



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

El cambio en la línea editorial en los diarios *El País* y *El Mundo* respecto a la información sobre el partido político *Podemos*.

The change of the editorial line in Spanish newspapers *El País* and *El Mundo* regarding information about the political party *Podemos*.

Autora

Aida Lumbreras Higuera

Directora

María Gómez y Patiño

Grado en Periodismo

Facultad de Filosofía y Letras

2017

Resumen: El presente trabajo tiene como objetivo constatar de forma empírica si existe un cambio en la línea editorial de los medios generalistas españoles *El País* y *El Mundo* con respecto al partido político *Podemos* entre las campañas electorales previas a las elecciones generales del 20 de diciembre de 2015 y del 16 de junio de 2016, queriendo probar la hipótesis de que existe una evolución hacia una línea editorial más crítica con este partido. Para ello, se analizan todos los editoriales que contienen valoraciones sobre *Podemos* o su secretario general, Pablo Iglesias, de forma cuantitativa y cualitativa, comprobando la cuantía y el significado de términos y citas utilizadas en estos textos editoriales. Dicho análisis ha denotado un notable aumento tanto en el número como en la calificación peyorativa de los términos empleados por ambos medios, lo que permite deducir la existencia de un cambio de una opinión neutra sobre el partido a una marcadamente negativa.

Palabras clave: política, línea editorial, *Podemos*, *El Mundo*, *El País*, análisis de texto, editoriales.

Abstract: This essay has the objective of empirically confirm if there is a change in the editorial line of the Spanish newspapers *El País* and *El Mundo* regarding the political party *Podemos* between the general electoral campaigns of the 20th December 2015 and the 16th June 2016, wanting to prove the hypothesis that there is an evolution to a more critical editorial line towards this political party. To this, a quantitative and qualitative analysis of all the editorials that contain assessments about *Podemos* or its general secretary, Pablo Iglesias, is done, centred in text analysis, checking the quantity and connotation of terms and quotes used in these texts. Mentioned analysis has denotated a significant increase both in the amount and negative connotation of the terms written by both medias, which allows us to infer the existence of a change from a neutral opinion about this political party to a significantly negative opinion.

Keywords: politics, editorial line, *Podemos*, *El Mundo*, *El País*, text analysis, editorials.

Índice

1. Introducción y justificación del tema.....	6
2. Marco teórico.....	7
2.1 El giro lingüístico y la interpretación.....	7
2.2 Justificación para el análisis de editoriales.....	9
2.3 La política en los editoriales.....	11
2.4 El editorial como género.....	12
2.5 La estructura del editorial.....	13
2.6 La argumentación en el editorial.....	14
3. Metodología.....	15
4. Análisis.....	20
4.1 Análisis cuantitativo.....	20
4.2 Análisis cualitativo.....	30
4.2.1 <i>El País</i> , primeros comicios.....	30
4.2.2 <i>El País</i> , segundos comicios.....	34
4.2.3 <i>El Mundo</i> , primeros comicios.....	43
4.2.4 <i>El Mundo</i> , segundos comicios.....	44
5. Conclusiones.....	52
6. Referencias.....	53
7. Anexo: editoriales.....	58

Índice de figuras

Tabla 1: Editoriales campaña electoral 2015 <i>El País</i>	16
Tabla 2: Editoriales campaña electoral 2016 <i>El País</i>	17
Tabla 3: Editoriales sobre política nacional <i>El País</i> , diciembre 2015.....	18
Tabla 4: Editoriales sobre política nacional <i>El País</i> , junio 2016.....	18
Tabla 5: Editoriales para análisis <i>El País</i>	18
Tabla 6: Editoriales campaña electoral 2015 <i>El Mundo</i>	19
Tabla 7: Editoriales campaña electoral 2016 <i>El Mundo</i>	19
Tabla 8: Editoriales para análisis <i>El Mundo</i>	20
Tabla 9: Aparición de términos y alusiones indirectas <i>El País</i>	21
Tabla 10: Aparición de términos y alusiones indirectas <i>El Mundo</i>	21
Tabla 11: Construcciones verbales, adjetivos y valores. <i>El País</i> , diciembre 2015.....	23
Tabla 12: Construcciones verbales, adjetivos y valores. <i>El País</i> , junio 2016.....	24
Tabla 13: Construcciones verbales, adjetivos y valores. <i>El Mundo</i> , diciembre 2015.....	26
Tabla 14: Construcciones verbales, adjetivos y valores. <i>El Mundo</i> , junio 2016...	26
Tabla 15: Resultados construcciones verbales.....	28

Listado de abreviaturas

AMA	American Marketing Association
AMI	Asociación de Medios de la Información
APM	Asociación de la Prensa de Madrid
CEPS	Centro de Estudios Políticos y Sociales
F.A.P.E.	Federación de Asociaciones de Periodistas de España
Fundéu BBVA	Fundación del Español Urgente Banco Bilbao Vizcaya
GDI	Gottlieb Duttweiler Institut
<i>IU</i>	<i>Izquierda Unida</i>
L.O.	Ley Orgánica
<i>PP</i>	<i>Partido Popular</i>
<i>PSOE</i>	<i>Partido Socialista Obrero Español</i>
RAE	Real Academia Española
RTVE	Radio Televisión Española
<i>UP</i>	<i>Unidos Podemos</i>

1. Introducción y justificación del tema

Vivimos en una época donde cada vez más habitualmente los medios son acusados de partidismo o de favorecer los intereses de las empresas que poseen su accionariado, hecho que queda reflejado en la cobertura y apoyo o crítica a las diferentes ideologías o proyectos de los partidos políticos. Los mismos ciudadanos son conocedores de la línea editorial que siguen los medios o qué partidos políticos son más afines a ellos. No obstante, aunque es comúnmente sabido que la objetividad absoluta es imposible de lograr, puesto que implicaría abandonar nuestra parte más emocional e intrínsecamente ligada a nosotros como seres humanos, sí es necesario el cumplimiento de la ética periodística e intentar acercarse, tanto como sea posible, a la objetividad soñada.

La opinión de los medios respecto a cuestiones políticas también puede variar con el tiempo, bien a causa de cuestiones internas como qué empresas influyen o financian al medio o quién es el director y altos cargos de un medio, bien a causa de un cambio externo en la política y situación del país.

Este trabajo pretende documentar y analizar los posibles cambios en la línea editorial que han sufrido los medios españoles *El País* y *El Mundo* entre las dos últimas campañas electorales y elecciones generales, analizando los cambios en el discurso sobre la formación política *Podemos* a través del tiempo. Para ello, se analizarán los editoriales publicados por estos dos medios de tirada nacional en varios periodos de tiempo. Este estudio no pretende, sin embargo, ahondar en las razones e intereses que hayan podido llevar al cambio en estos medios de comunicación ni las consecuencias que hayan podido ocasionar, ya que la extensión del mismo no permite un análisis tan exhaustivo.

La cuestión sobre la objetividad, presiones y censura dentro de los medios o por parte de otros organismos como empresas o formaciones políticas resulta relevante y actual puesto que la manipulación de los medios y las presiones se encuentran a la orden del día, como en el reciente caso de las quejas de TVE por la censura de un SMS de Mariano Rajoy, presidente del Gobierno a Luis Bárcenas, imputado por los casos de corrupción política Gürtel y Bárcenas

(A.L.G, 2017) y la falta de pluralidad del Gobierno y por las represalias contra un trabajador que protestó por la manipulación de una información política (eldiario.es, 2016). También los propios periodistas, en una encuesta anual realizada en 2016 por la APM revelan datos que confirman la censura, presiones y autocensura que los medios y, en concreto los periodistas, sufren. De esta encuesta, realizada a 1.833 periodistas, 74,8% admite ceder a las presiones, que a su vez son ejercidas en un 32,9% por los poderes políticos, 30% por los poderes económicos y 37,2% por personas relacionadas con la propiedad o gestión del medio. (eldiario.es, 2017)

Los destinatarios de la información, es decir los ciudadanos, también consideran que existe una influencia política y empresarial en los medios. Según un estudio publicado en el *Reuters Institute Digital News Report* por la Universidad de Oxford y el *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 53% de españoles no creen que los medios sean independientes de la influencia política, mientras que 51% se muestran preocupados por la dependencia financiera de los anunciantes, los accionistas y la parcialidad ideológica. Este estudio coloca a España por detrás de otros países como Portugal, Irlanda, Suecia, Finlandia, Bélgica o Países Bajos, entre otros. (Oxford University, 2016)

Por estas razones y puesto que se trata de un tema actualmente relevante para la ciudadanía, el objetivo es comprobar una posible variación ideológica en los medios analizados, sin entrar en especulaciones respecto a cuáles podrían ser los motivos de este cambio.

2. Marco teórico

2.1 El giro lingüístico y la interpretación

Una cuestión ampliamente estudiada en el periodismo es el tema de la interpretación de los textos, es decir, la transformación que sufre la información cuando es interpretada y descrita por los profesionales de la información y la función del lenguaje.

El descubrimiento de esta afirmación llega con el giro lingüístico, que supuso dejar de analizar estructuras sintácticas abstractas y oraciones sin contexto y

comenzar a estudiar textos, conversaciones y actos discursivos entre 1964 y 1974. Son esos pasos los que llevan a un interés por el uso de la lengua en situaciones reales y de donde nacen los análisis o estudios del discurso (Van Dijk, 2003).

Van Dijk expone que, aunque los análisis del discurso no sean la solución a problemas de la sociedad, estos sí pueden ser estudiados mediante estas técnicas, ya que nuestras ideas sobre estos problemas son expresadas mediante el lenguaje y “lo que la mayoría de nosotros sabe sobre tales problemas sociales fundamentales es lo que leemos sobre ellos en el periódico [...] y en muchas ocasiones, así es como hablamos sobre ellos y emprendemos acciones a favor o en contra de ellos” (Van Dijk, 2003 p.16). Elisabeth Noëlle-Neumann también expone en su teoría de la espiral del silencio que los medios ofrecen a la gente las palabras y las expresiones que pueden usar para defender sus puntos de vista. Es decir, los medios articulan argumentos que luego los receptores repiten para defender las ideas que han tomado del medio (Noëlle-Neumann, 1995).

Este giro lingüístico tuvo un gran impacto en las ciencias sociales y humanas y, de la mano de los filósofos de Oxford, se dio un vuelco radical al propio concepto del lenguaje. De las cuatro líneas de influencia que surgen de estos estudios, expondremos las dos que se ajustan más a nuestro estudio.

Primeramente, como expone Tomás Ibáñez Gracia (2003, p. 36), la “insistencia puesta por la escuela de Oxford en considerar el lenguaje en términos de *actividad* (el lenguaje *hace* cosas, no sólo las *representa*) contribuyó sin duda al desarrollo de las corrientes “construccionistas”, que afloraron y se consolidaron en diversas ciencias sociales y humanas”. Núñez Ladevéze (2004, p. 43), como Ibáñez Gracia, también apoya la idea de que la función del lenguaje es actuar sobre el mundo y no simplemente representarlo, según él un “modo activo de conducta que admite infinidad de modalidades, entre las que pueden enumerarse la de describir, referirse a algo o informar”.

En segundo lugar el lenguaje, además de actuar sobre el mundo, actúa sobre los demás, llegando a ser, en palabras de Ibáñez Gracia (2003, p. 37), “uno de los principales instrumentos a los que recurrimos para incidir [...] sobre nuestros semejantes”. Los medios buscan, a través de los editoriales, convencer a los lectores de que adopten una u otra postura en diferentes temas.

Es innegable, pues, que los medios de comunicación son creadores de opinión e influyen en sus lectores, puesto que como exponen los autores anteriormente citados, los conocimientos de los ciudadanos junto a los argumentos para defender distintas cuestiones son aportados en gran medida por los medios. Si aplicamos esta afirmación a los datos publicados en el *Libro Blanco de la Prensa* 2016 por la AMI, en los que se expone un “incremento de la audiencia” en el año 2015 en el que “se consolida la cifra de 17 millones de lectores de prensa (42% de la población)” (2016), es posible afirmar que los medios son capaces de influir, además, en un gran porcentaje de la población española.

Pero más aún se puede afirmar la influencia que tienen los medios a analizar, los dos medios de prensa generalista más leídos en España según el Estudio General de Medios. Según los datos de abril del año 2017, *El Mundo* cuenta con 715.000 lectores diarios, mientras que *El País* es leído por 1.141.000 personas cada día (*El Mundo*, 2017). Además, según el índice *Global Thought Leaders* la página web de *El País* es el medio más influyente de Internet en el mundo hispanohablante (GDI, 2016). Como conclusión, la influencia y relevancia de estos dos medios es innegable en el panorama español, por lo que sus publicaciones gozarán también de una similar influencia en los lectores.

2.2 Justificación para el análisis de editoriales

La inclusión de los editoriales se encuadra dentro de la lógica que entiende que un editorial comprende la opinión de un medio, por lo que también podremos observar los temas a los que se otorga relevancia y las variaciones de opinión del mismo. El editorial es la única ventana de expresión del medio donde, de forma explícita, valora hechos e intenta persuadir al lector de adoptar sus ideas.

El propio código deontológico de la F.A.P.E., actualizado en Asamblea Extraordinaria el 22 de abril de 2017, expone que “el periodista establecerá siempre una clara e inequívoca distinción entre los hechos que narra y lo que

puedan ser opiniones, interpretaciones o conjeturas, aunque en el ejercicio de su actividad profesional no está obligado a ser neutral” (2017). Es decir, mientras el medio diferencie entre los espacios informativos y opinativos, podrá no ser neutral en su ejercicio del periodismo en los espacios clasificados como de opinión.

