasar las cuentas de la cartilla de ahorros se trata, ya que, siempre según el ilustre tratadista británico, el lamparón de la substancia mantecosa puede de inducir a errores involuntarios en el análisis de balances financieros. Juan Manuel Sánchez Gordillo, sin embargo, ignoraba este dato. «Hombre, to no lo voy a zabé», declaró Juan Manuel apurando su bollo con manteca.

> «La economía es una ciencia difusa que llena de números azules las cartillas de algunos prohombres dedicados en cuerpo y alma tanto a la docencia como a la política»

Coalición Andalucista propone reducir el número de consejerías de la Junta

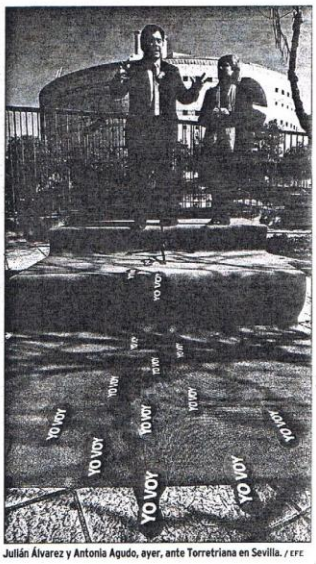
Julián Álvarez dice que Chaves está para que «le den sopitas y le hagan homenajes»

SEVILLA.— Coalición Andalucista (CA) se compromete en su programa para las elecciones autonómicas del 9 de marzo a «racionalizar el organigrama» de la Junta, para lo que propone «limitar por ley» el número máximo de consejerías, crear cuatro vicepresidencias para coordinar las grandes áreas –Gobierno, Economía, Sociedad y Medio Ambiente– y poner en marcha consejerías específicas de Vivienda e Inmigración.

El programa electoral de CA incluye un apartado específico sobre la reforma de la administración andaluza en el que se subraya la necesidad de «contar con una administración eficaz y transparente para el progreso de Andalucía», que cuenta con una administración «sumida en la apatía» como consecuencia de la «gestión anodina de un PSOE carente de ideas que busca más no cometer errores que estar a la altura de los tiempos».

Dicho documento, al que tuvo acceso *Europa Press*, apuesta por «racionalizar todo el aparato administrativo evitando duplicidades con otras administraciones y clarificando el entramado de administración paralela que el PSOE ha creado con las empresas públicas», además de «acometer la descentralización de todas las competencias en centros comarcales que sean centros reales de decisión».

Como medidas concretas para lograr este objetivo, la formación que lidera Julián Álvarez propone «limitar por ley» el número máximo de consejerías, crear cuatro vicepresidencias para coordinar las grandes áreas –Gobierno, Economía, Sociedad y Medio Ambiente– y poner en marcha consejerías específicas de Vivienda e Inmigración.



Julián Álvarez y Antonia Agudo, ayer, ante Torretriana en Sevilla. / EFE

El programa electoral de CA también reivindica la gestión que desarrolló el Partido Andalucista (PA) en la Junta durante el periodo 1996-2004, en el que fue socio de gobierno del PSOE. Así, el texto destaca que «la gestión del PA en la Consejería de Turismo y Deporte y en la de Relaciones Institucionales fue ejemplar» y se centró en «priorizar la gobernabilidad de las instituciones y demostrar la capacidad de gestión en áreas tan importantes como el turismo o el deporte, dotándolas de contenido hasta entonces inexistente».

«Realizamos las primeras leyes del turismo y del deporte de Andalucía y los planes estratégicos, así como un desarrollo reglamentario para hacerlos operativos, de tal forma que en esta legislatura el PSOE no ha tenido capacidad de sustituirlos», añade el documento, que señala «la falta de alternancia y la consiguiente patrimonialización por el PSOE del poder autonómico» como la «mayor anomalía de la historia del autogobierno».

Julián Álvarez participó ayer con la candidata de CA por Sevilla al Parlamento Antonia Agudo en un acto junto al edificio de la Junta de Torretriana en Sevilla.

Por otra parte, Julián Álvarez aseguró que el presidente andaluz, Manuel Chaves, está para «que le den sopitas y le hagan homenajes», como el que dijo que le rendirá «poniéndole una pedazo de estatua en Algeciras hecha de chapapote»

En un acto celebrado en un colegio mayor en Córdoba al que asistió el candidato número 1 al Parlamento por esta provincia, Diego Hita, el aspirante andalucista consideró que Chaves necesita una «jubilación retribuida y un homenaje» y abandonar la actividad política.

«Chaves está en la confusión total, y ya no sabe ni lo que es la convergencia ni la economía», consideró Álvarez, quien aseguró que su formación es la única que garantiza un cambio de la situación porque apuesta por terminar con la dependencia económica con otras comunidades.

El PP afirma que mantiene la propuesta del Plan Hidrológico, derogado por el PSOE

HUELVA.– La secretaria del área de Política Económica y Empleo del PP y ex ministra de Medio Ambiente, Elvira Rodríguez, ha asegurado que la propuesta de su partido para los próximos años en materia de política de aguas sigue siendo el Plan Hidrológico Nacional, diseñado cuando gobernó de 2000 a 2004.

Elvira Rodríguez ha recordado que dicho plan «entendía que el agua era un recurso nacional y que había solidaridad interterritorial» y en esta línea continúan trabajando los populares.

Las propuestas del PP, ha indicado, son «las que reflejan la política que hemos seguido siempre en materia de agua, el agua es absolutamente necesaria para el crecimiento y la calidad de vida y hemos de usar la que tenemos, de manera sostenible y con todos los medios a nuestro alcance en un país en el que el agua es irregular en el tiempo y en el espacio, a eso responde el Plan».

Ha criticado que el PSOE haya paralizado en estos cuatro años buena parte de las obras de infraestructuras hidrológicas que propuso su partido, y como ejemplo de ello se ha referido a la Presa del Andévalo, en Huelva, que su Gobierno construyó en 44 meses y que actualmente, «50 meses más tarde no se puede usar porque no están las tomas, eso no puede ser, no tiene sentido».

Esto hace, ha insistido, que la parte más fuerte del programa electoral del PP en materia de agua sea «seguir con el Plan Hidrológico que lo que pretende es que el agua que tenemos se utilice, que se hagan las infraestructuras necesarias pero también de depuración, saneamiento y de mantenimiento en buenas condiciones medioambientales».

Dentro del Plan Hidrológico, Rodríguez destacó el trasvase del Ebro cómo la pieza que lo cerraba. «El Ebro es el río más caudaloso de España y, sin perjuicios de sus condiciones medioambientales, el trasvase se habría podido llevar a cabo, para nosotros era clave». Aseguró, por ello, que «si se hubiera hecho» el trasvase del Ebro «no se plantearía» la decisión de los Gobiernos socialistas de transportar en barco agua desalada de la planta de Almería hasta Cataluña.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

EL MUNDO, SÁBADO 1 DE MARZO DE 2008
ANDALUCÍA
35

ELECCIONES 9M / *El reportaje*

El gran 'impulso democrático' que blindó a los políticos

La legislatura se cierra con cesantías para todos, el 'pensionazo' de Chaves y la sede presidencial de San Telmo terminándose

MANUEL MARÍA BELLIDO
SEVILLA.— A partir de esta legislatura feneciente, más concretamente desde abril de 2005, la clase política andaluza en su conjunto puede presumir de ser la mejor 'blindada' de todo el país, gracias a la letra pequeña de un paquete de medidas bautizado en su día con el marchamo del 'impulso democrático' pero que, en esencia, lo que viene a garantizar en último término es que ningún ex parlamentario o alto cargo autonómico se quede de la noche a la mañana sin ingresos, independientemente de lo que decidan las urnas.

Suele decirse que el que parte y reparte siempre se lleva la mejor parte. Manuel Chaves puede confirmarlo de viva voz, tanto con su proyecto inicial de estatuto para los ex presidentes autonómicos como con lo que finalmente quedó de él ratificado en el BOJA. El jefe del Gobierno andaluz estuvo a sólo un tris de garantizarse un 'pensionazo' vitalicio de 177.000 euros anuales, arrogándose una asignación mensual igual al 80 por ciento de la retribución de su sucesor al frente de la Junta y una paga a partir de los 65 años que se iba a complementar con un pensión igual al 60% de dicha retribución, compaginado todo con la correspondiente paga de la Seguridad Social, que en una persona de su rango no podía ser otra que la máxima reconocida.

Chaves también llegó a tener cerrado un acuerdo con IU-CA y PA para que los ex presidentes andaluces fueran considerados miembros natos del Consejo Consultivo de por vida, con las dietas que correspondieran al desempeño del cargo. Asimismo, cuando abandonara el poder, dispondría también por tiempo indefinido de «los medios personales y materiales necesarios para el sostenimiento de una oficina adecuada a las responsabilidades ejercidas».

El presidente del PP, Javier Arenas, fue el que puso el grito en el cielo ante el abuso, mientras varios dirigentes socialistas le reclamaban irónicamente que, con carácter previo, renunciara él a su indemnización como ex ministro antes de criticar los privilegios de la clase política autonómica. El líder de la oposición andaluza recogió el guante: remitió una carta –por vía notarial– a la sede del Palacio de San Telmo comprometiéndose a dejar de cobrar su paga a cambio de que Chaves renunciara previamente a convertirse en «el pensionista mejor pagado del Reino».

El escándalo tuvo que cortarlo de raíz el propio presidente de la Junta en su famoso viaje a Cuba, cuando se conformó con ingresar 42.000 euros anuales de pensión vitalicia como tope. Igualmente, renunció a que la asignación mensual para ex presidentes a partir de los 65 años se pudiera engordar con cesantías o cualquier ingreso laboral o profesional.

Diputados del grupo socialista aplauden, puestos en pie, al presidente de la Junta en el Parlamento. / ESTHER LOBATO

Además, de esa cantidad global, deberán deducirse los ingresos por pensión a cargo de la Seguridad Social o clases pasivas del Estado. Chaves también dejará de pertenecer al Consejo Consultivo a los 65 años, por lo que tampoco podrá simultanear el cobro de la asignación mensual del 60% de su sueldo con los gastos de asistencia, a los que tendrá derecho mientras pertenezca al órgano.

Pensión 'franquista'

En definitiva, el 'pensionazo' se quedó en una cuarta parte de lo previsto. Justo entonces fue cuando salió Diego Valderas, el líder de IU-CA, para apuntarse el tanto de la drástica reducción. Sin embargo, las críticas prosiguieron desde las filas *populares*, donde entienden que las pensiones vitalicias son «más propias de los tiempos de Franco». En su última respuesta parlamentaria sobre el particular, Chaves quiso dejar zanjado el asunto negando que pudiera hablarse de abuso alguno por cobrar 800 euros líquidos más de la paga que le correspondía antes de aprobarse el paquete legislativo del 'impulso democrático'.

Aparte del estatuto de los ex presidentes, el 30 de marzo de 2005 el Parlamento reconocía el derecho a indemnización a los 14 consejeros, 14 viceconsejeros, 17 secretarios generales, 83 directores generales, 10 delegados de la Junta y a todos los presidentes de organismos autónomos de la Administración autonómica para –según proclamó el consejero de Presidencia, Gaspar Zarrías– «dignificar a los asalariados de la política».

