

Debates en las ondas. Comparativa de los espacios electorales de coloquio en la radio entre las elecciones generales de 1982 y 2019 en España

Debates on the airwaves. Electoral talk shows on the radio: comparison between Spain's 1982 and 2019 general elections



Samuel García-Gil. Investigador posdoctoral en la Universidad del País Vasco (UPV/EHU). Doctor con menciones *cum laude* y Doctorado internacional por la Universidad de Valladolid (2022). Acreditado como Profesor Contratado Doctor por ANECA, es actualmente personal investigador del grupo de investigación “Nacionalismos y culturas políticas en el País Vasco en perspectiva comparada” de la UPV/EHU (GIU 20/02). Es también parte del equipo de trabajo del proyecto (I+D+i) “*Politainment* ante la fragmentación mediática: desintermediación, *engagement* y polarización” (PID2020-114193RB-I00), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (España). Sus publicaciones se centran en la Historia de los medios de comunicación, y particularmente de la radio en España. Además, ha ejercido el periodismo en medios como *El Norte de Castilla*.

Universidad del País Vasco (UPV/EHU), España
samuel.garcia@ehu.eus
ORCID: 0000-0001-9003-3874



Patricia Zamora-Martínez. Doctora en Periodismo con mención *cum laude* y Doctorado Internacional por la Universidad de Valladolid (Contratada Doctora acreditada, ANECA 2022). Actualmente, es investigadora posdoctoral Margarita Salas por la Universidad de Valladolid e investigadora invitada por la Universidad Complutense de Madrid en el grupo “Historia y Estructura de la Comunicación y del Entretenimiento”. Asimismo, forma parte del equipo de investigación del proyecto (I+D+i): “*Politainment* ante la fragmentación mediática: desintermediación, *engagement* y polarización” (PID2020-114193RB-I00), y es miembro del Grupo de Investigación Reconocido “Nuevas Tendencias en Comunicación” (NUTECO). Sus líneas de investigación se enmarcan en la historia de la televisión en España, la comunicación no verbal aplicada al ámbito político y el análisis del infoentretenimiento en la programación televisiva.

Universidad de Valladolid, España
patricia.zamora@uva.es
ORCID: 0000-0002-5730-7295

Recibido: 30/11/2022 - Aceptado: 08/03/2023 - En edición: 23/03/2023 - Publicado: 01/07/2023 Received: 30/11/2022 - Accepted: 08/03/2023 - Early access: 23/03/2023 - Published: 01/07/2023

Resumen:

Desde la libertad informativa de 1977, la radio en España ha servido como espacio de opinión y discusión pública. En 1980, Cadena Catalana emitió un debate electoral, “el primero en su género (...)

Abstract:

Since the freedom of information in 1977, Spanish radio broadcasting has served as a space for opinion and public discussion. In 1980, Cadena Catalana broadcast an electoral debate, “the first of its kind (...) after

Como citar este artículo:

García-Gil, S. y Zamora-Martínez, P. (2023). Debates en las ondas. Comparativa de los espacios electorales de coloquio en la radio entre las elecciones generales de 1982 y 2019 en España. *Doxa Comunicación*, 37, pp. 87-111.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n37a1872>



Contenido publicado bajo licencia Creative Commons, Reconocimiento No Comercial. Licencia Internacional

después de la Guerra Civil” (Munsó, 2006: 204). Sin embargo, apenas se han estudiado los debates electorales radiofónicos a escala estatal. Esta investigación plantea identificar y examinar los debates políticos producidos por radios españolas para las elecciones generales de 1982 –las primeras tras el debate catalán– y noviembre de 2019 –últimas hasta la fecha–, estableciendo una comparativa como primera aproximación hacia su evolución técnica y formal. Se aplicó una ficha de análisis, partiendo de los datos recabados en hemerotecas de *ABC*, *El País*, *Diario 16* y *La Vanguardia*, webs y redes sociales de radios (Cadena SER, Cadena COPE, Onda Cero y RNE). Se localizaron dos programas nacionales de debate, *Tertulias electorales* (1982) y *Debates COPE: El voto útil* (2019), a cuyos moderadores se realizaron entrevistas semiestructuradas. Los resultados revelan un contraste en aspectos como el canal de emisión –del analógico al *streaming*– y la participación de la audiencia –del teléfono a redes sociales–, aunque ninguno de ellos juntó a los candidatos a la Presidencia.

Palabras clave:

Radio; debates electorales; campañas electorales; entrevistas; España.

*the Civil War” (Munsó, 2006: 204). However, radio electoral debates have hardly been studied at the state level. This research aims to identify and examine the political debates produced by Spanish radios for the 1982 general elections –the first one after the Catalan debate– and November 2019 –the last to date– establishing a comparison as the first approach towards its technical and formal evolution. An analysis sheet was applied based on the data collected in daily newspaper archives *ABC*, *El País*, *Diario 16* and *La Vanguardia* websites and social media profiles from radio networks (*Cadena SER*, *Cadena COPE*, *Onda Cero* and *RNE*). Two national debate programmes were found. *Tertulias electorales* (1982) and *Debates COPE: El voto útil* (2019), whose moderators participated in semi-structured interviews. The results reveal a contrast in aspects such as the broadcast channel –from analogue to streaming– and audience participation –from the telephone to social networks– although, none of them brought together any candidates for the presidency.*

Keywords:

Broadcasting; electoral debates; electoral campaigns; interviews; Spain.

1. Introducción

Los medios de comunicación han estado ligados a la política desde su nacimiento, no sólo a través de la regulación de su actividad, sino también como “instrumento (órgano) real de la opinión pública” (Tönnies, 1979: 264; cit. en Bouza, 1998), capaz de alcanzar una “influencia considerable sobre las percepciones, opiniones y comportamiento de los ciudadanos” (Vladislavljević, 2015: 2). Como ya ocurriera con la prensa o la televisión, la radio también fue utilizada como herramienta de propaganda y movilización de masas, hasta transformar la vida de gobernantes y gobernados. El contexto histórico en el que nació explica su utilización como instrumento político; las ideologías totalitarias, nazismo y comunismo, “hicieron un uso intensivo de la radio-difusión, tanto para adoctrinar a sus poblaciones como para difundirse por el mundo” (Cotarelo, 2013: 229).

Así ocurrió en España, desde las primeras licencias de emisión concedidas en 1923 por la dictadura de Primo de Rivera, que “estableció sistemas de control” para evitar “la difusión de noticias, mensajes o ideas contrarias a los intereses oficiales” (Ezcurra, 1974: 295). Durante la Segunda República (1931-1936), la radio gozó de una mayor libertad, a costa de convertirse en un elemento que “exigía una dedicación específica” con la creación de un Ministerio de Comunicaciones (Balsebre, 2001: 268). Después de la Guerra Civil, la dictadura del general Francisco Franco asumió durante casi cuatro décadas el monopolio informativo mediante la oficial Radio Nacional de España (RNE), además de un férreo control político sobre el sistema radiofónico (Bustamante, 2013).

El gran cambio en la radio española se produjo a partir de 1977, en plena Transición democrática. La libertad de información para las radios privadas y la concesión de nuevas licencias en frecuencia modulada (Balsebre, 2002: 473-481) ampliaron la pluralidad y modificaron la relación entre radio y política. Es durante este apogeo cuando “la radio es descubierta como arma política” (Talaya, 2017: 89) y se posiciona como referente informativo a raíz de su papel en el golpe de Estado del 23 de febrero de 1981

(Díaz, 1992). Además, los programas de radio-participación como *Directo... Directo* (RNE, 1981-1985), basado en el coloquio telefónico con personajes de actualidad (García-Gil, 2021: 396), usaron las ondas para el libre intercambio de opiniones. En este sentido, las campañas electorales serían un momento de especial exposición para la confrontación de ideas: desde los espacios de propaganda regulados por ley¹ hasta las entrevistas con los candidatos² o, incluso, los debates.

El papel de la radio como espacio de debate político cuenta con escasos estudios previos, comparado con la televisión. Numerosos autores han analizado la naturaleza de los debates electorales televisados desde la comunicación política (Dader, 1998-1999; Berrocal, 2004; Cantavella *et al.*, 2008; Gallego y Martínez, 2013; García-Marín, 2015) o su evolución, de 1993 (Marín, 2019) a 2015 (López-García *et al.*, 2018), pasando por comparativas con el entorno europeo (Rúas-Araujo *et al.*, 2020) o su “simbiosis” con redes sociales como Twitter (Ruiz y Bustos, 2017; González-Neira *et al.*, 2020).

En cambio, la limitada bibliografía respecto a los espacios de opinión política en radio se centra en las tertulias. Estas han protagonizado monográficos (Toral, 1998; Sánchez, 1994), análisis de usos lingüísticos (González, 2014; Martínez-Costa y Herrera, 2007), pluralidad (Abejón, 2013; León y Gómez, 2011), ética y deontología, entre otros muchos enfoques (Santamaría, 1992; López, 1996; Moreno, 2002; Angulo, 2006; Colmenarejo, 2019).