Como definición del concepto de editorial como forma de expresión del medio y su relevancia, encontramos afirmaciones de diversos autores. Primeramente, para Martínez Albertos (1983, p. 379) el editorial es “el artículo periodístico sin firma que explica, valora y juzga un hecho noticioso de especial importancia. Este juicio colectivo e institucional se formula de acuerdo con una convicción de orden superior que refleja la postura ideológica de cada periódico”. El Dr. Luis Alberto Hernando Cuadrado (2001, p. 280), por otro lado, también corrobora la importancia del editorial, considerándolo “una pieza clave [...] de todo el medio, debido fundamentalmente a que a través de las ideas expresadas en él se evidencia la posición adoptada por la empresa con respecto a las noticias que publica”.

Así pues, se considera sin atisbo de duda que el género editorial goza de una gran importancia a la hora de definir e interpretar la línea editorial de un medio y, por ende, las variaciones que la ideología política pueda sufrir en el tiempo. En palabras de Escribano (2008, p. 53) “los medios de comunicación tratan de influir sobre la opinión de sus lectores para acercarlos al punto de vista que coincide con el del partido político cercano al periódico”.

Armañanzas (2016, p. 110), aborda de igual forma la valoración explícita en los editoriales y considera que el editorialista “persuade al lector [...] con el fin de moldear la opinión pública” e incluso “llama a la acción”. La autora expone que “el ejemplo más frecuente se da en campaña electoral” que es cuando los medios piden “una respuesta en forma de voto a un partido o [...] a los que representan una ideología concreta acorde a la línea editorial de la publicación” (2016, p. 110).

Se observa, por tanto, que distintos autores consideran posible que las publicaciones de los medios influyan en la opinión de los lectores, provoquen

cambios en la perspectiva sobre un tema o incluso lleguen a decantarse por votar a un partido.

En *Comentario de textos interpretativos y de opinión*, Asunción Escribano (2008, p. 53) expone que se debe “tener en cuenta [...] que a pesar de que el periodismo está concebido teóricamente como un servicio público es, sobre todo, un intermediario político y social” y se apoya en la conclusión de Lorenzo Gomis (1974) para afirmar que los medios de comunicación condicionan el sistema político con sus noticias y opiniones.

De igual forma, la ausencia de declaraciones sobre un tema de actualidad y que el lector puede considerar de relevancia, también llamado “silencios estratégicos” por Santamaría y Casals (2000, p. 268), “supone una postura ideológica a veces tan definitoria como la propia voz que se expresa” para las autoras. El editorial, con su periodicidad diaria pero su extensión reducida a un solo tema o dos, muestra la elección de un tema de actualidad lo suficientemente relevante como para ocupar ese espacio privilegiado. Borrat (1989, p. 103) afirma que dedicarle un editorial a un tema “[...] es asignarle el más alto rango”.

Como conclusión, es innegable la importancia del editorial, no solo porque expresa la opinión de un medio, sino porque el mismo medio, con su decisión de resaltar una información sobre otra en este relevante espacio y apoyarla o criticarla, puede cambiar la percepción de los lectores hasta provocar un cambio en la actuación e ideas de un votante, resultando en un cambio en el voto político. También es innegable la relación entre el contenido político y el género editorial, ya que la publicación de artículos expresamente valorativos, bien positiva o negativamente, en época de campaña electoral, puede inducir cuál es la opinión del medio sobre un partido en ese momento y cuáles los objetivos del medio en cuestión.

2.3 La política en los editoriales

Los temas políticos en editoriales, sobre todo en épocas de campaña electoral o de crisis políticas, son numerosos y analizan la actualidad mientras que dan el punto de vista del medio en cuestión.

Hernando Cuadrado (2001) expone que en periodos electorales y en el caso de encontrarnos ante un tema de transcendencia, el medio apela a la acción de los votantes, lo que se entiende como una exposición de la línea editorial del medio.

Por otro lado, y según Armañanzas (2016, p. 107), “los temas que más frecuentemente eligen los periódicos para sus editoriales son los políticos, sobre todo en su vertiente nacional”. Las razones de este hecho pueden ser los grandes cambios en política con la llegada de la democracia, las frecuentes elecciones y campañas electorales (autonómicas y municipales) y la llegada de la política europea a España. (Armañanzas, 2016)

La autora añade en su libro *Opinión en Prensa* (2016, p. 108) que “en este mismo momento, los editoriales se están centrando mayoritariamente en las elecciones del 20 de diciembre de 2015 y del 26 de junio de 2016 en las que, por primera vez, los resultados han estado muy compartidos [...]”. En conclusión, aquí se ve la reafirmación de la importancia de los editoriales no solo en periodo de elecciones sino, concretamente, en el periodo que este trabajo busca analizar.

2.4 El editorial como género

El editorial responde al estilo llamado de solitación de opinión (Dovifat, 1959) o editorializante (Martínez Albertos, *Redacción para periodistas: informar e interpretar*, 2004), propio de la mayoría de los textos de opinión. Según Hernando Cuadrado, se distingue por “su tono contenido y su seriedad lingüística” (2001, p. 281) sin incluir toques de humor o desenfadados más propios de otros artículos de opinión. El editorial también se acerca al estilo informativo por su claridad, concisión y, en según qué casos, brevedad (Hernando Cuadrado, 2001).

José Luis Martínez Albertos (2004), expone el editorial como un subgénero del artículo o comentario que se encuentra dentro del estilo editorializante. Los textos como el editorial son, según Martínez Albertos (2004, p. 69), “instrumentos expresivos para que los escritores puedan emitir juicios de opinión [...] al mismo tiempo que solicitan la adhesión de los lectores a las conclusiones que ellos proponen”.

Dentro de los estudios sobre el género editorial, encontramos autores que, como Martínez Albertos (2004), consideran el editorial un tipo de artículo de opinión.

No obstante, otros autores como Armañanzas (2016) consideran el editorial un género completo porque la misma evolución de la prensa lo ha llevado a diferenciarse de los artículos de opinión. Los artículos de opinión, más breves que los editoriales, representan la opinión de su autor, que no tiene por qué coincidir con la del medio, puesto que esto aporta diversidad de voces y puntos de vista.

Los medios que se van a analizar en este trabajo se expresan poco y de forma desdibujada sobre la forma de sus editoriales en sus correspondientes libros de estilo. El diario *El Mundo* expone en su Libro de estilo (1996, p. 28) que el editorial “trata de la opinión institucional de *El Mundo* y por eso, los escriba quien los escriba, no van nunca firmados”. También hace hincapié en que “los datos que se incluyan deberán estar inapelablemente confirmados” (1996, p. 28). Por su parte, el diario *El País* expone que los editoriales “son responsabilidad del director” (1996, p. 31), pero no aporta más información sobre el tratamiento que debe dársele.

2.5 La estructura de un editorial

El editorial, como género opinativo que es, rechaza estructuras típicas del periodismo como puede ser la pirámide invertida para adquirir una estructura típicamente argumentativa. Hernando Cuadrado (2001), la divide en tres partes: primeramente, la parte de noticia, en la que se expone un hecho reciente que el autor valora, después el cuerpo, que puede tomar diversas formas como la interpretación, opinión, reacción o instancia a la acción y, finalmente, el cierre con un breve párrafo en el que se recapitula o se expone una conclusión.

Las funciones del editorial también son diversas. Luisa Santamaría (1990) expone cuatro: explicar los hechos acontecidos, situar la noticia en un contexto histórico, predecir posibles hechos futuros y valorar hechos defendiendo una postura tomada.

Dependiendo del contenido del editorial, puede clasificarse en los siguientes tipos (Gutiérrez Palacio, 1984 p. 55):

- a) Expositivo o analítico: se enuncian hechos sin añadir datos que revelen una posición definida abiertamente. Los datos se exponen de manera distante, y sin buscar controversia.

- b) Explicativo: manifiesta las causas y relaciona hechos de forma clara para resaltar la importancia de los acontecimientos.
- c) Combativo: su función es propagandística. Denuncia, y expone jerárquicamente buscando claramente la adhesión a sus ideas.
- d) Crítico: es el editorial más frecuente en los periódicos nacionales. En él se realiza la crítica en nombre de la opinión pública.
- e) Apologético: es característico de los medios de comunicación oficiales de los gobiernos. Su finalidad es propagandística.
- f) Admonitorio: con un tono sereno busca el mantenimiento del equilibrio del sistema. De aquí que llame al cumplimiento de las normas sociales.
- g) Predictivo: después de analizar una situación dada, diagnostica y avisa sobre el futuro social y político.

Por la naturaleza de los medios que van a ser analizados y los artículos, cabe esperar que la mayoría de los editoriales sean críticos, admonitorios o predictivos, aunque un mismo editorial pueda clasificarse en varios de estos tipos a la vez.

2.6 La argumentación en el editorial

El editorial, para lograr su objetivo de convencimiento de los lectores, recurre a la argumentación. Esta puede ser, según la tipología de Christian Plantin (1998) expuesta por Escribano (2008, p. 58) de distintos tipos, de los cuales se van a resaltar los más importantes para este trabajo.

En primer lugar, basado en los objetos o sucesos y sus relaciones, se encuentran argumentos de causalidad, en los que se establece una relación entre dos acontecimientos, pero también argumentos sobre la naturaleza de las cosas y su definición etimológica.

Seguidamente, en la argumentación basada en el lenguaje, se encuentran los argumentos de léxico, es decir, adjetivos, sustantivos y verbos positivos o negativos. También se encuentran los argumentos de polifonía, en los que se trasladan las voces ajenas mediante la cita de un término entrecomillado, y los incisos y estructuras parentéticas, que se utilizan para llamar la atención sobre el contenido o para añadir otro.

Por último, en cuanto a la argumentación basada en el proceso interactivo están los presupuestos de lengua de Ducrot, clasificados en:

- a) Existenciales: cuando la frase está precedida por un grupo nominal precedido de artículo se presupone que existen los objetos a los que se le atribuye la cualidad que posee el grupo nominal.
- b) Verbales: cuando el verbo de la oración describe la sucesión de dos estados, se presupone la realización del primero de ellos.
- c) De construcción, en contextos como el siguiente: “es x quien hace y”, se presupone que alguien hace.
- d) Adverbiales, con determinados adverbios como “también”, “de nuevo”, que indican una acción anterior.

En este tipo de argumentación se incluye también la argumentación sobre la persona, cuando se cuestiona el comportamiento de alguien para rebatir su opinión, o el argumento de autoridad, en el que se acude a alguien considerado como un experto en la materia para reforzar la propia opinión

3. Metodología

Este estudio de caso busca, como ya se había adelantado previamente, observar y valorar los cambios en la línea editorial de *El Mundo* y *El País* entre los comicios del 20 de diciembre de 2015 y los del 26 de junio de 2016. Para ello se realizará tanto un análisis cualitativo como cuantitativo con datos extraídos de la publicación de editoriales por parte de ambos medios. En primer lugar, se realizará un cribado de editoriales para poder extraer los datos a analizar.

Los editoriales a analizar, bien superficialmente o en profundidad, serán aquellos que hagan referencia valorativamente en el texto al partido político *Podemos* o al secretario general del partido, Pablo Iglesias. Por ello, los términos “*Iglesias*” y “*Podemos*”, serán aquellos utilizados en los buscadores para encontrar los editoriales. Estos dos términos han sido elegidos por su relevancia y la probabilidad de que aporten resultados en la búsqueda, ya que son palabras que seguro aparecerán en editoriales sobre la formación morada o sobre los dirigentes de este.

El periodo informativo a analizar serán los periodos de campaña electoral de ambas elecciones, con razón de ser periodos de alta actividad política, que queda reflejada en el número de publicaciones de índole política en el periodo

marcado por la Ley Orgánica 5/1985 de 19 de junio, del Régimen Electoral General que establece en su artículo 51 que “la campaña electoral comienza el día trigésimo octavo posterior a la convocatoria”, tiene una duración de “quince días como mínimo y veintiún días como máximo” y “termina, en todo caso, a las cero horas del día inmediatamente anterior a la votación”. Atendiendo a esta L.O., los periodos a analizar comprenderán desde el día cuatro al 18 de diciembre de 2015 para las primeras elecciones generales analizadas y del diez al 24 de junio del año 2016 para los segundos comicios.

Primeramente, ha sido necesario recoger los editoriales publicados durante estos periodos de campaña electoral. Todos los textos han sido extraídos de las páginas web de *El País* y *El Mundo* o de sus respectivos buscadores.

En el caso de *El País*, la página web permite consultar todos los editoriales publicados en su sección de opinión y posteriormente en el apartado “editoriales” (El País, 2017). Desde aquí se han extraído los editoriales encuadrados en las fechas y se han organizado en las tablas inferiores por título y fecha, asignando a cada uno un número.

Tabla 1. Editoriales campaña electoral 2015 El País.

Nº	FECHA	TITULAR
1	4/12/2016	Proceso arriesgado en Brasil
2		Aprender otro idioma
3	5/12/2016	Hora de la verdad en Venezuela
4		La hucha vacía
5	6/12/2016	Defensa constitucional
6		Falta la expansión fiscal
7		Cuidado con los programas fiscales
8	7/12/2016	Escándalo silencioso
9		Crisis demográfica
10	8/12/2016	Venezuela ha hablado
11		Francia y el voto del miedo
12	9/12/2016	Inacceptable Trump
13		Sánchez y Rivera
14	10/12/2016	El fiasco de llamar Viagra femenino
15		a lo que no lo es
16	11/12/2016	El día después
17		Renunciar al “San José”
18	12/12/2016	Flaco favor a Argentina
19		Malas maneras de Maduro
20	13/12/2016	Penas justas
21		Un salto decisivo
		Captura revuelta

22	14/12/2016	Otro sistema político
23	15/12/2016	Freno al populismo
24		Policia europea de fronteras
25	16/12/2016	Es la credibilidad
26		La OPEP pierde el control
27	17/12/2016	Con Rajoy, con la campaña
28		Cambio de rumbo monetario
29		Más que un premio
30	18/12/2016	Anacronismo electoral
31	19/12/2016	Una campaña más
32		Respiro para los astilleros

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Editoriales campaña electoral 2016 El País.

