

LAS AGENDAS DE LA CIUDADANÍA DURANTE LA CRISIS ECONÓMICA

Fermin Bouza *

Resumen

La metodología usada en este trabajo se basa en un procedimiento analítico con el que se pueden construir auténticos mapas cognitivos de los procesos racionales de las personas y los colectivos de toda condición, y se puede describir y aún prever un escenario posible desde las bases creenciales de esos colectivos y personas cuyas intensidades y matices temáticos las agendas ciudadanas muestran con gran eficiencia. Igualmente observables, las agendas más determinantes, la política y la mediática, operan como los principales exportadores de temas a las agendas ciudadanas, que apenas tienen otra forma de respuesta que dar mayor o menor relevancia a un tema, relevancia no siempre coincidente con el rango del tema en la agenda mediática. La agenda política es la responsable de buena parte de la agenda mediática y, entre ambas, transfieren a la agenda pública y a la Personal los temas preferentes de una y otra, aunque no siempre coinciden ciertos temas secundarios ni los rangos de los principales con los temas de las agendas ciudadanas, y estas variaciones se traducen en una mayor o menor correlación entre las diversas agendas, según tomemos o no un número grande, medio o pequeño de temas para establecer la correlación de rangos o de porcentajes-rango. En todo caso la potencia de los medios (agenda mediática) y las dificultades de la ciudadanía (agenda pública) para interactuar con sus políticos (agenda política) y con sus proyectos económicos (agenda económica) generan un malestar cívico que, en tiempos de crisis, se hace más patente, rotundo e inquietante.

Abstract

The methodology used in this paper is based on an analytical procedure used to construct authentic cognitive maps of the rational processes of people and collectives of all kind, and a possible scenario can be described and even predicted on the basis of the belief foundations of these collectives and people, whose intensities and thematic subtleties are revealed very efficiently by citizen agendas. Equally observable are the ways in which the most influential agendas, political and media, operate as the main exporters of issues to citizen agendas, which hardly have any other way of responding than to give more or less attention to a subject, attention that does not always coincide with the ranking of the subject in the media agenda. The political agenda is responsible for much of the media agenda and, between the two of them, they transfer their respective favourite issues to the public and personal agenda, although certain secondary issues do not always coincide nor do the rankings of the lead issues with those on citizen agendas, and these variations translate into a greater or lesser correlation between the different agendas, depending on whether a large, medium or small number of issues are taken to establish the correlation of ranks or percentage-ranks. In any case, the power of the media (media agenda) and the difficulties of citizens (public agenda) to interact with their politicians (agenda political) and their economic projects (economic agenda) generate civic unrest which, in times of crisis, becomes even more patent, forceful and worrying.

1. Agendas y trayectos cognitivos: una introducción teórica

No hace mucho tiempo explicaba en un libro¹, escrito también con el sociólogo Juan Jesús González, del grupo *Agenda y Voto*², libro que quería ser una historia de las conductas de voto en el Reino de España, cómo las agendas³ (mediática, pública, política y personal, sobre todo⁴) reflejan con especial claridad los movimientos cognitivos de la ciudadanía hacia la cosa pública, y cómo los especialistas en conductas electorales y en opinión pública en general, así como en comunicación política, tienen en esas agendas una fuente central de datos para describir, explicar y hasta prever conductas del *homo electoralis*, a modo de hombre pragmático que trata de optimizar su voto a partir de cierta información básica.

* Universidad Complutense de Madrid.

¹ González y Bouza (2009).

² Formado, aparte de nosotros, por Palmira Chavero, Raquel Rodríguez y Antón R. Castromil.

³ La pregunta de la que se obtiene la llamada Agenda Pública es conocida en la bibliografía norteamericana como la pregunta MIP (most important problem), originalmente formulada por Gallup y su gente a principios del siglo pasado, y que en español tiene la formulación principal de esta forma (CIS): "¿Cuál es, a su juicio, el principal problema que existe actualmente en España? ¿Y el segundo? ¿Y el tercero?". En la modalidad internacional, la pregunta no insiste la segunda ni la tercera vez.

⁴ Ver Anexo de dicho libro: "Agendas, voto y medios de comunicación. Introducción al análisis de Agenda desde las elecciones generales de 2008".

Las diversas teorías y subteorías vinculadas a la *Rational Choice* se encargaron de explicar algunas minucias de estos movimientos, pero las agendas nos llevan más allá y de modo aún más contrastable o empírico.

La eficiencia de comparar agendas para llegar a conclusiones sobre la dinámica social es atribuible, sobre todo, a la teoría de la *Agenda-Setting*⁵, un modelo analítico de la relación entre agendas con propuestas teóricas de largo alcance (“la agenda de los medios se transfiere a la agenda pública”), que han determinado y lo siguen haciendo el complejo estudio de la relación entre medios, políticos y ciudadanos.

La propuesta de este artículo es la de analizar la evolución de la agenda pública durante la crisis y compararla con periodos anteriores, así como desmenuzarla en su estructura interior para observar sus intra-relaciones más significativas. Las agendas que se manejan son, sobre todo, agendas agregadas globales (medias), salvo que se diga otra cosa en alguno de los rótulos de gráficos y tablas.

La democracia inter-mediática (competencia entre medios) es la forma en que denomino aquí al modelo que funciona en el Reino de España, y que es el modelo llamado *mediterráneo* de “pluralismo polarizado” por Hallin y Mancini en un libro reciente pero ya clásico en el estudio de los medios⁶.

En el libro de González y mío, ya citado (nota 1), puede verse el modelo aplicado al análisis del voto. Este modelo se caracteriza, por usar los términos que uso en este artículo, porque los medios tienen agendas (mediáticas: temas principales) muy alineadas con las alternativas políticas que se ofertan, de tal manera que entre medios, y entre sus agendas, existe una confrontación similar a la existente entre partidos.

La democracia o la variedad de opinión e informativa no se da tanto en el interior de los medios como en su lucha externa con otros medios (*pluralismo polarizado*) por ganar lo que se denomina la batalla de la agenda (*the battle of the campaign agenda*), una denominación ya clásica y muy expresiva que popularizó Pippa Norris (1997), la conocida profesora de la Universidad de Harvard.