En concreto, se trataba de una asignación temporal de una mensualidad «de las retribuciones del cargo en que se cesa por cada año de ejercicio, con un mínimo de tres mensualidades y máximo de doce», incompatible con cualquier actividad retribuida en el sector público o privado. Izquierda Unida, que siempre rechazó el blindaje de los directores generales, cedió ante los negociadores socialistas.

Los últimos beneficiarios del 'impulso democrático' fueron los 109 parlamentarios andaluces. Desde junio de 2005, tienen derecho a percibir cesantías todos los diputados regionales que pierdan tal condición a partir de ahora «por extinción del mandato al expirar su plazo, disolverse la Cámara o por renuncia».

La Mesa de la Cámara fijó que las indemnizaciones por cese fueran equivalentes a su sueldo como parlamentarios y que se puedan cobrar como mínimo durante tres meses y como máximo un año hasta su reincorporación a un puesto de trabajo en el sector privado o en la fecha en que adquiera efectos económicos el reingreso a un puesto de trabajo público.

Justicia y equidad

Se estableció «por motivos de justicia y equidad» derivados de las «exigencias de dedicación e incompatibilidad» establecidas en la nueva Ley Electoral que «supone un endurecimiento del régimen de incompatibilidades de los diputados y la opción por un régimen funcional y retributivo de dedicación absoluta y plena al mandato representativo recibido de los ciudadanos».

Desde 2005, el Palacio de San Telmo, sede de la Presidencia de la Junta, se encuentra en obras para culminar su recuperación arquitectónica e incorporar la residencia oficial para el presidente de la Junta, 500 metros cuadrados que solemnemente Chaves renunció a ocupar al tiempo que anunciaba el proyecto. Con un coste total de 38,59 millones de euros, los trabajos han de concluirse este mismo año.

Fue en noviembre de 2004 cuando el Gobierno andaluz dio su autorización definitiva para que se diera comienzo las obras correspondientes a la segunda fase de la rehabilitación del edificio. Desde entonces, el Ejecutivo autonómico celebra sus consejos de Gobierno en la Casa Rosa.

La complejidad y la controversia que ha rodeado a este proyecto derivan, principalmente, de las propias características del Palacio, un edificio considerado como notable exponente del barroco civil sevillano y catalogado con el máximo nivel de protección patrimonial: Bien de Interés Cultural con categoría A.

El visto bueno de la Comisión de Patrimonio se produjo después de que el arquitecto introdujera algunos cambios mínimos sobre el proyecto inicial, que había suscitado la oposición radical de asociaciones conservacionistas del patrimonio.

El arquitecto no ha modificado, en cambio, el objeto central de la polémica; en concreto, la decisión de eliminar un patio del arquitecto Luis Basterra, fechado en 1926, así como un pabellón diseñado por José Galnares Sagastizábal en 1962, utilizado como dormitorio de seminaristas hasta los años 80, cuando la Iglesia traspasó el edificio a la Junta.

Aun así, la Comisión de Patrimonio dio el visto bueno al proyecto a partir de una serie de informes –solicitados por la propia Comisión– firmados por diversos catedráticos.

Según la Comisión, esos informes venían a sostener que determinadas actuaciones del siglo XX –precisamente, las que eran objeto de la polémica y el arquitecto propuso demoler– se consideraban «perjudiciales para el valor patrimonial del edificio».

La autorización de la Comisión de Patrimonio no se produjo, sin embargo, por unanimidad. Un técnico de la propia Consejería de Cultura de la Junta emitió un voto contrario al proyecto alegando que algunas de las intervenciones que contempla el proyecto no presentaban la justificación a que obliga la catalogación del edificio.

Además, posteriormente, dos de los cuatro firmantes de los informes en que se basó la Comisión de Patrimonio para autorizar la rehabilitación quisieron dejar claro públicamente que sus conclusiones no significaban un aval al proyecto de Vázquez Consuegra.

Valderas dice que Chaves se presenta al 9-M «caducado»

EMILIANO VEGA
JAÉN.—El candidato de IU a la Presidencia de la Junta, Diego Valderas, criticó ayer en Linares las declaraciones del presidente del Gobierno andaluz, Manuel Chaves, en las que se inclinaba por una mujer a la hora de sucederlo en el cargo, y, con ironía, dijo que el candidato socialista llega «caducado» a las elecciones del 9 de marzo y por tanto no tendría que haber esperado a los siguientes comicios para dejar el sitio a esa hipotética candidata a reemplazarlo.

El coordinador andaluz de IU, en un acto ante las puertas de la factoría automovilística Santana Motor, recordó que hace unos meses escuchó a Chaves afirmar «que quería durar más tiempo que Fraga» como presidente de Andalucía y observó que de hecho ya lo ha superado.

Valderas insistió así en la crítica generalizada de la oposición contra el presidente andaluz, al que se presenta como un político anquilosado por su larga e ininterrumpida etapa de 18 años como presidente andaluz.

El candidato de IU calificó el comentario de Chaves sobre su aparente preferencia por un sucesor de sexo femenino como una «frivolidad desde el punto de vista electoral» y respecto a un asunto que no le corresponde.

El candidato de IU sostuvo también que «los insultos y la crispación» que atribuyó a líderes socialistas como Felipe González (que llamó «imbécil el jueves a Rajoy) «tapan otra realidad»: que las empresas más importantes del país, especialmente de la banca y la telefonía, alcanzan los mayores beneficios consecutivos de los últimos cinco años mientras bajan los salarios y su poder adquisitivo.

Ricos y pobres

Valderas denunció que la política económica que vienen desarrollando los gobiernos socialistas central y autonómico «beneficia a los poderosos y no da respuesta ni salida a las familias, ni a las clases más humildes».

La apuesta de su formación pasa por abrir un nuevo tiempo a la industria realizando mayores inversiones en I+D+i con el compromiso de doblar el 0,8% del PIB destinado a este apartado en Andalucía para «acercarnos a la media del Estado», situada por encima del 1,1 por ciento.

Diego Valderas calificó de ineficaz la política desarrollada en el terreno empresarial, puesto que en España se ha crecido un 0,4% en creación de empleo industrial mientras en Andalucía los datos son negativos en la última legislatura, con una reducción del -3,8&.

Además apostó por mantener y consolidar sectores industriales como la automoción y la construcción naval y aeronáutica, así como potenciar la generación de energías renovables y mejorar la política agroalimentaria.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

32 EL MUNDO, SABADO 23 DE FEBRERO DE 2008
ANDALUCIA

ELECCIONES9M / *El reportaje*

El Algarrobico se deteriora lentamente tras dos años de paralización judicial

Las dudas sobre su demolición surgen entre los ecologistas mientras Azata sigue con su idea de crear un turismo «potente»

JAVIER M. DE LA HORRA

ALMERÍA.— Las obras del que se presumía como uno de los grandes proyectos turísticos para el siglo XXI impulsados por el PSOE en Almería y, en concreto, por el Ayuntamiento de Carboneras, cumplen hoy dos años paralizadas por orden judicial.

Se trata del famoso hotel de El Algarrobico, un complejo del que se lleva hablando toda la legislatura porque la Junta insiste en que será derribado tras apoyar en su día su construcción y pese a que la promotora tiene todas las licencias en regla.

La mole sigue en primera línea de playa del Parque Natural de Cabo de Gata-Níjar, deteriorándose con el paso del Ttambién han ido surgiendo dudas entre los grupos ecologistas, que ya no están del todo seguros de que el hotel vaya a ser demolido, máxime cuando el Plan de Ordenación de los Recursos Naturales (PORN) diseñado por la Junta califica el sector donde se asienta como «núcleo urbano consolidado».

Una de las promesas del Gobierno autonómico llegó tras la paralización de las obras, dictada el 23 de febrero de 2006 por el juez titular del Juzgado de lo Contencioso Administrativo número 2 de Almería, Jesús Rivera, cuyo fallo fue favorable al recurso interpuesto por la organización ecologista Salvemos Mojácar. La repercusión que tuvo la paralización de las obras del hotel fue brutal, especialmente para el municipio donde se asienta, Carboneras: se fueron al garete 120 puestos de trabajo directos y unos 300 indirectos. Para compensar al municipio, cuyo equipo de gobierno (PSOE) se ha mostrado siempre a favor del proyecto turístico que incluye el hotel en El Algarrobico, la Junta de Andalucía anunció una especie de plan de choque para generar empleo y crear riqueza económica. De esa promesa nada concreto se sabe de momento.

Una pieza más del puzzle

Nadie parece querer hablar tampoco del proyecto turístico global en el que se enmarca el hotel de El Algarrobico, «impulsado, autorizado y patrocinado económicamente por su fin social para la zona» por el Ministerio de Medio Ambiente, la Junta y el Ayuntamiento de Carboneras, tal y como ha recordado recientemente el portavoz de la promotora del inmueble, Antonio Baena. De hecho, como ha venido informando este periódico, el hotel de El Algarrobico no es sino una ficha más dentro del enorme puzzle con carácter turístico previsto para la zona: el nuevo PGOU de Carboneras recoge un espectacular crecimiento urbanístico en tres sectores costeros próximos al hotel, Torre del Rayo, Loma de la Cañada y Carboneras Playa, que permitirán a la localidad pasar de 7.500 a 12.000 habitantes. Se levantarán más hoteles y cientos de viviendas.

En estos dos años quien en más ocasiones ha ratificado la expropiación y derribo del hotel de El Algarrobico ha sido la ministra de Medio Ambiente, Cristina Narbona, a pesar de que los informes del servicio jurídico de su Ministerio pusieron de relieve un defecto formal con una resolución en la que se advertía del «carácter anulable de la declaración de utilidad pública efectuada por la ministra de Medio Ambiente, al tratarse de un supuesto de competencia de su inmediato superior, esto es, del Consejo de Ministros». Narbona tampoco ha precisado cuánto dinero saldrá del bolsillo del contribuyente para pagar a la promotora por la expropiación, el derribo y la posterior recuperación ambiental del entorno. Si uno viaja por las entrañas del inmueble, sujeto a la montaña a través de enormes pilares de hormigón que se hunden en la tierra, se dará cuenta de que las tareas de derribo y su posterior rehabilitación ambiental necesitarán un presupuesto millonario.

> Contó con el beneplácito de las administraciones, las mismas que ahora le dan la espalda al hotel

De momento, la empresa que ha promovido el hotel, Azata del Sol, mantiene cuatro procesos judiciales abiertos: uno contra el deslinde de 100 metros de Costas, otro contra la expropiación que quiere llevar a cabo el Gobierno central, un recurso en el TSJA contra el fallo del juez Rivera que posibilitó la paralización cautelar de las obras del hotel, y un cuarto contencioso contra el intento de la Junta de Andalucía de hacer valer el derecho de retracto. EL MUNDO de Andalucía estuvo ayer en el polémico hotel de Carboneras, que dos años después de que sus obras fueran paralizadas sigue en pie. La tramitación de sus licencias siempre contó con el beneplácito de las administraciones, las mismas que ahora le dan la espalda.

Aunque las obras del hotel de El Algarrobico comenzaron en mayo de 2003, la tramitación a urbanizable de los suelos donde se asienta (en primera línea de playa del Parque Natural de Cabo de Gata-Níjar) bien puede fijarse cerca de una década antes, cuando en mayo de 1984 se redactan las Normas Subsidiarias de Carboneras, un planeamiento que incluye El Algarrobico.