Nº	FECHA	TITULAR
1	10/06/2016	"Sorpasso" peligroso
2		Un canon digital fracasado
3	11/06/2016	Todo por la patria
4		Kuczynski vence en Perú
5	12/06/2016	Trasnochado Ortega
6		Tierra quemada
7	13/06/2016	Terror y odio
8		Una campaña exigente
9	14/06/2016	Yihadismo y armas
10		Supervisión fiable
11	15/06/2016	Rigor contra los "hooligans"
12		Sigue la incertidumbre
13	16/06/2016	Una Red neutral
14		Peligro: homofobia
15	17/06/2016	Británicos y europeos
16		La perplejidad de Yellen
17	18/06/2016	Primeros frutos en Irak
18		Una reforma crucial
19	19/06/2016	La obra conjunta de Iglesias y Rajoy
20	20/06/2016	España contra el Brexit
21		Silencios de campaña
22	21/06/2016	Interior bajo sospecha
23	22/06/2016	Poderes para Draghi
24		Invertir en innovación
25	23/06/2016	Desviación de poder
26		Mejor dentro que fuera, "please"
27	24/06/2016	Tocados, no hundidos
28	25/06/2016	España ante el reto europeo

Fuente: elaboración propia.

Tras haber recopilado todos los editoriales de las fechas a analizar, se retiran aquellos cuyo tema principal no sea la política nacional, reduciendo considerablemente el número de artículos.

Tabla 3. Editoriales sobre política nacional *El País*, diciembre 2015.

Nº	FECHA	TITULAR
1	4/12/2016	Aprender otro idioma
2	6/12/2016	Defensa constitucional
3	7/12/2016	Escándalo silencioso
4	9/12/2016	Sánchez y Rivera
5	12/12/2016	Penas justas
6	14/12/2016	Otro sistema político
7	16/12/2016	Es la credibilidad
8	17/12/2016	Con Rajoy, con la campaña
9	18/12/2016	Anacronismo electoral
10	19/12/2016	Una campaña más

Fuente: elaboración propia.

De estos editoriales, publicados en la campaña electoral del 20D, se descartan aquellos en los que no se menciona ni al partido político *Podemos* ni a Pablo Iglesias, es decir, los editoriales tres, cinco y nueve. Se retiran igualmente los editoriales de distinta temática a la política nacional para el 26J, resultando en la tabla inferior.

Tabla 4. Editoriales sobre política nacional *El País*, junio 2016.

Nº	FECHA	TITULAR
1	10/06/2016	"Sorpaso" peligroso
2	11/06/2016	Todo por la patria
3	12/06/2016	Tierra quemada
4	13/06/2016	Una campaña exigente
5	15/06/2016	Sigue la incertidumbre
6	19/06/2016	La obra conjunta de Iglesias y Rajoy
7	20/06/2016	Silencios de campaña
8	21/06/2016	Interior bajo sospecha
9	23/08/2015	Desviación de poder

Fuente: elaboración propia.

De esta lista de editoriales se retiran también los números siete, ocho y nueve por no contener valoraciones sobre Iglesias o *Podemos*.

Finalmente, los editoriales del medio *El País* a analizar, cada uno con su letra correspondiente, son los siguientes.

Tabla 5. Editoriales para análisis *El País*.

PERIODO	#	EDITORIALES
Diciembre 2015	a	Aprender otro idioma
	b	Defensa constitucional
	c	Sánchez y Rivera
	d	Otro sistema político
	e	Es la credibilidad
	f	Con Rajoy, con la campaña
	g	Una campaña más

Junio 2016	h i j k l m	“Sorpasso” peligroso Todo por la patria Tierra quemada Una campaña exigente Sigue la incertidumbre La obra conjunta de Iglesias y Rajoy
---------------	----------------------------	---

Fuente: elaboración propia.

En cuanto al diario *El Mundo*, la búsqueda de editoriales se ha tenido que realizar desde el buscador que incluye la página web, ya que en la sección de editoriales sólo pueden encontrarse los últimos 50 editoriales publicados. Dentro del buscador, con las palabras “Iglesias” y “Podemos”, y delimitando la búsqueda al mes y año correspondiente en la sección de opinión, se han obtenido los resultados con coincidencias. Posteriormente, se han seleccionado los que tuvieran formato editorial, quedando los siguientes.

Tabla 6. Editoriales campaña electoral 2015 *El Mundo*.

Nº	FECHA	TITULAR
1	15/12/2015	Un debate en el que faltaron las propuestas y sobraron insultos

Fuente: elaboración propia.

Tabla 7. Editoriales campaña electoral 2016 *El Mundo*.

Nº	FECHA	TITULAR
1	12/06/2016	El ‘derecho a decidir’ de <i>Podemos</i> agrieta España
2	18/06/2016	<i>Podemos</i> debe explicar los pagos millonarios del régimen chavista
3		Rivera clarifica su discurso y no pactará con Rajoy
4	19/06/2016	Un escenario de ingobernabilidad, una noche de pactos complejos
5	12/06/2016	Andalucía y Cataluña certifican el declive de Cataluña

Fuente: elaboración propia.

Al observar que los resultados del medio *El Mundo* eran notablemente inferiores que los de *El País*, se volvió a realizar la búsqueda de editoriales para asegurar que esta era correcta y que no había más resultados que los encontrados en un principio, no encontrando, sin embargo, más editoriales que los de estas tablas. De estos editoriales, se retiró el número 3 ya que solamente se hacía referencia a que Pablo Iglesias declinó una invitación a participar en un foro organizado por este medio, es decir, una anotación meramente informativa.

Así pues, en la tabla a continuación se exponen los editoriales de *El Mundo* que van a analizarse, igualmente clasificados siguiendo el orden de los previamente seleccionados en *El País*.

Tabla 8. Editoriales para análisis *El Mundo*.

FECHA	#	TITULAR
15/12/2015	n	Un debate en el que faltaron las propuestas y sobraron insultos
12/06/2016	o	El 'derecho a decidir' de <i>Podemos</i> agrieta España
18/06/2016	p	<i>Podemos</i> debe explicar los pagos millonarios del régimen chavista
19/06/2016	q	Un escenario de ingobernabilidad, una noche de pactos complejos
20/06/2016	r	Andalucía y Cataluña certifican el declive de Cataluña

Fuente: elaboración propia.

Dentro del análisis del texto en profundidad, se distinguirán dos tipos dependiendo de si el tema principal del editorial es Pablo Iglesias o *Podemos*, o simplemente se los nombra junto a otros partidos políticos. Cuando el tema principal sea la formación morada o su secretario general, el análisis se realizará en profundidad y con detalle, mientras que en el resto se analizarán solo las citas que expresen valoraciones o juicios hacia los términos indicados. En lo que concierne también al análisis de los editoriales en profundidad, se utilizará la clasificación de Gutiérrez Palacio (1984) y para la argumentación, la tipología de Christian Plantin (1998) que han sido recogidas previamente en el marco teórico.

4. Análisis

Después de exponer qué proceso de cribado se ha seguido y cuál es la metodología a seguir para el análisis, se procederá a realizar un análisis cuantitativo sobre la incidencia en la aparición de términos, construcciones verbales y adjetivos en estos artículos, y otro cualitativo centrado en el análisis de texto, ambos realizados sobre los editoriales que han sido seleccionados tras la criba.

4.1 Análisis cuantitativo

En primer lugar, se va a analizar cuantitativamente el número de editoriales en los que se nombra a la formación política *Podemos* o a su secretario general, Pablo Iglesias entre ambos comicios. El objetivo de esta tabla es tanto contabilizar el número de editoriales como comprobar si las alusiones o comentarios sobre el partido crecen o disminuyen entre ambas fechas, no entrando a valorar todavía si esas valoraciones son positivas o negativas.

Tabla 9. Aparición de términos y alusiones indirectas *El País*.

#	TITULAR	TÉRMINO IGLESIAS	TÉRMINO PODEMOS	ALUSIONES INDIRECTAS
<i>El País, diciembre 2015</i>				
a	Aprender otro idioma	0	1	0
b	Defensa constitucional	0	2	1
c	Sánchez y Rivera	1	0	2
d	Otro sistema político	1	4	2
e	Es la credibilidad	1	0	1
f	Con Rajoy, con la campaña	1	0	0
g	Una campaña más	2	1	1
	TOTAL	6	8	7
<i>El País, junio 2016</i>				
h	"Sorpaso" peligroso	0	10	0
i	Todo por la patria	0	5	4
j	Tierra quemada	1	1	0
k	Una campaña exigente	0	1	0
l	Sigue la incertidumbre	5	2	0
m	La obra conjunta de Iglesias y Rajoy	4	7	3
	TOTAL	10	26	7

Fuente: elaboración propia.

Tabla 10. Aparición de términos y alusiones indirectas *El Mundo*.

#	TITULAR	TÉRMINO IGLESIAS	TÉRMINO PODEMOS	ALUSIONES INDIRECTAS
<i>El Mundo, diciembre 2015</i>				
n	Un debate en el que faltaron las propuestas y sobraron insultos	0	1	1
	TOTAL	0	1	1
<i>El Mundo, junio 2016</i>				
o	El "derecho a decidir" de <i>Podemos</i> agrieta España	3	7	3
p	<i>Podemos</i> debe explicar los pagos millonarios del régimen chavista	3	11	4
q	Un escenario de ingobernabilidad, una noche de pactos complejos	3	4	0
r	Andalucía y Cataluña certifican el declive del <i>PSOE</i>	1	7	0
	TOTAL	10	29	7

Fuente: elaboración propia.

Después de la realización y comprobación de estas tablas, se observan varias diferencias a resaltar. En el medio *El País*, el número de editoriales no varía sustancialmente entre un periodo de campaña y otro, de hecho, encontramos los términos buscados en un editorial más en la campaña electoral de diciembre que en la de junio. Sin embargo, al contabilizar en número de veces que aparecen estos términos sí se observa un cambio. En concreto, en diciembre de 2015, Iglesias es nombrado seis veces, *Podemos* ocho y hay siete alusiones indirectas al partido, mientras que en junio de 2016 el secretario general es nombrado diez veces, el partido morado 26 y aparecen otras siete alusiones indirectas. En total,

hay una diferencia de 23 términos más en junio que en diciembre, que se concentran mayormente en una aparición mucho más numerosa del término *Podemos*.

Por otro lado, en *El Mundo* sí existe una diferencia entre el número de editoriales de unos a otros comicios. En diciembre solo un editorial nombra al partido político, mientras que en junio hay cuatro editoriales. Dos de estos, además, nombran a la formación en el titular. Respecto al número de alusiones, en diciembre solo se encuentra en una ocasión el término *Podemos*, mientras que durante la campaña electoral del 26 de junio aparece diez veces el nombre de Pablo Iglesias, 29 veces el nombre del partido político y otras siete alusiones indirectas. En total, existe una diferencia de 45 términos más en junio de 2016 que en diciembre de 2015.

Con estos datos, es posible afirmar que el interés de ambos medios respecto a *Podemos* aumenta entre los meses de diciembre y enero ya que en ambos periódicos se dedica más espacio a hablar de *Podemos* y se realizan más alusiones directas o indirectas hacia el mismo. La diferencia en el número de términos, de 45 en el caso de *El Mundo* y de 22 en el caso de *El País*, no deja lugar a dudas de un cambio en la importancia de *Podemos* para ambos periódicos.

No obstante, con este ejercicio previo no se puede aseverar si ha cambiado la valoración que los medios hacen de *Podemos* o simplemente su presencia en la política española ha aumentado, pero sin variar la idea que *El Mundo* o *El País* tenían de la formación morada. Por ello, es necesario un análisis centrado en el texto para poder dilucidar la opinión de los medios sobre esta formación política que luego quede plasmado en una tabla para observar cuantitativamente las posibles variaciones en el tiempo.

Así, a través de un análisis cuantitativo y cualitativo, se han podido contabilizar y representar las referencias positivas, negativas o neutras respecto a la formación encontradas en los mismos editoriales utilizados anteriormente. El objetivo de este análisis es comprobar si existen cambios en la opinión que ambos medios tienen de *Podemos* o cómo se refieren al partido y sus dirigentes en los textos editoriales. Conviene recordar la importancia que un editorial tiene

para un medio, puesto que otorga de una gran importancia a un tema concreto y muestra también la opinión de un medio. Por ende, no es baladí observar cuántos y cuáles son los comentarios que los medios exponen sobre *Podemos*.

Tabla 11. Construcciones verbales, adjetivos y valores. *El País*, diciembre 2015.