La relevancia de las agendas mediáticas para la construcción de la Agenda Pública de la ciudadanía está plenamente constatada, aunque las correlaciones estadísticas entre agendas varían según momento y lugar, sometidas a una dinámica de enorme interés para las ciencias sociales, dinámica que expresa percepciones, cogniciones, actitudes y perspectivas de futuro, centrales para diseñar escenarios a corto y medio plazo.

⁵ McCombs y Shaw (1972).

⁶ Hallin y Mancini (2004).

La evolución del paro en la agenda pública y en el INEM, y su repercusión en la imagen de la política, los políticos y los partidos.

Lo que vamos a ver en los gráficos es la evolución de esas cogniciones, y la relevancia de esas cogniciones viene avalada, entre otros fundamentos, por el conocido *Teorema de Thomas*⁷, de gran trascendencia en el giro kantiano de las ciencias sociales y el consecuente incremento de la atención a las percepciones/cogniciones de la población: *lo que definimos como real es real en sus consecuencias*.

Es obvio que en tiempos de crisis el conocimiento sistemático de las percepciones de la población es fundamental para trazar políticas económicas y, sobre todo, para comunicarlas. Cuando este sistema complejo “percepción, comunicación, datos objetivos” no está bien entramado y existen fuertes diferencias entre datos y/o irregulares o torpes formas de comunicarlos y explicarlos, se incrementa inevitablemente el malestar colectivo, varía la dinámica de voto y se pierde, en cierto modo, el control de la situación.

En esta misma medida la observación e interpretación correcta de todos esos datos permitirá ese control y una mejora en las relaciones comunicativas entre la población y los gobiernos. El ideal comunicativo pasaría así por un correcto conocimiento de la situación objetiva/subjetiva y una correcta aplicación del *timing* (momento oportuno), *framing* (encuadre oportuno y correcto) y *priming* (relevancia y capacidad de determinación de la noticia económica frente a otras).

Con absoluta frecuencia lo percibido como real es, además, real, como puede verse (Gráfico 1) en la evolución del porcentaje de atención/percepción del paro como problema en la Agenda Pública y el incremento del número de parados registrados (INEM), así como el deterioro de la imagen/percepción de la política y los políticos, tres variables cuyas significativas correlaciones van en la Tabla 1.

Tabla 1. Correlación (r) entre temas-problema de la Agenda Pública y el paro registrado (INEM) por trimestres homogéneos desde marzo de 2008

	Paro en agenda pública	Clase política, partidos políticos	Paro registrado /100.000
Paro en la Agenda Pública (problema de España)		,811(*)	,947(**)
Clase política, partidos políticos (críticas genéricas)	,811(*)		,936(**)

⁷ “if men define situations as real, they are real in their consequences”; en Thomas y Thomas (1928); pp. 571-572.

Gráfico 1. Evolución de la percepción como problemas del país en la agenda pública (datos CIS) de la “clase política, partidos políticos” (críticas genéricas) y el “paro”, y evolución del paro registrado (Inem)

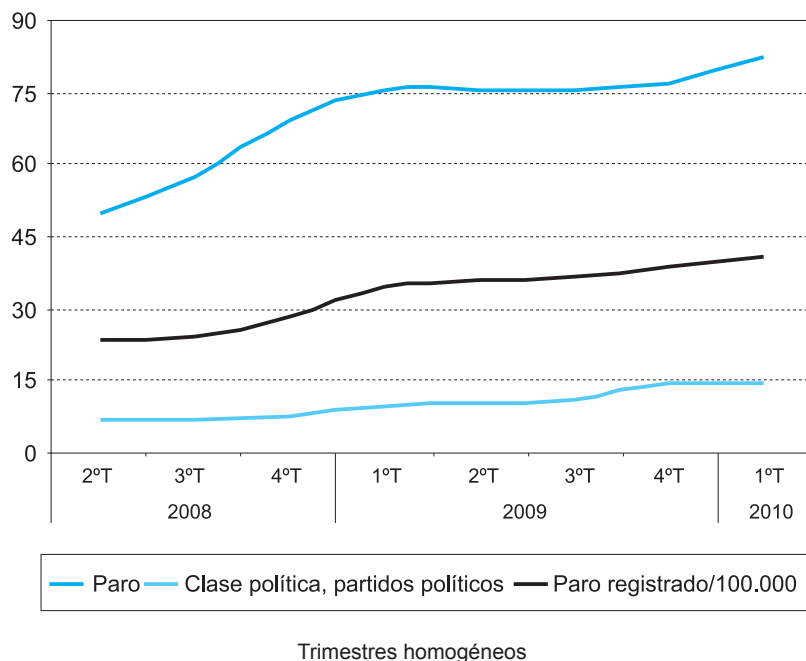


Gráfico 2. Evolución del paro en la agenda pública durante la actual legislatura

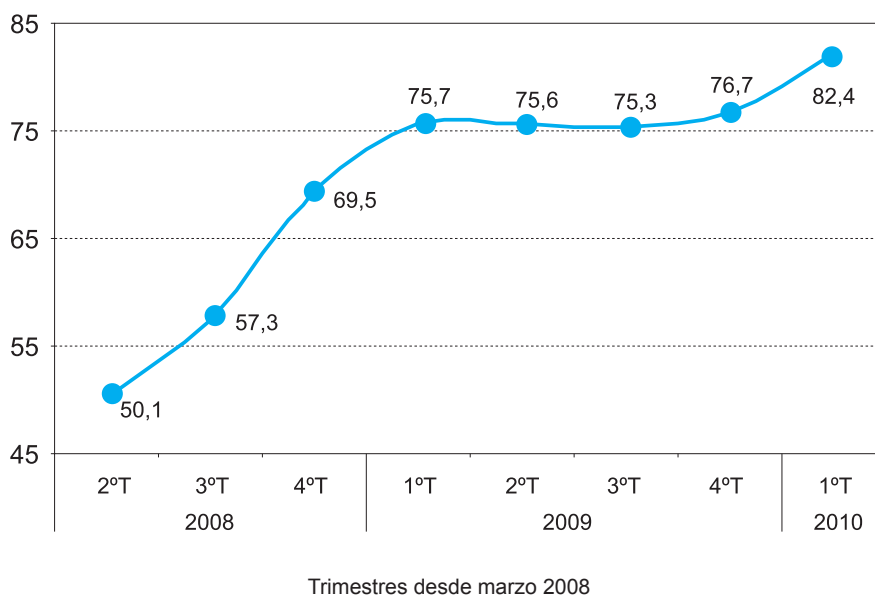
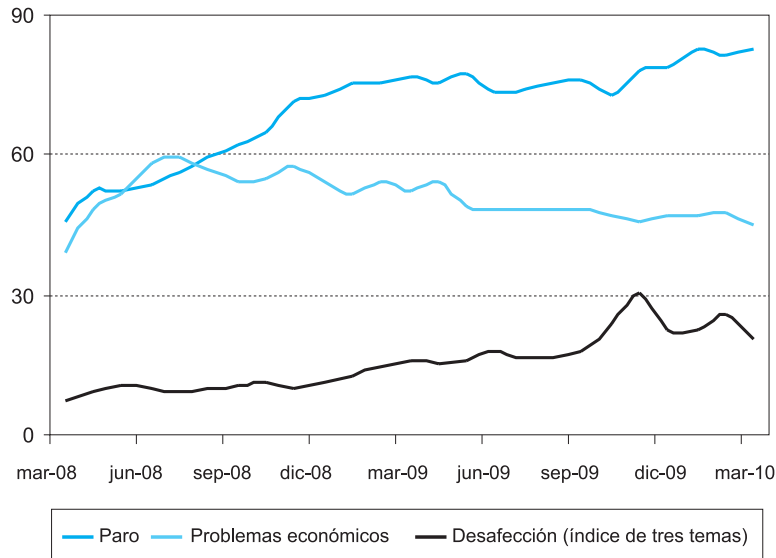