Varios autores coinciden en situar el nacimiento de las tertulias radiofónicas en el programa *La Trastienda* de la Cadena SER, en 1984 (Sánchez, 1994: 13). Sin embargo, son escasas las referencias que ubican cuál fue el primer programa de debate radiofónico, en particular de carácter electoral. Entre ellas, Munsó (2006: 187) señala al especial *Quatre candidats per a una presidència* (*Cuatro candidatos para una presidencia*), emitido por la Cadena Catalana³ el 17 de marzo de 1980, que reunió para las elecciones autonómicas a cuatro cabezas de lista de los principales partidos en Cataluña⁴. Munsó (2006: 204) califica a este debate como “el primero en su género (...) después de la Guerra Civil”.

Este artículo toma aquella emisión como hito inicial, para plantear una nueva línea de análisis, la de los debates radiofónicos electorales, desde 1980 hasta la actualidad. No obstante, este enfoque no debe ignorar la evolución del medio, desde la radio analógica a la “ciberradio” (Cebrián, 2008), “post radio” (Ortiz, 2012) o la “radio que se ve” (Cavia, 2016). La introducción de la lógica multimedia en la radio convencional ha dado lugar a la “radiovisión” (Palazio, 1999; Gallego Pérez, 2010; López-Vidales, 2011), un modelo radiofónico que utiliza las tecnologías *podcasting* y *streaming* de Internet para ofrecer a los oyentes la posibilidad de ver –y no solo escuchar– informaciones multimedia, tertulias en vivo, chats o la radio a la carta. En esto, han contribuido factores como la influencia de la televisión (Pacheco, 2009), el incremento del uso de la tecnología móvil e Internet o la búsqueda del público joven (Gutiérrez *et al.*, 2011).

-
- 1 RNE y las antiguas radios del Movimiento debían ceder a las candidaturas espacios gratuitos de propaganda, como medios de titularidad pública (Herrero y Connolly, 2004: 157).
 - 2 Antes de la campaña electoral de 1977, RNE emitió *Diálogos políticos*, un ciclo de entrevistas, como parte de la política de Radiotelevisión Española de llevar “a sus estudios a los diversos líderes políticos del país para que comparecieran públicamente” (Fernández Asís (dir.), 1978: 18).
 - 3 Cadena Catalana fue un grupo de emisoras creado en el año 1978 alrededor de Radio España de Barcelona, propiedad mayoritaria de la Cadena SER y la Rueda de Emisoras Rato (Munsó, 2006: 17).
 - 4 Los candidatos eran Josep Benet (Partit Socialista Unificat de Catalunya, PSUC), Antón Cañellas (Centristes de Catalunya-Unión de Centro Democrático, CC-UCD), Jordi Pujol (Convergència i Unió, CiU) y Joan Reventós (Partit dels Socialistes de Catalunya-Partido Socialista Obrero Español, PSC-PSOE). El debate estuvo moderado por el periodista Enric Sopena.

La participación del oyente en la radio actual se gestiona a través de las redes sociales, dando lugar a la “radio personal”, “grabada-reproducida” o “creada-recreada” por los mismos usuarios (Cebrián, 2008: 31-32). Además, la multiplicidad de vías de escucha da pie también al concepto de “radio extendida” (Kischinhevsky, 2017), aquella que presenta multiplicidad de vías de audición; la radio del siglo XXI tiene la opción de ampliar las opciones de escucha, pues “la web y la *app* permiten ofrecer señales alternativas al oyente”, también en directo (Legorburu *et al.*, 2019: 73). Todos estos elementos resultan de interés para asumir cómo este salto evolutivo ha podido cambiar también la concepción del debate radiofónico desde sus orígenes.

1.1. Aproximación teórica al género del debate radiofónico

Aunque el fin de este artículo no es indagar en la definición del debate radiofónico, se presenta una aproximación a la teoría de géneros radiofónicos, necesaria para clarificar el objeto de estudio. La particularidad del medio radio obligó a adaptar la teoría clásica de géneros periodísticos para contemplar mejor “las propiedades de la comunicación oral, la fugacidad del mensaje y la presencia de elementos no lingüísticos” (Martínez-Costa y Herrera, 2004: 116). Así, se entiende el género radiofónico como “cada uno de los modos de armonizar los distintos elementos del mensaje radiofónico –especialmente la palabra– de manera que la estructura resultante pueda ser reconocida como perteneciente a una modalidad característica de la creación y difusión radiofónica” (Merayo, 1992: 173).

Los mismos autores que reconocen al debate como género radiofónico⁵ o audiovisual lo sitúan entre los dialógicos o apelativos, “modelos de representación de la realidad construidos con las aportaciones de los personajes de la actualidad que persiguen enriquecer el contar periodístico” (Martínez-Costa y Díez, 2005: 130). Bajo este paraguas se agrupan el debate, la mesa redonda y la tertulia, géneros que comparten la dinámica discursiva y el rol del moderador-presentador, encuadrados en modalidades como “organización de la polémica” (Prado, 1980; Martí, 1990), “actitud polémica y dialéctica” (Martínez-Costa y Díez, 2005: 150; Marta-Lazo y Ortiz (eds.), 2016: 101-102) o “coloquio” (Merayo, 1992: 176; Rodero, 2005: 229-235; Cebrián, 2007: 128).

La mesa redonda agrupa a “expertos o personas cualificadas sobre un tema de interés público”, que aportan puntos de vista “complementarios o contrapuestos” (Marta-Lazo y Ortiz (eds.), 2016: 107), mientras que el debate y la tertulia buscan la confrontación de ideas, cada uno con rasgos distintivos propios. La bibliografía atribuye a la tertulia cualidades como la periodificación, la presencia de participantes habituales –tertulianos–, el carácter distendido, la posible participación de los oyentes y la alternancia de temas, influidos por la actualidad (Merayo, 1992; Marta-Lazo y Ortiz (eds.), 2016; Santos, 2003). Sin embargo, tomando como referencia los autores citados, la caracterización más común del debate radiofónico incluye:

- varios participantes, de número limitado –que pueden ir individualmente o en dos grupos enfrentados– y que representan posturas contrapuestas;
- el presentador-moderador imparcial, encargado de mantener las normas del debate, con respeto, pero incentivando la polémica;

5 Incluso, el libro de estilo de la Cadena SER reconoce al debate al mismo tiempo como subgénero radiofónico –“diálogo entre dos o más personas que mantienen posiciones contrapuestas”– y como formato de programa, incluyendo el caso particular del “cara a cara” entre dos personas (Cadena SER, 2017: 82; 110-111).

- la estructura básica compuesta por la presentación del tema y de los participantes, exposición de argumentos y conclusiones de cada interviniente;
- los tiempos fijados de antemano para cada debatiente, que pueden ser estrictos o flexibles;
- la emisión en directo;
- y la especialización sobre un tema de interés y polémico, acordado previamente.

La expansión de las tertulias radiofónicas contrasta con el escaso tratamiento del debate, hasta el punto de que sea considerado un género únicamente “televisivo” (García de Castro, 2014: 43). La Cadena SER (2017: 110) señala en su libro de estilo cómo, “a diferencia de la tertulia o de la mesa redonda, el debate no suele tener un espacio habitual en la programación [...]”. Se reconoce así la excepcionalidad de los programas de debate, lo que explica su carácter de emisión especial, reservada para acontecimientos relevantes como unos comicios. Aunque el debate no está reservado solo para políticos, este género se muestra como un vehículo ideal en un contexto electoral, por su intrínseco contraste de ideas que permite “desarrollar nuevas propuestas a problemas de toda índole que plantea la sociedad” (Martínez-Costa y Díez, 2005: 144).

1.2. Los debates electorales televisados en España

El escaso estudio del debate electoral radiofónico contrasta con la presencia de los debates televisados, convertidos en una cita multitudinaria de las campañas electorales, pese a su breve recorrido en España (Hernández-Herrarte y Zamora-Martínez, 2020). Respecto a los debates entre cabezas de lista⁶, el primer cara a cara se emitió en Antena 3 el 24 de mayo de 1993 entre Felipe González (Partido Socialista Obrero Español, PSOE) y José María Aznar (Partido Popular, PP). Una semana después, ambos participaron en un segundo en Telecinco.

Después de 15 años sin debates electorales⁷, en los comicios de 2008 se retransmitieron dos encuentros entre los candidatos Mariano Rajoy (PP) y José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE), que reunieron a 13 y 11,9 millones de televidentes, respectivamente (Barlovento, 2019a) y desencadenaron un interés nuevo hasta la fecha por el estudio de los debates televisivos (García-Marín *et al.*, 2018). En la convocatoria de 2011 se repitió el mismo formato a dos PP-PSOE, aunque esta vez solo se celebró un evento, enfrentando a Alfredo Pérez Rubalcaba y Mariano Rajoy.

El abandono del sistema bipartidista, consolidado en 2015 con el auge de Podemos y Ciudadanos (Martín Jiménez *et al.*, 2017: 63), alteró la dinámica habitual de estos encuentros, al abrir espacio a más candidatos. En las elecciones generales de 2015 se combinaron dos tipos de debate: uno a cuatro, entre Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Iglesias (Podemos), Albert Rivera (Ciudadanos, C's) y la vicepresidenta de Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría (PP); y una semana después, el habitual cara a cara, esta vez entre Pedro Sánchez y Mariano Rajoy.