EL PAÍS, DICIEMBRE 2015				
#	CONSTRUCCIONES VERBALES	VAL	ADJETIVOS	VAL
a	-[C's y <i>Podemos</i>] empujan con fuerza	+		
b	- <i>Podemos</i> propone reforzar	+	Partidarios del derecho a decidir	+
	-Incluso <i>Podemos</i> ha desistido [en beneficio de]	+	Cambios minuciosamente citados	+
c	-Iglesias tuvo buenas prestaciones	-	Moderación en la imagen [de Iglesias]	+
	-Iglesias carece de opciones	+		
	-Habla en su favor [de Iglesias]	-		
	-Sus intervenciones [de Iglesias] precisan de más rigor	-		
d	- <i>Podemos</i> pisa los talones [al <i>PSOE</i>]	+	Fuerzas de nuevo cuño	+
	- <i>Podemos</i> [y C's] consiguen abrirse hueco	+		
	-El empuje de <i>Podemos</i> afecta [a los votantes]	-		
	-Partidos emergentes no consiguen [convertirse en alternativa]	-		
	- <i>Podemos</i> tampoco es alternativa [al <i>PSOE</i>]	-		
	- <i>Podemos</i> no se va al hoyo	+		
	-Ninguna [formación emergente] parece capaz	-		
e	-Pablo Iglesias [y Albert Rivera] tienen razón	+		
	-Juegan a hacerse los ofendidos [Rivera e Iglesias]	-		
	-Han repartido descalificaciones [Rivera e Iglesias]	-		
f	-Iglesias expresa su indignación [por la agresión a Mariano Rajoy]	+		
g	-[<i>Ciudadanos</i> y <i>Podemos</i>] han creado una dinámica no acompañada de nueva política	-		
	-C's y <i>Podemos</i> juegan la carta [de cambios en la política económica y social]	-		
	-Iglesias añade la oferta de un referéndum en Cataluña	-		

Fuente: elaboración propia.

Tabla 12. Construcciones verbales, adjetivos y valores. El País, junio 2016.

EL PAÍS, JUNIO 2016				
#	CONSTRUCCIONES VERBALES	VAL	ADJETIVOS	VAL
h	-Podemos es una fuerza antagónica al PSOE	-	Estrategia	-
	-Su éxito [de Podemos] solo beneficia al PP	-	Jóvenes bienintencionados	+
	-Podemos decidiera abandonar sin más su identidad	-	Podemos izquierda radical	-
	-Amparados en una imagen de cambio	-		
	-UP se presenta con una oferta consistente en sustituir amablemente	+		
	-Parecería que PSOE y UP fueran dos partidos intercambiables. Nada hay más lejos de la realidad.	-		
	-Unidos Podemos es un contendiente directo en lo relativo a las ideas [...] que caracterizan a los socialdemócratas	-		
	-PSOE y UP son dos fuerzas antagónicas cuyo entendimiento [...] es imposible.	-		
	-El voto [que quiere situar a UP] al frente de la izquierda es un voto equivocado	-		
	-[El voto a UP] no contribuirá a resolver los problemas que preocupan a la gente.	-		
i	-[El voto a UP] agravará los problemas	-		
	-El sorpasso [de UP] no significa progreso	-		
	-[Campaña de Podemos llena de] guiños populistas que apelan a emociones y esquivan debates"	-	Combinación imposible	-
	-Campaña poblada de apelaciones a la patria, y estrechamente asociada al más rancio nacionalismo	-	Contradicción fundamental	-
	-Podemos necesita encontrar una manera de recuperar la transversalidad perdida	-		
	-Esta reivindicación [...] no es sino otro ardid de una estrategia populista.	-		
	-UP utiliza emociones primarias para evitar someterse a una discusión.	-		
	-UP retuerce los conceptos	-		
	-UP intenta capturar la marca socialdemócrata	-		
	-UP pretende reclamar la soberanía frente a Europa y a la vez declararse europeísta	-		
	-La idea de patria promovida por Podemos casa mal con la idea de la plurinacionalidad y el derecho a la autodeterminación [...]	-		

	-Una contradicción fundamental sobre la que desconocemos qué piensan los diferentes componentes de <i>Podemos</i> y que seguramente convendría aclarar para disipar la impresión de que todo vale con tal de llegar al poder	-		
j	-[...] que los españoles tengan que elegir entre Rajoy e Iglesias no es algo que convenga a los intereses de nuestro país	-		
k	- <i>Podemos</i> disfraza la voluntad de alterar el tablero de la democracia entre las melifluas páginas de un catálogo comercial	-	Melifluas páginas	-
l	-Rajoy como Pablo Iglesias dieron la impresión de estar más pendientes de no enajenarse a sus respectivos votantes del 20-D que decididos a ganar el debate -Iglesias y Rivera [...] se lo tomaron con diferente actitud: más moderado el líder de <i>UP</i>	- +		
m	-Con su plan de destruir el centro [<i>PP</i> y <i>UP</i>] nos condenan a la ingobernabilidad -Algunos [<i>PP</i> y <i>UP</i>] tratan de hacernos creer que los ciudadanos solo tienen una decisión [...] -[<i>UP</i> y <i>PP</i>] quieren hacer creer que solo se puede gobernar España desde un extremo ideológico [...] -Esta lógica no solo es falaz sino destructiva para nuestro país -La confluencia programática entre <i>PSOE</i> y <i>UP</i> [...] es mucho menor que la existente [...] entre <i>PSOE</i> y <i>Ciudadanos</i> -Pablo Iglesias es [...] el dirigente con menos posibilidades de ser presidente del Gobierno -[...] malograda la investidura de Sánchez por la resistencia de <i>Podemos</i> siquiera a abstenerse [...] - <i>Podemos</i> es una fuerza esencialmente populista y de variables orientación ideológica que no ha demostrado fiabilidad ni actitudes como para gobernar para todos los españoles -El camino hacia La Moncloa de <i>Podemos</i> se ve lastrado [...] [porque] suscita cada tanta reticencia como el <i>PP</i> -No se puede confundir al electorado gritándole que no hay más opción que Rajoy o Iglesias	- - - - - - - - -	Dicotomía falsa e interesada Lógica falaz y destructiva Populista Variable orientación	- - - -

Fuente: elaboración propia.

Tabla 13. Construcciones verbales, adjetivos y valores. El Mundo, diciembre 2015.

EL MUNDO, DICIEMBRE 2015				
#	CONSTRUCCIONES VERBALES	VAL	ADJETIVOS	VAL
n	-Los dos ganadores fueron por contraste los ausentes <i>Ciudadanos</i> y <i>Podemos</i>	+		
	-[Iglesias y Rivera] han demostrado que se puede discutir sin insultos y con un mínimo de respeto al adversario	+		

Fuente: elaboración propia

Tabla 14. Construcciones verbales, adjetivos y valores. El Mundo, junio 2016.

EL MUNDO JUNIO 2016				
#	CONSTRUCCIONES VERBALES	VAL	ADJETIVOS	VAL
o	-El “derecho a decidir” de <i>Podemos</i> agrieta España	-	Perfil populista	-
	-Lejos de provocarles un mínimo sentido de la responsabilidad [...] los dirigentes de <i>Podemos</i> acentúan su perfil más populista y agitan el discurso más insensato [...]	-	Discurso insensato	-
	-[UP] Camuflaban tras el trampantojo de un catálogo de Ikea medidas disparatadas	-	Medidas disparatadas	-
	-Iglesias y los suyos fueron todo lo más lejos que se puede ir en la locura de prometer [...]	-	Locura de prometer	-
	-[UP] Camuflaban tras el trampantojo de un catálogo de Ikea medidas disparatadas	-	Irreflexiva defensa	-
	-Iglesias y los suyos fueron todo lo más lejos que se puede ir en la locura de prometer [...]	-	Grave problema	-
	-Propósito de dinamitar las bases de la recuperación económica	-	Triste	-
	- [...] todavía más grave- la irreflexiva defensa de los supuestos “derechos nacionales catalanes”	-	Peligroso	-
	- Dado que <i>UP</i> [podría convertirse en la segunda fuerza política] es innegable que estamos ante un grave problema político	-	Soberanías cuarteadas	-
	-Iglesias volvió a retorcer de forma perversa el lenguaje	-	Drama	-
	-Espetó a los congregados	-	Escenario de radicalización y sinsentido	-
	-Demócratas son quienes respetan las normas [...] no quienes se las saltan a su conveniencia [UP]	-		
	- [Podemos] con tal de llenar la cesta de votos [...] contribuya a recrudecer el mayor desafío político	-		
	-[UP] ni siquiera creen en la soberanía nacional [...] defienden soberanías cuarteadas [...]	-		
	-Podemos, en vez de articular un discurso con un mínimo de sentido de Estado, contribuya a echar más leña al fuego	-		

p	- <i>Podemos</i> debe explicar los pagos millonarios del régimen chavista	-	Asunto tan grave	-
	-La formación ha logrado [...] agitar la política española	+	Estrechos lazos [con el chavismo]	-
	-Sus dirigentes [de <i>Podemos</i>] parecen haberse olvidado con igual rapidez de promesas [...]	-	Bochornoso intento	-
	-[<i>Podemos</i>] se limitaran a echar balones fuera para despachar un asunto tan grave [...]	-		
	-Demostraría de nuevo los estrechos lazos de la formación de Iglesias con el chavismo	-		
	-Provocan perplejidad las partidas millonarias que Caracas [...] destinó a investigadores vinculados a <i>Podemos</i>	-		
	-Cuestiones tan etéreas como labores de asesoría [...]	-		
	-Emolumentos a todas luces desorbitados y fuera de mercado	-		
	-[El Régimen Bolivariano] pagó sumas astronómicas a muchos actuales dirigentes de <i>Podemos</i> por el mero hecho de que eran afines ideológicamente [...]	-		
	-El caso más escandaloso era el contrato [...] que percibió Monedero por un informe	-		
	-Bochornoso intento de sortear los impuestos en España [de Monedero]	-		
	-La factura mostraba, incomprensiblemente, un único pago [...] por unos trabajos que supuestamente se habían extendido [...]	-		
	-Las sombras de sospecha sobre la financiación de Venezuela a <i>Podemos</i> no han dejado de crecer	-		
	-Y a eso se agarran Iglesias y los suyos [a que el Supremo ha tumbado siempre las querellas por financiación ilegal]	-		
	-Este es un asunto que huele muy mal	-		
	-Mientras no dé explicaciones, no podrá ni dar lecciones de transparencia ni quitarse el estigma de ser una formación ligada a un régimen tan vergonzoso como el chavista	-		
q	-Claramente <i>Unidos Podemos</i> [...] arrebató la segunda posición al <i>PSOE</i>	+		
	-La coalición se beneficiaría de los efectos de la Ley D'Hondt	+		

	-Iglesias está haciendo una campaña imaginativa, basada en sus habilidades en la mercadotecnia política	-		
	-Ha conseguido eclipsar a Pedro Sánchez [Iglesias]	+		
	-Da la impresión de que <i>Podemos</i> ha logrado meterse en una dinámica positiva, favorecida por la tendencia a la polarización del voto	+		
r	-Mapa electoral marcado por la fuerte irrupción de <i>Podemos</i> en Cataluña y el País Vasco	+	Ambigua apuesta	-
	-[UP] no solo consolidaría, sino que ampliaría su victoria en Cataluña y el País Vasco	+	Ansia de sorpasso	-
	-La coalición entre <i>Podemos</i> y Compromís le pisa los talones [al PP]	+		
	-[El dominio de <i>Podemos</i> en Cataluña y el País Vasco] rubricaría el éxito de la estrategia de confluencias de la formación morada y su ambigua apuesta [de un referéndum]	-		
	-Este declive [del PSOE] alienta el ansia de sorpasso de <i>Podemos</i>	-		

Fuente: elaboración propia.

Tabla 15. Resultados construcciones verbales.

	Diciembre 2015		Junio 2016	
	Positivos	Negativos	Positivos	Negativos
El País	9	12	2	34
El Mundo	2	0	8	30

Fuente: elaboración propia.

Los resultados de este análisis muestran, de igual forma que el análisis del número de alusiones, un gran aumento de comentarios entre las elecciones de diciembre de 2015 y de junio de 2016. Sin embargo, al centrar la atención en la naturaleza de estos comentarios, se aprecia que las alusiones no solo son más numerosas sino en general negativas.

En primer lugar, en diciembre de 2015, *El Mundo* solo realizaba dos valoraciones de la formación morada, siendo ambas positivas. *El País*, por otro lado, registra en este mismo periodo nueve comentarios negativos y doce negativos, casi el mismo número. De estos primeros datos se puede extraer que ni *Podemos* ni

Pablo Iglesias son temas recurrentes en los editoriales de estos medios ni que la opinión de estos medios sea generalizadamente negativa en estas fechas.

Por otro lado, en los segundos comicios analizados, los resultados son totalmente diferentes. En primer lugar y como ya se había observado en el análisis previo, el número de comentarios crece en gran medida respecto a diciembre. Pero más precisamente, los comentarios negativos sobre *Podemos* registran un gran incremento respecto a los positivos. En concreto, *El País* cuenta con dos comentarios positivos contra 34 negativos, mientras que *El Mundo* publicó ocho comentarios positivos contra 30 negativos.

Si comparamos estos resultados entre ambos medios, no existe una gran diferencia en ninguna de las campañas respecto a la cuestión valorativa, puesto que, aunque *El País* comenta en mayor medida sobre *Podemos* en diciembre que *El Mundo*, la diferencia numérica entre los comentarios positivos y negativos es muy reducida. Igualmente, en junio encontramos pocas diferencias entre ambos medios en la cuestión valorativa. Ambos medios aumentan sus valoraciones negativas en gran medida, si bien se puede observar que *El Mundo* realizó más comentarios positivos y también menos negativos que *El País*. De igual forma, es destacable que el medio *El Mundo*, a pesar de tener muchos menos editoriales en los que aparece *Podemos* o Pablo Iglesias que *El País*, alcanza igualmente una alta cifra de comentarios negativos al tener varios editoriales dedicados a la formación morada en exclusiva.

En cuanto a los adjetivos, ambos medios utilizan adjetivos negativos en junio, aunque es *El Mundo* el que más numerosamente los utiliza, mientras que en diciembre solo se aprecian algunos positivos por parte de *El País* que en ocasiones engloban al partido *Ciudadanos*.