Gráfico 3. Evolución de los temas económicos (paro, problemas económicos) y del Índice de Desafección. Marzo 2008-marzo 2010

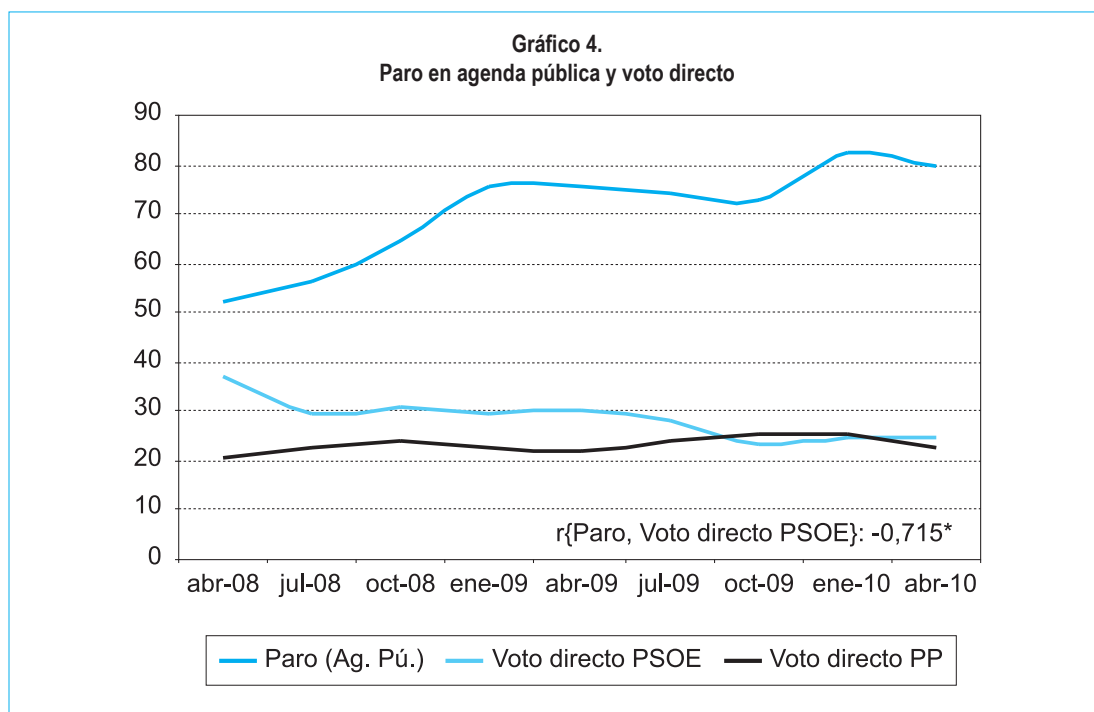


Por tanto, la evolución del paro (que en el Gráfico 2 podemos ver aisladamente) es mucho más que un problema económico: determina la imagen de la política y genera escepticismo y distancia, por tanto, hacia la misma democracia, cuya viabilidad en ese esquema evolutivo es muy problemática, pues se tiende a desvincular de la buena marcha económica que, frecuentemente, se une al autoritarismo en épocas de crisis. Ése es el problema de mayor magnitud sociopolítica.

Si al tema de la agenda pública que el CIS codifica como “La clase política, los partidos políticos”, le añadimos el tema que codifica como “El Gobierno, los políticos y los partidos”, y el tema que codifica como “La corrupción y el fraude”, tenemos un índice de tres indicadores, que tiene un porcentaje competitivo con los grandes temas económicos (“El paro y los problemas económicos”, y es ese tema-índice el que figura en el Gráfico 3 junto con “El paro y los problemas económicos”. Estos últimos, “Los problemas económicos”, tienden a bajar a medida en que el paro como problema dominante lo amenaza todo:

2. Paro y voto: la repercusión de la economía en el sistema demoscópico

Vemos ahora lo que ocurre en la conexión del sistema económico y el sistema democrático-electoral. Para no complicar innecesariamente la explicación, recurriré exclusivamente a correlaciones, que son muy intuitivas y no precisan mayor interpretación. Lo haré en la misma serie marzo de 2008/marzo de 2010, de la que se pueden manejar datos completos en el momento en que redacto este artículo (son datos CIS tratados, a veces, para homogeneizar series de diversas formas aceptables que no varían los estadísticos).



En el Gráfico 4 pueden verse tres series, la ya conocida del paro en la agenda pública, y las de la evolución del voto directo en encuesta del PSOE y del PP. Las correlación de la evolución del paro es inversa y significativa con la evolución del voto PSOE (-0.715*) y directa pero no significativa (0,632) con la evolución del voto PP (está muy cerca de la significación).