6 Aunque han sido menos estudiados, la televisión española ha emitido también debates electorales con más de dos candidatos –en dos ediciones de *La clave* (TVE) en 1982, pero sin Felipe González ni Adolfo Suárez (Berdón-Prieto y García-Gil, 2020: 348-349)–, sin cabezas de lista –como el Narcís Serra (PSOE)-Miquel Roca (CiU) en las generales de 1989– u otros en elecciones municipales y autonómicas (Luengo, 2011: 84).

7 Las elecciones generales de 1996, 2000 y 2004 no tuvieron debates electorales con candidatos presidenciales.

Los comicios de 2016 tuvieron un único debate político televisado donde se concentraron, por primera vez, los cuatro candidatos con mayor representación en el Congreso: Mariano Rajoy (PP), Pedro Sánchez (PSOE), Albert Rivera (C's) y Pablo Iglesias (Unidos Podemos, UP). Su emisión supuso el abandono del encuentro clásico a dos. Desde entonces, en las últimas campañas electorales de abril y noviembre de 2019, los debates televisados se organizaron teniendo en cuenta a todos sus protagonistas. Así, para las de abril se planificaron dos debates a cuatro en los que intervinieron Pedro Sánchez, Pablo Casado, Pablo Iglesias y Albert Rivera. En la repetición electoral de 2019 se realizó un único debate televisivo el día 4 de noviembre, con los cinco cabezas de lista más importantes en intención de voto: Casado, Sánchez, Iglesias, Rivera y, como novedad, Santiago Abascal (Vox). En total, desde 1993 se han emitido once debates electorales televisados en España con presencia de candidatos a la Presidencia. En su evolución (Imagen 1) se aprecia la presencia habitual de moderadores periodistas, la multiplicidad de cadenas interesadas en su emisión y el elevado interés que suscitan.

Imagen 1. Debates electorales entre candidatos a la Presidencia del Gobierno televisados en España

Fecha	Moderadores	Participantes	Canal de TV	Número de espectadores
24/05/1993	Manuel Campo Vidal	Felipe González  José María Aznar 	A3	9.625.000
31/05/1993	Luis Mariñas	Felipe González  José María Aznar 	T5	10.526.000
25/02/2008	Manuel Campo Vidal	José Luis Rodríguez Zapatero  Mariano Rajoy 	ATV*	13.043.000
03/03/2008	Olga Viza	José Luis Rodríguez Zapatero  Mariano Rajoy 	ATV*	11.952.000
07/11/2011	Manuel Campo Vidal	Alfredo Pérez Rubalcaba  Mariano Rajoy 	ATV*	12.005.000
07/12/2015	Ana Pastor y Vicente Vallés	Soraya Sáenz de Santamaría  Pedro Sánchez  Pablo Iglesias  Albert Rivera 	A3, La6	9.233.000
14/12/2015	Manuel Campo Vidal	Mariano Rajoy  Pedro Sánchez 	ATV*	9.728.000
13/06/2016	Ana Blanco, Pedro Piqueras y Vicente Vallés	Mariano Rajoy  Pedro Sánchez  Pablo Iglesias  Albert Rivera 	ATV*	10.496.000
22/04/2019	Xabier Fortes	Pedro Sánchez  Pablo Casado  Pablo Iglesias  Albert Rivera 	TVE*	8.886.000
23/04/2019	Ana Pastor y Vicente Vallés	Pedro Sánchez  Pablo Casado  Pablo Iglesias  Albert Rivera 	A3, La6	9.477.000
04/11/2019	Ana Blanco y Vicente Vallés	Pedro Sánchez  Pablo Casado  Pablo Iglesias  Albert Rivera  Santiago Abascal 	ATV*	8.632.000

 Partido Socialista Obrero Español (PSOE)
  Ciudadanos (C's)
 Partido Popular (PP)
  Unidos Podemos (UP), 2016 / Unidas Podemos (UP), 2019
 Podemos
  Vox
 A3: Antena 3. T5: Telecinco. ATV: Academia de la Televisión. La6: La Sexta. TVE: Televisión Española.
 Los debates con * fueron emitidos por varias cadenas simultáneamente (el del 22/04/2019 fue emitido también por TRECE y canales autonómicos).

Fuente: elaboración propia a partir de González-Neira *et al.* (2020), Barlovento Comunicación (2019a, 2019b, 2019c) e IPMark (2019)

1.3. *Objetivos e hipótesis*

El propósito general de esta investigación consiste en identificar y examinar los debates electorales que produjo la radio española previos a las campañas generales de 1982 y noviembre de 2019. Ambas corresponden a diferentes contextos políticos:

Las elecciones del 28 de octubre de 1982, convocadas por el entonces presidente del Gobierno, Leopoldo Calvo-Sotelo, otorgaron la mayoría absoluta al PSOE de Felipe González. Estos comicios son “considerados (...) como las señales definitivas del final de la Transición” (Tranche, 2016: 113).

En cambio, las elecciones del 10 de noviembre de 2019 procedieron de una repetición electoral. Los comicios del anterior 28 de abril habían dado la victoria al PSOE, pero el Ejecutivo en funciones presidido por Pedro Sánchez llamó de nuevo a las urnas, ante la incapacidad de conseguir apoyos suficientes para la investidura. Para esta situación extraordinaria, la campaña electoral se redujo a ocho días.

La elección de estas dos convocatorias se explica, en primer lugar, como vía de aproximación a este campo, que oriente sobre cómo la evolución del medio radio ha podido afectar a la ejecución del debate radiofónico. Considerando como primer debate electoral (1980) el antecedente de Cadena Catalana (Munsó, 2006), se parte de este para fijar dos extremos temporales de comparación: las primeras y las últimas elecciones generales desde entonces. Para ampliar el campo de estudio, se plantea incluir tanto debates entre candidatos a la Presidencia como entre representantes de los partidos políticos.

El objetivo general se concreta en tres objetivos específicos:

- OE1. Averiguar qué formato planteaban los debates electorales radiados, en particular sobre su duración, temáticas, invitados y participación.
- OE2. Explorar cómo se desarrollaron los debates emitidos para toda España, a través del papel de sus moderadores y de la audiencia.
- OE3. Comparar las posibles similitudes y diferencias entre los debates de difusión estatal de 1982 y 2019, con incidencia en la influencia de la radio digital.

En virtud de estos objetivos, se plantean las siguientes hipótesis de investigación:

- H1. En las convocatorias electorales de 1982 y 2019, la radio juntó a debatir a las cabezas de lista o candidatos a la Presidencia del Gobierno, dado su evidente interés público.
- H2. Los debates producidos en 1982 dieron pie a una participación más activa y directa de la audiencia que en los de 2019.
- H3. La emisión de los debates localizados en 2019 imitaba más rasgos propios de la televisión que en 1982, en línea con la actual “radio que se ve”.

2. Método

De cara a abordar los objetivos y dar respuesta a las hipótesis, se ejecutó un análisis de tipo cuantitativo (análisis de contenido) y otro de corte cualitativo (entrevista semiestructurada). Esta combinación de métodos está orientada a favorecer la comparación de los resultados y garantizar la fiabilidad del conjunto de la investigación (Martínez, 2005; Varela, 2014).

En primer lugar, se ha empleado el método del análisis de contenido, por su capacidad para examinar de manera sistemática, objetiva y cuantitativa los mensajes comunicativos (Berelson, 1952; Wimmer y Dominick, 2010; Riffe *et al.*, 1998). Al tratarse de dos etapas tan alejadas en el tiempo, la búsqueda de información para conformar el corpus de la investigación se ha adaptado a cada época de estudio. Para la recopilación de datos sobre los debates de 1982, se han utilizado como fuentes principales las hemerotecas de tres diarios generalistas de Madrid (*ABC*, *El País* y *Diario 16*) y uno de Barcelona (*La Vanguardia*), seleccionados por su amplia tirada y contrastada relevancia como formadores de opinión (Reguero, 2018: 16-17). Además, se ha completado la búsqueda con la revista semanal *Tele-Radio*, medio oficial de RTVE. La consulta de prensa abarca tanto noticias u opiniones sobre la cobertura radiofónica de las elecciones generales como los espacios publicitarios que las emisoras contrataron para promocionar su programación especial.

Para los comicios de 2019, se han realizado búsquedas en las hemerotecas digitales de *ABC* y *El País* y en las páginas web de cadenas radiofónicas, a través de palabras clave y etiquetas o *tags* como “radio”, el nombre de las emisoras y “elecciones generales”. En particular, se ha consultado las cuatro radios generalistas más escuchadas entonces según el Estudio General de Medios (EGM): *Cadena SER*, *Cadena COPE*, *Onda Cero* y *RNE*⁸. Asimismo, se han examinado de forma complementaria las publicaciones relacionadas con debates electorales en los perfiles de Twitter de las cuatro radios dentro del margen temporal analizado.

Los periodos de estudio incluyen los días de campaña, reflexión y votación de cada convocatoria, más los tres días laborales anteriores y posteriores. Por tanto, en el primer caso abarcan del 1 al 31 de octubre de 1982 y, en el segundo, cubren del 29 de octubre al 13 de noviembre de 2019 (Imagen 2). La repetición electoral de 2019 redujo los días de campaña, por lo que el segundo periodo es más reducido que el primero.

8 Según la segunda ola de 2019 del EGM, la Cadena SER sumaba 3.966.000 oyentes diarios; la Cadena COPE, 2.926.000 oyentes; Onda Cero, 1.807.000; y RNE, 1.174.000 (AIMC, 2019).