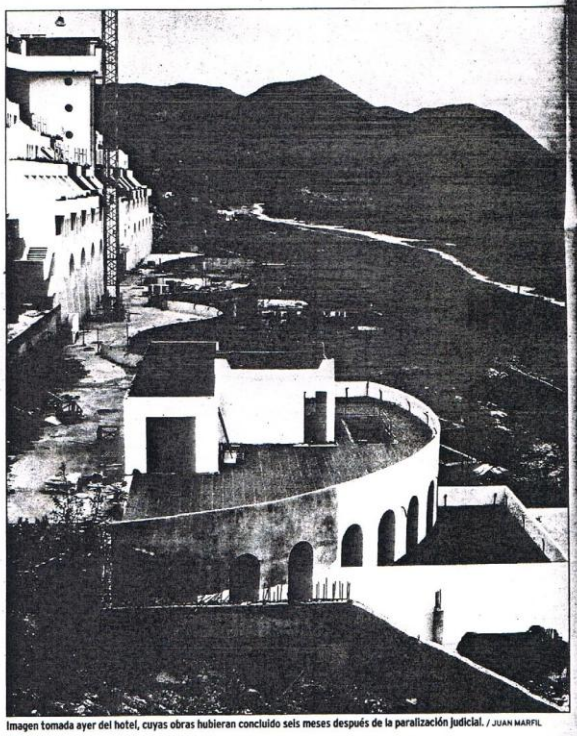


Imagen tomada ayer del hotel, cuyas obras hubieran concluido seis meses después de la paralización judicial. / JUAN MARFIL

▶ Conversión en suelo urbanizable. En mayo de 1984 se aprueban las Normas Subsidiarias (NNSS) de Carboneras. Por entonces, el sector de El Algarrobico se denominaba R-5. En diciembre de ese mismo año la mercantil Río Alías solicita la tramitación del Plan Parcial de El Algarrobico. Cinco meses después, en mayo de 1988, quedó aprobado definitivamente ese Plan Parcial con una anchura de la zona de servidumbre marítimo-terrestre de 20 metros. En julio de 1988 Río Alías solicita la aprobación del proyecto de urbanización de El Algarrobico. Ese mismo mes entra en vigor laLey de Costas. En enero de 1990 se produce la revisión de las Normas Subsidiarias de Carboneras: El Algarrobico figura como suelo urbanizable.

En diciembre de 1994 la Junta de Andalucía aprueba el Plan de Ordenación de los Recursos Naturales (PORN) de Cabo de Gata. Este mismo mes se amplía el Parque Natural de Cabo de Gata-Níjar, que pasa a afectar al 75% del término municipal de Carboneras. Dos años después, en diciembre de 1996, Costas inicia el expediente de deslinde en la playa de El Algarrobico con una zona de protección marítimo-terrestre de 20 metros. En marzo de 1997 se constituye la junta de compensación de El Algarrobico y en octubre se aprueba definitivamente el proyecto de su urbanización.

▶ 20 metros de deslinde. En enero de 1998 llega la resolución de la Delegación de Obras Públicas en Almería por la que se aprueba definitivamente la revisión de las Normas Subsidiarias de Carboneras a la espera del informe favorable de Costas. En febrero llega el informe de Costas, en el que figura lo siguiente: «dejando al arbitrio del órgano urbanístico competente la toma de decisión sobre la clasificación que debe entenderse poseían los terrenos situados en el extremo norte del núcleo de Carboneras en el momento de la entrada en vigor de la Ley de Costas».

Un mes después, en marzo de 1998, la Comisión Provincial de Urbanismo aprueba la revisión de las Normas Subsidiarias de Carboneras y acuerda lo siguiente: «Aceptar el criterio municipal en el sentido de entender que la zona norte de Carboneras, definida en el informe de la Dirección General de Costas, tenía condiciones urbanísticas para ser considerado suelo urbano de hecho en el momento de la entrada en vigor de la Ley de Costas y por ello, la franja de servidumbre de protección en la misma debe ser 20 metros». Ese mismo mes se inicia un nuevo procedimiento de revisión de Normas Subsidiarias de Carboneras que fueron aprobadas definitivamente en marzo de 1998 con el informe favorable de Costas, en la que el sector R-5 pasa a denominarse ST-1. La zona de servidumbre marítimo-terrestre es de 20 metros. Se aprueban definitivamente las NNSS con el informe favorable de Costas, que considera que el Plan Parcial no debía ser revisado. En junio de 1999 Azata del Sol compra los terrenos a la sociedad Río Alías. En octubre de 2000 se confecciona el proyecto del hotel.

▶ Apoyo económico desde las administraciones. En junio de 2001 se aprueba definitivamente el proyecto de compensación del sector ST-1, y en octubre se concede a Azata la exención de tasas e impuestos municipales para la construcción del hotel, conforme al plan de desarrollo empresarial *Carboneras Viva* promovido por el Ayuntamiento. En abril de 2002 se concede una subvención por parte de la Dirección General de Políticas Sectoriales del Ministerio de Economía como incentivo para la construcción del hotel, considerado elemento motor para el desarrollo económico de la zona. En enero de 2003 la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes autoriza la instalación del hotel, y la Consejería de Sanidad también resuelve favorablemente su ubicación. En marzo de 2003 el Ayuntamiento concede la licencia municipal para la edificación del hotel de cuatro estrellas en la parcela P-1 del sector ST-1.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

11.3.3 Noticias del diario *ABC* (Legislaturas 2000-2012)

ABC MIÉRCOLES 1-3-2000 | 12M ELECCIONES ANDALUZAS 2000 | 25

PESCA

Romero promete una Ley para «poner orden» en el sector

HUELVA. **Ep**

El candidato de IU, Antonio Romero, anunció ayer que si gana las elecciones pondrá en marcha una ley de Pesca «que ponga orden en el sector y lo potencie», y se comprometió a luchar para que se complete el traspaso de las competencias en materia de pesca a Andalucía, que «aún están en manos» del Gobierno central.

Romero presentó el programa de la formación para los sectores de Pesca y Medio Ambiente a bordo de un barco que navegó por la ría de Huelva, situada entre el Polo Químico de la ciudad y el Parque Natural de las Marismas de Odiel, con el objetivo de que se pudiera observar «el gran contraste medioambiental» existente entre las dos zonas onubenses.

Para el candidato, «es inadmisible» que aún no haya «una buena ley de Pesca», especialmente, añadió, cuando la Junta «tiene competencias exclusivas» en materia de regulación pesquera. Explicó que las competencias que IU pide que sean traspasadas a la Junta son las relativas a los puertos y al litoral, entre otras.

Romero afirmó que la pesca en Andalucía pasa habitualmente por un «momento crítico» debido a que el ministro de Agricultura «no trabaja de manera conjunta» con el de Exteriores para llegar a un acuerdo con Marruecos con el objetivo de que los barcos andaluces puedan faenar en los caladeros de este país. «El convenio con Marruecos tiene que impulsarlo la Junta», aseguró.

Otra de las propuestas de IU es la realización de un estudio del litoral andaluz y de los caladeros para analizar su regulación, y que haya una partida presupuestaria importante para la renovación de la flota pesquera, que cifró en 100.000 millones.

CONSEJO DE GOBIERNO

Chaves:«La propuesta de bajar los impuestos no tiene credibilidad»

El presidente de la Junta aprovechó ayer la rueda de prensa posterior al Consejo de Gobierno para arremeter contra la propuesta de Aznar de bajar los impuestos, asegurando que «la reforma del IRPF es la publicidad más engañosa de los últimos años». Chaves anunció la aprobación del III Plan Andaluz de Investigación, al que la Junta destinará 140.000 millones.

SEVILLA. **M. C.**

Siguiendo la línea expresada semanas pasadas de la necesidad de que Andalucía se «enganche» a las nuevas tecnologías, el presidente de la Junta y candidato a la reelección, Manuel Chaves, anunció ayer la aprobación por el Consejo de Gobierno del III Plan Andaluz de Investigación para el periodo 2000-2003, en el que está prevista una inversión de 140.000 millones de pesetas, lo que supone el doble del presupuesto destinado hasta la fecha en I+D.

Chaves apuntó que el III Plan de Investigación, que regulará las actuaciones en ciencia, investigación y desarrollo tecnológico, en las que participarán todas las universidades andaluzas, tiene como objetivo que Andalucía se pueda incorporar en los próximos años a la revolución tecnológica y la sociedad de la información, garantizando la participación de los andaluces en este proceso.

Aseguró que este III Plan supone la continuidad de la política de Investigación + Desarrollo desarrollada por la Junta en los últimos años, que ha permitido a Andalucía aportar el 14 por ciento de la producción científica española. En este punto, Chaves indicó que ahora «debemos dar un salto cualitativo» para que el esfuerzo tecnológico pase a ser del 0,9 por ciento actual 1,3 por ciento del Producto Interior Bruto andaluz.

El Plan andaluz de Investigación incluye tres programas prioritarios: el desarrollo y el conocimiento de la sociedad de la información para que Andalucía aproveche al máximo las posibilidades tecnológicas; el uso responsable de biotecnología para mejorar la producción agrícola y desarrollar nuevas técnicas respetuosas con el medio ambiente; y el desarrollo industrial y territorial sostenible. Todo ello, con el reto de incrementar la calidad de la investigación que se desarrolla en Andalucía, impulsando el encuentro entre la oferta científica y la demanda tecnológica de las empresas.

Cuestionado sobre si se incluirá la investigación sobre alimentos transgénicos en este Plan, Chaves recordó que la Junta ha pedido una moratoria para comenzar su producción.

RESPUESTA A AZNAR

Chaves aprovechó su comparecencia ante los medios de comunicación para devaluar la propuesta de José María Aznar de bajar los impuestos, asegurando que «tiene poca credibilidad», sobre todo teniendo en cuenta que, a su juicio, la reforma fiscal emprendida durante el gobierno del PP ha sido «la publicidad más engañosa que se ha hecho en los últimos años»

Argumentó el candidato del PSOE que con el «señuelo» de que se ha bajado el Impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF), se ha «ocultado» el aumento de los impuestos indirectos y especiales y, en consecuencia, el incremento de la presión fiscal que, dijo, ha crecido un 1'5 por ciento en los últimos años. En este sentido, aseguró que actualmente «se están pagando más impuestos que en el 96, aunque las rentas más altas estén pagando proporcionalmente menos que antes».

Chaves reiteró que, en una época electoral como la que estamos, esa nueva propuesta de Aznar tiene «poca credibilidad, sobre todo si se vuelve a repetir la operación de bajar un impuesto directo y, al mismo tiempo, subir los impuestos indirectos, que son los que pagamos todos».

RECURSO A LOS PGE

Por otro lado, el Consejo de Gobierno acordó ayer interponer el anunciado recurso de inconstitucionalidad contra siete artículos de la Ley de los Presupuestos generales del Estado del 2000, así como contra determinadas partidas presupuestarias de dos de sus secciones. Chaves informó al respecto que el recurso ha sido remitido al Consejo Consultivo, que después de su análisis lo enviará de nuevo al Ejecutivo para presentarlo al Tribunal Constitucional.