Con estos datos vemos también el sentido de la crisis en el área política, y vemos como la crisis económica, la política y la comunicación pública o política forman un entramado sistémico que explica en sus diversos despliegues el sentido total de lo que ocurre. Cualquier explicación debería incluir estos campos para dar cuenta plena de lo que va ocurriendo durante la crisis económica en este país y en cualquier otro. Las explicaciones demasiado sectoriales dejan muchos espacios de interpretación en blanco y no dejan ver ni los árboles ni la totalidad del bosque. ¿Cuánto hay de política del gobierno o de la oposición en la evolución/percepción de una crisis de esta magnitud? ¿Cuánto hay de actividad ciudadana, positiva o negativa, en la misma evolución de la misma crisis? ¿Qué hubiera ocurrido si la comunicación pública del anterior gobierno griego hubiera sido correcta?

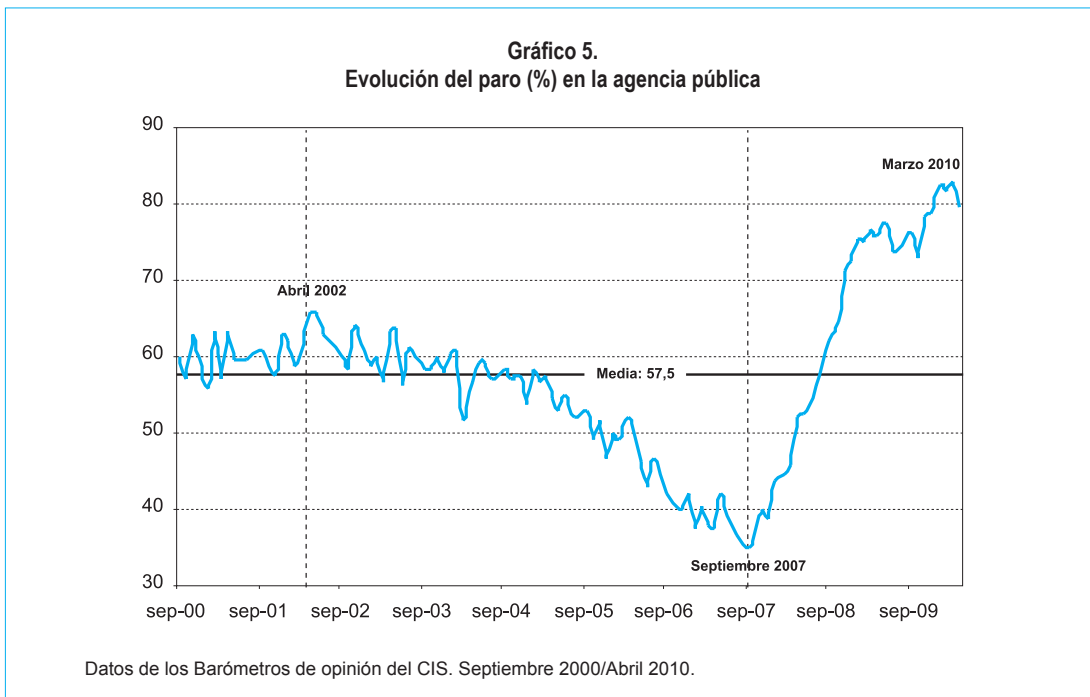
3. Temas principales en la agenda pública y personal: temas económicos

He hablado del paro como gran tema estrella de la crisis, pero para valorar exactamente su significado es preciso observar su evolución a largo plazo. Estamos hablando de percepción social, porque la agenda pública agregada nos muestra las medias de los porcentajes colecti-

vos, de las percepciones colectivas sobre cuál es el principal problema de España (ver nota 3). Sabemos que *lo que percibimos como real es real en sus consecuencias*, y sabemos, por tanto, que esa percepción porcentual (que además correlaciona muy significativamente con la evolución numérica real del paro registrado) determina conductas sociales, políticas y económicas.

El Paro, en la Agenda Pública tomado desde los datos que manejo (septiembre de 2000/abril de 2010), muestra tres momentos perceptivos que pueden ser explicativos, entre otras cosas, de las conductas electorales y de sus complejos matices⁸. Son éstos:

1. En el primer tramo desde el inicio de la muestra (septiembre de 2000) al punto más alto de percepción del paro como problema (abril de 2002), hay una cierta estabilidad por encima de la media de la serie y con tendencia al alza, tendencia que se consuma en abril de 2002.
2. Esa tendencia se mantiene en el mes de mayo de 2002, y desde ahí inicia una caída de muchos años hasta septiembre de 2007, bajando a mínimos la media de la serie. Esta caída abarca tanto a los gobiernos del PP (segunda legislatura de Aznar) como del PSOE (primera legislatura de Zapatero). Es, pues, transpolítica, y refleja muy bien el momento más expansivo del empleo, con el sector de la construcción “presidiendo la farra”, que diría Gil de Biedma en un hermoso poema (*A una dama muy joven, separada*) y hablando de otras cosas.