Imagen 2. Periodos de estudio de la investigación

1982 - OCTUBRE						
L	M	X	J	V	S	D
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

2019 - OCTUBRE						
L	M	X	J	V	S	D
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

2019 - NOVIEMBRE						
L	M	X	J	V	S	D
					1	2
					3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

XX	Periodo de estudio - días de campaña electoral, reflexión y votación
XX	Periodo de estudio - días anteriores y posteriores
XX	Fuera del periodo de estudio

Fuente: elaboración propia

Todos los datos han servido para completar una ficha de análisis original, compuesta por tres categorías y catorce variables (Tabla 1). El primer bloque está centrado en los datos de registro de la emisión, considerada una dimensión básica a la hora de codificar; el segundo se refiere a la periodicidad de la emisión –se entiende por “contenido regular” aquel que se emite de forma habitual y cuenta con varias emisiones, mientras que el “especial” se inserta puntualmente sin continuidad posterior prevista–. Por último, el tercer bloque aborda los aspectos formales y descriptivos. Para la elaboración del libro de variables, se han tenido en cuenta las cinco características que Sánchez Aranda (2005) considera esenciales para definir correctamente las categorías de cualquier código: la “exclusión mutua” permite diferenciar de manera clara las variables formuladas; la “homogeneidad”, establecer unos criterios comunes al seleccionar cada unidad muestral; la “pertinencia”, identificar las mejores variables para el análisis; la “claridad”, eliminar dudas sobre el término utilizado entre diferentes personas, y la “productividad”, pensar cuáles son los aspectos más enriquecedores para establecer las conclusiones.

Tabla 1. Ficha de análisis

EMISIÓN	<ul style="list-style-type: none"> -Emisora o cadena -Día de inicio -Hora de inicio -Duración -Título del programa
PERIODICIDAD	<ul style="list-style-type: none"> -Contenido regular o especial -Una o varias emisiones
FORMATO	<ul style="list-style-type: none"> -Temática(s) -Invitados -Moderador -Lugar -Presencia de público en el debate -Participación de los oyentes -Otros

Fuente: elaboración propia

Por otro lado, se realizaron entrevistas semiestructuradas con los moderadores de los debates localizados –y, por tanto, limitadas únicamente a profesionales de las radios que produjeron este género–. Esta técnica permite recabar en tiempo real datos sobre el problema de estudio e introducir preguntas nuevas no contempladas en el guion, con el fin de aclarar términos, ambigüedades y formalismos con el interlocutor (Denzin y Lincoln, 2005; Hesse y Leavy, 2011; Díaz-Bravo *et al.*, 2013). Su naturaleza flexible ha contribuido a que sea el método más habitual en investigación social, que garantiza alcanzar el grado de profundidad deseado.

Terminada la búsqueda hemerográfica y delimitados los programas de debate electoral emitidos a escala nacional –en línea con el segundo objetivo específico y la verificación de la segunda hipótesis–, se entrevistó a sus moderadores: los periodistas Miguel Ángel Nieto González⁹ (*Tertulias electorales* de Antena 3 de Radio, 1982) y Antonio Herráiz Ayuso¹⁰ (*Debates COPE: El voto útil*, 2019). Las entrevistas se realizaron por vía telefónica los días 2 y 9 de noviembre de 2022 y el guion del cuestionario se organizó en tres bloques. El primero estuvo centrado en la gestión y producción previa de la emisión; el segundo versó sobre las cuestiones técnicas del formato, y el tercero giró en torno al desarrollo y resultado, incidiendo en el papel del moderador y de los oyentes.

Para su preparación se procedió al visionado previo de los *Debates COPE...* de 2019, disponibles en YouTube. En cambio, no ha sido posible localizar grabaciones de las *Tertulias electorales* de 1982. La ausencia de registros sonoros es una limitación para las investigaciones sobre radio, pues hasta finales del siglo XX “las emisoras (...) solían expurgar la mayor parte de sus archivos sonoros transcurrido el plazo legal” de conservación (Marcos *et al.*, 2018: 665-666).

9 En 1982, Miguel Ángel Nieto dirigía en Antena 3 de Radio el informativo *El primero de la mañana*.

10 En 2019, Antonio Herráiz dirigía en la Cadena COPE el informativo *Mediodía COPE*.

3. Resultados

En este apartado se procede a presentar, en primer lugar, los resultados obtenidos del análisis de contenido y, a continuación, los relativos a las entrevistas.

3.1. Resultados del análisis de contenido

3.1.1. Elecciones de octubre de 1982

La campaña electoral de octubre de 1982 dio lugar a numerosos programas especiales. Entre ellos, se ha identificado una presencia destacada de debates y coloquios en radios locales o regionales. Un ejemplo fue *Especial elecciones 82*, de Radio España de Madrid, entre los días 4 y 26 de octubre de lunes a viernes, de 18 a 19 horas. Este “espacio informativo divulgativo” de 17 “coloquios” invitaba a los partidos políticos con representación en Madrid y, ocasionalmente, a otras formaciones “a designar para cada programa y que pudieran enriquecer el contenido del mismo” (ABC, 1982a: 72). Cada día, trataba un tema a fondo, desde la sanidad y la educación hasta la cultura y el medio ambiente¹¹. Daniel Vindel moderó estos debates, en cuya preparación trabajaron ocho personas encabezadas por su director, Fulgencio Sánchez¹². La publicidad del especial (Imagen 3) usaba como reclamo la participación del oyente, que podía preguntar a los candidatos por vía telefónica.

Imagen 3. Publicidad del *Especial Elecciones 82* (Radio España de Madrid)



Fuente: *Diario 16* (21/10/1982)

11 Los “coloquios” versaron sobre las siguientes temáticas: presentación (días 4 y 5), cultura (día 6), interior y orden público (día 7), relaciones internacionales (8), administración territorial-autonomía (11), medio ambiente y calidad de vida-ecología (12), sanidad y seguridad social (13), educación y universidad (14), transportes, turismo y comunicaciones (15), Fuerzas Armadas (18), obras públicas y vivienda (19), trabajo (20), economía y Hacienda (21), agricultura, pesca y alimentación (22), justicia, aborto y divorcio (25) y resumen y cierre (día 26) (*Diario 16*, 1982: 8).

12 Dato facilitado a esta investigación por Francisco Vela Teruel, redactor de la emisora en 1982 (F. Vela, comunicación personal, 9 de noviembre de 2022).

Por su parte, la Cadena Catalana programó varios debates en campaña. Dentro de su informativo nocturno *La nit* se incluyó un mediático cara a cara entre los primeros candidatos en Barcelona por CiU, Miquel Roca, y el PSC-PSOE, Ramón Obiols, coorganizado con el diario *La Vanguardia* para el cierre de campaña, el día 26. Este debate de hora y media estuvo moderado por Txema Alegre y Enric Sopena, ante el público del hotel Ritz de Barcelona, aunque las intervenciones de la audiencia fueron “desestimadas” (*La Vanguardia*, 1982b: 3-4). Se plantearon cuatro bloques (alianzas y acuerdos postelectorales, propuestas económicas, Cataluña y política cultural), seguidos de un turno de conclusiones. La crónica del periódico coorganizador elogiaba este debate “de altura, civilizado” y con “fluidez” (*La Vanguardia*, 1982b: 3-4).

En plena campaña, un periodista de *ABC* llegó a referirse al “síndrome de emplazar a debates públicos”, cuyo “máximo escenario” parecía ocurrir en el País Vasco (Martín Nogales, 1982: 35). El circuito de emisoras vascas de la Cadena SER emitió un debate organizado por la Agencia EFE, entre los candidatos del Partido Nacionalista Vasco (PNV), Xavier Arzallus, y del Partido Socialista de Euskadi (PSE-PSOE), Enrique Múgica, el 23 de octubre. Este debate duró una hora y alcanzó repercusión en la prensa nacional (Unzueta, 1982: 25; Pagola, 1982: 33; *Diario 16*, 1982: 48).

Esta densidad de debates no tuvo su equivalencia en las principales cadenas nacionales. El único ejemplo notable fue el de Antena 3 de Radio. Poco después sus primeras emisiones en la primavera de 1982 (Barrera y Dobón, 2015: 184), la cadena puso en marcha el 9 de septiembre sus *Tertulias electorales*, un mes antes de la campaña, con la presentación del periodista Miguel Ángel Nieto. El objetivo en sus casi dos horas era “aclarar el panorama político y ofrecer datos al oyente-votante (...) para que acuda a las urnas conociendo al dedillo lo que cada formación política ofrece” (*El País*, 1982a: 51), por lo que, a pesar de su título de “tertulias”, la participación de diversas opciones electorales pudiera acercar su naturaleza más a la del debate. Su publicidad en prensa utilizaba como reclamo el rostro de los cinco principales candidatos a la Presidencia del Gobierno: Adolfo Suárez, Santiago Carrillo, Manuel Fraga, Felipe González y Landelino Lavilla, bajo el lema “Escuche, compare y después vote” (Imagen 4).