Finalmente, se puede concluir tras estos dos análisis que existe un aumento significativo en la importancia que *Podemos* tiene para ambos medios entre ambos comicios, de igual forma que se observa, gracias al análisis valorativo, un gran aumento en los comentarios negativos durante la campaña electoral de junio de 2016 en ambos medios. Se observa una tendencia a una opinión negativa hacia *Podemos* por parte de ambos medios, sin que existan diferencias significativas entre ambos.

4.2 Análisis cualitativo

Para el análisis cualitativo, se dividirán los editoriales por medio y periodo electoral. Además, dentro de los editoriales, estos se analizarán en función de la importancia y la aparición de los términos medidos en el análisis cuantitativo.

Así, se analizarán en profundidad los editoriales cuyo tema principal sea el partido político *Podemos*, mientras que en el resto se analizarán solo las citas que hagan referencia a la formación de forma valorativa.

4.2.1 *El País*. Primeros comicios

a) Aprender otro idioma

Los partidos emergentes, Ciudadanos y Podemos, empujan con fuerza [...]

En este primer editorial, correspondiente a las elecciones generales de diciembre del año 2015, se encuentra solo esta referencia positiva a *Podemos* y a *Ciudadanos*, en la que *El País* afirma que ambas formaciones nuevas “*empujan con fuerza*” refiriéndose a que los dos partidos aumentan sus expectativas de voto para las elecciones.

b) Defensa constitucional

Abundan las propuestas entre los partidos políticos [...], desde los defensores del Estado federal (PSOE) hasta los partidarios del derecho a decidir (Podemos, IU); desde los que proponen reforzar la protección constitucional de ciertos derechos sociales (Ciudadanos y las opciones de izquierda) [...].

En este extracto el partido morado es definido como “*partidario del derecho a decidir*” y de “*reforzar la protección de ciertos derechos constitucionales*”, junto a otros partidos como *Izquierda Unida* y *Ciudadanos*, sin encontrar ninguna connotación o término negativos respecto a esta posición del partido morado, por lo que se aprecia una actitud positiva o al menos no negativa.

Defender la máxima ley equivale hoy a reformarla para asegurar la pervivencia de los fundamentos de nuestra organización política y sanear lo que no funciona. Incluso Podemos, que hasta hace muy poco tiempo defendía la necesidad de un proceso constituyente completo, ha desistido de tal objetivo en beneficio de una serie de cambios minuciosamente citados en su programa electoral.

Por último, en este fragmento, *El País* comenta que es necesario reformar y sanear la Constitución Española y expone que incluso *Podemos* ha desistido de una reforma total y ha añadido “*una serie de cambios minuciosamente citados*”, adaptándose a esta necesidad que exponía *El País*. Es de relevancia resaltar el término “*minuciosamente*” para valorar que el medio considera que esta acción de *Podemos* resulta positiva.

c) Sánchez y Rivera

Pablo Iglesias tuvo buenas prestaciones en ambos debates, seguramente eficaces para movilizar a sus bases. Parece evidente, sin embargo, que carece de opciones para llegar a La Moncloa. Habla en su favor la dosis de moderación introducida en la imagen de insurgente que cultivaba; pero sus comparecencias, por jaleadas que sean a través de las redes sociales, precisan de más rigor para poder reivindicar un grado de confianza más amplio.

En este párrafo hay tanto comentarios positivos como negativos sobre el secretario general de *Podemos*, Pablo Iglesias. Se dice que “*tuvo buenas prestaciones [...] eficaces para movilizar a sus bases*” lo cual es un comentario positivo respecto a la actuación de Iglesias en los debates y respecto al resultado que trae esta actuación en cuanto a la movilización de sus bases. Sin embargo, el mismo medio opina que “*carece de opciones para llegar a La Moncloa*”, es decir, a ganar las elecciones, en un comentario negativo para Iglesias.

Por último, el medio considera que, aunque hable “*en su favor la dosis de moderación introducida [...] sus comparecencias [...] precisan de más rigor*”, esto es, que, aunque Pablo Iglesias ha cambiado su actitud para bien, no es suficiente para conseguir la confianza de los votantes.

d) Otro sistema político

El Partido Popular aparece en cabeza [...] distanciado del PSOE, al que Podemos le pisa los talones.

En este primer comentario encontramos la expresión “pisar los talones”, un hecho positivo para la formación morada que quiere decir que sigue de cerca y se acerca al partido socialista en intención de voto.

[...]Podemos y Ciudadanos, son fuerzas de nuevo cuño, que consiguen abrirse huecos suficientes como para presentarse entre los cuatro primeros en vísperas de las votaciones. [...] el empuje de Podemos afecta a los votantes que dudan entre Pedro Sánchez o Pablo Iglesias.

En este párrafo aparecen dos alusiones a *Podemos*. En la primera de ellas también se engloba a *Ciudadanos* al comentar que “*consiguen abrirse huecos suficientes*”, es decir, un comentario positivo referido a ambos partidos. En la segunda referencia, aparece el término “*empuje*” para hablar de la acción de *Podemos*. Según la definición de la RAE, el “*empuje*” es el “brío, arranque, resolución con que se acomete una empresa” (2017), términos positivos para referirse a la formación.

Ni los socialistas ni los partidos emergentes consiguen convertirse en alternativa a un PP acosado por el desgaste. El PSOE no ha podido llenar el espacio de centro y de izquierda que ocupaba históricamente. Podemos tampoco es alternativa, pero no se va al hoyo. [...] Ninguna de estas minorías parece capaz de crear una verdadera dinámica de ganador.

No obstante, al final del texto se encuentran comentarios negativos para distintas formaciones, incluyendo a *Podemos*. En primer lugar, se afirma que ni el *PSOE* ni *Ciudadanos* o *Podemos* consiguen convertirse en una alternativa de gobierno, un comentario claramente negativo. Respecto a la izquierda política, el medio expone que *Podemos* “*tampoco es alternativa*”, pero también valora positivamente diciendo que “*no se va al hoyo*”. Por último, concluye con un comentario negativo que expone que ninguno de los partidos minoritarios es capaz de “*crear una verdadera dinámica de ganador*”.

e) Es la credibilidad

Tanto Pablo Iglesias como Albert Rivera tienen razón en que un debate con solo dos participantes no es suficientemente representativo de las fuerzas que compiten. Pero no tiene sentido jugar a hacerse los ofendidos por el tono bronco de los contendientes, tras haber repartido ellos descalificaciones a la casta o a la vieja política.

Este texto de *El País* resulta a la vez conciliador con *Podemos* y *Ciudadanos* para posteriormente, recriminarles su actitud. Primeramente, el medio les da la

razón respecto a la organización de un debate entre *PP* y *PSOE*, para después argumentar que no tienen derecho a *“hacerse los ofendidos”* por la actitud de Mariano Rajoy y Pedro Sánchez en este evento, ya que ellos han actuado de igual forma al repartir *“descalificaciones a la casta o a la vieja política”*.

f) Con Rajoy, con la campaña

Y no hay duda de que el conjunto de la sociedad siente tanta repugnancia hacia esta incalificable agresión como la que puedan experimentar los colaboradores y partidarios más estrechos de Rajoy; la prueba está en la solidaridad demostrada de inmediato, entre otros, por Pedro Sánchez y Albert Rivera, o la indignación expresada por Pablo Iglesias al enterarse de lo sucedido.

En esta breve referencia a la posición de los secretarios generales de distintas fuerzas políticas tras la agresión sufrida por Mariano Rajoy durante un paseo electoral en Pontevedra se expone que *“los colaboradores y partidarios más estrechos de Mariano Rajoy”*, es decir, los otros partidos políticos, sienten el mismo rechazo que la sociedad a esta agresión, concretando con un ejemplo la *“indignación expresada por Pablo Iglesias”* al enterarse de este suceso, en una referencia positiva al partido.

g) Una campaña más

Los partidos tradicionales han tratado de no perder terreno y los emergentes, sin herencia que defender, han creado una dinámica contra las opciones de siempre que no se ha visto acompañada de verdaderas muestras de nueva política.

Esta referencia negativa se dirige a los partidos emergentes, esto es, a *Podemos* y *Ciudadanos*, a quienes se les reprocha su actitud en contra de los partidos tradicionales pero que no se ha visto *“acompañada de verdaderas muestras de nueva política”*.

Ninguno de los operadores políticos ha tirado a fondo de propuestas o programas. Los emergentes (Ciudadanos y Podemos) son los que más han jugado la carta de los cambios de política económica y social, en direcciones divergentes, a lo que Iglesias ha añadido la oferta de un referéndum en Cataluña.

En este párrafo aparece una primera referencia a *Ciudadanos* y *Podemos*, en la que se expone que estos partidos *“han jugado la carta de los cambios de política*

económica y social”. La expresión “*jugar una carta*”, se asocia a los juegos de azar, mientras que otra expresión como “*abogar por*”, resultaría más neutra.

Por último, se encuentra una referencia negativa hacia Iglesias al afirmar que “*ha añadido la oferta de un referéndum en Cataluña*”. Se puede considerar que utilizar el término “*oferta*” tiene ciertas connotaciones negativas, puesto que se refiere muchas veces a un contexto económico de compra-venta o de negociaciones. Por otro lado, podría haberse utilizado un término más neutro como “*propuesta*”.

4.2.2 El País. Segundos comicios

h) “Sorpasso” peligroso

Este editorial, publicado el día diez de junio por *El País* el medio comienza con la valoración del hecho de la posible superación de *Podemos* a *PSOE* en el número de escaños como algo peligroso. La definición de este término según la RAE (2017) es “que tiene riesgo o puede ocasionar daño”, por lo que es innegable su connotación negativa. En este caso, entendemos el entrecomillado como la manera de acentuar un extranjerismo.

Por otro lado, en el subtítulo se lee que “*Podemos es una fuerza antagónica al PSOE. Su éxito solo beneficia al PP*”. En este caso, el medio *El País* busca diferenciar a los partidos *PSOE* y *Podemos*. Además, advierte de las consecuencias del “éxito” de *Podemos*, es decir, un beneficio del *Partido Popular*.

Ya en el titular y el subtítulo hemos encontrado múltiples valoraciones negativas hacia el partido morado, algo que continúa durante todo el editorial, dedicado íntegramente a esta formación.

En este editorial, de corte crítico y predictivo, la noticia expuesta en el primer párrafo es la publicación de sondeos que apuntaban que la unión de *Podemos* e *Izquierda Unida* podría llevar a un eventual sorpasso del *PSOE*. *El País* expone en el siguiente fragmento un argumento de causalidad:

Dicho adelantamiento, recordemos, ya se produjo el 20-D: la suma de los votos de Podemos y sus diferentes formaciones e Izquierda Unida superó en 581.745 votos a los que recibió el PSOE. Otra cosa es que al presentarse dichas fuerzas

por separado obtuvieran [...] 19 escaños menos que los socialistas. De ahí [...], Podemos decidiera abandonar sin más su identidad como una fuerza transversal que rechazaba identificarse en el eje izquierda-derecha y formar una coalición con IU [...].

El periódico generalista considera que la razón por la que *Podemos* haya “*abandonado sin más su identidad*” para formar una coalición con *IU* es el resultado de que en las elecciones de diciembre el sistema electoral penalizase a las dos formaciones en número de escaños al presentarse por separado.

En el cuerpo, el editorial del medio *El País* expone que el partido *Unidos Podemos* se presenta con “*una oferta consistente en sustituir amablemente a un partido anquilosado, el PSOE, [...] por una coalición de jóvenes bienintencionados*”, y continúa declarando que, según los sondeos, “*pareciera que PSOE y Unidos Podemos fueran dos partidos intercambiables o, incluso, sustituibles*”. El verbo “*pareciera*” traslada que, aunque pueda verse a *PSOE* y *Unidos Podemos* como fuerzas afines, estas no lo son.

Tras el desarrollo de esta idea, el escritor afirma que *PSOE* y *Unidos Podemos* son “*contendientes directos*” en materia de socialdemocracia y “*fuerzas antagónicas*”, para además resaltar que su “*entendimiento es [...] imposible*”.

Unidos Podemos no representa una marca joven y algo más de izquierdas que el Partido Socialista, sino un contendiente directo en lo relativo a las ideas, las políticas y los valores que caracterizan a los socialdemócratas, en España y en toda Europa.

En este fragmento aparece una implicatura: si *Unidos Podemos* es un contendiente directo en todo lo que representa a los socialdemócratas, el partido no es, por ende, un partido socialdemócrata. *El País* se esfuerza principalmente en marcar las diferencias entre ambos partidos.

También se encuentra una analogía que efectúa el diario entre los comicios de diciembre y de junio:

PSOE y Unidos Podemos son dos fuerzas antagónicas cuyo entendimiento, como vimos tras el 20-D, es imposible.

Es decir, el medio expone que un pacto entre las dos fuerzas políticas es imposible, poniendo como ejemplo los comicios anteriores.

Para finalizar el editorial, en su cierre el periódico pide a los votantes que no confundan a *Podemos* con *PSOE* y que no voten al primero puesto que esta no es la solución. En concreto, advierte que situar a *Unidos Podemos* al frente de la izquierda es “*un voto estratégicamente equivocado*”, añadiendo que, en el caso de darse un *sorpasso*, esto no ayudará a resolver los problemas que preocupan a los votantes sino a agravarlos. Finaliza advirtiendo de que el *sorpasso* significa “*una mayor probabilidad de que el PP continúe en el poder y nada cambie*”.

i) Todo por la patria

Ni un día sin guiños populistas que apelan a emociones y esquivan debates.