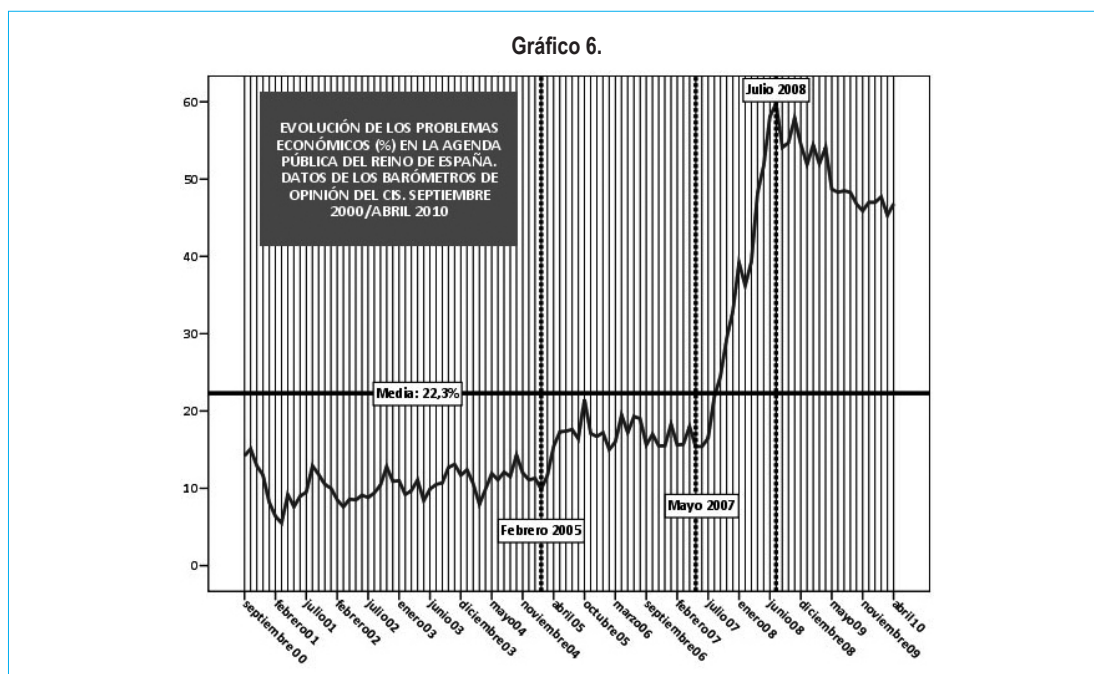


⁸ Sobre el tema del “voto económico”, estrictamente vinculado a estas cuestiones, es relevante Fraile (2005).

- El tercer tramo es el de la crisis: desde septiembre de 2007 hasta marzo de 2010 no deja de subir el porcentaje del Paro como problema, y el gráfico expresa con precisión esa tormenta perceptiva, que se corresponde estrictamente con la realidad empírica. Las elecciones generales de 2008 se harán en este escenario.

El paro tiene un tema que le acompañará a lo largo de la escalada, es lo que el CIS codifica como “Problemas económicos” (según el CIS: “carestía de la vida, precios, quejas generales de cómo está la situación económica”). Vamos a ver su evolución individualizada del paro en el Gráfico 6 (con el paro mantiene una correlación suficiente y significativa a lo largo de la serie: 0,414**).

Los problemas económicos, al igual que el paro pasan por una serie de fases, pero en este caso sólo una es realmente significativa: no hay una percepción muy relevante de los problemas económicos como problemas del país (agenda pública) hasta que, a partir de mayo de 2007, en que alcanzan un mínimo dentro de un proceso irregular de estabilidad al alza, pasan acrecer constantemente hasta julio de 2008 (en junio y julio de 2008 los problemas económicos son el tema principal de la agenda pública), a partir de cuyo barómetro comenzarán a ser superados por el paro, que viene avanzando a toda máquina desde unos meses antes. De esta forma, y en la agenda pública, el paro regresa a donde solía y se convierte de nuevo en el problema principal del país en la conciencia colectiva de sus ciudadanos. En esta larga competencia no serán estos temas económicos los que alcancen la primera plaza de la agenda pública como problema principal. En periodos más tranquilos de las mismas series, otros temas alcanzaron ese rango. Lo veremos en el próximo apartado.

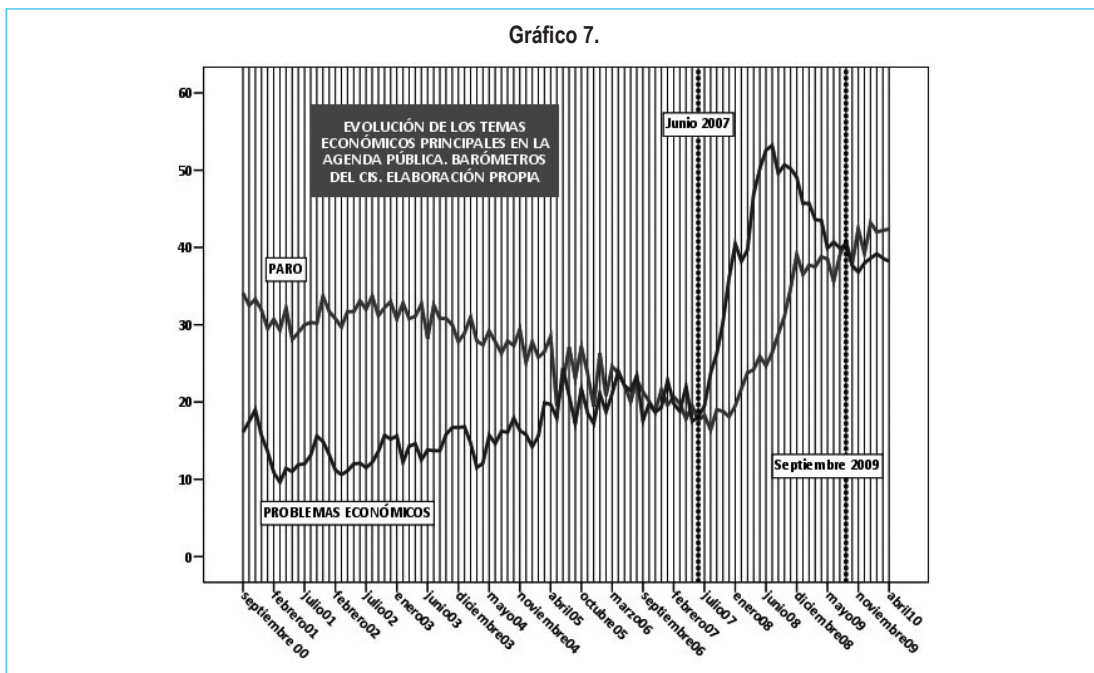




El paro es considerado el problema más grave, y los problemas económicos son el segundo gran tema a lo largo de la crisis, pero la gran amenaza general es el Paro. No ocurre así siempre en la llamada agenda personal o agenda privada (en el CIS el enunciado para la agenda personal: “¿Y cuál es el problema que a usted, personalmente, le afecta más? ¿Y el segundo? ¿Y el tercero?” [multirrespuesta]), en la que los problemas económicos son, durante un tiempo, más importantes para una mayoría que el paro, que siempre amenaza a menos gente.

Los problemas económicos son, en la agenda personal, una amenaza concretada y generalizada, por eso son, sobre todo, un problema personal. Cuando el paro se dispara, también pasa a ser el primer problema en la agenda personal: se vive ya como una amenaza mayoritaria, directa y real. Lo vemos en el Gráfico 7.