Imagen 4. Publicidad de las *Tertulias electorales* (Antena 3 de Radio)

Fuente: *ABC* (13/10/1982)

Las dos cadenas de mayor cobertura y audiencia, *Radio Nacional* y la *Cadena SER*, realizaron coberturas especiales de las elecciones, con entrevistas a candidatos y participación de sus oyentes (*El País*, 1982b: 55; *ABC*, 1982b: 115; *La Vanguardia*, 1982a: 10). No obstante, esta investigación no ha localizado debates nacionales en las parrillas de RNE ni la SER. Aun así, la ausencia de un debate televisado empujó a una proposición pública de trasladarlo a la radio: la prensa recogió los rumores de un posible debate en directo en la Cadena SER con público presente. *Diario 16* apuntaba incluso que la propuesta del líder socialista, Felipe González, era realizarlo “en un estadio, ante 20.000 personas” (García Rivas, 1982: 13), pero finalmente no se materializó.

3.1.2. Elecciones de noviembre de 2019

Las parrillas de programación de las radios nacionales ofrecieron poca variación durante la campaña electoral de noviembre de 2019, sin apenas alteraciones con respecto a una semana regular. Los contenidos de SER, COPE, Onda Cero y RNE relacionados con los comicios se concentraron en sus programas habituales, salvo los programas especiales durante el escrutinio. Al margen del día de la votación, la única diferencia relevante fue la retransmisión íntegra de uno de los dos debates televisados a nivel nacional, en concreto, el debate a cinco organizado por la Academia de la Televisión el día 4 de noviembre. Las cuatro radios emitieron la señal del debate durante sus informativos nocturnos *Hora 25* (SER), *La Linterna* (COPE), *La Brújula* (Onda Cero) y *24 Horas* (RNE), aunque alargaron su duración habitual con una mesa de análisis posterior reduciendo o eliminando sus programas de medianoche (Imagen 5)¹³. No se hizo así con el debate a siete que organizó Radiotelevisión Española (RTVE) el día 1 de noviembre, y que solamente emitió la cadena informativa de RNE, Radio 5 (*RTVE.es*, 2019).

13 La Cadena SER y Onda Cero eliminaron por un día sus espacios deportivos (*El Larguero* y *El Transistor*). La Cadena COPE extendió *La Linterna* hasta las 0:56 horas y después emitió una versión reducida de *El Partidazo de COPE*.

Imagen 5. Tuits de *Hora 25*, *Cadena COPE*, *La Brújula* y *RNE*, durante la retransmisión del debate del 4/11/2019



Fuentes: @hora25, @cope, @BrujulaOndaCero y @rne (www.twitter.com). Elaboración propia

Sin embargo, sí que hubo una excepción durante la precampaña. La Cadena COPE organizó *Debates COPE: El voto útil*, una serie de cuatro encuentros moderados por el periodista Antonio Herráiz. Cada edición se centró en una temática específica, reflejada en sus títulos: “Crisis territorial” (día 10 de octubre), “Pensiones” (día 17), “Educación” (día 24) y “España, ante el desafío económico” (día 31). Estos se produjeron en directo con periodicidad semanal, los cuatro jueves previos al inicio de la campaña. Su duración osciló entre 1:14 y 1:21 horas y a ellos acudieron representantes del PSOE, PP, C’s, UP y Vox, aunque ninguna formación presentó a sus candidatos a la Presidencia del Gobierno (Tabla 2).

Tabla 2. Candidatos presentes en *Debates COPE: El voto útil*

	Crisis territorial (10/10/2019)	Pensiones (17/10/2019)	Educación (24/10/2019)	Economía* (31/10/2019)
PSOE	Patxi López	Mercè Perea	Mariluz M. Seijo	Daniel Fuentes
PP	Eduarne Uriarte	Jaime de Olano	Sandra Moneo	Mario Garcés
C's	Edmundo Val	Sergio del Campo	Marta Martín	Marcos de Quinto
UP	Roberto Uriarte	Yolanda Díaz	Sofía Castañón	Nacho Álvarez
Vox	Jorge Buxadé	Macarena Olona	Joaquín Robles	Jorge Buxadé
* El nombre completo del cuarto debate fue “España, ante el desafío económico”.				

Fuente: COPE (2019a; 2019b; 2019c). Elaboración propia

Los cuatro debates se retransmitieron íntegros por *streaming* de vídeo en la web www.cope.es y su canal de YouTube, reduciendo su presencia en radio y en la televisión del grupo, TRECE, a un seguimiento “en diferentes conexiones” (COPE.es, 2019).

3.2. Comparativa entre *Tertulias electorales* (1982) y *Debates COPE: El voto útil* (2019)

Los resultados descritos arrojan la emisión de dos programas de debate organizados por radios para un público nacional: las *Tertulias electorales* de Antena 3 de Radio (1982) y *Debates COPE: El voto útil* (2019). Las entrevistas a sus moderadores arrojan un mayor grado de detalle sobre el planteamiento, formato y resultado final, que permite una comparativa, aunque deben tenerse en cuenta los diferentes contextos políticos, mediáticos y técnicos de ambas producciones.

3.2.1. Canal de emisión

La diferencia más evidente entre los dos debates se revela en el canal de emisión. Mientras que las *Tertulias...* se emitieron por la señal de Antena 3 de Radio, en frecuencia modulada, la incorporación del vídeo en los *Debates COPE...* transformaba su resultado para ajustarse a su emisión por múltiples vías, aunque se usara como referencia la marca radiofónica, COPE. Según la experiencia de su moderador,

Jugabas con los lenguajes propios de cada medio. Las propuestas [de cada candidato] son comunes, da igual que tú las cuentes por la radio que por la tele, pero sí que el planteamiento que tú tienes que hacer como medio es abrirte a que el lenguaje llegue a los tres canales por los que tú estás lanzando el mensaje (A. Herráiz, comunicación personal, 9 de noviembre de 2022).

Además, el moderador destaca que era “la primera vez en la historia de la Cadena COPE” que se planteaba un debate de este tipo con emisión dirigida a radio, televisión y web. La emisión de COPE incluía numerosos recursos televisivos, como grafismos, rótulos, cronómetros en pantalla o vídeos introductorios. Incluso se sorteó la posición de los debatientes, tal y como ocurre con los debates televisados. El orden de las intervenciones en el comienzo y final de cada emisión también fue decidido por azar.

3.2.2. Lugar e invitados

El lugar del debate plantea otra diferencia notoria. Los *Debates COPE...* se desarrollaron en el plató de TRECE, en Madrid. En el caso de Antena 3, las *Tertulias electorales* tuvieron varios escenarios: de lunes a jueves, se desarrollaban en un restaurante de Madrid, mientras que los viernes se trasladaban a otras ciudades. En estas ediciones, se daba espacio también a partidos nacionalistas o regionales. El moderador, Miguel Ángel Nieto, recuerda incluso una intervención realizada en catalán para toda España:

Quando llegamos a Barcelona, hubo partidos que exigieron hablar en catalán. (...) Entonces, en antena, yo les dije: ‘señores, (...) tienen ustedes todo el derecho a hacerlo. Pero esta es una cadena de emisoras nacional. Entonces, los habitantes de Cataluña le van a entender a la perfección. Pero los de Cádiz a lo mejor no. Y los de Soria tampoco. (...) Ustedes verán a dónde quieren mandar el mensaje’. Y hubo uno que empezó hablando en catalán, y que se dio cuenta que no tenía sentido en un programa nacional, y siguió hablando en castellano (M.Á. Nieto, comunicación personal, 2 de noviembre de 2022).

En el caso de los *Debates COPE: El voto útil* de 2019, la elección de los invitados estuvo sujeta a la representación electoral previa de los cinco partidos más votados a escala nacional.

Tanto las *Tertulias electorales* de Antena 3 como los *Debates COPE...* plantearon una misma lógica temática: dedicar cada jornada a un asunto central, con especialistas escogidos por cada partido. En ambos casos, sus moderadores aseguran que la lógica del formato descartaba la idea de reunir a los candidatos a la Presidencia del Gobierno, que habría exigido otro planteamiento especial. Aun así, en el caso de Antena 3, Nieto recuerda que se llegaron a realizar gestiones de producción para reunir a todos los líderes en una tertulia especial, pero las incompatibilidades de agenda lo hicieron “imposible”.

3.2.3. Formato y rol del moderador

La rigidez del debate también varió entre ambos casos. El de Antena 3 tenía como antecedente unas tertulias electorales organizadas por el diario *ABC* en el año 1977, en las que Miguel Ángel Nieto ya había ejercido de moderador¹⁴. Cinco años después, Nieto repitió su papel, esta vez para la radio, como intermediario entre las preguntas de la audiencia y los turnos de palabra de los políticos:

La tertulia estaba separada en tres fases, que eran: preguntas de los oyentes, por teléfono, [y] preguntas de los presentes; respuestas de los candidatos; y contrarrespuestas de los propios candidatos. Entonces tenían dos minutos por respuesta y un minuto por contrarrespuesta. Y yo, que era el moderador, tenía una campanilla [para marcar el final del turno]. (...) Al principio esto chocaba mucho, pero llegó un momento en el que ya no hacía falta la campanilla (M.Á. Nieto, comunicación personal, 2 de noviembre de 2022).

Así, las preguntas del público eran parte esencial del programa, dejando el papel del moderador como árbitro para dar la palabra y controlar los tiempos. Nieto reafirma su idea de que “el moderador no tiene que opinar, (...) tiene que moderar”. Estas cualidades

14 Las tertulias de *ABC* en 1977 contaron con la participación de políticos como Manuel Fraga (Alianza Popular) y Alfonso Guerra (PSOE) (*ABC*, 1977: 24).