PRESUPUESTOS EN CÓRDOBA

- Mientras PSOE e IU siguen sin acercar posiciones en Andalucía, pese al acuerdo firmado a nivel federal, el Pleno del Ayuntamiento de Córdoba, donde cogobiernan las dos formaciones de izquierdas, aprobó ayer los presupuestos de la Corporación para el 2000 con los votos en contra del PP.
- Las cuentas municipales ascienden a 32.329 millones de pesetas, lo que representa un incremento del 31,7 por ciento respecto a los del 98, después de que en 1999 se actuase con los presupuestos prorrogados.
- Según el equipo de gobierno municipal, estos presupuestos representan una ruptura con respecto a los presentados por el equipo de gobierno del PP en la anterior legislatura, que se caracterizaban por «la desatención de los sectores y de los barrios más desfavorecidos», además de que no contemplaban políticas específicas de mujer ni de juventud.

ABC SEVILLA (Sevilla) - [illegible]3/2000, Página 25
Copyright (c) Grupo ABC S.L, Madrid, 2009. Queda prohibida la reproducción, distribución, puesta a disposición, comunicación pública y utilización, total o parcial, de los contenidos de esta web, en cualquier forma o modalidad, sin previa, expresa y escrita autorización, incluyendo, en particular, su mera reproducción y/o puesta a disposición como resúmenes, reseñas o revistas de prensa con fines comerciales o directa o indirectamente lucrativos, a la que se manifiesta oposición expresa, a salvo del uso de los productos que se contrate de acuerdo con las condiciones existentes.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

ADMINISTRACIÓN

Granada: el PP denuncia uso electoral de datos personales

GRANADA. **Inma Martínez**

El grupo municipal popular denunció ayer ante la Junta Electoral Provincial el uso por parte del partido socialista de datos personales recogidos por el Patronato Municipal de Deportes. Según explicó el concejal popular, Cesar Díaz, el partido socialista ha enviado cartas a miles de granadinos para invitarles a la presentación del programa socialista de deportes que tuvo lugar el pasado 24 de febrero, recogiendo los datos personales de listados del Patronato Municipal de Deportes.

Díaz subrayó que no se trata tan sólo de una sospecha, sino que es algo probado y confirmado, y que conserva pruebas documentales de que las direcciones y los datos personales que utilizó el PSOE proceden del Patronato Municipal de Deportes.

En este sentido, explicó que las cartas llegaron a nombre de personas que pertenecen a clubes que tan sólo están registrados en este Patronato y que no existen en ninguna institución, ya que dichos clubes fueron creados para participar en actos deportivos organizados por el Patronato. En el remite de las cartas se especificaba el nombre de las personas y el club al que pertenecen.

Para el PP, el concejal de Turismo, Jesús Valenzuela, es el principal responsable de este uso indebido de datos personales pero apuntó aún más alto, al alcalde.

MEDIO AMBIENTE

Teófila defiende la gestión estatal del Parque Nacional de Doñana

La gestión estatal del parque de Doñana, 800.000 millones en inversiones para evitar las consecuencias de la sequía o una consejería de Medio Ambiente y Agua. Son algunas propuestas del PP en materia de medio ambiente que la candidata Teófila Martínez presentó ayer a los ecologistas. Y estos, que dicen no tener color político, se mostraron descreídos. Hasta ver hechos consumados.

Millán Herce

La candidata popular se reunió con representantes ecologistas

SEVILLA. **Mercedes Benítez**

La gestión del Parque Nacional de Doñana debe ser responsabilidad estatal a juicio de la candidata del PP, Teófila Martínez, quien dejo ayer clara su postura sólo unos días después de que el Tribunal Constitucional haya admitido a trámite el recurso del Gobierno contra la Ley andaluza. Aunque, según la presidenta de los populares andaluces, habrá que esperar al pronunciamiento del alto tribunal para que las cosas queden claras y no haya dudas, ella es partidaria de que sea responsabilidad del Estado con la participación de la Junta de Andalucía de forma coordinada.

«Hemos perdido cuatro años en dilucidar de quien es la responsabilidad y eso no puede ser» indicó asegurando que lo importante es decidir lo que hay que hacer en el Parque. Ese es uno de los argumentos que en materia de medio ambiente propone el PP. Las propuestas, que entregaron a varios colectivos ecologistas, quienes también presentaron al PP sus peticiones, pasan por la necesidad de una Consejería de Medio Ambiente y Agua con más responsabilidad y más medios tanto económicos como humanos.

Y es que el Partido Popular, que piensa mantener reuniones periódicas con estas organizaciones para conocer la opinión de los ecologistas, cree que hacen falta más inversiones para prever la falta de agua y no dejar de realizar obras cuando viene un período lluvioso.

Por eso propone que entre el Gobierno central y la Junta de Andalucía se gasten 800.000 millones de pesetas.

Sus tesis pasan también por la necesidad de que el cementerio de residuos de El Cabril sólo reciba los de la comunidad y no sea ampliado a otras zonas.

Por su parte, el coordinador andaluz de Ecologistas en Acción, Victorio Domínguez, aseguró ayer que el movimiento ecologista es «transversal» y no tiene color político por lo que está más interesado en conocer la práctica de la política medioambiental que lo que dice los programas.

La Junta Convoca

CONCURSO

Objeto:
Abastecimiento de Agua a las Urbanizaciones y Núcleos Urbanos del Consorcio de Aguas del Huesna. Fase II (Sevilla)

Tipo de Licitación:
Ochocientos Noventa Millones Cincuenta y Ocho Mil Setecientas Veintitrés (890.058.723) pesetas IVA incluido (5.349.360,66 Euros).

Organo de Contratación Convocante:
Gestión de Infraestructuras de Andalucía, S.A.
C/ Rioja14 -16, 41001 Sevilla. Tel. 95 500 74 00
Fax: 95 500 74 77

Clasificación Requerida:
Grupo E. Subgrupo 1, Categoría f.
Grupo C. Subgrupo 2, Categoría f.

Presentación de Ofertas:
-Lugar: Gestión de Infraestructuras de Andalucía, S.A.
-Fecha: Hasta las 12'00 h. del 28 de Abril de 2000.

Apertura Oferta Económica:
-Lugar: Gestión de Infraestructuras de Andalucía, S.A.
-Fecha: el día 16 de Mayo a las 10'00 h.

Sevilla, 3 de Marzo de 2000

El Director Gerente

JUNTA DE ANDALUCIA

GIASA

PENSIONES

Arenas: «Antes parecía que las pensiones salían del bolsillo de Guerra»

SEVILLA. **Paloma Cervilla**

El secretario general del PP-A y cabeza de lista al Congreso por Sevilla, Javier Arenas, mantuvo ayer un encuentro con unos trescientos mayores, a los que expuso las líneas generales de la oferta electoral del PP.

Arenas recordó a este colectivo la amenaza que el ex presidente del Gobierno, Felipe González, realizó a los pensionistas diciendo que el PP iba a quitar las pensiones, «lo que ha ocurrido es que han aumentado en 300.00 millones de pesetas, tres millones de pensionistas han visto incrementados sus cheques mensuales y el sistema se ha salvado de la quiebra y está garantizado con un fondo de 100.000 millones».

El candidato popular afirmó que su formación política ha cumplido el cien por cien de sus compromisos electorales con los mayores y «más del noventa por ciento no van a tener que pagar a Hacienda». En este sentido, recordó que en Sevilla unas 300.000 personas han visto aumentado el poder adquisitivo de sus pensiones en 61.000 pesetas.

A juicio del dirigente popular, no «hay derecho a que los mayores hayan pasado tantos años inquietos por si un partido, que no era el PSOE, ganaba las elecciones, ya que las pensiones son un derecho constitucional y no un regalo de los políticos, aunque antes parecía que saliera del bolsillo de Felipe González y Alfonso Guerra».

Por su parte, la secretaria general de Asuntos Sociales, Amalia Gómez, afirmó que en el PSOE «no hay política de mayores, sino de subordinación», mientras que Antonio Sanz derstacó que los pensionistas «no quieren propinas». Finalmente, Soledad Becerril, destacó el «trabajo riguroso» del PP en las pensiones.

ABC SEVILLA (Sevilla) - 03/03/2000, Página 28
Copyright (c) DIARIO ABC S.L, Madrid, 2009. Queda prohibida la reproducción, distribución, puesta a disposición, comunicación pública y utilización, total o parcial, de los contenidos de esta web, en cualquier forma o modalidad, sin previa, expresa y escrita autorización, incluyendo, en particular, su mera reproducción y/o puesta a disposición como resúmenes, reseñas o revistas de prensa con fines comerciales o directa o indirectamente lucrativos, a la que se manifiesta oposición expresa, a salvo del uso de los productos que se contrate de acuerdo con las condiciones aplicables.

Publicaciones y Divulgación Científica

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

AGRICULTURA

El PP propone un Fondo de Catástrofes Naturales

CORDOBA. **Europa Press**

El secretario general del PP-A y candidato al Parlamento de Andalucía, Antonio Sanz, anunció ayer la creación, caso de ganar, del Fondo Andaluz de Catástrofes Naturales, con el que hacer frente a los efectos de sequías e inundaciones. Este es uno de los compromisos adquiridos por Sanz con la patronal agraria Asaja, con cuya directiva mantuvo ayer una reunión en Córdoba, para presentarle sus propuestas.

En este sentido, Sanz aseguró que, «a través de dicho fondo, se agilizarán las medidas a adoptar para paliar los efectos negativos que tienen, sobre la agricultura y la ganadería, estas catástrofes naturales». A su juicio, la Junta de Andalucía «debe dar una respuesta permanente a este tipo de situaciones, que son permanentes en Andalucía, y por eso desde el PP apostamos por la creación de dicho fondo, y por la ampliación de los seguros agrarios, para que den mejor cobertura a los agricultores y ganaderos que se vean afectados por sequías e inundaciones». Ello requeriría, según explicó, «la reforma de normas de carácter nacional, como la adecuación de la normativa andaluza al respecto, para adaptarse así a la realidad de Andalucía». A esto habrá que sumar, según Sanz, otras medidas que garanticen la continuidad y ampliación de los regadíos en Andalucía.

ACEITE DE OLIVA

Para Zarrías, la reforma oleícola es «una bomba»

JAÉN. **Javier López**

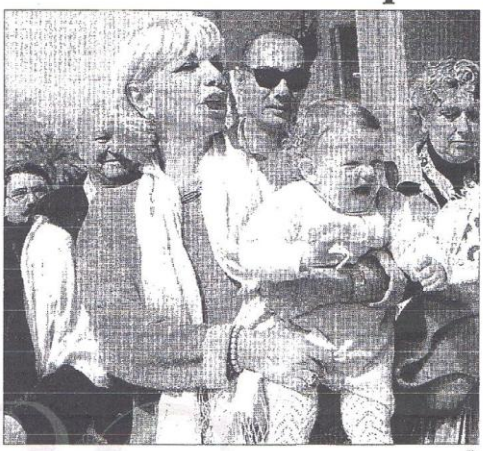
El candidato número uno del PSOE de Jaén al Parlamento andaluz y consejero de Presidencia, Gaspar Zarrías, aseguró ayer que la propuesta del PP consistente en mantener el actual reglamento de reforma del mecanismo comunitario del aceite de oliva es una «bomba de relojería». En su opinión, la postura del Gobierno central supone un error táctico y estratégico que condena al olivarero a una penalización continua.