Resumiendo: la agenda personal define amenazas individualizadas y nos coloca en posición egotrópica, la agenda pública nos coloca en posición sociotrópica. La valoración conjunta de ambas agendas es muy relevante para precisar el alcance de cada tema en las conductas políticas y económicas, pero también en las conductas electorales y en la comunicación pública de las instituciones, organizaciones o partidos políticos. La comparación entre ambas agendas para todas estas cosas se puede hacer de diversas maneras. En otro trabajo he elaborado un concepto para ello, el *área de impacto de la comunicación política*⁹. En todo caso, la valoración conjunta permite circular entre los problemas personales y los interpretados como colectivos y ver un mapa completo en el que la imagen del país y la de uno mismo se encuentran para dar como resultado toda la complejidad de la dinámica social y económica vista por la ciudadanía.



⁹ Bouza (2004).

4. Los temas principales no directamente económicos en la agenda pública y personal

En la agenda pública (también en la personal) hay muchos más temas que los directamente económicos y algunos de singular relevancia. De marzo de 2008 (tras las elecciones) a abril de 2010 (último barómetro del CIS mientras escribo esto) los valores de la tendencia central durante ese periodo (para algunos, menos, como puede verse en la Tabla 2) son, en los principales y/o más significativos temas, los siguientes:

Agenda pública (marzo 2008/abril 2010)	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típica	Rango
7 TEMAS RELEVANTES, POR SU RANGO, EN TODA LA SERIE %					
Paro	35,0	82,8	57,5	11,5	1
Terrorismo, ETA	11,1	80,1	39,4	17,3	2
Problemas económicos	5,5	59,8	22,3	16,4	3
Inmigración	5,4	59,2	21,3	9,8	4
Vivienda	2,0	37,3	16,1	9,6	5
Inseguridad ciudadana	8,0	29,0	15,8	5,1	6
La clase política, partidos políticos (críticas abstractas o genéricas)	4,6	19,4	8,6	2,9	7
3 TEMAS SIGNIFICATIVOS EN ALGÚN MOMENTO DE LA SERIE %					
Los problemas relacionados con la calidad del empleo	1,1	14,4	5,3	3,5	
El gobierno, los políticos y los partidos (críticas concretas)	1,0	5,9	3,6	1,3	
La corrupción y el fraude	0,2	10,4	2,3	2,6	

El tema “la clase política, los partidos políticos” es el gran tema emergente (llega a ocupar el tercer rango en la agenda pública). Mantiene con el paro una correlación positiva, alta y significativa (0,745**). Es la cara política de la crisis. Si construimos un índice de desafección acumulando tres indicadores desde julio de 2009 (“La clase política, los partidos políticos”; “El Gobierno, los políticos y los partidos”; “La corrupción y el fraude”) la evolución nos muestra (ver Gráfico 8) una tendencia al alza, la misma del Paro percibido y del paro registrado (INEM). Las altas correlaciones nos muestran un sistema cognitivo que atribuye los problemas de la crisis a la política y a sus representantes y organizaciones.

La repercusión de la crisis económica en el sistema político (creencias, apoyos, alianzas, ideologías, votos...) llega a cuestionar la misma validez de todo él. La inexistencia real de organizaciones revolucionarias extremas o reaccionarias extremas, como en otros tiempos históricos, hace posible que esta desafección (fuerte y profunda) no tenga otras repercusiones que las de anunciar, *ceteris paribus*, una importante abstención electoral. O quizá entonces ya se habrán equilibrado las cosas y la abstención no sea significativa.



Gráfico 8. Índice de desafección con tres temas: “clase política, partidos políticos”; “gobierno, políticos y partidos” y “corrupción y fraude”

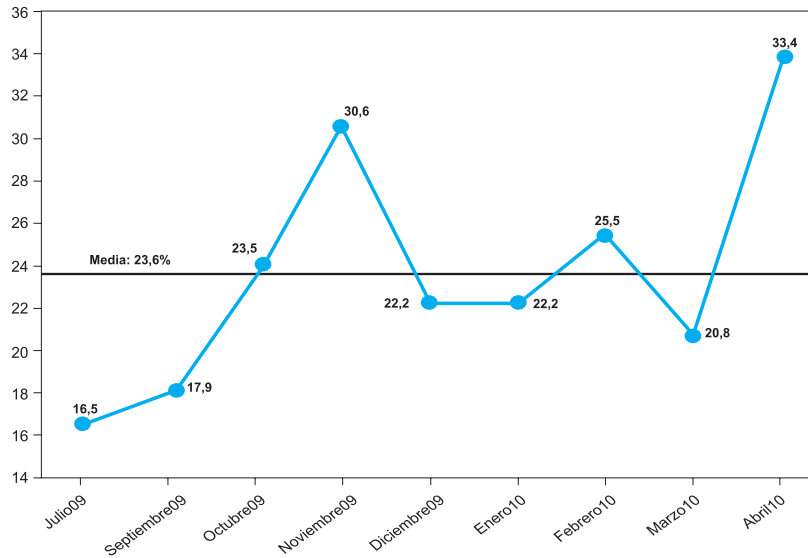
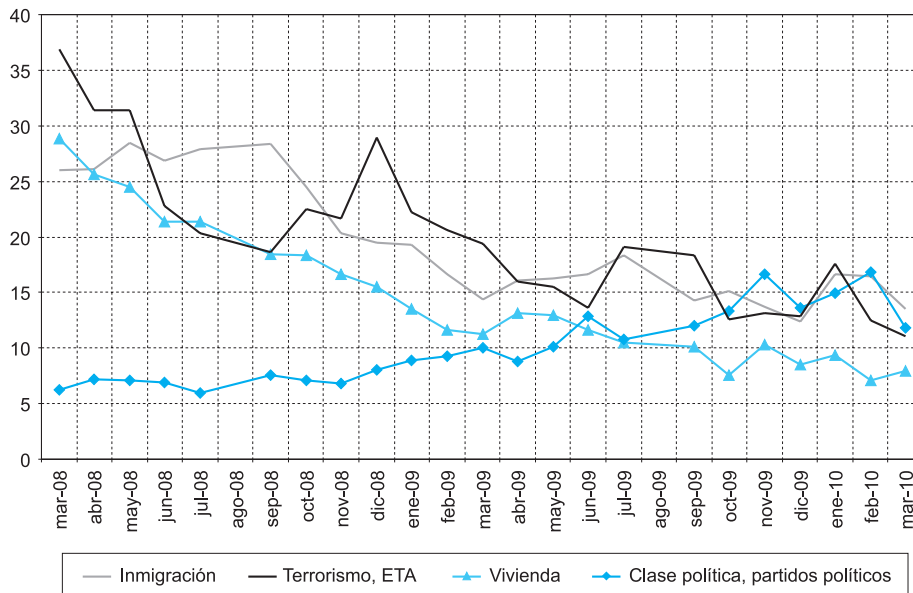