–tiempos acordados, moderador imparcial, participantes no habituales, temáticas específicas– confirman así que, a pesar de su denominación, el programa *Tertulias electorales* cumplía formalmente con las características del género radiofónico de debate. En 2019, *Debates COPE...* seguían una fórmula más flexible: la primera y última intervención eran las únicas con tiempo tasado, ambas de un minuto. El resto del debate no seguía una pauta fija de tiempo, por lo que los candidatos no tenían límite marcado. Un cronómetro instalado en plató permitía a los invitados ver la suma de minutos y segundos que había hablado cada uno, con el fin de comparar quién había participado más o menos. Estas reglas daban al moderador la función de repartir los turnos de palabra para compensar las intervenciones, según explica el propio Herráiz:

Yo jugaba con ese equilibrio en función de los tiempos que yo estaba viendo. (...) Nosotros evidentemente no tenemos tiempos tasados, como puede ser un debate en Radio Nacional. No tenemos que jugar en función de la representatividad de cada grupo, somos una radio privada y no tenemos esa obligación. Entonces el tiempo se estableció igual para todos (A. Herráiz, comunicación personal, 9 de noviembre de 2022).

El moderador se planteaba como objetivo “confrontar ideas” y plantear problemas “para que cada invitado pusiera sobre la mesa las soluciones” de su partido. Además, el formato del debate incluía preguntas pregrabadas de presentadores de COPE y TRECE, como Carlos Herrera, Ángel Expósito, Ana Samboal y Antonio Jiménez (COPE, 2019a; 2019b; 2019c; 2019d).

3.2.4. Participación de la audiencia

La realización de los debates en directo permitía la participación de la audiencia, aunque los canales de interacción también fueron cambiantes, en línea con los tiempos. En las *Tertulias electorales* de 1982, tanto el público presente como los oyentes por vía telefónica podían formular sus preguntas y existía un turno específico dentro del formato para plantearlas. En cambio, la audiencia de los *Debates COPE...* en 2019 podía mandar sus preguntas a través del *hashtag* #DebatesCOPE o por WhatsApp. En este caso, el moderador leía una selección de preguntas al final del debate. No había un turno de respuesta específico para responderlas, sino que se invitaba a los candidatos a hacerlo dentro del turno final o “minuto de oro”.

Por otro lado, mientras que los espacios de Antena 3 dejaban la entrada de público con invitación en la misma sala del debate, los producidos por COPE habilitaron un segundo espacio, aislado del plató, para que una audiencia invitada pudiera ver el desarrollo del programa. El público de los *Debates COPE...* incluía la presencia de “simpatizantes” de los cinco partidos políticos, que intervenían en dos ocasiones durante el espacio. La intención de los organizadores fue plantear un escenario alternativo que rompiera la monotonía del formato, según su moderador:

Se eligió como un elemento dinamizador. (...) Otra imagen diferente, que no se encorsetara tanto, con cinco señores y señoras sentadas en una mesa. Otra perspectiva (...) y, en principio, otro lenguaje también (...). El resultado fue que esos simpatizantes formaban parte de los equipos de los partidos (A. Herráiz, comunicación personal, 9 de noviembre de 2022).

Durante los debates, los “simpatizantes” respondieron a preguntas relacionadas con el tema del día, aunque reproduciendo el ideario de sus partidos afines. Solo en un caso se produjo una interacción con los candidatos, que provocó un turno de alusiones al representante de Ciudadanos Marcos de Quinto (COPE, 2019d).

Las similitudes y diferencias respecto a los dos programas analizados quedan resumidas en la siguiente comparativa (Tabla 3).

Tabla 3. Comparativa de las *Tertulias electorales* (1982) y los *Debates COPE: El voto útil* (2019)

	<i>Tertulias electorales</i> (1982)	<i>Debates COPE...</i> (2019)
Cadena	Antena 3 de Radio	COPE (emisión <i>online</i>)
Día de inicio	9 de septiembre	10 de octubre
Hora	20:15 horas	18:00 horas
Periodicidad	Diaria (de lunes a viernes)	Semanal (jueves)
Nº de ediciones	Dato no localizado*	Cuatro
Contenido	Programa especial	Programa especial
Duración	1:45 horas	Entre 1:14 y 1:21 horas
Temática(s)	Especializada	Especializada
Invitados	Especialistas seleccionados por cada partido	Especialistas seleccionados por cada partido
Moderador	Miguel Ángel Nieto	Antonio Herráiz
Lugar	Restaurante Mayte Commodore, Madrid (lunes a jueves); otras emisoras de Antena 3 (viernes)	Plató de TRECE, Madrid
Público presente	Sí	No
Participación	Sí (telefónica y presencial)	Sí (redes sociales y WhatsApp)
*La programación de Antena 3 que recoge <i>ABC</i> incluye <i>Tertulias electorales</i> hasta la semana posterior a la votación; asumiendo que mantuviese su emisión regular hasta entonces, el total rondaría las 35 emisiones.		

Fuente: elaboración propia

Ambos moderadores recuerdan esta experiencia como satisfactoria y pionera en sus determinados momentos: las *Tertulias electorales* de Antena 3, por su despliegue y formato, distinto para la radio; y los *Debates COPE...*, por su carácter integrador dentro de los canales de su grupo mediático.

4. Conclusiones

Desde que la radio española emitiera sus primeros debates electorales, esta investigación atisba cómo la cobertura radiofónica de los comicios generales ha podido verse afectada por la aparición y redimensión de los debates televisados como elementos centrales de las campañas. Así, las relativas a octubre de 1982 y noviembre de 2019 revelan diferencias sustanciales entre sí.

La campaña de las elecciones generales de 1982 no contó con un debate cara a cara entre los principales candidatos a la Presidencia ante las cámaras de televisión. En su lugar, las radios daban espacio a debates –sin los cabezas de lista de formaciones nacionales– y programas temáticos que se emitieron normalmente en periodo oficial de campaña, pero que, en ocasiones, incluso comenzaban un mes antes, como ocurrió con las *Tertulias electorales* de Antena 3 de Radio. La programación especial fue emitida fuera de la parrilla radiofónica regular, se invitaba al público a estar presente durante la emisión e, incluso, se les dejaba preguntar directamente a los candidatos, aunque con reglas rígidas respecto al tiempo del uso de palabra. La participación ciudadana en la radio se presentaba como una posibilidad de ampliación del debate público, de visibilidad y reconocimiento de las necesidades de distintos grupos e individuos, conectando con el fenómeno de la radio-participación característico de la Transición.

En cambio, el papel de la radio como lugar de debate fue bastante más secundario en 2019. Salvo el día de la votación, las cuatro cadenas generalistas con mayor audiencia (SER, COPE, Onda Cero y RNE) no habilitaron programas especiales que se salieran de sus parrillas habituales, quizás condicionadas por la brevedad de la campaña o la repetición electoral. El protagonismo de los debates electorales televisados se dejó notar, ya que las cuatro radios sí alteraron su parrilla en campaña durante el debate organizado por la Academia de la Televisión. Solo en precampaña la Cadena COPE organizó sus propios *Debates COPE: El voto útil*, con emisión íntegra *online*, en vídeo y limitando su presencia en antena a conexiones o resúmenes, sin alterar apenas su programación hertziana. El formato de *Debates COPE...* perseguía un mayor dinamismo, con reglas flexibles sobre el tiempo para cada candidato y las intervenciones de los “simpatizantes”, aunque al margen de esto, la participación de la audiencia tuvo una traslación más reducida en la emisión.

Los dos casos principales de estudio revelan varias diferencias, pero también algunas similitudes destacadas. La elección de temáticas especializadas permitió en ambos ejemplos que la audiencia conociera las propuestas de los principales partidos con representantes especializados en el asunto del día. Por otra parte, los moderadores adoptaron un papel imparcial, aunque Antonio Herráiz (COPE) tenía un mayor campo de acción que Miguel Ángel Nieto (Antena 3) debido a la flexibilidad de tiempos acordada entre candidatos. El principal contraste surge en el canal de emisión: mientras que en 1982 solo era posible la emisión de radio analógica, los debates organizados por COPE se emitieron íntegramente en *streaming*, aprovechando elementos visuales propios de la televisión (hipótesis H3 verificada). Aun así, la participación de la audiencia durante las *Tertulias electorales* fue mucho más directa y sin filtros, permitiendo las preguntas telefónicas y del público presente en el lugar del directo (H2 validada). A pesar de todo, ninguno de los debates localizados logró reunir a los candidatos a la Presidencia del Gobierno (H1 no corroborada).

Tanto la delimitación del campo de estudio –que deja fuera los debates en otras radios nacionales o autonómicas durante la convocatoria de 2019– como la ausencia de fuentes –archivos sonoros de las emisiones de 1982– son los límites de esta investigación. Con todo, este artículo supone un punto de partida para abordar la evolución de la cobertura radiofónica en las demás elecciones generales y reflexionar, en particular, sobre su convivencia presente y futura con los debates televisados, por ejemplo, explotando su presencia digital o reivindicando la participación como elemento diferenciador. Se plantea como futura línea de investigación analizar cómo la radio española ha transformado su enfoque programático de cara a las próximas campañas, así como el grado en que la televisión ha modificado o limitado la relevancia del debate político radiofónico.