Zarrías destacó que durante el período transitorio han salido a la luz «elementos perniciosos» en la reforma pactada por la ex ministra de Agricultura, Loyola de Palacio, como el cupo fijado para España de 765.000 toneladas.

POLÍTICA DE MAYORES

Teófila igualará las pensiones asistenciales con el resto del país

La candidata del PP, Teófila Martínez, se comprometió ayer en Ubeda a equiparar las pensiones asistenciales andaluzas, las que gestiona la Junta, con las del resto de las Comunidades del país. De esta forma concretaba el anuncio realizado el lunes en Gibraleón de que subiría las pensiones. Asimismo criticó a Chaves por anunciar «minipagas» en materia de pensiones.



Efe

Teófila Martínez sostiene un niño, ayer en Linares

JAÉN. **Javier López**

Martínez criticó asimismo ayer el autobombo del PSOE al organizar la concesión de un premio al candidato Manuel Chaves, al que su propio partido le otorgará un galardón por sus supuestos méritos en defensa de la igualdad de la mujer.

Martínez aludió en concreto a la pretensión de los socialistas sevillanos de premiar a Chaves el día de la mujer trabajadora. La autoconcesión de premios evidencia, en opinión de Martínez, que al PSOE no le cree nadie en Andalucía, de manera que tiene que articular una estrategia de reconocimientos inmerecidos. Teófila Martínez cuestionó que el candidato socialista reúna las virtudes precisas para conseguir el premio que, según puntualizó, le otorgan sus compañeros de partido y no las mujeres andaluzas.

Chaves no ha hecho nada por el sector femenino de población, añadió la candidata, que acusó a Chaves de permitir que las mujeres de la comunidad autónoma cobren salarios más bajos que los hombres cuando desempeñan idénticos puestos de trabajo.

También puso en cuarentena los méritos de Chaves en el ámbito laboral, por cuanto, según expuso, siguen en paro multitud de mujeres andaluzas. Anunció al respecto que el PP está dispuesto a erradicar con la discriminación laboral femenina. La candidata reiteró el llamamiento a los militantes populares para que mantengan el esfuerzo hasta el último día de campaña, al objeto de recabar más apoyo en las elecciones generales y autonómicas.

Por otra parte, hizo referencia en Linares al futuro de Santana Motor. Aseguró que si consigue la presidencia decidirá sobre si es pertinente mantener la presencia de la Junta en el accionariado cuando la empresa tenga garantizada el mantenimiento de los 1.700 trabajos actuales.

SEGURIDAD SOCIAL

Manuel Chaves cree que es el «único candidato legitimado para hablar de pensiones», porque las subió en 1998

GRANADA. **Inma Martínez**

El candidato del Partido Socialista a la Junta de Andalucía, Manuel Chaves, aseguró ayer en Granada que es el único «legitimado para hablar de pensiones», ya que en diciembre de 1998, «sin que hubiese ningún proceso electoral en puertas», subió las pensiones asistenciales y no contributivas.

Chaves, que mantuvo en Granada un encuentro sectorial de sanidad con dirigentes de su partido, fue recibido en el hotel por un grupo de interinos que protestaban por el acuerdo al que llegó hace varias semanas el consejero de Educación con los sindicatos mayoritarios. Ante los medios de comunicación, Chaves aseguró que la Junta de Andalucía no tiene problemas de credibilidad en sus promesas sobre las pensiones por la subida del año 98.

A su juicio, «el presidente de la Junta de Andalucía puede hablar de pensiones en plena campaña electoral con más legitimidad que Aznar porque el presidente de la Junta de Andalucía, del Partido Socialista, en diciembre de 1998 subió las pensiones asistenciales y no contributivas sin tener en puertas ningún proceso electoral porque consideraba que había bonanza económica, y quería acercar las pensiones no contributivas a la cuantía del salario mínimo interprofesional».

Además, el candidato socialista a la presidencia subrayó que el Partido Popular no habría actuado igual en el asunto de pensiones si la Junta de Andalucía hubiese estado gobernada por su misma formación política. Así, Chaves recordó que el Gobierno central recurrió ante el Tribunal Constitucional la subida de las pensiones decretada por la Junta de Andalucía. Por ello, consideró una contradicción que la candidata del PP-A, Teófila Martínez, prometa una subida de las pensiones.

En opinión de Manuel Chaves, existe una contradicción entre las políticas que lleva a cabo el gobierno de José María Aznar y lo que está defendiendo la candidata popular en Andalucía, por lo que pidió que el Partido Popular de Andalucía «dé una respuesta». También se preguntó si el Gobierno central hubiera actuado de igual manera con la Junta de Andalucía si hubiese estado gobernada por su misma formación.

En este sentido, pidió que aclarara si «en el supuesto de que gobernara el PP en Madrid ¿iba a recurrir la propuesta del PP de Andalucía?» y solicitó a los populares que expliquen su postura.

ABC SEVILLA, Especial, 08/03/2000, Página 27
Copyright © ABC. Prohibida la reproducción, distribución, puesta [illegible] total o parcial, de los contenidos de esta web, en cualquier forma o modalidad, sin previa, expresa y escrita autorización, incluyendo, en particular, su mera reproducción y/o puesta a disposición como resúmenes, reseñas o revistas de prensa con fines comerciales o directa o indirectamente lucrativos, a la que se manifiesta oposición expresa, salvo del uso de los productos que se contrate de acuerdo con las condiciones existentes.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

ABC VIERNES 7_3_2008 ANDALUCÍA 45
ELECCIONES 9M LAS POLÉMICAS

Más de 300 personas en la protesta contra el «New Flame»

El debate en el Parlamento Europeo sobre la crisis provocada por el hundimiento del buque **se posterga hasta abril**

J. C.
SEVILLA/CÁDIZ. Más de 300 personas se concentraron ayer tarde en el pantalán de San Felipe de La Línea de la Concepción (Cádiz) convocados por los ecologistas Verdemar, Agaden y la Plataforma Ciudadana Rodeados por las Fábricas para, entre otros objetivos, denunciar los vertidos de hidrocarburos en el litoral, la existencia de las gasolineras flotantes con base en la colonia británica y las operaciones de «bunkering», y protestar por la demora en la solución de la crisis provocada por el hundimiento del chatarrero «New Flame» en aguas próximas a Gibraltar.

Según informó a ABC el portavoz de Verdemar, Antonio Muñoz, a esta concentración se sumaron miembros de todos los partidos con representación parlamentaria; PSOE, PP, IU y CA, así como de Los Verdes, algo que los organizadores valoraron de forma positiva.

Durante el acto se dio lectura a dos manifiestos, denunciando la situación «insostenible» que en materia medioambiental sufre el litoral campogibraltareño. Además, se reclamó una moratoria en la instalación de nuevas industrias pesadas y un estudio epidemiológico.

Horas antes, en Bruselas, la conferencia de presidentes de grupos del Parlamento Europeo acordó aplazar hasta la sesión del día 13 la valoración de la propuesta del PP de celebrar un debate sobre la crisis del «New Flame» en el Pleno que la Eurocámara.

En declaraciones a este periódico, el eurodiputado del PP Gerardo Galeote señaló que si bien la intención de su grupo era que el debate se celebrara de forma inmediata, tanto el representante socialista como el de IU en la conferencia de presidentes de grupos optaron por postergar la iniciativa. Los Verdes, sin embargo, se alió con los populares, aunque finalmente la discusión sobre el debate quedó postergada

Galeote dijo sentir una sensación agridulce, ya que si bien todos los grupos están de acuerdo con el debate, éste ya no podrá ser antes de abril.

Por su parte, la ministra de Medio Ambiente, Cristina Narbona, informa Ep, reiteró su compromiso con el mayor control público de los riesgos de la contaminación que sufre una zona «tan sensible» como la bahía de Algeciras.

Los manifestantes portaron pancartas reivindicativas EFE

Azata advierte que la demolición de El Algarrobico no será inmediata

Narbona dice que la promotora comienza a entender que debe llegar a un pacto

J. M.
SEVILLA. La promotora Azata advirtió ayer, un día después de la reunión que sus responsables mantuvieron con representantes del Ministerio y la Consejería de Medio Ambiente, que la demolición del hotel ubicado en la playa de El Algarrobico no será inmediata, tal como aseguró la ministra Cristina Narbona. En cualquier caso, administraciones y promotora volverán a reunirse la próxima semana.

El portavoz de Azata del Sol, Antonio Baena, aseguró que la reunión no cumplió las expectativas generadas. Así, afirmó que las administraciones no le trasladaron ninguna oferta concreta por el derribo del hotel, situado en el parque natural de Cabo de Gata, sino los estudios de tasación de los elementos del establecimiento que realizaron dos empresas independientes.

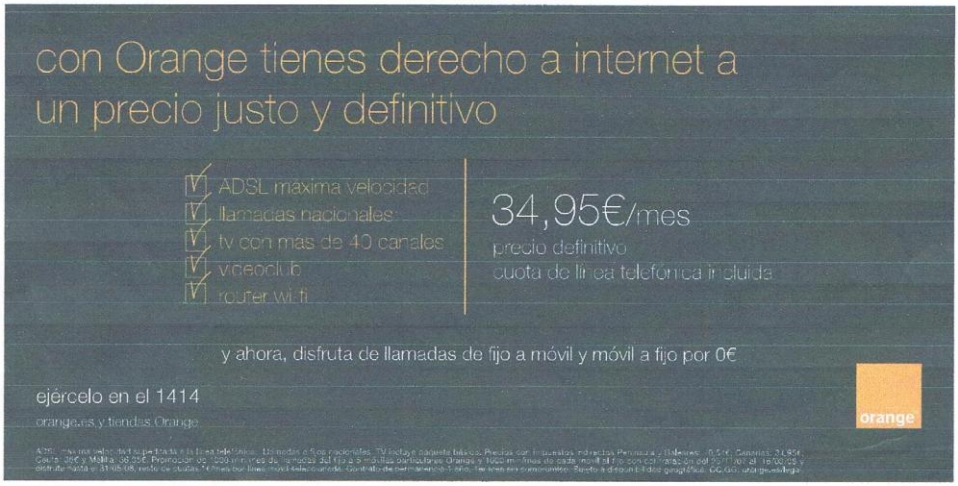
Por ello, el siguiente paso que dará la empresa será analizar estos datos y llevar sus alegaciones a la próxima reunión con Gobierno y Junta.

Baena insistió en que el hotel, cuyo coste valora en 200 millones, es «indisoluble» del resto del proyecto, que incluye siete establecimientos más, por lo que piden una solución global al conflicto para llegar a un acuerdo rápido y extrajudicial, ya que Azata tiene recurrida en los tribunales la expropiación que realizó el Ministerio.

Distancia en las valoraciones

Narbona, en cambio, se mostró mucho más optimista en declaraciones a Europa Press, al insistir en que el acuerdo está cerca, a pesar de reconocer la distancia que separa la valoración de la empresa de la estimación que presentaron las administraciones.

A pesar de ello, la ministra aseguró que tras la reunión la promotora ha empezado a «entender» que debe llegar a un «pacto» con Gobierno y Junta sobre la valoración de la expropiación si no quiere «perderlo todo». Además, afirmó que Azata ha planteado valoraciones muy alejadas de la cifra inicial de 300 millones.