En este subtítulo, *El País* expresa su disconformidad con los “*guiños populistas*”, entendiendo la palabra “*guiño*” como un “mensaje implícito” según la acepción que la RAE le otorga. También la expresión “*ni un día*” supone una hipérbole negativa referida a *Podemos*, acusándolo de no hacer nada más que populismo. Por otra parte, resulta imperiosamente necesario el análisis de la palabra “*populismo*” o “*populista*”, término que encontraremos a lo largo del análisis en varias ocasiones.

Según la RAE (2017), el populismo es la “tendencia política que pretende atraerse a las clases populares”, y se usa más en sentido despectivo según esta misma institución. También Fundéu BBVA eligió este término como palabra del año en 2016 por su relexicalización debido a su gran uso en los medios de comunicación y en discursos y mensajes políticos.

Lascuráin, coordinador general de Fundéu BBVA, señalaba en una entrevista que “desde el punto de vista lingüístico está viviendo un proceso de ampliación y cambio de significado, cargándose de connotaciones a menudo negativas” (Fundéu BBVA, 2016).

Por ello, a pesar de que el populismo es, para bien o para mal, una tendencia política que apela a los intereses del “pueblo” enfrentándolo a las “élites privilegiadas” y no se relaciona directamente con ninguna dirección política, su

connotación negativa es más que evidente, puesto que se usa mayormente de forma despectiva para criticar las medidas o acciones de un partido político.

“El uso que se le da en los medios y en el debate político va más allá de la simple defensa de los intereses populares que mencionan, con distintos matices, la mayoría de los diccionarios”, añade Lascuráin (Fundéu BBVA, 2016). Es posible afirmar pues, que el término *“populismo”* tiene asociada una fuerte connotación negativa que ha aparecido recientemente por el uso del término en los medios de comunicación y discursos políticos.

Este editorial analiza el arranque de la campaña electoral centrada en *Unidos Podemos*. Desde el primer párrafo, analiza la actitud de campaña y asocia la actitud del partido morado con la del “más rancio nacionalismo”.

El periódico encuentra una argumentación de causa para explicar la actitud de *Unidos Podemos*:

Tan súbito interés por un concepto tan caduco tiene una explicación clara: el partido Podemos necesita encontrar una manera de recuperar la transversalidad perdida por la coalición con Izquierda Unida.

Sin embargo, también expone que esto situaría a *Podemos* en *“posiciones extremistas muy alejadas del votante mediano”*. Es importante ver aquí la definición del término “extremista”. Para la RAE (2017), un extremista es aquel que “practica el extremismo”, mientras que *“extremismo”* recibe la definición de la “tendencia a adoptar ideas extremas, especialmente en política”. Observamos que esta es una definición concisa, pero que no concreta específicamente el uso de este término en la actualidad.

Fundéu BBVA (2011), por otro lado, advertía de que los términos *“extremista”*, *“radical”* y *“violento”* no son sinónimos, si bien explicaba que “sus significados son bastante similares”.

Estos términos son muchas veces utilizados en temas como el terrorismo islamista o para asociarlos a grupos con ideologías nacionalsocialistas o comunistas. En el mismo medio *El País* observamos este uso en varios titulares:

Molenbeek, año I: más radicales, más vigilados
22/03/2017 (El País, 2017)

En esta noticia, por ejemplo, el término radical en distintas variantes (radicalización, radicales, radicalismo, etc.) aparece doce veces, 13 contando con la del titular. Extremista aparece una vez, mientras que “islamismo violento”, lo hace otra.

Cameron implica a toda la sociedad en su plan para combatir el extremismo
20/07/2015 (*El País*, 2015)

También en esta pieza aparece “radical” en dos ocasiones, “violencia” o cualquiera de sus variaciones otras dos veces y “extremismo” 14 veces.

Desde Fundéu BBVA también explicaban, ya en el año 2011, que “a veces, estos términos se usan indistintamente, a causa de la cercanía de sus significados, pero conviene reconocer que cada una de estas palabras tiene connotaciones distintas (Fundéu BBVA, 2011).

Después de ver estos ejemplos, se puede considerar que el término “*extremista*” presenta una connotación nada positiva y que se asocia con otras palabras como “*violencia*” o “*radical*”, muchas veces asociadas a movimientos y grupos antidemocráticos.

Continuando con el editorial a analizar, el texto comienza su parte de cuerpo afirmando que el hecho de que *Podemos* apele a la patria no es más que “*otro ardid de una estrategia populista*”. De este fragmento cabe destacar dos puntos: la repetición de la palabra “*populista*”, que ya se había analizado previamente y, sobre todo, el término “*ardid*”.

Un ardid, según la RAE (2017) es un “artificio, medio empleado hábil y mañosamente para el logro de algún intento”, es decir, algo cercano al engaño y a la mentira, con un fuerte significado negativo.

El País también argumenta sobre *Podemos* y lo acusa de apelar a emociones primarias para evitar “*someterse a una discusión*”.

Por último, en el cierre o conclusión, el periódico acusa a la formación morada de retorcer los conceptos, algo que, según ellos, se vio ya en “*el intento de capturar la marca socialdemócrata*” y que incurre en contradicciones fundamentales respecto a las ideas del grupo político. Finalmente, *El País* finaliza arguyendo que convendría aclarar esta contradicción para evitar la

percepción de que *“todo vale con tal de llegar al poder”*, en una argumentación sobre la persona que critica la actuación de *Podemos*.

En cuanto a su clasificación, este editorial es principalmente crítico, ya que cuestiona el comportamiento de *Podemos* durante la campaña electoral.

j) Tierra quemada

Sea o no conveniente para los intereses electorales del PP y de Mariano Rajoy, crispas todavía más la sociedad y convertir estas elecciones en un plebiscito en el que los españoles tengan que elegir entre Rajoy e Iglesias no es algo que convenga a los intereses de nuestro país.

En este párrafo aparece un comentario negativo hacia Mariano Rajoy y Pablo Iglesias, ya que se expone que tener que elegir entre ellos dos no conviene *“a los intereses de nuestro país”*, es decir, no es una buena opción. *El País* apela a la pluralidad en el voto político y se muestra en contra de un nuevo bipartidismo, pero, de igual forma, muestra su reticencia ante el voto hacia el *Partido Popular* y *Podemos*.

k) Una campaña exigente

Una de las características más extrañas de esta campaña es que se desarrolla en mundos aparentemente desconectados. El del PP, que apuesta al continuismo de la gestión económica, y el de Podemos, que disfraza la voluntad de alterar el tablero de la democracia entre las melifluas páginas de un catálogo comercial.

En este editorial de *El País*, vuelve a aparecer un comentario negativo sobre la formación morada. Primeramente, el medio acusa a *Podemos* de *“disfrazar”*, lo que, según la RAE quiere decir *“desfigurar la forma natural de alguien o de algo para que no sea conocido”* (2017), es decir, esconde algo. Lo que *Podemos* esconde es su intención de *“alterar el tablero de la democracia”*, modificar el sistema democrático. Por último, la forma en la que la formación oculta este propósito es entre las *“melifluas páginas de un catálogo comercial”*, haciendo referencia al programa electoral de *Podemos* presentado para las elecciones del 26J, que tenía la estructura y estilo de un catálogo de la marca sueca *Ikea* (Podemos, 2016). La RAE define *“meliflúo”* como algo *“dulce, suave, delicado y tierno en el trato o en la manera de hablar”*, y expone que se utiliza mayormente

en sentido peyorativo, es decir, con una connotación negativa o despectivamente (RAE, 2017). Por ende, este comentario es indudablemente negativo hacia el partido morado.

l) Sigue la incertidumbre

Tanto Mariano Rajoy como Pablo Iglesias dieron la impresión de estar más pendientes de no enajenarse a sus respectivos votantes del 20-D que decididos a ganar el debate.

Este editorial se centra en un análisis del debate televisivo de los cuatro partidos más grandes: *PP*, *PSOE*, *Ciudadanos* y *Podemos*. En este primer párrafo, el medio expone que Sáenz de Santamaría e Iglesias prefirieron evitar perder electorado que ganar el debate. Este comentario es principalmente negativo puesto que expone la probabilidad de que ambos pierdan votantes con sus intervenciones y deben esforzarse en mantenerlos. Además, la definición de enajenar, según la RAE es “sacar a alguien fuera de sí, entorpecerle o turbarle el uso de la razón o de los sentidos” (2017).

Pablo Iglesias y Albert Rivera, [...] se lo tomaron con diferente actitud; [...] más moderado el líder de Unidos Podemos [...].

Por último, aparece un comentario positivo que apela a la moderación de Iglesias durante el debate.

m) La obra conjunta de Iglesias y Rajoy

Primeramente, en este titular, el término “*conjunta*” utilizado puede inducir a pensar que Iglesias y Rajoy han trabajado juntos o por el mismo objetivo, que se explica posteriormente en el subtítulo.

Con su plan de destruir el centro, ambos (Iglesias y Rajoy)¹ nos condenan a la ingobernabilidad

En este subtítulo publicado el 19 de junio, se observa que se acusa tanto a *Podemos* como a *PP* de la intencionalidad de “*destruir el centro*”. Un plan, según la definición de la RAE (2017) es una “intención o proyecto”, también encontramos en otra de sus acepciones que es un “modelo sistemático de una

¹ Aunque las dos formaciones no se especifican en esta frase, se sobreentiende que esta se refiere a Iglesias y Rajoy al ser el subtítulo del editorial “La obra conjunta de Iglesias y Rajoy”.

actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla y encauzarla”. Es decir, no cabe duda de que esta palabra reviste de intencionalidad. Por otro lado “*destruir*” quiere decir “reducir a pedazos o a cenizas algo material, u ocasionarle un grave daño” (RAE, 2017). En esta afirmación se halla también un presupuesto, ya que si *PP* y *Podemos* quieren destruir el centro, es porque ellos no forman parte de él, sino de los extremos izquierdo y derecho del espectro político.

De igual forma, es interesante analizar la parte “[...] *nos condenan a la ingobernabilidad*”, puesto que el término “*condenar*” es “forzar a alguien a hacer algo penoso” (RAE, 2017), es decir obligar a alguien a hacer algo que supone un gran esfuerzo. Por ende, *Podemos* y *PP* sentencian o fuerzan a una situación de ingobernabilidad.

En este último editorial que se va a analizar de *El País*, el medio se centra en la crítica tanto a *Podemos* como al *PP*, mientras llama a los votantes a no decantarse por ningún extremo ideológico.

Primeramente, el medio explica que ciertos partidos pretenden hacer creer al electorado que tienen ante ellos “*una única y dramática decisión*”, apoyar al bloque de derechas del *PP* o bien al bloque de izquierdas dirigido por *Podemos*. El medio explica además que “*esta dicotomía es falsa e interesada*” por dos razones.

La primera razón es, según *El País*, que la mayoría de los votantes se sitúan en posiciones ideológicas de centro, mientras que la segunda es que, según el sondeo de Metroscopia, los votantes de *Ciudadanos* y *PSOE* se decantan por “*coaliciones transversales que incluyan a sus partidos, antes que por fórmulas en las que no estén ellos dos*”. Aquí vemos una argumentación de autoridad al utilizar los resultados de varios sondeos como argumentos, pero también una argumentación con un recurso de polifonía, al citar a los votantes quienes según el medio se sitúan en el centro ideológico. Observamos también una implicatura, puesto que al expresar que la mayoría de votantes se sitúan en el centro político, el medio asume que *Podemos* y Rajoy son posiciones políticas de extrema derecha y extrema izquierda, respectivamente.

“La lógica de bloques la promueven aquellos que quieren hacer creer que solo se puede gobernar España desde un extremo ideológico en confrontación con el otro extremo”, comenta el editorial tras la presentación del texto, ligado a la publicación del sondeo de Metroscopia publicado ese mismo día 19 de junio por El País. Cabe suponer que quienes promueven esa lógica de bloques son igualmente Podemos y PP, aunque no sean nombrados como tal. El medio tacha entonces esta lógica que estos partidos “promueven” de “falaz” y “destructiva para nuestro país”, e invita a examinar las propuestas de los cuatro grandes partidos para afirmar que “la confluencia programática entre PP y Ciudadanos, por un lado, y PSOE y Unidos Podemos, por otra, es mucho menor que la existente, por ejemplo, entre socialistas y Ciudadanos”.

Esto supone que *El País* sitúa a Ciudadanos y PSOE como dos opciones de voto fuera de los extremos ideológicos que suponen, por el contrario, PP y Podemos para evitar así esta “única y dramática decisión”, con una argumentación por contraposición.

Igualmente, *El País* utiliza un recurso de incisos y estructuras parentéticas para criticar el modelo de campaña electoral:

Basta con examinar las propuestas programáticas de los cuatro partidos en liza —cosa que, por desgracia, una campaña electoral basada en las emociones y el trazo grueso no parece estar permitiendo—, para comprobar que la confluencia programática entre PP y Ciudadanos, por un lado, y PSOE y Unidos Podemos, por otra, es mucho menor que la existente, por ejemplo, entre socialistas y Ciudadanos.

Aquí vemos no solo el rechazo de *El País* a los partidos políticos Podemos y Partido Popular, sino al aprecio que muestran ante la idea de un pacto entre PSOE y Ciudadanos, a quienes, además de centralistas, considera tan ideológicamente similares como para pactar tras las elecciones.

En los siguientes dos párrafos, el editorial describe y expone las posibilidades políticas de Mariano Rajoy y Pablo Iglesias, junto a sus partidos, gobiernen España tras las elecciones.

Para *El País*, Pablo Iglesias es “el dirigente con menos posibilidades de ser presidente del Gobierno”. La razón es, principalmente, “la resistencia de

Podemos siquiera a abstenerse”, por lo que Pedro Sánchez no pudiera ser investido en las pasadas elecciones. Esta afirmación constituye una argumentación de causalidad, ya que, por la actitud de Iglesias en las pasadas elecciones, este tendrá menos posibilidades de ser presidente.