5. Agradecimientos

Este artículo ha sido financiado por el Proyecto de Investigación “*Politainment* ante la fragmentación mediática: desintermediación, *engagement* y polarización” (POLDESPOL), referencia PID2020-114193RB-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (España).

Samuel García-Gil es beneficiario de la Convocatoria de contratación para la especialización de personal investigador doctor (2021) del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU), en el marco del Grupo de Investigación GIU 20/02.

Patricia Zamora-Martínez es beneficiaria de las Ayudas para la recualificación del sistema universitario español para 2021-2023 de la Universidad de Valladolid. Modalidad Margarita Salas. Programa financiado por la Unión Europea “NextGeneration EU/PRTR”.

Los autores agradecen a Sophie Phillips por la traducción de este artículo al inglés.

Los autores agradecen a Miguel Ángel Nieto, Antonio Herráiz, Francisco Vela, Rafael Cerro, Juan de Dios Rodríguez y Ramón Gabilondo su ayuda para esta investigación.

6. Contribuciones de cada autor/a

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	Samuel García-Gil y Patricia Zamora-Martínez
Metodología	Patricia Zamora-Martínez y Samuel García-Gil
Recogida y análisis de datos	Samuel García-Gil y Patricia Zamora-Martínez
Discusión y conclusiones	Samuel García-Gil y Patricia Zamora-Martínez
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	Samuel García-Gil y Patricia Zamora-Martínez

7. Referencias bibliográficas

ABC (1977, 9 de junio). Tertulia electoral en ABC. 24.

ABC (1982a, 4 de octubre). Las elecciones desde Radio España. 72.

ABC (1982b, 8 de octubre). Especial elecciones. 115.

Abejón Mendoza, P. (2013). Estado del periodismo de opinión en España: polarización, género y emolumentos. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 18(34), 93-109. Disponible en: <https://bit.ly/3xKbH45>

AIMC (2019). AIMC EGM. *AIMC.es*. Disponible en: <https://bit.ly/3KsMVgq>

- Angulo Egea, M. (2006). El periodismo de representación de las tertulias radiofónicas españolas. En VV.AA., *XIII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación* (pp. 113-128). Universidad San Jorge/AIJIC/Asociación de la Prensa de Aragón.
- Balsebre, A. (2001). *Historia de la Radio en España. Volumen 1 (1874-1939)*. Cátedra.
- Balsebre, A. (2002). *Historia de la Radio en España. Volumen 2 (1939-1985)*. Cátedra.
- Barlovento (2019a). *Análisis mensual del comportamiento de la audiencia TV. Abril, 2019*. Disponible en: <https://bit.ly/3Zfu4d9>
- Barlovento (2019b). *Informe de audiencia: debate electoral. Abril, 2019*. Disponible en: <https://bit.ly/3YTUpxl>
- Barlovento (2019c). *Informe de audiencia TV: debate electoral 4N. Noviembre, 2019*. Disponible en: <https://bit.ly/3pMayZ8>
- Barrera, C. y Dobón Roux, P. (2015). Antena 3 Radio: nacimiento y primer desarrollo de una empresa periodística singular. *Revista internacional de Historia de la Comunicación*, 1(4), 175-197. <https://doi.org/10.12795/RiHC.2015.i04.08>
- Berdón-Prieto, P. y García-Gil, S. (2020). *La clave desde el centro: UCD y CDS en el programa de Balbín (1976-1985)*. *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 14, 336-357. <https://doi.org/10.12795/RiHC.2020.i14.15>
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communications research*. Free Press.
- Berrocal Gonzalo, S. (2004). Una aproximación a la nueva retórica del líder político televisivo: acciones, cualidades y discurso. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinaria De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, 2, 53-67. Disponible en: <https://bit.ly/3XSb4QE>
- Bouza, F. (1998). La influencia política de los medios de comunicación: mitos y certezas del nuevo mundo. En J. Benavides (ed.), *El debate de la Comunicación* (pp. 237-252). Universidad Complutense de Madrid/Ayuntamiento de Madrid.
- Bustamante, E. (2013). *Historia de la radio y la televisión en España: Una asignatura pendiente de la democracia*. Gedisa.
- Cadena SER (2017). *En antena. Libro de estilo del periodismo oral*. Taurus.
- Cantavella, J., Bullough, R., Curiel, L.A., Morales, B., Mejía, C. y Pittaro, E. (2008). Algunos aspectos lingüísticos de los debates electorales Zapatero-Rajoy 2008. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, 79-98. Disponible en: <https://bit.ly/3KpPaBj>
- Cavia, S. (2016). Nuevo modelo de radio a través de la cuarta pantalla: radiovisión, la radio que se ve. *Fonseca, Journal of Communication*, 13(2), 65-84. <https://doi.org/10.14201/fjc2016136584>
- Cebrián Herreros, M. (2007). *Modelos de radio, desarrollos e innovaciones*. Fragua.
- Cebrián Herreros, M. (2008). *La radio en Internet*. La Crujía.
- Colmenarejo Pérez, J.P. (2019). *Las imágenes sonoras de la crisis del euro. Estudio del caso: El equipo económico de La Linterna, Cadena COPE (mayo 2010-julio 2012)* [Tesis doctoral, Universidad de Navarra].
- COPE (2019a, 10 de octubre). *Debates COPE: El voto útil. Crisis territorial* [vídeo]. *YouTube.com*. Disponible en: <https://bit.ly/3lhxO7M>
- COPE (2019b, 17 de octubre). *Debates COPE: El voto útil. Pensiones* [vídeo]. *Youtube.com*. Disponible en: <https://bit.ly/3Iq7AiL>
- COPE (2019c, 24 de octubre). *Debates COPE: El voto útil. Educación* [vídeo]. *Youtube.com*. Disponible en: <https://bit.ly/3Escx9m>

COPE (2019d, 31 de octubre). #DebatesCOPE: España, ante el desafío económico [vídeo]. Youtube.com. Disponible en: <https://bit.ly/3IqebJM>

COPE.es (2019, 9 de octubre). *Vuelve a ver el primer debate electoral del 10-N en COPE sobre la crisis territorial*. COPE.es. Disponible en: <https://bit.ly/2AYpA19>

Cotarelo, R. (2013). De la política de partidos a la política de multitudes. En R. Cotarelo (ed.), *Ciberpolítica: las nuevas formas de acción y comunicación políticas* (pp. 217-255). Tirant Humanidades.

Dader, J.L. (1998-1999). Entre la retórica mediática y la cultura política autóctona: La comunicación política electoral española como encrucijada de la 'americanización' del pluralismo democrático tradicional. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 4, 63-87. Disponible en: <https://bit.ly/3IIUUt1>

Denzin, N. y Lincoln, Y. (2005). *Manual de Investigación Cualitativa: Campo de la Investigación Cualitativa*. Gedisa.

Diario 16 (1982, 24 de octubre). Múgica (PSOE) y Arzalluz (PNV), enfrentados por el 23-F. 48.

Díaz, L. (1992). *La radio en España: 1923-1993*. Alianza.

Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M. y Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en medicina médica*, 2(7), 162-167. <https://bit.ly/3jJbJTr>

El País (1982a, 9 de septiembre). Antena 3 emite un programa diario sobre las elecciones. 51.

El País (1982b, 24 de septiembre). Radio. 55.

Ezcurra, L. (1974). *Historia de la radiodifusión española. Los primeros años*. Editora Nacional.

Fernández Asís, V. (dir.) (1978). *RTVE Informe 1978*. RTVE.

Gallego Pérez, I. (2010). *Podcasting. Nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros*. UOC Press.

Gallego Reguera, M. y Martínez Martínez, I. (2013). Comunicación institucional en los debates electorales entre candidatos a la presidencia del Gobierno en España en las elecciones generales (2008 y 2011). *Orbis. Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*, 9(26), 143-160. Disponible en: <https://bit.ly/3IdVytX>

García de Castro, M. (2014). *Información audiovisual en el entorno digital. La televisión y la radio informativa*. Tecnos.

García Rivas, A. (1982, 14 de octubre). Tirar la piedra y esconder la mano. *Diario 16*, 13.