ABC SEVILLA (Sevilla) - 07/03/2008, Página 45
Copyright (c) DIARIO ABC S.L. Madrid, 2009. Queda prohibida la reproducción, distribución, puesta a disposición, comunicación pública y utilización, total o parcial, de los contenidos de esta web, en cualquier forma o modalidad, sin previa, expresa y escrita autorización, incluyendo, en particular, su mera reproducción y/o puesta a disposición como resúmenes, reseñas o revistas de prensa con fines comerciales o directa o indirectamente lucrativos, a la que se manifiesta oposición expresa, a salvo del uso de los productos que se contrate de acuerdo con las condiciones existentes.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Zapatero en Málaga y Rajoy en Sevilla pedirán hoy el voto de los andaluces

Los líderes del PSOE y PP incluyen las dos capitales más populosas de la Comunidad en el cierre de campaña para respaldar las aspiraciones de Chaves y Arenas

JOSÉ CEJUDO

SEVILLA. La coincidencia de las elecciones generales y autonómicas y el peso específico que tiene Andalucía en el conjunto del país son, entre otras, circunstancias que se han conjugado para hacer obligatoria la presencia de los líderes nacionales de las principales formaciones en la Comunidad durante la campaña. Y en la presente jornada, la del cierre definitivo, tanto PSOE como PP han decidido echar el resto. José Luis Rodríguez Zapatero abre el turno a mediodía en Málaga y Mariano Rajoy, por la tarde, intervendrá en Sevilla, compartiendo escenario, respectivamente, con Manuel Chaves y Javier Arenas.

Será en la capital malagueña, en el Palacio de Deportes de la Universidad, donde Zapatero y Chaves coincidirán hoy de nuevo para lanzar al auditorio los últimos mensajes de la campaña y solicitar el voto de los electores, después de hacerlo ayer en Córdoba y el pasado 24 de febrero en Dos Hermanas (Sevilla).

Tras ese acto, los dos líderes socialistas cumplimentarán agendas diferentes. En el caso del presidente de la Junta y candidato a la reelección se trasladará por la tarde a la localidad gaditana de Alcalá de los Gazules, donde intervendrá en un mitin. Este enclave tiene un significado especial para los socialistas, al ser el pueblo natal de Alfonso Perales, fallecido en diciembre de 2006 siendo diputado al Congreso.

En Pino Montano

Finalmente, a partir de las 22.00 horas, Chaves acudirá al polideportivo de la barriada sevillana de Pino Montano para participar en un mitin junto a Felipe González.

En los últimos cuatro años Mariano Rajoy, presidente del PP, ha visitado Andalucía en un centenar largo de ocasiones, y en el último día de esta campaña electoral no iba a ser menos. Con el candidato popular a la Presidencia de la Junta, Javier Arenas, reclamará el apoyo de los andaluces en el Auditorio de la Cartuja de Sevilla, a las 19.00 horas.

Arenas abrirá su jornada en Málaga con un acto público a las 11 de la mañana en la calle Larios. De allí marchara a Jerez, a un almuerzo-mitin a las 14.30 horas en el Hotel Guadalete. Cierra campaña en la provincia por donde se presenta, Almería, en el Pabellón «Rafael Florido» de la capital, a las 21.45.

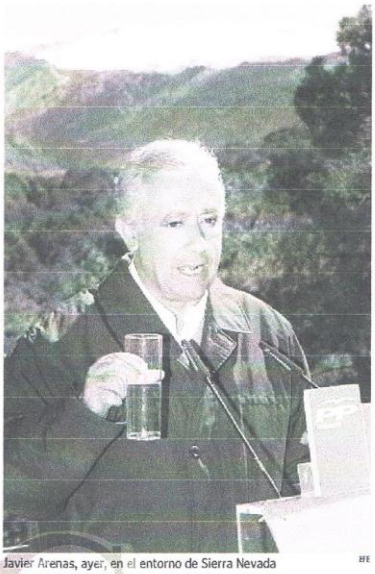
El candidato de IU, Diego Valderas, ha elegido su localidad natal, Bollullos par del Condado (Huelva), para su mitin final, a las 22.00 horas en la Cooperativa Vitivinícola.

Y el aspirante de Coalición Andalucista, Julián Álvarez, hará lo propio y congregará a sus seguidores a las 20.30 en el Hotel Al-Andalus de Sevilla.

Ayer, además, dos incidentes vinieron a perturbar su desarrollo. Una «indisposición» obligó al ministro del Interior y candidato del PSOE al Congreso por Cádiz, Alfredo Pérez Rubalcaba, a cancelar su asistencia a los actos, y es posible que hoy no pueda participar el el mitin de cierre de campaña.

Y de otro lado, informa Ep, el candidato de IU por Granada al Congreso Manuel Morales sufrió un accidente de tráfico, y tendrá que estar inmovilizado tres semanas.

Rubalcaba sufre una «indisposición» y un candidato de IU por Granada resulta herido en un accidente



Javier Arenas, ayer, en el entorno de Sierra Nevada

Arenas promete acabar con la actual «politización» de los parques naturales

El candidato del PP a la Presidencia de la Junta, Javier Arenas, anunció ayer que cuando sea jefe del Ejecutivo autonómico acabará con la actual «politización» de los parques naturales de la Comunidad, de forma que los presidentes de las juntas rectoras sean designados por el Parlamento entre personas de reconocido prestigio. Arenas, informa Ep, presentó en el paraje granadino de Cumbres Verdes, en el entorno de Sierra Nevada (en la imagen) las líneas maestras de su política de medio ambiente, con el que garantizará un programa de ayudas públicas en las áreas de influencia socieconómica de los espacios protegidos.

La RTVA cierra la campaña con cuatro sanciones, la última por no dar la rectificación de Ana Mato

M.B.

SEVILLA. La Junta Electoral Andaluza (JEA) ha vuelto a sancionar a la RTVA por infringir el principio de neutralidad informativa de los medios de comunicación de titularidad pública garantizado en la Ley, y ha incoado expediente sancionador a la citada cadena para la depuración de las posibles responsabilidades.

La resolución, hecha pública ayer por la JEA, da la razón a una nueva denuncia del PP en este caso porque el informativo de Canal Sur del pasado uno de e marzo recogió las declaraciones de la candidata al Congreso Ana Mato sobre los niños andaluces (tachándolos de «prácticamente analfabetos»), pero no hizo lo mismo con la retractación que se produjo más tarde como resultado «de una información incompleta». La RTVA recurrirá esta decisión. El PP, aseguró que la RTVA «pudo y debió hacerse eco de esta segunda intervención de Mato en cualquiera de los espacios informativos dedicados al desarrollo de la campaña electoral».

Otros precedentes

Sin embargo este no es el primer varapalo de la Junta Electoral Andaluza contra la RTVA. A lo largo de la campaña la empresa pública ha sido sancionada al menos en tres ocasiones más por infringir los principios de neutralidad informativa.

Así, la primera sanción tuvo lugar el pasado 25 de febrero en relación con la información dada en el informativo de la noche con motivo del inicio de la campaña electora. En ese caso, la JEA declaró que se había vulnerado el principio de neutralidad informativa de los medios de comunicación de titularidad pública y acordó incoar expediente sancionador a la agencia pública empresarial de la RTVA para la depuración de posibles responsabilidades.

Ese día hubo otros pronunciamientos con expediente sancionador por el reparto de tiempos en las desconexiones provinciales, mientras que el día 28 se produjo otro fallo de la JEA, que declaraba que RTVA había infringido de nuevo el principio de neutralidad informativa, ordenando al ente público que «extreme las medidas conducentes al respeto del mismo».

Ayer, Javier Arenas, candidato del PP a la Presidencia de la Junta, lamentó que la RTVA haya sido condenada «por cuarta vez» debido a que no ha sido ni imparcial ni objetiva, según informa Efe.

Periodistas «humillados» por los partidos

La Federación Andaluza de Asociaciones de Periodistas (FAAP) manifestó ayer su rechazo al uso que los partidos hacen durante la campaña electoral del trabajo de los periodistas por sentirse «humillados y utilizados» y han estimado que «ha llegado el momento de decir basta». El gremio no está dispuesto a permitir que su trabajo se vea mediatizado y escrutado y a que los periodistas se conviertan en moneda de cambio o en «títeres en manos de dirigentes de los partidos o asesores». Asimismo han rechazado que su trabajo sea analizado por juntas electorales y que estos organismos pretendan «erigirse en redactores jefes de los medios públicos».

ABC SEVILLA (Sevilla) - 07/03/2008, Página 44
Copyright (c) DIARIO ABC S.L, Madrid, 2003. Queda prohibida la reproducción, distribución, puesta a disposición, comunicación pública y utilización, total o parcial, de los contenidos de esta web, en cualquier forma o modalidad, sin previa, expresa y escrita autorización, incluyendo, en particular, su mera reproducción y/o puesta a disposición como reseñas, reseñas o revistas de prensa con fines comerciales o directa o indirectamente lucrativos, a la que se manifiesta oposición expresa, a salvo del uso de los productos que se contrate de acuerdo con las condiciones existentes.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

LA PAPELETA

Mar Correa

Agua

Como la que le va a caer a los próceres socialistas Zapatero y Chaves hoy en el mitin de Dos Hermanas. Agua fría, gélida, pero necesaria y cristalina, como la que soñamos para la Bahía de Algeciras, hoy plagada de basura y contaminación, donde lo poco que se aprecia ya del «New Flame» es como un homenaje a la apatía y la dejación del Gobierno español y el andaluz. Un 60% de andaluces encuestados esta semana por IMC para ABC consideran que ambas administraciones son responsables de la crisis provocada por el barco desde que naufragó en agosto. Pero siguen sin bajarse del burro y todavía son capaces de afirmar, como ayer la ministra Narbona, que el Gobierno ha actuado ante la situación. Como todo lo que hacen sea así...

Azucarillo

Como la pura miel, todo un caramelo electoral dulce hasta empalagar, para los jóvenes, ese sector que figura como el menos predispuesto a votar y el más alejado del debate político, el colectivo más deseado por los partidos porque tiene el poder de otorgar o restar escaños. Para ellos otro azucarillo de Chaves: 60 euros en cuanto cumplan los 18 para que se lo gasten en tebeos, discos, libros o en cine. Esta nueva golosina electoral del PSOE se suma a los 6.000 euros por seguir estudiando, internet gratis, las ayudas a la vivienda... Y a mí que me suena todo esto a chantaje...

Y aguardiente

Para tragarnos toda esta empanada política. Y para celebrar que, aunque no lo parezca, aún existen ideologías. Lo podemos comprobar en los programas electorales del PP y de IU. Mientras que los populares se comprometen a impulsar la fiesta de los toros en los medios de comunicación públicos y a crear la Escuela Andaluza de Tauromaquia y el Museo Andaluz de la Tauromaquia; la federación de izquierdas recoge un apartado en su programa en el que expresa su oposición a los espectáculos que suponen crueldad con los animales. Si los caballos votaran, según gloriosa frase de un ex consejero socialista, votarían al PSOE. ¿Qué votarían los toros?

EFE

El candidato..., hasta la cocina

Una cosa es el puerta a puerta y otra es que el candidato se meta hasta la cocina de tu casa para revelarte su rollo. Total, para que al final, pasado el 9-M y conseguido su objetivo (asegurarse un contrato por cuatro años y calentar el escaño), sus promesas se vayan disolviendo con el tiempo como un azucarillo en el agua. Ni somos tan confiados como la señora de la imagen ni tan descreídos, pero la realidad es tozuda... y rencorosilla.