Gráfico 9. Temas principales, no directamente económicos, en la agenda pública



En el Gráfico 9 de temas relevantes pero no directamente económicos podemos observar algo fundamental en el imaginario colectivo de esta crisis: baja la percepción (%) de los temas como problema salvo “La clase política, los partidos políticos”, que sube sin parar, es decir: casi nada importa fuera de la propia crisis económica y la variada debilidad de los gestores del sistema político, los dos grandes temas genéricos, y las críticas se dirigen a todos ellos,

no necesariamente al gobierno o a un partido específico. Estamos, pues, ante una atribución de responsabilidad a todos los actores políticos relevantes, y es ese sistema político complejo que llamamos democracia una víctima del imaginario social que muestran las agendas en la crisis económica en curso. Que la salida política de la crisis ya no pueda ser tan inquietante como en tiempos más agitados para los países avanzados y semiavanzados es un importante consuelo, pero no deja de ser intranquilizador que se vuelva a abrir la vieja frustración social y su también viejo legendario.

5. La agenda pública (agregada: 57.025 sujetos) por autonomías desde marzo de 2008 a marzo de 2010

No todas las Comunidades Autónomas están viviendo con la misma intensidad según qué tema a lo largo de la crisis. En la Tabla 2 y en la Tabla 3 vemos esta distribución de los temas por Comunidades Autónomas, en la primera desde marzo de 2008 a marzo de 2010, y en la segunda desde enero a marzo del 2010, más próximo al día de hoy. Los porcentajes hablan por si mismos y hay poco que añadir. Les invito a que comparen apoyándose en los sombreados grises con que se resaltan aquellas cifras notablemente por encima de la media y/o muy significativas.

Pueden ver también cómo en los últimos meses los rangos se han movido en la línea ya comentada en la que los temas económico/políticos van en los primeros lugares, en los que también se le suma “La inmigración”, tema siempre importante y que ahora revive al albur de los conflictos de vestuario en Cataluña y Madrid, sobre todo.

6. A modo de conclusión: la capacidad descriptiva y predictiva de las agendas pública y personal durante la crisis

Lo expuesto muestra un procedimiento analítico con el que se pueden construir auténticos mapas cognitivos de los procesos racionales de las personas y los colectivos de toda condición, y se puede describir y aún prever un escenario posible desde las bases creenciales de esos colectivos y personas cuyas intensidades y matices temáticos las agendas ciudadanas muestran con gran eficiencia. Igualmente observables, las agendas más determinantes, la política y la mediática, operan como los principales exportadores de temas a las agendas ciudadanas, que apenas tienen otra forma de respuesta que dar mayor o menor relevancia a un tema, relevancia no siempre coincidente con el rango del tema en la agenda mediática. La agenda política es la responsable de buena parte de la agenda mediática y, entre ambas, transfieren a la agenda pública y a la personal los temas preferentes de una y otra, aunque no siempre coinciden ciertos temas secundarios ni los rangos de los principales con los temas de



Tabla 3.
Porcentajes y rangos en la agenda pública por Comunidades Autónomas desde marzo de 2008 a marzo de 2010 (57.025 casos/sujetos).
Cifras agregadas desde los Barómetros del CIS. Las celdas sombreadas son las medias más elevadas y significativas (según criterio) por encima de la media general

AGENDA PÚBLICA Marzo 2008/Marzo 2010	Paro	Problemas de índole económica	Terrorismo, ETA	Inmigración	Vivienda	Inseguridad ciudadana	Clase política, partidos políticos	Educación	Problemas relacionados con la calidad del empleo	Sanidad	Gobierno, políticos y partidos	Corrupción y el fraude
Andalucía	75,5%	48,2%	19,0%	18,0%	15,1%	12,1%	6,9%	4,3%	3,0%	3,1%	2,9%	1,4%
Aragón	73,1%	54,7%	24,2%	23,6%	12,1%	7,8%	9,6%	3,8%	2,7%	3,2%	2,5%	2,1%
Asturias	84,0%	38,4%	20,1%	11,5%	18,1%	5,9%	4,8%	3,3%	3,9%	1,8%	1,2%	1,0%
Baleares	69,0%	58,0%	16,1%	29,2%	10,7%	10,0%	10,0%	3,7%	4,5%	1,9%	2,7%	5,2%
Canarias	69,4%	58,6%	10,2%	23,9%	16,6%	12,6%	10,1%	7,9%	3,5%	15,5%	1,7%	3,5%
Cantabria	72,7%	46,6%	26,6%	16,6%	15,0%	11,2%	11,7%	3,8%	4,2%	4,9%	3,6%	1,6%
Castilla La Mancha	70,6%	46,4%	23,5%	18,5%	11,1%	8,3%	9,5%	3,6%	3,6%	1,9%	3,8%	1,7%
Castilla y León	75,7%	51,1%	26,4%	19,1%	9,5%	6,7%	9,4%	3,5%	2,6%	3,0%	3,4%	2,1%
Cataluña	61,9%	54,4%	10,5%	25,2%	18,0%	12,5%	13,9%	5,4%	6,1%	4,4%	3,7%	2,2%
Valencia (Com.)	71,1%	45,1%	20,4%	23,4%	10,9%	14,2%	8,5%	6,2%	6,4%	5,4%	4,1%	2,3%
Extremadura	81,9%	58,9%	27,0%	22,9%	11,9%	7,1%	7,0%	5,1%	1,4%	6,2%	2,2%	1,2%
Galicia	69,6%	50,5%	19,1%	9,0%	10,0%	13,1%	7,8%	4,1%	5,4%	5,1%	2,9%	1,2%
Madrid	67,1%	49,8%	25,5%	15,1%	14,8%	10,8%	14,6%	6,8%	6,0%	4,1%	6,4%	3,1%
Murcia	74,9%	62,8%	18,6%	25,9%	13,0%	15,5%	6,2%	3,8%	5,5%	2,0%	4,4%	1,7%
Navarra	72,7%	47,1%	30,7%	24,2%	24,4%	8,7%	10,2%	4,8%	7,3%	3,0%	1,2%	1,2%
País Vasco	61,2%	51,6%	24,3%	9,6%	24,4%	6,8%	15,0%	1,9%	3,2%	1,5%	1,3%	0,9%
Rioja (La)	58,6%	46,7%	40,6%	40,4%	11,2%	14,6%	12,7%	3,6%	0,2%	18,2%	4,4%	2,4%
N	39.997	28.884	11.376	11.095	8.331	6.374	5.878	2.784	2.625	2.451	2.020	1.154
TOTAL (Media)	70,1%	50,7%	19,9%	19,5%	14,6%	11,2%	10,3%	4,9%	4,6%	4,3%	3,5%	2,0%
RANGO TEMÁTICO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	16