García-Gil, S. (2021). Una *radio total* para la radiodifusión pública: el modelo de Eduardo Sotillos en Radio Nacional de España (1981). *Historia y Comunicación Social*, 26(2), 387-402. <https://doi.org/10.5209/hics.79150>

García-Marín, J., Calatrava, A. y Luengo, Ó.G. (2018). Debates electorales y conflicto. Un análisis con máquinas de soporte virtual (SVM) de la cobertura mediática de los debates en España desde 2008. *El Profesional de la Información*, 27(3), 624-632. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.may.15>

González-Neira, A., Berrocal Gonzalo, S. y Zamora-Martínez, P. (2020). Fórmulas de emisión y consumo de los debates televisivos en España en las elecciones legislativas de 2019. *El Profesional de la Información*, 29(2), 1-14. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.21>

- González Sanz, M. (2014). *Tertulia política y (des)cortesía verbal*. Universidad de Sevilla.
- Gutiérrez Lozano, J.F. (2005). La presencia del debate en televisión y su utilidad en la calidad de las programaciones. *Comunicar*, 25. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-143>
- Gutiérrez, M., Ribes, X. y Monclús, B. (2011). La audiencia juvenil y el acceso a la radio musical de antena convencional a través de internet. *Revista Comunicación y Sociedad*, 24(2), 305-311. <https://doi.org/10.15581/003.24.36208>
- Hernández-Herrarte, M. y Zamora-Martínez, P. (2020). La comunicación no verbal en las elecciones andaluzas 2018. Comparativa de Susana Díaz y Teresa Rodríguez en el debate de RTVE. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 49, 158-176. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i49.10>
- Herrero, J.C. y Connolly Ahern, C. (2004). Origen y evolución de la propaganda política en la España democrática (1975-2000): Análisis de las técnicas y de los mensajes en las elecciones generales del año 2000. *Doxa Comunicacion. Revista Interdisciplinar De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, 2, 151-172. Disponible en: <https://bit.ly/3XTcN8j>
- Hesse Biber, S.N. y Leavy, P. (2011). *The Practice of Qualitative Research*. Sage.
- IPMark: Casi 9 millones de espectadores siguieron el debate electoral en TV. Disponible en: <https://n9.cl/0boa6>
- Kischinhevsky, M. (2017). *Radio y medios sociales: mediaciones e interacciones radiofónicas digitales*. UOC.
- La Vanguardia* (1982a, 12 de octubre). Los debates públicos, ejes de la campaña. 7.
- La Vanguardia* (1982b, 27 de octubre). Roca-Obiols, debate de altura. 3-4.
- Legorburu Hortelano, J.M., García González, A. y Dorado Colmenar, J.V. (2019). Condicionantes de la programación radiofónica digital. En L.M. Pedrero y J.M. García-Lastra (eds.), *La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica* (pp. 59-82). Tirant.
- León Gross, T. y Gómez Calderón, B.J. (2011). La tertulia en España: Medios públicos, última frontera de la pluralidad. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 17(1), 67-80. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2011.v17.n1.4
- López Hidalgo, A. (1996). La tertulia, un género de moda. En J.M. Gómez y Méndez (ed.), *Espacio y tiempo informativos* (pp. 45-56). Pliegos de Información.
- López-García, G., Llorca-Abad, G., Valera-Ordaz, L. y Peris-Blances, A. (2018). Los debates electorales, ¿el último reducto frente la mediatización? Un estudio de caso de las elecciones generales españolas de 2015. *Palabra Clave*, 21(3), 772-797. <http://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.3.6>
- López-Vidales, N. (2011). La radio se transforma: nuevas tecnologías, nuevos hábitos de consumo y nuevos perfiles para el medio más cercano. En N. López y M.Á. Ortiz (eds.), *Radio 3.0: una nueva radio para una nueva era* (pp. 15-40). Fragua.
- Luengo, Ó.G. (2011, abril). Debates electorales en televisión: una aproximación preliminar a sus efectos inmediatos. *Revista Española de Ciencia Política*, 25, 81-96. Disponible en: <https://bit.ly/2JBa5mW>
- Marcos Recio, J.C., De la Cuadra de Colmenares, E. y Fernández Sande, M. (2018). Evolución histórica y perspectivas de futuro en la gestión del patrimonio radiofónico, cinematográfico, televisivo y publicitario. *Revista General de Información y Documentación*, 28(2), 659-683. <https://doi.org/10.5209/RGID.62843>

- Marín Pérez, B. (2019). El debate electoral cara a cara (1993-2019): nacimiento, desarrollo y retos de un formato de televisión consolidado en España con audiencias millonarias. *Razón y Palabra*, 23(105), 152-189. Disponible en: <https://bit.ly/3SILYsk>
- Marta-Lazo, C. y Ortiz Sobrino, M.Á. (eds.) (2016). *La información en radio. Contexto, géneros, formatos y realización*. Fragua.
- Martí Martí, J.M. (1990). *Modelos de programación radiofónica*. Feed-Back.
- Martín Jiménez, V., Vázquez, T. y Cebrián, E. (2017). Los formatos del politainment televisivo. En Berrocal-Gonzalo, S. (coord.), *Politainment. La política espectáculo en los medios de comunicación* (pp. 53-76). Tirant Humanidades.
- Martín Nogales, V. (1982, 12 de octubre). El síndrome del debate marca la campaña electoral en el País Vasco. *ABC*, 35.
- Martínez, M. (2005). *El paradigma emergente: Hacia una nueva teoría de la racionalidad científica*. Trillas.
- Martínez-Costa, M.P. y Díez Unzueta, J.R. (2005). *Lenguaje, géneros y programas de radio. Introducción a la Narrativa Radiofónica*. EUNSA.
- Martínez-Costa, M.P. y Herrera Damas, S. (2004). Los géneros radiofónicos en la teoría de la redacción periodística en España. Luces y sombras de los estudios realizados hasta la actualidad. *Comunicación y Sociedad*, 17(1), 115-143. <https://doi.org/10.15581/003.17.36334>
- Martínez-Costa, P. y Herrera Damas, S. (2007). La tertulia radiofónica como un tipo de conversación coloquial. *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinaria De Estudios De Comunicación Y Ciencias Sociales*, 5, 189-211. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n5a9>
- Merayo Pérez, A. (1992). *Para entender la radio. Estructura del proceso informativo radiofónico*. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.
- Moreno Espinosa, P. (2008). La tertulia radiofónica, foro para el siglo XXI. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 8, 275-291. Disponible en: <https://bit.ly/3xKwJje>
- Munsó Cabús, J. (2006). *Tiempo de radio. Memorias de Cadena Catalana 1978/1990*. La Esfera de los Libros.
- Ortiz Sobrino, M.Á. (2012). Radio y post-radio en España: una cohabitación necesaria y posible. *Área Abierta*, 12(2), 1-16. <https://n9.cl/w5pak>
- Pagola, J. (1982, 24 de octubre). Durísimo ataque de Arzallus a Múgica a propósito del 23-F. *ABC*, 33.
- Pacheco, M. A. (2009). La estructura actual de las retransmisiones futbolísticas en los programas de radio en España. *Revista Ámbitos*, 18, 99-114. Disponible en: <https://bit.ly/41jeU8n>
- Palazio, G.J. (1999). La radiovisión, el nuevo medio multiservicio. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 6, 179-197. Disponible en: <https://bit.ly/3BCT8kc>
- Prado, E. (1980). *Estructura de la información radiofónica*. Mitre.
- Reguero Sanz, I. (2018). *La otra Transición: la prensa de Madrid ante el Estado de las Autonomías (1977-1983)* [Tesis doctoral, Universidad de Valladolid].
- Riffe, D., Lacy, S. y Fico, F.G. (1998). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Lawrence Erlbaum Associates.

- Rodero Antón, E. (2005). *Producción radiofónica. Cátedra*.
- RTVE.es (2019, 1 de noviembre). Cómo seguir el debate electoral a siete de RTVE. *RTVE.es*. Disponible en: <https://bit.ly/3YSz8Eq>
- Rúas-Araujo, J., Campos-Freire, F. y López-López, P.C. (2020). Historia, evolución, audiencia y agenda temática de los debates electorales televisados en España dentro del contexto europeo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(2), 787-806. <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.67806>
- Ruiz del Olmo, F.J. y Bustos Díaz, J. (2017). La evolución del debate televisivo como herramienta de comunicación política. Análisis del caso español: de la televisión a *Twitter*. *Información y Sociedad*, 27(2), 235-252. Disponible en: <https://bit.ly/3ILyKSE>
- Sánchez Aranda, J.J. (2005). Análisis de contenido cuantitativo de medios. En M.R. Berganza y J.A. Ruíz San Román (Eds.), *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación* (pp. 207-228). McGraw Hill.
- Sánchez Serrano, C. (1994). *Las tertulias de la radio. La plaza pública de los 90*; Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.
- Santamaría Suárez, L. (1992). Las Tertulias radiofónicas y televisivas, manifestaciones atípicas del periodismo de opinión. *Periodística: revista académica*, 5, 129-134. Disponible en: <https://bit.ly/3XMADmg>
- Santos Díez, M.T. (2003). *Periodismo radiofónico*. Servicio Editorial Universidad del País Vasco.
- Talaya, S. (2017). *Los ecos del boom de la radio. A 25 años de la noche de los transistores*. Los Papeles del Sitio.
- Tönnies, F. (1979). *Comunidad y asociación*. Península.
- Toral, G. (1998). *Tertulias, mentideros y programas de radio*. Iberdania.
- Tranche, R.R. (2016). 28 de octubre de 1982, una noche para un líder. Radiografía de una imagen para la Historia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(1), 101-123. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2016.v22.n1.52584
- Unzueta, P. (1982, 24 de octubre). Debate público entre Arzallus y Múgica en torno al Gobierno de gestión de 1980. *El País*, 25.
- Varela, L. (2014). *Agenda building y frame promotion en la campaña electoral de 2011: la circulación del discurso entre partidos, medios y ciudadanos* [Tesis doctoral, Universidad de Valencia]. <https://bit.ly/42VjJFa>
- Vladisavljević, N. (2015). Media framing of political conflict: A review of the literature. *Media, Conflict and Democratisation* [working paper]. University of Leeds. Disponible en: <https://bit.ly/41fhOLj>
- Wimmer, R.D. y Dominick, J.R. (2010). *Mass Media Research: An Introduction (9th ed.)*. Cengage Learning.