Mantenemos la posición defendida en su día desde este espacio editorial de que el PSOE no puede gobernar con Podemos porque esta es una fuerza esencialmente populista y de variable orientación ideológica que no ha demostrado fiabilidad ni actitudes como para gobernar para todos los españoles.

En esta cita se encuentran diversas acusaciones, desde “*populista*”, término ya aparecido en numerosas ocasiones, hasta falta de “*fiabilidad*” y “*actitud para gobernar*”, pasando por la acusación de su “*variable orientación ideológica*”. Aquí *El País* da claramente su opinión editorial, sin basarse no obstante en justificaciones o hechos que respalden las acusaciones que formula.

Finalmente, el medio formula su juicio, donde asegura que “*desde la transversalidad se pueden encontrar soluciones de gobierno que traigan a la vez cambio y estabilidad, y reformas sin rupturas, además de soluciones*”. Encontramos otra vez la referencia a la transversalidad, adjetivo con el que ya se había calificado en esta pieza editorial a los partidos *Ciudadanos* y *PSOE*, por lo que entendemos el apoyo a estos dos medios y la petición del voto hacia ellos. Por el contrario, el medio esgrime que “*la polarización, el frentismo y la dinámica de bloques [...] conduce a que los problemas se perpetúen*”. Asociamos esta polarización y dinámica de bloques a los partidos *PP* y *Podemos*, a quienes *El País* no apoya y, por ende, pide que el voto no vaya hacia ellos por las consecuencias que ello traería.

Este último editorial es de corte crítico excepto en la formulación de juicios, donde se vuelve admonitorio y busca el equilibrio desde la llamada transversalidad.

4.2.3 El Mundo. Primeros comicios

n) Un debate en el que faltaron las propuestas y sobraron insultos

Los dos ganadores fueron por contraste los ausentes Ciudadanos y Podemos, ya que sus dos líderes han demostrado que se puede discutir sin insultos y con un mínimo de respeto al adversario.

En este único editorial a analizar de *El Mundo* durante la campaña electoral de diciembre de 2015, aparecen comentarios positivos que engloban a *Podemos* y a *Ciudadanos*. Este editorial se centraba en el análisis del debate televisivo que tuvo lugar entre el *PP* y el *PSOE*. En primer lugar, el medio trata de “*ganadores*” a estos dos partidos, a pesar de que no estuvieron presentes en el debate. La razón se explica en el posterior comentario positivo, donde se expone que “*sus dos líderes han demostrado que se puede discutir sin insultos y con [...] respeto al adversario*”. En esta afirmación el medio valora positiva y conjuntamente a las formaciones morada y naranja.

4.2.4 *El Mundo*. Segundos comicios

o) El “derecho a decidir” de *Podemos* agrieta España

Primeramente, es interesante el análisis del titular. Se observa aquí un efecto causado por *Podemos*: el hecho de que España se resquebraje. Este titular, valorativo como es normal en los editoriales, acusa al partido de esta ruptura. También es destacable el término “*derecho a decidir*”, que el mismo medio entrecomilla para llamar la atención sobre esta cuestión y para trasladar un concepto ajeno, es decir, que el medio no comparte.

El diario *El Mundo* abre su editorial con la noticia de que los sondeos electorales apuntaban a un eventual *sorpasso* de *Podemos* al *PSOE*. El medio explica que este hecho ha provocado la euforia en el partido con un argumento de causalidad, no obstante, aseguran que en lugar de “*provocarles un mínimo sentido de la responsabilidad*”, les ha hecho acentuar “*su perfil más populista y agitar el discurso más insensato político y económico*”. El diario comienza ya en su primer párrafo con una crítica al partido, tachándolos de “*irresponsables*”, y “*populistas*”. Además, acusan a *Podemos* de promover un discurso “*insensato*” en diversos aspectos, aunque no aporta más datos o explicaciones que respalden tales afirmaciones.

El Mundo comenta también la presentación del programa electoral, donde afirma que ellos “*camuflaban tras el trampantojo de un catálogo de Ikea medidas disparatadas que tendrían un coste mínimo de 60.000 millones más de gasto público [...] -lo que nos situaría directamente en un escenario de bancarrota*”. De esta cita cabe resaltar el término “*trampantojo*”, que según la RAE (2017), es un

nombre coloquial que designa la “trampa o ilusión con que se engaña a alguien haciéndole ver lo que no es”, es decir, *El Mundo* acusa a *Podemos* de mentir o engañar al electorado con trampas o ilusiones. También cabe plantear la cuestión que afirma que el coste de tales medidas nos situaría en la bancarrota, puesto que no existe un respaldo a tal afirmación ni una enumeración de razones plausibles. El medio utiliza una estructura de inciso para destacar esta afirmación dentro del texto.

Tras esta introducción, el editorial presenta el tema central del editorial, que versa sobre la promesa de *Podemos* de que, de ganar las elecciones, hubiera facilitado un referéndum en Cataluña.

Para *El Mundo*, estas cuestiones son de gran calado. Primeramente, “*el propósito de dinamitar las bases de la recuperación económica*”, y seguidamente y “*-todavía más grave- la irreflexiva defensa de los supuestos ‘derechos nacionales catalanes’*”, que para el periódico constituyen sin ninguna duda “un grave problema político”. El medio considera así que el objetivo de *Podemos* es destrozar la recuperación económica ya conseguida previamente con su propuesta del referéndum independentista catalán. Se aprecia también otro inciso con un apoyo enunciativo que revela la importancia de esta cuestión. También utiliza un entrecomillado al referirse a los “*derechos nacionales catalanes*”, marcando la atención en este punto y declarando estos supuestos derechos como una cita indirecta, es decir, algo que no comparten o no dicen ellos mismos porque no los defienden.

El editorial recuerda también un mitin en el que Pablo Iglesias “*volvió a retorcer de forma perversa el lenguaje*”. La RAE (2017) define algo “*perverso*” como “sumamente malo, que causa daño intencionadamente”, por ende, el periódico considera que en las palabras de Iglesias existe una intencionalidad de perjudicar.

Seguidamente, *El Mundo* considera que *Podemos* no es un partido que represente a la democracia puesto que apoya el referéndum en Cataluña:

*Vamos a respetar vuestro derecho a decidir porque somos demócratas. [...]”,
espetó a los congregados. La verdad es justo la contraria. Demócratas son*

quienes respetan las normas de la democracia; no quienes se las saltan a su conveniencia.

El periódico también utiliza un argumento sobre la persona, para cuestionar sus conocimientos sobre el proceso catalán y sus estudios:

Como politólogos que son casi todos los miembros de la cúpula de Podemos, deberían saber que ese derecho (de autodeterminación)² sólo está consagrado para territorios en proceso de descolonización, conforme a las convenciones de Naciones Unidas

Tras exponer datos sobre el derecho de autodeterminación y compararlo con otras situaciones como Quebec o Escocia, *El Mundo* expone que “*es tan triste como peligroso que, con tal de llenar la cesta de votos [...] Podemos contribuya a recrudecer el mayor desafío político que enfrenta hoy nuestro país*”. Aquí observamos que el medio considera la proposición de *Podemos* del referéndum una forma de conseguir más votos.

En su conclusión, el editorial considera “un drama” haber llegado a un escenario de “*radicalización sin sentido*” tras algunos escraches a mítines políticos y agresiones, y acusa a *Podemos* de “*echar más leña al fuego*”, en lugar de articular un discurso con un “*mínimo de sentido*”. Es decir, considera que la actuación de *Podemos* solo empeora la situación y que sus discursos carecen de lógica. Es interesante observar los múltiples adjetivos negativos usados en este editorial como “*triste*”, “*peligroso*” o “*radical*”.

En cuanto a su clasificación, este editorial es principalmente crítico, aunque se puede valorar como explicativo al exponer la cuestión del derecho de autodeterminación en el mundo y relacionarlo con la actualidad española para hablar de la gravedad de esta situación.

p) Podemos debe explicar los pagos millonarios del régimen chavista

En este titular aparece un presupuesto verbal utilizado por *El Mundo*. Al utilizar la fórmula “*debe explicar*” para referirse a los pagos del régimen chavista, el medio da por hecho que esos pagos existen y que además se hicieron a la

² Aunque no se especifica en esta oración, se infiere de las líneas precedentes del texto.

formación política, algo que posteriormente analizaremos en el contenido del texto.

Este editorial tiene como tema central la responsabilidad política de *Podemos* tras la apertura de una comisión de investigación en la Asamblea de Venezuela para auditar el uso de siete millones de euros que el Gobierno de Chávez destinó durante su mandato a la fundación CEPS, que según este periódico está “vinculada a *Podemos*”.

De esta afirmación, cabría aclarar qué tipo de vínculo liga la fundación a *Podemos*, un dato que no se aporta en el editorial. El medio continúa explicando que “los parlamentarios venezolanos creen que hay muchos indicios de que esos fondos pagaron a personas y actividades que auspiciaron el nacimiento de *Podemos*”. Aquí aparece un argumento de autoridad, en el que se apela a los parlamentarios venezolanos como conocedores de la situación.

Si bien estas afirmaciones son verdaderas, se pueden encontrar aquí ciertas lagunas en cuanto a la exposición de los hechos. La Fundación CEPS es una organización política creada en España, que no pertenece a ningún partido y cuya ideología es anticapitalista. Sus actividades como fundación son proporcionar consultoría política, jurídica y económica a fuerzas y gobiernos progresistas de América Latina. Los gobiernos de la Comunidad Valenciana, España, Venezuela, Ecuador, El Salvador y Bolivia han contratado a esta fundación.

Algunos miembros fundadores del partido *Podemos* como Iglesias, Errejón o Alegre, formaban parte del consejo ejecutivo de esta fundación. Así pues, la relación entre CEPS, Venezuela y *Podemos* es innegable, pero con unos matices diferentes a los que presenta este medio.

Queda patente que la intencionalidad del editorial puede ser conducir al lector a la idea de que dicha fundación era usada con fines ilegales para la financiación del partido o, cuanto menos, que la relación entre CEPS y el gobierno venezolano significa que existen similitudes entre ese régimen y el partido *Podemos*. No obstante, el mismo medio no puede afirmar que esto sea veraz o ilegal. *El Mundo* afirma en el mismo editorial que “de ser así, no estaríamos ante

un hecho que pueda considerarse ilegal, puesto que el partido todavía no existía como tal”.

Igualmente, la expresión *“esos fondos pagaron a personas y actividades que auspiciaron el nacimiento de Podemos”*, no deja claro si el fin de esos pagos era la constitución del partido morado o, simplemente, se pagaron actividades de consultoría a personas que, posteriormente, fundaron el nuevo partido.

Tras reconocer que esta actividad no reviste de ninguna ilegalidad, *El Mundo* asevera que *“se trataría de un enorme escándalo, falto de toda ética, que demostraría de nuevo los estrechos lazos de la formación de Iglesias con el chavismo”*.

Provocan perplejidad las partidas millonarias que Caracas [...] destinó a investigadores de CEPS [...] por cuestiones tan etéreas como labores de asesoría, apoyo técnico o formación. Emolumentos a todas luces desorbitados.

El Mundo continúa expresando su perplejidad respecto al dinero que Venezuela pagó a CEPS y valora los trabajos realizados por la fundación como *“etéreas”*. Unos pagos desorbitados sin alguna duda para el medio.

El diario expone que *“lo investigado ahora corresponde a un periodo en el que la formación no existía. Y, además, hasta 2015 la financiación ilegal de los partidos no constituía delito. Por ello el Supremo siempre ha tumbado las querellas presentadas por este tema contra Podemos”*. De este extracto caben destacar dos afirmaciones que se infiere. La cuestión de que el Supremo haya rechazado las querellas por financiación irregular contra *Podemos* no es porque no exista una financiación ilegal sino por otras dos razones: la inexistencia del partido durante el pago de Venezuela a CEPS, y que hasta el año 2015 la financiación ilegal no fuera un delito.

Finalmente, en su veredicto, el editorial afirma que *“Podemos está obligado a dar todas las explicaciones. Y debe aclarar el destino de los más de siete millones de euros en tela de juicio. Mientras no lo haga no podrá [...] quitarse el estigma de ser una formación ligada a régimen tan vergonzoso como el chavista”*. En este último párrafo, *El Mundo* da por segura la relación entre el régimen venezolano y la formación morada.

q) Un escenario de ingobernabilidad, una noche de pactos complejos

Claramente Unidos Podemos, la coalición entre Pablo Iglesias y Alberto Garzón, arrebató la segunda posición al PSOE.

Este editorial, que hace un análisis de una encuesta publicada por Sigma Dos antes de las elecciones del 26 de junio de 2016, comienza con un comentario positivo sobre *Podemos*, en el que expone que es innegable el hecho de que *Unidos Podemos* arrebató la segunda posición en cuanto a intención de voto.

Hay que precisar que la suma de los sufragios obtenidos hace medio año por Podemos e Izquierda Unida no crece apenas, pero la coalición se beneficiaría de los efectos de la ley D'Hondt.

Seguidamente, se encuentra un comentario del que se infiere una cierta noción negativa al utilizar el término “*apenas*” cuando se explica que *UP* no va a tener más intención de voto que en los pasados comicios, pero que se beneficiará del sistema electoral y por ello tendrá más escaños.

Iglesias está haciendo una campaña imaginativa, basada en sus habilidades en la mercadotecnia política en la que ha conseguido eclipsar a Pedro Sánchez, muy apagado en el debate televisivo. Da la impresión de que Unidos Podemos ha logrado meterse en una dinámica positiva, favorecida por la tendencia a la polarización del voto.