Tabla 4.
 Porcentajes y rangos en la agenda pública por Comunidades Autónomas desde enero de 2010 a marzo de 2010 (7.455 casos/sujetos). Cifras agregadas desde los Barómetros del CIS. Las celdas sombreadas son las medias más elevadas y significativas (según criterio) por encima de la media general

AGENDA PÚBLICA Enero/Febrero/ Marzo 2010	Paro	Problemas de índole económica	Clase política, partidos políticos	Inmigración	Terrorismo, ETA	Inseguridad ciudadana	Vivienda	Gobierno, políticos y partidos	Educación	Sanidad	Problemas relacionados con la calidad del empleo	Corrupción y fraude
Andalucía	82,7%	45,8%	9,7%	12,1%	12,9%	9,0%	6,9%	5,1%	4,2%	2,4%	1,4%	2,1%
Aragón	87,8%	50,9%	18,9%	21,2%	10,4%	3,2%	6,8%	2,7%	1,8%	4,1%	2,3%	3,6%
Asturias	91,5%	27,5%	7,4%	7,4%	16,9%	5,3%	12,7%	2,6%	2,1%	1,6%	1,6%	1,6%
Baleares	76,6%	48,2%	10,9%	26,3%	16,8%	9,5%	5,1%	5,1%	2,9%	0,7%	1,5%	16,8%
Canarias	83,9%	48,2%	15,0%	14,3%	6,1%	15,0%	12,9%	2,1%	8,9%	20,0%	1,4%	6,4%
Cantabria	81,8%	40,4%	24,2%	19,2%	14,1%	10,1%	12,1%	4,0%	4,0%	8,1%	5,1%	2,0%
Castilla La Mancha	85,3%	42,3%	17,1%	15,0%	18,3%	4,8%	8,7%	4,5%	4,8%	9%	2,4%	1,8%
Castilla y León	88,6%	51,0%	18,1%	12,8%	18,8%	5,3%	5,7%	4,1%	2,7%	3,0%	1,6%	3,2%
Cataluña	76,6%	51,6%	19,7%	22,3%	6,8%	10,7%	10,0%	5,9%	3,6%	2,6%	3,8%	2,9%
Valencia (Com.)	85,0%	45,0%	14,4%	22,0%	15,7%	11,1%	4,7%	5,4%	7,3%	5,4%	3,9%	2,8%
Extremadura	97,2%	42,8%	9,4%	20,6%	25,0%	8,3%	8,9%	4,4%	5,0%	7,8%	1,1%	2,8%
Galicia	84,1%	47,0%	14,0%	8,0%	10,7%	10,1%	6,1%	3,8%	4,0%	5,5%	5,0%	1,7%
Madrid	78,1%	44,6%	23,5%	10,7%	15,9%	6,6%	7,0%	10,1%	5,4%	4,4%	4,3%	2,7%
Murcia	94,2%	50,7%	8,0%	21,8%	14,7%	9,8%	8,0%	6,7%	1,8%	9%	4,4%	3,6%
Navarra	80,4%	42,2%	18,6%	16,7%	21,6%	2,0%	15,7%	2,9%	4,9%	2,0%	6,9%	2,9%
País Vasco	73,1%	49,2%	15,1%	7,7%	18,4%	6,0%	15,1%	1,6%	2,2%	2,7%	3,0%	1,6%
Rioja (La)	84,9%	43,4%	18,9%	18,9%	24,5%	1,9%	7,5%	5,7%	5,7%	7,5%	0,0%	9,4%
TOTAL (Media)	82,4%	46,6%	15,8%	15,5%	13,7%	8,5%	8,1%	5,4%	4,4%	4,1%	3,1%	3,0%
RANGO TEMÁTICO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12



las agendas ciudadanas, y estas variaciones se traducen en una mayor o menor correlación entre las diversas agendas, según tomemos o no un número grande, medio o pequeño de temas para establecer la correlación de rangos o de porcentajes-rango. En todo caso la potencia de los medios (agenda mediática) y las dificultades de la ciudadanía (agenda pública) para interactuar con sus políticos (agenda política) y con sus proyectos económicos (agenda económica) generan un malestar cívico que, en tiempos de crisis, se hace más patente, rotundo e inquietante.

Referencias bibliográficas

- BOUZA, F. (2004): "The Impact Area of Political Communication: Citizenship Faced with Public Discourse"; en *International Review of Sociology-Revue Internationale de Sociologie* (14-2); pp. 245-259.
- FRAILE, M. (2005): *Cuando la economía entra en las urnas. El voto económico en España (1979-1996)*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- GONZÁLEZ, J. J. y BOUZA, F. (2009): *Las razones del voto en la España democrática (1977-2008)*. Madrid, Los Libros de la Catarata.
- HALLIN, D. C. y MANCINI, P. (2004): *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge, Cambridge University Press.
- McCOMBS, M. y SHAW, D. L. (1972): "The agenda-setting function of mass media"; en *Public Opinion Quarterly* (36-2); pp. 176-187.
- NORRIS, P. (1997): "The Battle for the Campaign Agenda"; en KING, A., dir.: *Britain at the Polls*. Chatham, Chatham House; pp. 113-144.
- THOMAS, W. I. y THOMAS, D. S. (1928): *The child in America: Behavior problems and programs*. Nueva York, Knopf.