EL REPORTAJE

ESTOY HASTA LOS POLOS...

Intermon Oxfam está empeñada en hacer llegar la voz de los sin voz a los programas de los partidos, para ello el «candidato Tierra» daba ayer un mitin en Sevilla

POR **M. C.**

«Estoy quemada», dice la Tierra, «me teneis hasta los polos de las emisiones de CO_2». Si pudiéramos escuchar al planeta de los dolores que le provoca el ser humano podríamos oirle decir frases como ésta. Por eso, y porque numerosos colectivos sociales consideran que los partidos no escuchan la voz de los sin voz, la ONG Intermon Oxfam ha puesto en marcha la campaña «La Tierra hasta los polos», que presentó ayer en Sevilla, donde un grupo de voluntarios representó una «performance» callejera para sensibilizar a la población de que tengan en cuenta el sufrimiento del planeta a la hora de decidir su voto el próximo 9 de marzo.

«Estoy hasta los polos de que los temas que me afectan, como la pobreza, el cambio climático, la inmigración y el comercio justo sean siempre la última prioridad para los políticos. Se me están agotando las energías y los recursos.....Voy a hacer campaña y a pedir tu colaboración para que me tengan en cuenta», expresaba un un activista que representa al «candidato Tierra». «Me estais tocando los ecosistemas, os tragais las promesas como yo me trago las sequías y las hambrunas».

Intermon Oxfam que, junto a Greenpeace y Amnistía Internacional, ha remitido a todos los partidos un manifiesto con sus propuestas para que las incluyan en sus programas, incide en temas que habitualmente no se tocan en campaña, como el comercio de armas, el cambio climático, la inmigración, la expansión del comercio justo, la ayuda al desarrollo o la protección de la población civil en conflictos armados.

«El Gobierno, además de avanzar en el desarrollo de España, tiene la responsabilidad de contribuir a mejorar la situación de nuestro deteriorado planeta, de las poblaciones «sin derechos» y de los que se juegan la vida por un mundo mejor», argumenta Intermon.

El «candidato Tierra» se dirigía ayer a los votantes en las calles de Sevilla

EFE

ABC SEVILLA (Sevilla) - 24/02/2008, Página 44
Copyright (c) DIARIO ABC S.L. Madrid, 2009. Queda prohibida la reproducción, distribución, puesta a disposición, comunicación pública y utilización, total o parcial, de los contenidos de esta web, en cualquier forma o modalidad, sin previa, expresa y escrita autorización, incluyendo, en particular, su mera reproducción y/o puesta a disposición como reseñas, resúmenes o revistas de prensa con fines comerciales o directa o indirectamente lucrativos, a la que se manifiesta oposición expresa, a salvo del uso de los productos que se contrate de acuerdo con las condiciones existentes.

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

20 EL MUNDO. MARTES 20 DE MARZO DE 2012

ANDALUCÍA

>CHARLAS DE EL MUNDO DE ANDALUCÍA | Hoy, Javier Arenas

Arenas promete el gobierno más reformista y austero del país

El candidato del PP a la Junta afirma que el cambio que propugna para Andalucía será «gradual»

BERTA G. DE VEGA / Marbella

El candidato del Partido Popular a la Presidencia de la Junta de Andalucía, Javier Arenas, desgranó ayer un programa de gobierno en Las Charlas de EL MUNDO de Andalucía en su primera edición en Marbella, con un público entregado en un teatro lleno hasta la bandera. En esta ocasión, no quiso dedicarse a la crítica del adversario –sólo nombró a los socialistas un par de veces– y sí a dejar claro propuestas y actitudes en el poder, hasta el punto de decir que creía que se «gobernaba mejor sin mayoría absoluta», en referencia a su experiencia como ministro del primer Gobierno del PP en España.

«Conmigo los militantes del PP no van a encontrar privilegios en la Junta»

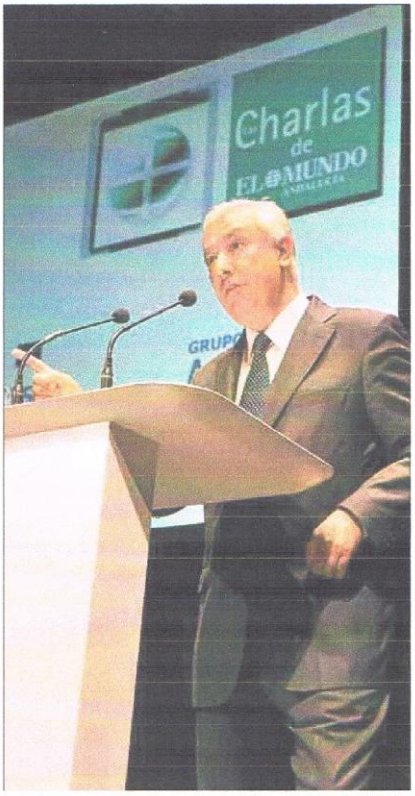
Al final de su intervención, cuando uno de los asistentes al acto le insistió en que dijera cómo se sale de la crisis, Arenas admitió no saber cuándo pasará –«ganaría el Nobel de Economía si lo supiera»– pero se mostró convencido de que será más fácil con «el gobierno más reformista y austero de España» que, si gana, piensa tener en Andalucía. Casualmente, media hora antes había querido dejar muy claro que «el cambio será gradual».

Pero, desde esa frase, se dedicó a explicar lo que tiene que cambiar en una región que no puede quedarse igual, con un 30% de paro. Sobre la austeridad, dijo que habría una oficina de control presupuestario que dependerá de Presidencia y se legislaría un techo de gasto: «Porque no se va a gastar más de lo que se ingresa, como en cualquier buena familia, porque el padre que se endeuda sabe que está hipotecando el futuro de sus hijos».

Una de las reformas, explicó, tiene que venir por dejar de confundir instituciones y partidos, como, en su opinión, ha hecho el PSOE con la Junta de Andalucía: «Conmigo, los militantes del PP no van a tener privilegios por ser de este partido. Será un gobierno de todos los andaluces. En Andalucía se ha gobernado poco y se ha mandado mucho. Gobernar es administrar prioridades. Quiero ser un presidente respetado pero no temido», dijo.

En la Administración que él gobierne no habrá «comisarios políticos» y se le dará mucho más protagonismo a los funcionarios. Como ejemplo de esa confusión entre partido y la Junta, sí salió el escándalo de los ERE: «Es un dinero que sólo conocían los amigos del poder». Dijo que cambiará las leyes para que no se gaste un euro sin la firma de los funcionarios y prometió que si se recupera ese dinero manejado en el fondo de reptiles lo dedicará a las miles de familias andaluzas que ya no cuentan con ningún ingreso.

El candidato del PP quiere una Andalucía con una sociedad civil más fuerte y pidió un «cambio de mentalidades». Por eso, cree que «sobra política» y se comprometió a despolitizar las comisiones provinciales de urbanismo, de patrimonio o las juntas rectoras de los parques naturales. En la única referencia que hizo al Medio Ambiente dijo que estaba de acuerdo en proteger especies de flora y fauna pero que lo más importante es «proteger a la humana». En ese sentido, dijo que el urbanismo debía de estar al servicio de las personas y prometió derogar el POTA, «que hasta el nombre lo tiene feo». Ese fue uno de los momentos en los que arrancó aplausos del auditorio, también entusiasta cuando dijo que mejorar la educación pasaba por que volvieran el respeto y la autoridad a las aulas.



Javier Arenas, ayer en Las Charlas de EL MUNDO, en Marbella. / JAVIER MARTÍN

Cuando una de las asistentes le preguntó por el futuro de los universitarios, el candidato del PP echó mano de la radiografía social que ha conseguido tener de Andalucía después de sus miles de kilómetros recorridos y dijo que se había pecado de confiar todo a un título de la Universidad: «A veces, el listo de la familia fue a estudiar una carrera y está en paro. El que no era tan listo estudió FP y ahora tiene un taller de carpintería metálica, paga sus letras y tiene el coche pagado. Hay que darle prestigio a esa otra formación».

Una pregunta sobre el aborto fue la ocasión para que el candidato del PP hablara de sus tres hijos. Dijo sus nombres, edades y explicó que el pequeño, de siete años, era la alegría de la casa para acabar diciendo que no le parecía lógico que él tuviera que autorizar que fueran a una excursión escolar al coto de Doñana y, con la vigente ley del aborto, pudieran interrumpir el embarazo sin su consentimiento.

«Quiero ser un presidente de la Junta respetado, pero no temido»

«Sé que EL MUNDO vigilará con independencia feroz mi labor de gobierno»

Tuvo palabras de elogio para los médicos y la enfermería de Andalucía que, aun siendo los peores pagados de España, eran los que sacaban adelante el trabajo diario en hospitales y centros de salud. En ese punto recordó que, sin ruedas de prensa y anuncios, el PSOE lleva tres años recortando en Sanidad y en Educación.

En la presentación de las charlas, Francisco Rosell, director de EL MUNDO de Andalucía, recordó que el domingo se puede acabar con la anomalía democrática que supone que en esta región no haya habido alternancia política. Explicó que Javier Arenas, a diferencia de otros presidentes de la Junta, está deseando serlo, como ha demostrado en ocho años en los que se ha recorrido Andalucía varias veces. El candidato del PP agradeció sus palabras y dijo que no tenía la menor duda de que EL MUNDO vigilaría con «independencia feroz» su labor en el Gobierno.

Tratamiento de hotel de lujo a cualquier inversor

B.G.V. / Marbella

Javier Arenas era perfectamente consciente ayer del auditorio en el que hablaba y dijo que no le parecía nada mal que Andalucía aspirara a ser la mejor zona residencial de Europa. Explicó que su Administración tratará con exquisitez a cualquier inversor que se quiera gastar un euro aquí, «como si estuviera en un hotel de cinco estrellas» y justo delante de él estaba Ricardo Arranz, propietario del hotel Villapadierna, donde precisamente estos días ha habido un encuentro entre promotores y posibles compradores rusos de casas de lujo.

También aprovechó la presencia de Manuel Contreras Ramos, presidente del grupo Azvi, patrocinador del evento, para explicar que él no es de los que critica la economía «del ladrillo».

El teatro de Marbella estaba lleno, tanto, que hubo gente que se quedó de pie. Al final, le esperaban a la salida del backstage como si se tratara de una estrella deportiva o un actor. Allí estaban señoras de edad conocidas por sus labores en asociaciones benéficas, trabajadores de hoteles y alguna madre casi adolescente con zarcillos y el niño envuelto en una manta, en brazos. Arropó al candidato del PP la plana mayor del partido en Málaga, desde Esperanza Oña, cabeza de lista al Parlamento y alcaldesa de Fuengirola, hasta Elías Bendodo, presidente de la Diputación o el alcalde de Málaga, Francisco de la Torre.

María Angeles Muñoz, de la que es muy amigo, explicó que Arenas estuvo al lado del pueblo de Marbella «en los momentos difíciles, cuando veíamos cómo se utilizaba el dinero público y no pensábamos que se fuera a hacer Justicia». El candidato del PP, de hecho, trazó similitudes entre la Marbella de Jesús Gil y la Junta de ahora: «Esta ciudad sufrió como nadie el zarpazo de los malos gobiernos y de la corrupción». Se metió al público en el bolsillo cuando dijo que estaba muy orgulloso de la Costa del Sol, «de que tantos andaluces del interior, como yo, que soy de Olvera, hayan encontrado trabajo en Marbella».