No obstante, aquí sí aparecen valoraciones negativas respecto a Iglesias al exponer que este se basa en su imaginación y sus habilidades en mercadotecnia para desarrollar su campaña. La mercadotecnia, también conocida como *marketing* es, según la AMA, “la actividad y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para compradores, clientes, socios y la sociedad en general” (2013). Es decir, el medio afirma que Iglesias utiliza técnicas destinadas a incrementar las ventas de un producto (que podríamos entender como la venta de sus ideas), para aumentar su voto. La diferenciación entre hacer política y utilizar la mercadotecnia para vender un producto es clara.

r) Andalucía y Cataluña certifican el declive del PSOE

Las elecciones de diciembre dibujaron un mapa electoral marcado por la fuerte irrupción de Podemos en Cataluña y el País Vasco.

Primeramente, se muestra aquí una alusión positiva hacia el partido *Podemos* con una referencia hacia sus resultados en las elecciones generales de diciembre de 2015.

Unidos Podemos, que no sólo consolidaría sino que ampliaría su victoria en Cataluña y el País Vasco.

Posteriormente, se repiten alusiones a la formación morada mientras se analizan los posibles resultados de las elecciones con los datos de una encuesta publicada por Sigma Dos. Esta es la segunda entrega de la encuesta. En esta frase, se encuentra otro comentario positivo que expone que *UP* consolidaría y ampliaría su victoria en varias comunidades autónomas.

La coalición entre Podemos y Compromís le pisa los talones con un 30%

En esta cita, que hace referencia a que *Podemos* y *Compromís* se acercan al *PP* en intención de voto en la Comunidad Valenciana, vuelve a observarse la expresión “*pisar los talones*”, que como ha sido comentado previamente, indica que *Podemos* se acerca al *PP* en intención de voto, lo que supone un comentario positivo.

Un hecho muy relevante que augura la encuesta es el dominio de Podemos en Cataluña y el País Vasco, lo que rubricaría el éxito de la estrategia de confluencias de la formación morada y su ambigua apuesta por la convocatoria de un referéndum.

En esta ocasión, a pesar de encontrar términos positivos como “*éxito*”, encontramos también un comentario negativo acerca de la cuestión del referéndum de autodeterminación. El medio llama a esto una “*ambigua apuesta*” por parte de *Podemos*. La RAE define el término “*ambiguo/gua*” como “que puede entenderse de varios modos o admitir distintas interpretaciones y dar, por consiguiente, motivo a dudas, incertidumbre o confusión” o, dicho de una persona “que, con sus palabras o comportamiento, vela o no define claramente sus actitudes u opiniones.” Es decir, el medio considera que la formación hace

una apuesta que puede llevar a confusión o que la misma no define claramente su actitud frente a este tema, por lo que se considera una alusión negativa.

Este declive alienta el ansia de sorpasso de Podemos.

Por último, en esta cita se habla de que el declive del *PSOE* provoca un anhelo en la formación morada de sobrepasar a los socialistas. Se observa aquí que el empleo del término “*ansia*” no como un sinónimo de anhelo o esperanza, sino más bien como una prisa brusca por alcanzar su objetivo.

5. Conclusiones

1. *El Mundo* y *El País* otorgan una mayor importancia a *Podemos* en sus espacios editoriales durante la campaña electoral previa a las elecciones generales del 26 de junio de 2016, como demuestra el hecho de una mayor presencia de *Podemos* y sus dirigentes en estos artículos.
2. Esta mayor presencia de *Podemos* e Iglesias en los editoriales durante la segunda campaña electoral analizada se debe al hecho de que la formación ha pasado de ser un partido solo existente en el papel a uno con representación en el Congreso.
3. Ambos medios pasan de tener una opinión neutra sobre *Podemos* y su secretario general entre las campañas electorales de 2015 y 2016 a una opinión marcadamente negativa. Los motivos de este cambio podrían ser relativos a presiones por parte de las entidades propietarias del medio u otros partidos políticos, motivos que no han sido comprobados en este trabajo.
4. Ambos medios muestran una gran preocupación por la posibilidad de que la formación morada forme parte del Gobierno durante la campaña electoral previa a los segundos comicios, ya que ambos dedican espacios editoriales enteros a criticar al partido.
5. Queda demostrado que estos medios quieren expandir hacia la opinión pública unas ideas negativas sobre *Podemos* y su líder, dada la importancia que el editorial tiene como espacio de expresión de un medio, y en base a las conclusiones anteriores.
6. El cambio a una opinión negativa impactará en la percepción que los lectores tienen acerca de *Podemos* y tendrá un gran impacto en la opinión pública española, ya que estos dos periódicos son los medios generalistas más leídos en España y, por ende, los mayores creadores de opinión.
7. *El País* y *El Mundo* pretenden evitar el voto a *Podemos*, abogando por el voto a los partidos centristas *Ciudadanos* y el *Partido Socialista Obrero Español*, tal y como expresan en su espacio editorial.
8. Ninguno de los dos medios analizados incurre en una mala praxis periodística puesto que no están obligados a ser neutrales en los espacios opinativos. Sin embargo, sería recomendable el uso de un lenguaje más respetuoso o, al menos, menos peyorativo puesto que se acerca a la injuria.

6. Referencias

- A.L.G. (27 de Julio de 2017). *Los trabajadores de TVE denuncian que La 1 "censura" un SMS de Rajoy a Bárcenas*. Obtenido de http://www.elespanol.com/espana/20170726/234227396_0.html
- American Marketing Association. (Julio de 2013). *Definition of Marketing*. Obtenido de <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>
- Armañanzas, E. (2016). *Opinión en Prensa*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Asociación de Medios de Información. (11 de Diciembre de 2016). Obtenido de http://www.aede.es/wp-content/uploads/2016/12/nota_de_prensa_Aede_libroblanco-2016-1.pdf
- Borrat, H. (1989). *El periódico, actor público*. Barcelona: Gustavo Gili.
- El Mundo. (16 de Diciembre de 2015). *Un debate en el que faltaron las propuestas y sobraron insultos*. Obtenido de <http://www.elmundo.es/opinion/2015/12/15/5670104ee2704e4f6f8b4660.html>
- El Mundo. (20 de Junio de 2016). *Andalucía y Cataluña certifican el declive del PSOE*. Obtenido de <http://www.elmundo.es/opinion/2016/06/20/5766ded7468aeb047a8b467f.html>
- El Mundo. (12 de Junio de 2016). *El "derecho a decidir" de Podemos agrieta España*. Obtenido de <http://www.elmundo.es/opinion/2016/06/12/575c48e0ca474124468b467c.html>
- El Mundo. (18 de Junio de 2016). *Podemos debe explicar los pagos millonarios del régimen chavista*. Obtenido de <http://www.elmundo.es/opinion/2016/06/18/576433f2e2704e08668b463b.html>
- El Mundo. (19 de Junio de 2016). *Un escenario de ingobernabilidad, una noche de pactos complejos*. Obtenido de <http://www.elmundo.es/opinion/2016/06/19/576589de268e3e990f8b463a.html>

El Mundo. (20 de Abril de 2017). *El Mundo se consolida segundo de la prensa de información generalista*. Obtenido de <http://www.elmundo.es/television/2017/04/19/58f79d5522601d47768b45b1.html>

El País. (4 de Diciembre de 2015). *Aprender otro idioma*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2015/12/03/opinion/1449172401_841089.html

El País. (20 de Julio de 2015). *Cameron implica a toda la sociedad en su plan para combatir el extremismo*. Obtenido de https://elpais.com/internacional/2015/07/20/actualidad/1437399031_781691.html

El País. (17 de Diciembre de 2015). *Con Rajoy, con la campaña*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2015/12/16/opinion/1450297788_957183.html

El País. (6 de Diciembre de 2015). *Defensa constitucional*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2015/12/05/opinion/1449341440_797674.html

El País. (16 de Diciembre de 2015). *Es la credibilidad*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2015/12/15/opinion/1450208716_838239.html

El País. (14 de Diciembre de 2015). *Otro sistema político*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2015/12/13/opinion/1450033291_186989.html

El País. (19 de Diciembre de 2015). *Una campaña más*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2015/12/18/opinion/1450468796_867002.html

El País. (10 de Junio de 2016). *"Sorpasso" peligroso*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2016/06/09/opinion/1465493589_789874.html

El País. (19 de Junio de 2016). *La obra conjunta de Iglesias y Rajoy*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2016/06/18/opinion/1466268776_133092.html

El País. (15 de Junio de 2016). *Sigue la incertidumbre*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2016/06/14/opinion/1465927214_499568.html

El País. (12 de Junio de 2016). *Tierra quemada*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2016/06/11/opinion/1465658325_214528.html

El País. (11 de Junio de 2016). *Todo por la patria*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2016/06/10/opinion/1465581351_005665.html

El País. (13 de Junio de 2016). *Una campaña exigente*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2016/06/12/opinion/1465747561_628510.html

- El País. (09 de Agosto de 2017). *Editoriales*. Obtenido de
<https://elpais.com/tag/c/aac32d0cdce5eeb99b187a446e57a9f7>
- El País. (22 de Marzo de 2017). *Molenbeek, año I: más radicales, más vigilados*. Obtenido de
https://elpais.com/internacional/2017/03/21/actualidad/1490090298_194177.html
- eldiario.es. (9 de Septiembre de 2016). *El Consejo de Informativos de TVE denuncia represalias contra un periodista que protestó por manipulación*. Obtenido de
http://www.eldiario.es/sociedad/Consejo-Informativos-TVE-represalias-periodista_0_558194400.html
- Eldiario.es. (6 de Marzo de 2017). *Podemos, la profesión periodística y a quién señala y a quién no la Asociación de la Prensa de Madrid*. Obtenido de
http://www.eldiario.es/politica/Asociacion-Prensa-Podemos-periodistica-Espana_0_619439001.html
- Escribano, A. (2008). *Comentario de textos interpretativos y de opinión*. Madrid: Arco/Libros, S.L.
- España. (20 de Junio de 1985). Ley Orgánica 5/1985 de 19 de junio, del Régimen Electoral General. *BOE(147)*. doi:BOE-A-1985-11672)
- Federaciones de Asociaciones de Periodistas de España. (2017). *Código Deontológico*. Obtenido de
<http://fape.es/home/codigo-deontologico/>
- Fundéu BBVA. (4 de Febrero de 2011). *Fundéu*. Obtenido de
<http://www.fundeu.es/recomendacion/radical-extremista-y-violento-52/>
- Fundéu BBVA. (2016). Obtenido de
<http://www.fundeu.es/recomendacion/populismo-palabra-del-ano-2016-para-la-fundeu-bbva/>
- GDI - Gottlieb Duttweiler Institut. (2016). *Networks 2016; Hispanic Websphere*. Obtenido de
<http://www.thoughtleaders.world/en/networks-2016/#anchorWebsphereHispanic>
- Gomis, L. (1974). *El medio media: La función política de la prensa*. Madrid: Hora H.
- Gutiérrez Palacio, J. (1984). *Periodismo de opinión*. Madrid: Paraninfo.

- Hernando Cuadrado, L. A. (2001). Lengua y estilo del editorial. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 279-293.
- Ibáñez Gracia, T. (2003). El Giro Lingüístico. En L. Í. Rueda, *Análisis del discurso. Manual para las ciencias sociales* (págs. 21-42). Barcelona: UOC.
- Martínez Albertos, J. L. (1983). *Curso general de redacción periodística*. Barcelona: Mitre.
- Martínez Albertos, J. L. (2004). *Redacción para periodistas: informar e interpretar* (2012 ed.). Barcelona: Ariel.
- Noëlle-Neumann. (1995). *La Espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Obtenido de <http://www.egrupos.net/cgi-bin/eGruposDMime.cgi?K9U7J9W7U7xumopxCTMVQPYy-qnemo-CTYXTCvthCnoqdy-qlhhyCXVTcgb7>
- Núñez Ladevéze, L. (2004). El periodismo desde un enfoque interdisciplinar. En J. Cantavella, & J. F. Serrano, *Redacción para periodistas: informar e interpretar* (págs. 17-50). Barcelona: Ariel.
- Oxford University. (2016). *Reuters Institute Digital News Report*. Obtenido de <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf>
- Plantín, C. (1998). *La argumentación*. Barcelona: Ariel.
- Podemos. (Junio de 2016). Obtenido de <https://lasonrisadeunpais.es/wp-content/uploads/2016/06/Podemos-Programa-Electoral-Elecciones-Generales-26J.pdf>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la lengua española [trampantojo]*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=aGlyc8T>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <http://dle.rae.es/>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española [disfrazar]*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=DunC47N>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española [meliflúo, flúa]*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=OpOrrmW>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española [empuje]*. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=EtXXGy5>

- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española* [enajenar]. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=EusiHns>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. [consolidar] Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=AQYujQa>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. [peligroso] Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=SON7oCO>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. [guiño] Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=Jr1x1KE>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. [populismo] Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=TfyMi6t>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. [extremista] Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=HQ57rme>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. [extremismo] Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=HQ52Cix>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. [ardid] Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=3TlwZEY>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. [disfrazar] Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=DunC47N>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. [plan] Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=TlvEXgq>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. [destruir] Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=DVqxIJU>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. [condenar] Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=ABBvf63>
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española*. [perverso] Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=SIU6LCH>
- Santamaría, L. (1990). *El comentario periodístico*. Madrid: Paraninfo.
- Santamaría, L., & Casals, M. J. (2000). *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*. Madrid: Fragua.
- Van Dijk, T. A. (2003). El giro discursivo. En L. Í. Rueda, *Análisis del discurso. Manual para las ciencias sociales* (págs. 11-12). Barcelona: UOC.