Francisco Rosell, director de EL MUNDO de Andalucía, explicó que el periódico, con las charlas, quiere ser un foro para aportar las ideas desde la sociedad civil más comprometida. Recordó que la labor de investigación del periódico en la corrupción de Jesús Gil y dijo que ahora también lo hacía con los escándalos de la Junta, como los ERE.

Rosell agradeció a Arenas que participara en estas charlas en una de las semanas más cruciales de su vida política, al enfrentarse a su «gran asignatura pendiente» que es la Presidencia de la Junta. El director de EL MUNDO explicó el viraje que ha sufrido la opinión pública, del escepticismo con la capacidad de Arenas para ganar a un optimismo que ahora el mismo candidato quiere controlar.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

ABC MARTES, 20 DE MARZO DE 2012
abcdesevilla.es/primerplano

para poder pagar las facturas que dejarán los socialistas, el líder del PP se ha referido a las elecciones y ha destacado la labor que van a realizar los interventores y los apoderados que van a participar en las elecciones andaluzas. Ha señalado que su partido se ha hecho de abajo a arriba y que el cambio político se va a hace también de esta forma, con la gente en la calle, y se ha comprometido a que cuando sea presidente de la Junta «vendré de la calle y seguiré en la calle».

Algo curioso

Arenas ha considerado «curioso» que cuando aparecen el paro y la corrupción, los ciudadanos «se acuerdan» del PP y dan la mayoría a esta formación, algo que, según ha explicado, ocurrió en municipios como Marbella, Estepona o El Ejido, y ha añadido que el gran problema es Andalucía es el paro pero también acabar con «los abusos que se han cometido» durante los últimos 30 años.

El líder popular ha destacado que su programa es de «mucho diálogo, mucha reforma y mucha austeridad», que luche «contra la crisis y por la regeneración democrática», y se ha mostrado partidario de despolitizar la administración, sacar la política de la sanidad y de la educación. Se ha comprometido a modificar las comisiones de urbanismo para que dejen de ser órganos políticos, así como de las juntas rectoras y de las comisiones de Patrimonio, de forma que se pueda «sacar» la política y situarla en manos «de los que son especialistas».

Ha insistido en que pretende ser el alcalde de toda Andalucía y ha confesado que se conformaría en hacerlo la mitad de bien que Muñoz y Oña, y ha hecho un llamamiento a que si gobierna encontrar el apoyo de ayuntamientos, diputaciones, sindicatos, empresarios, autónomos y trabajadores.Arenas ha asegurado que el 25 de marzo la Andalucía real, la de las 400.000 familias sin recursos y los 1,2 millones de parados «ganará» a la Andalucía «oficial y de los despachos».

«A ello hay que sumarle que el 49 por ciento de la población cualificada no tiene titulación», añadió.

Oña se reunió ayer con miembros de la Confederación Española de Empresas de Formación. En el encuentro, salieron a relucir también las tasas de fracaso escolar que sufre Andalucía. Entre las propuestas del PP en formación y empleo, señaló medidas como una única normativa en materia de formación en todas las provincias; ayudas para la formación previa «sin fraudes» programas formativos plurianuales, así como por la continuidad de los contratos de formación para menores de 30 años hasta que el paro joven sea menor al 15 por ciento --actualmente se sitúa en el 56 por ciento--.

El PA firma ante notario sus condiciones para pactar

▸ Entre ellas, la defensa de la autonomía, el no a la reforma laboral y un plan de empleo

ABC
EL PUERTO DE SANTA MARÍA

La secretaria general del Partido Andalucista y candidata a la Presidencia de la Junta, Pilar González, firmó ayer ante notario los compromisos que asume su partido para «garantizar los derechos de los andaluces y dinamizar la economía» y que «tendrá que aceptar» cualquier formación que «quiera la colaboración del PA» tras las elecciones.

El primer compromiso firmado ante notario por el PA es la defensa de la autonomía andaluza, lo que, para González, es la garantía de los derechos de los andaluces y la herramienta para salir de la crisis y resolver el principal problema de esta tierra, que es el paro. Junto a la defensa de la autonomía, el PA recoge un Plan de Empleo Prioritario para Andalucía (PEPA) y no a la reforma laboral del Gobierno; Banca Social Andaluza; Soberanía Energética cien por cien renovable; derecho a la vivienda y la renta social básica; un pacto andaluz por la defensa de la educación, salud, justicia y dependencia; el desarrollo completo del Estatuto; un nuevo modelo de financiación autonómica y exigencia del pago de la Disposición Adicional Tercera; una Ley Anticorrupción y de Transparencia de la administración pública; una Ley de Defensa de la Cultura de la Identidad de Andalucía; otra de Elecciones propias y reforma de la Ley Electoral Andaluza.

Pilar González ha resaltado que en el PA «tenemos las manos limpias y en nuestras listas no hay ningún imputado por corrupción porque nuestra manera de hacer política es clara, es honesta y diferente a la de otras fuerzas».

González, que ha suscrito este documento en El Puerto de Santa María (Cádiz) ante el notario Patricio Monzón Moreno acompañado por el concejal andalucista Jesús Ruiz, ha explicado que el objetivo de esta iniciativa es que los andaluces sepan «de manera nítidamente clara» cuál es la actitud del PA. «El proyecto del PA no es ocupar el poder sino transformar Andalucía. Nosotros hacemos lo que decimos y venimos de firmar ante notario lo que decimos que vamos a hacer, con la firme intención de cumplirlo desde los escaños del Parlamento andaluz», nos principios que tendrán que aprobar quienes quieran llegar a algún acuerdo con el PA.

Pilar González muestra el documento firmado ante notario. ABC

Pide el voto para políticas medioambientales

Equo quiere liderar el camino a la sostenibilidad

ABC
JAÉN

El candidato de Equo a la Presidencia de la Junta de Andalucía, Esteban de Manuel, ha solicitado a los votantes que «den un vuelco a las encuestas» que sitúan a esta formación fuera del Parlamento andaluz para, desde él, liderar la transición hacia una Andalucía Sostenible.

Así lo ha afirmado en Jaén donde ha hecho hincapié en que las políticas medioambientales son transversales a todas las demás, de manera que «por olvidar eso» el país vive inmerso en la crisis, a la que no se va a encontrar una salida «si no es dentro de los límites que impone nuestra casa común, la Tierra». En este sentido, De Manuel ha reforzado el mensaje de su partido para salir de la situación actual con vías alternativas, frente al modelo socialista de las últimas tres décadas, que está «agotado políticamente, dividido, incluso, el partido y con unas bases muy descontentas y sin fuelle».

Por ello, según ha analizado, gran parte de la población andaluza considera necesario un cambio que, a su juicio, no puede ser el que propugna el PP, ya que supondría ir «atrás». «Ése es el drama que estamos percibiendo porque no podemos permitirnos ir atrás ni en derechos sociales ni en políticas económicas», ha aseverado para precisar que rechazar la principal apuesta del PP en esta materia y que, en su opinión, es desarrollar el sector de la construcción hacia el ladrillo.

ABC SEVILLA (Sevilla) - 20/03/2012, Página 23
Copyright (c) DIARIO ABC S.L., Madrid, 2009. Queda prohibida la reproducción, distribución, puesta a disposición, comunicación pública y utilización, total o parcial, de los contenidos de esta web, en cualquier forma o modalidad, sin previa, expresa y escrita autorización, incluyendo, en particular, su mera reproducción y/o puesta a disposición como resúmenes, reseñas o revistas de prensa con fines comerciales o directa o indirectamente lucrativos, a la que se manifiesta oposición expresa, a salvo del uso de los productos que se contrate de acuerdo con las condiciones existentes.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

por los candidatos durante la campaña electoral

Javier Arenas	Diego Valderas	Pilar González	Martín de la Herrán
Fecha 19-3-2012 (199 km)	Fecha 19-3-2012 (98 km)	Fecha 19-3-2012 (11 km)	Fecha 19-3-2012 (37 km)
Acumulado 3.603 km	Acumulado 3.198 km	Acumulado 1.182 km	Acumulado 985,5 km

José Antonio Griñán junto a Francisco Menacho, ayer en Olvera

ABC

Griñán se une a las cooperativas en el pueblo de Arenas

▸En su visita a Olvera se compromete a defender a la agricultura ante la UE

S.B.
SEVILLA

José Antonio Griñán eligió bien el asunto y el auditorio. Olvera, el municipio con mayor densidad cooperativa de Andalucía pero, sobre todo, el pueblo de Javier Arenas, fue el escenario de las propuestas del candidato socialista sobre agricultura y las ayudas al olivar, la dehesa y el regadío. Tres sectores que permiten el mantenimiento de la población en el territorio y conservan el Medio Ambiente, según sus palabras.

Pero, sobre todo, el candidato socialista se puso al lado de los cooperativistas asegurando que está en el mismo camino que ellos y que su propuesta pasa porque la UE conceda ayudas «a la productividad y no a la tenencia».

Griñán se centró en las principales preocupaciones de los agricultores gaditanos, asegurándoles que trabajará ante la UE para acabar con el problema de los precios agrarios, que deben negociarse como un convenio colectivo, entre una unidad de productores y comercializadores. Sobre la postura de la Junta de Andalucía en la Política Agraria Común (PAC), el presidente se justificó asegurando que hace un año, la UE planteó una revisión que «no parecía mala», aunque «faltaba poner la música a la letra que decían y ahora desafina, no es la más adecuada».

La defensa del cooperativismo fue el eje central de su intervención en el acto de Olvera, en el que estuvo acompañado por el número 3 al Parlamento Andaluz, el consejero Francisco Menacho. No acudió al acto Luis Pizarro, antecesor de Menacho en el cargo y número 1 del PSOE por Cádiz y con quien mantiene grandes diferencias el candidato.

José Antonio Griñán trató de ganarse al auditorio un día antes de que fuese visitado por su adversario, que hoy estará en la localidad gaditana. También insistió en la importancia de las cooperativas para mejorar la competitividad, así como la revitalización del sector de la construcción a través de la edificación industrial, con incentivos públicos a los créditos bancarios para financiar el traslado de las fábricas desde los cascos urbanos hacia los polígonos empresariales.

El candidato socialista a la Presidencia de la Junta prometió un Instituto Tecnológico de Edificación sostenible, cuyo objetivo será rehabilitar viviendas y acondicionarlas para la eficiencia energética.

ABC SEVILLA (Sevilla) - 20/03/2012, Página 21
Copyright (c) DIARIO ABC S.L., Madrid, 2009. Queda prohibida la reproducción, distribución, puesta a disposición, comunicación pública y utilización, total o parcial, de los contenidos de esta web, en cualquier forma o modalidad, sin previa, expresa y escrita autorización, incluyendo, en particular, su mera reproducción y/o puesta a disposición como reseñas, reseñas o revistas de prensa con fines comerciales o directa o indirectamente lucrativos, a la que se manifiesta oposición expresa, a salvo del uso de los productos que se contrate de acuerdo con las condiciones existentes.

Publicaciones y Divulgación Científica
UMA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Publicaciones y Divulgación Científica
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA