



---

**Universidad de Valladolid**

Curso 2016-2017

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

Agenda periodística *versus* agenda institucional.

Un análisis del tratamiento editorial del diario

*El País* en la crisis del PSOE

Alumna: Beatriz Ferrón Huerga

Tutora: Salomé Berrocal Gonzalo

Convocatoria: Primera - Julio

# Índice

0. Introducción .....	3
0.1. Justificación del tema.....	3
0.2. Objetivos .....	4
0.3. Hipótesis .....	5
0.4. Metodología aplicada y estructura del trabajo .....	5
1. Una aproximación a la teoría de la <i>agenda setting</i> y el <i>framing</i> .....	7
1.1. La teoría de la <i>agenda setting</i> : concepto y clasificación .....	7
1.2. El <i>framing</i> : concepto y tipo de encuadres.....	11
2. El editorial: antecedentes y evolución.....	16
2.1. Origen de los géneros periodísticos <i>versus</i> los géneros literarios.....	16
2.2. Definición y evolución de los géneros periodísticos de opinión .....	18
2.3. El género periodístico de opinión: el editorial.....	19
3. Un análisis de tratamiento editorial de la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en el diario <i>El País</i> .....	24
3.1. Metodología del trabajo de campo.....	24
3.2. Exposición general de los resultados tras la codificación realizada .....	32
4. Conclusiones .....	47
5. Bibliografía.....	52
6. Anexos.....	55

## 0. Introducción

Esta investigación aborda el tratamiento editorial del diario *El País* sobre la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) desencadenada desde la primera votación de la investidura de Mariano Rajoy, el pasado 31 de agosto de 2016, hasta las elecciones de primarias del partido socialista, del pasado 22 de mayo de 2017, para nombrar a un nuevo secretario general después de que Pedro Sánchez dimitiera de este cargo el pasado 1 de octubre de 2016.

### 0.1. Justificación del tema

Desde las pasadas elecciones generales del 20 de diciembre de 2015 (20D), el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) ha ocupado parte de la información política de los distintos medios de comunicación españoles por dos motivos: uno, los resultados obtenidos en los comicios de 2015 y dos, la imposibilidad de formar gobierno junto a los partidos, Ciudadanos y Podemos, en marzo de 2016.

Según los datos del Ministerio de Interior, las fuerzas políticas tradicionales, como son, el Partido Popular (PP) y el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) obtuvieron 123 y 90 diputados, respectivamente; mientras que las dos nuevas fuerzas políticas, Ciudadanos y Podemos –incluidas todas las confluencias-, lograron 40 y 69 diputados, respectivamente. Sin embargo, durante diciembre de 2015 y marzo de 2016, ni el Partido Popular, ni el PSOE, ni Ciudadanos, ni Podemos alcanzaron ningún tipo de acuerdo de gobierno, por lo que los ciudadanos tuvieron que volver a las urnas el 26 de junio de 2016 (26J).

Tras las segundas elecciones generales, el partido socialista siguió dominando gran parte de la información política de la prensa española, sobre todo, del diario *El País*. Los resultados alcanzados en estos segundos comicios fueron inferiores a los de 2015, lograron 85 diputados frente a los 90 del 20D. La intención del secretario general del PSOE, Pedro Sánchez, fue la de no permitir un gobierno del Partido Popular.

Este acontecimiento, propició que el diario *El País*, que nace 1976 “al amparo de una convicción irrenunciablemente democrática, [...] y de la libertad” (*El País*, 1976) y que ha defendido la socialdemocracia como puso de manifiesto el 29 de octubre de 1982, dedicará un número importante de editoriales al partido socialista cuestionando las decisiones adoptadas.

Así, el diario *El País* dedica sus páginas de editorial para hablar sobre la crisis originada en el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y propone que el partido socialista adopte un nuevo camino hacia la socialdemocracia.

La elección de analizar el tratamiento editorial en el diario *El País* se debe a dos motivos: uno, se trata del diario generalista con mayor promedio de difusión de 2016 con una cifra de 194.005 ejemplares, según los datos de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD); y el segundo por su vinculación y cierto apoyo al PSOE (Berrocal Gonzalo & Rodríguez Maribona, 1998; Edo, 1994; Barrera, 1995).

## 0.2. Objetivos

Esta investigación parte de una serie de enunciados afirmativos, llamados objetivos de investigación, con los que formular las hipótesis que serán verificadas o refutadas según el análisis empírico realizado para este proyecto. A continuación, se exponen los objetivos de investigación:

- Comprobar que la agenda institucional o política del partido socialista en torno a cuatro de sus actividades (votación de investidura de Mariano Rajoy, elecciones autonómicas de Galicia y País Vasco, dimisión del secretario general del PSOE, Pedro Sánchez, y las elecciones de primarias del partido socialista) marcan la línea editorial de *El País*.
- Probar que el tratamiento editorial de *El País* mantiene un encuadre negativo para hablar de la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE).
- Demostrar que el tratamiento editorial del periódico *El País* está sustentado por argumentos o juicios de tipo categóricos dirigidos, sobre todo, hacia el secretario general del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), Pedro Sánchez.
- Verificar que los editoriales de *El País* se centran de manera mayoritaria en la figura del secretario general del PSOE, Pedro Sánchez, dejando de lado al propio partido político.
- Observar cuál es el tratamiento editorial, en cuanto a estilo, seguido por el diario *El País* para referirse a la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE)

### 0.3. Hipótesis

Las hipótesis de investigación son proposiciones que indican lo que se quiere probar (Sampieri, Collado & Lucio, 2006) y surgen de las preguntas y objetivos de investigación. En este trabajo, las hipótesis de investigación son las siguientes:

1. La agenda institucional o política del partido socialista en torno a cuatro de sus actividades (votación a la investidura de Mariano Rajoy, elecciones autonómicas gallegas y vascas, dimisión del secretario general del PSOE y las elecciones de primarias del PSOE) marcan la agenda mediática de *El País* y, por tanto, su línea editorial.

2. El tratamiento editorial mantenido por el periódico *El País* para referirse a la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) se articula bajo un sesgo negativo.

3. El tratamiento editorial del diario *El País* está apoyado en argumentos o juicios categóricos dirigidos, por un lado, hacia el secretario general del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), Pedro Sánchez; y, por otro lado, al propio partido socialista.

4. El periódico *El País* menciona en sus editoriales de forma mayoritaria al secretario general del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), Pedro Sánchez, frente al propio partido socialista.

5. El estilo de solicitud de opinión o editorializante del diario *El País* es, prioritariamente, didascálico para aludir la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE).

### 0.4. Metodología aplicada y estructura del trabajo

Para resolver las cinco hipótesis de investigación planteadas anteriormente, se ha procedido a elaborar un trabajo estructurado en tres partes esenciales. En la primera de ellas, se ha establecido un marco teórico con el que aproximarse a la teoría de la *agenda setting* y *framing*. Este epígrafe se sustenta, principalmente, bajo la teoría de McCombs (1996, 2006) sobre la *agenda setting* aunque también han sido necesarios los estudios de Sádaba y Rodríguez Virgili (2007); D'Adamo, Freidenberg y García Beaudoux (2000); Aruguete (2011); Rubio Ferreras (2009); Rodríguez Díaz (2004), Koziner (2013) y Cervantes Barba (1999).

En la segunda parte, se ha establecido un marco teórico con el que acercarse al género periodístico de opinión: el editorial. En este epígrafe se ha incidido en la importancia de distinguir los géneros literarios de los géneros periodísticos, se ha sintetizado la evolución de los géneros periodísticos y, por último, se ha mostrado qué es un editorial, cuáles son sus características y de qué está compuesto. Para lograr sintetizar todos estos sub-epígrafes ha sido necesario seguir a los siguientes autores: Martínez Albertos (2012); Armañazas y Díaz Noci (1996); Nuñez Ladevéze (2007); Cubino, Sobrino y Marón (2009); Sánchez y López Pan (1998); Paniagua Santamaría (2009); Fernández Barrero (2003); Arroyas y Gobantes (2007) y Santamaría y Casals (2000).

Y la última parte, engloba al análisis empírico de esta investigación. En este apartado ha sido necesario el empleo de una metodología de tipo cuantitativa y cualitativa. Para la metodología cuantitativa es preciso recopilar todos los datos mediante una medición numérica y el análisis estadístico para poder probar las hipótesis formuladas (Sampieri, Collado & Lucio, 2004); en concreto, para la investigación ha sido necesario recopilar todos los editoriales sobre la crisis del PSOE, el número exacto de editoriales publicados durante los meses de investigación y el número que afecta a cada variable de la plantilla de codificación.

En cuanto a la metodología cualitativa, se utiliza para la recolección de datos sin medición numérica. Para Sampieri, Collado y Lucio se trata de “un proceso inductivo (explorar y describir, y luego general perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general” (2004:49). En este proyecto, por ejemplo, las variables de tipo cualitativo son las que permiten saber qué tipo de juicios se emplean en los diversos editoriales.

Sin embargo, para organizar todas las categorías y variables de la investigación ha sido necesaria la utilización de dos plantillas de codificación. La primera plantilla es de tipo cuantitativa y cualitativa de elaboración propia basada en Casals (2007), De Gregorio (en Paniagua & Abejón, 2017), López Hidalgo (en Fernández Barrero, 2003) y Santamaría y Casals (2000) mientras la segunda es de tipo cuantitativa de elaboración propia. Ambas plantillas de codificación se detallan en profundidad en el capítulo tercero: “3. Un análisis de tratamiento editorial de la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en el diario *El País*” dedicado al trabajo de campo.

## **1. Una aproximación a la teoría de la *agenda setting* y el *framing*.**

Muchos autores afirman que los medios de comunicación ofrecen una información sesgada o de segunda mano ya que seleccionan las noticias en función de las agendas mediáticas. De hecho el humorista norteamericano Will Rogers afirma “todo lo que sé es porque lo que he leído en la prensa” (en McCombs, 2006:23) con la que se observa la importancia de los medios de comunicación y de qué noticias cuentan los medios al público. En este capítulo se va a intentar enseñar en qué consiste la *agenda setting* y el *framing*.

### **1.1. La teoría de la *agenda setting*: concepto y clasificación**

La *agenda setting* es vista desde un punto metafórico como los temas más relevantes para los medios de comunicación que pasan, a su vez, a ser los temas de la agenda de las personas (Rodríguez Díaz, 2004). Esto significa que las personas reciben una información determinada gracias a los medios y la interiorizan por su contexto. Para Sábada y Rodríguez Virigili (2007), la teoría de la mediatización concibe a los medios de comunicación como filtros de la información. Se entiende, asimismo, que los ciudadanos conocen y aprenden a explicar situaciones políticas según los datos que han visto, oído o leído en los medios de comunicación. Para Wolf, la información que el público percibe del mundo “puede ser concebida como un estándar respecto al cual la información nueva es comparada para darle significado” (1987:173).

Para D’Adamo, Freidenberg y García Beaudoux, la *agenda setting* es la “capacidad de los medios de comunicación de masas para dirigir la atención pública hacia ciertas cuestiones particulares, postula que los medios de comunicación tendrían la capacidad de decir a los individuos <<acerca de qué>> se debe pensar, a qué cuestiones se debe prestar atención” (2000:58).

Cervantes Barba (1999) señala que en los inicios de los estudios del establecimiento de la agenda, se intentaba demostrar que las tendencias de la cobertura informativa influían en el público sobre cuáles eran los temas relevantes del día. De hecho, el comentario “todo lo que sé es porque lo que he leído en la prensa” sostiene la tesis de que la mayor parte del conocimiento e información que los ciudadanos tienen de los asuntos públicos queda fuera de nuestra experiencia personal (McCombs, 2006).

En 1992, Walter Lippmann señaló en su obra *La opinión pública* que “el mundo de la política con el que nos la jugamos nos queda fuera del alcance, de la vista y de la mente” (en McCombs, 2006:23). En aquella época, los medios de comunicación eran “la fuente principal de información sobre los asuntos públicos”. En la actualidad, existen otras formas donde encontrar información como por ejemplo la radio, la televisión o los distintos medios digitales pero el fondo del asunto es el mismo: los ciudadanos “ven la realidad de segunda mano” (McCombs, 2006:24), ya que la información facilitada está estructurada por los propios periodistas.

Dentro de los diferentes estudios sobre los efectos de los medios de comunicación de masas Lippman señala “una distinción importante entre el *entorno* (el mundo que existe realmente allí fuera) y el *pseudo-entorno* (nuestras percepciones privadas de aquel mundo)” (en McCombs, 1996:14).

Sin embargo, es importante señalar, como afirma Wanda que el concepto que se tiene de ‘agenda’ es complejo puesto que no todas las personas presentan los mismos efectos o no todos los temas de la *agenda setting* influyen de la misma forma en el público (en Rodríguez Díaz, 2004).

Consecuencia de este factor, los autores, Sádaba y Rodríguez Virgili (2007), resaltan la importancia de conocer cómo se construye el discurso de los medios y quién influye en ellos; de hecho, aseguran que, generalmente, “las agendas recogen el juego de los agentes sociales en la arena pública” (2007:189). Al respecto, Rodríguez Díaz (2004) señala que cuando se habla de *agenda setting* hay que hablar de los tres tipos de agendas que están relacionadas con el proceso comunicativo:

- Agenda pública: mide la importancia que representa determinado tema entre el público
- Agenda del medio de comunicación: medición de un tema cualquiera en los distintos medios de comunicación
- Agenda institucional o política: trata de dar respuesta y formular nuevas propuestas sobre determinados temas que son de dominio público y favorecen el debate público.

En la teoría de la *agenda setting* se ofrece una explicación de porqué la información de ciertos temas resulta de interés mientras que otros no; al mismo tiempo que se recoge que la agendas de los medios de comunicación configura la agenda



pública. Aunque para esta autora la agenda pública, la agenda de los medios y la agenda institucional o política están estrechamente relacionadas e influenciadas de forma individual o colectiva por diversos factores (Rodríguez Díaz, 2004).

Para el sociólogo Robert Park las noticias diarias anuncian los últimos acontecimientos y cambios que queda fuera de nuestra propia experiencia más inmediata (en McCombs, 2006). En este contexto, McCombs (1996) afirma que las noticias de los medios de comunicación influyen en distintas facetas de nuestra vida cotidiana al considerar que los medios pueden influir en el público desde el modo de vestirse, la preparación de viaje de fin de semana e, incluso, en la preocupación por los temas que aparecen en el día.

Sin embargo, como señalan Dearing y Rogers la formación de la *agenda setting* “comienza cuando un tema aparece recogido en la agenda de los medios de comunicación” (en Rodríguez Díaz, 2004: 19). En opinión de McCombs (1996), la sociedad depende de los medios de comunicación para mantenerse informados sobre ciertos asuntos, personalidades públicas o situaciones que producen cierto apoyo o rechazo para el público.

Para D’Adamo, Freidenberg y García Beaudoux los medios de comunicación definen los problemas públicos y las ideas políticas gracias a su poder para “guiar la atención pública” para crear “contextos de interpretación de las cuestiones políticas” (2000: 57). Por su parte, Lippman subraya que los medios no solo definen nuestro mundo a través de la política en periodo de elecciones sino que destacan los asuntos que atañen a nuestro entorno inmediato personal y familiar (en McCombs, 1996).

Con el establecimiento de la *agenda setting* los medios, según D’Adamo, Freidenberg y García Beaudoux, tiene dos objetivos: por un lado, “sesgar la atención del público hacia determinados objetos o cuestiones de la escena político social” (2000:58) y, por otro, la importancia que el público atribuya a esas cuestiones de los medios. Rubio Ferreres (2009) destaca el poder de los medios de comunicación para atraer la atención del público a ciertos temas y, a su vez, crear los marcos de interpretación de los hechos sociales. Para este autor, los medios “presentan al público una lista de los temas que será objeto de la opinión pública” (2009:9).

Para McCombs el efecto más relevante de los *mass media* es “su capacidad para estructurar y organizar” el mundo. Este autor destaca que el éxito de los *mass media*

recae en que intentan promover la opinión del público. Rubio Ferreres (2009), asimismo, asegura que el objetivo principal de la *agenda setting* es “influir en la opinión pública”. Según este último autor, no se busca persuadir al público sino que se trata de hacer pensar y opinar a la gente. Cohen puntualiza que la prensa es tiene la capacidad de decisión sobre sus propios lectores para indicarles en qué temas tienen que pensar (en Rubio Ferreres, 2009).

Para la determinación de la agenda del medio, según McCombs (1996) los periodistas son los encargados de manejar las noticias de distintas maneras. Donsbach, además, sostiene que para que se dé este proceso las noticias tienen que poseer determinados factores, como por ejemplo, factor sorpresa, la personalización, la tematización,... para que se produzca su publicación (en Rodríguez Díaz, 2004). Pero todo este proceso de determinación y comprobación de la agenda debe seguir un proceso, según McCombs (1996) y Rodríguez Díaz (2004), en primer lugar, los periodistas deben elegir qué noticias o temas se deben publicar, ya que, en muchas ocasiones el espacio en los periódicos es limitado; en segundo lugar, comprobar que tratamiento informativo se les da a las noticias seleccionadas en función de la colocación, titulación y extensión; y, en tercer lugar, conviene hacer un seguimiento de las mismas que puede durar días, semanas, meses o años para, posteriormente, hacer un análisis de contenido sobre dicha información.

Un elemento importante en cuanto al establecimiento de la *agenda setting* como ya se ha mencionado es la definición del término agenda pública. Los autores D’Adamo, Freidenberg y García Beaudoux definen agenda pública como la “selección que las personas realizan de los problemas y acontecimientos que consideran como los más relevantes de entre todos los existentes en la escena social” (2000:59), es decir, cuáles son los problemas que la opinión pública cree que son prioritarios. En esta misma línea, Dearing y Rogers definen la agenda pública como “el grado o jerarquía de importancia que da el público a terminados aspectos noticiosos durante un periodo de tiempo” (en Rodríguez Díaz, 2004:20).

En cuanto a la medición de este tipo de agenda pública es necesaria la realización de encuestas donde a la persona encuestada se le formula una pregunta (Rodríguez Díaz, 2004).

Otro componente importante para el establecimiento de la *agenda setting* es la agenda institucional o política. Según la autora Rodríguez Díaz (2004) no son muchos

los estudios que tratan de medir la influencia de la agenda institucional o política en los medios de comunicación y en el público, ya que, su medición es controvertida por la gran cantidad de variables que hay que tener en cuenta consecuencia de las distintas acciones adoptadas por los gobiernos, instituciones y grupos políticos y que, después, conformará el debate político. Mientras, Dearing y Rogers consideran que la agenda política es la encargada de abastecer nuevos temas que influirán en la agenda de los medios y del público (en Rodríguez Díaz, 2004). Shaw en sus estudios sobre la *agenda setting* “reconoce que los atributos psicológicos y sociales de los electores determinan el uso político de los media” (en Wolf, 1987:172).

En el establecimiento de la *agenda setting* es importante saber qué criterio da la relevancia de un tema o argumento está basado en “la influencia” con la que un tema aparece. Pero hay que tener en cuenta que “los efectos de la *agenda setting* son efectos cognitivos, puesto que influyen en los sistemas de conocimiento que la audiencia asume y estructura” (Rubio Ferreres, 2000:13). No se trata de efectos ocasionales o de hechos puntuales sino más bien de efectos duraderos en el tiempo, es decir, a largo plazo. Asimismo, este autor asegura que los medios de comunicación son unos instrumentos poderosos para la configuración de la mentalidad de la sociedad contemporánea (Rubio Ferreres, 2000).

En resumen, la *agenda setting* se puede definir como el conjunto de temas seleccionados para formar parte de una ‘agenda’, ya sea, pública, de medios o institucional. Generalmente, son los medios de comunicación los que conforman la agenda del público aunque los efectos producidos en el público son distintos y no siempre son los mismos. En cambio, los estudios sobre la agenda institucional o política son escasos debido a la multitud de variables que pueden influir en ella pero no por ello, es menos importante, ya que, gracias a la agenda institucional o política surgen nuevos temas al debate público.

## **1.2. El *framing*: concepto y tipo de encuadres**

Para comprender este punto, es importante tener en cuenta que el establecimiento de la *agenda setting* tiene dos niveles: un primer nivel donde hay una transferencia de relevancia de los objetos cuyos efectos son de primer nivel relacionados con la *agenda setting* tradicional y; un segundo nivel, donde están los atributos (McCombs, 2006). En este punto se habla de un segundo nivel de la *agenda setting*: el *framing* o teoría del encuadre.

La teoría del *framing* nace a comienzo del XX cuando distintos autores investigan sobre la relación entre medios de comunicación y opinión pública. De esta analogía surgieron los planteamientos acerca de los efectos “poderosos” de los medios de comunicación sobre una masa pasiva –público-. Después, aparecieron los efectos limitados de los medios, los cuáles no eran capaces de cambiar o modificar las opiniones y actitudes del público; y, ya, en los años 60 y 70 se concluyó que existían esos efectos bajo condiciones limitadas (Aruguete, 2011).

Los orígenes de la teoría del *framing* o encuadre están en la contribución de varias disciplinas como la psicología, la sociología, los estudios sobre movimientos sociales y los estudios de la comunicación (Aruguete, 2011). Desde la rama de la sociología, tanto Sábada (2001) como Koziner (2013) la teoría del *framing* se puede encontrar en tres escuelas: el interaccionismo simbólico de la Escuela de Chicago, la fenomenología y la etnometodología. Sin embargo, para Koziner las preocupaciones de la teoría del *framing* se orientan hacia “la construcción social de la realidad y a la producción de sentido en la interacción o intercambio” (2013:1).

Las primeras ciencias en aportar sus primeras investigaciones fueron la psicología y la sociología, así en 1955 Gregory Bateson propuso el término de *frame* como “herramienta que permitía explicar por qué la gente centra su atención en determinados aspectos de la realidad” (en Aruguete, 2011:69). De esta afirmación se puede que con el *frame* se puede comprobar cuál es la interpretación de la gente frente a los distintos aspectos de la realidad. Para Bateson “los marcos son instrumentos de la mente” (en Sábada, 2001:149).

En 1986, Goffman publicó su obra *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience* donde explicaba cómo se organizaban los acontecimientos en la sociedad (en Sábada, 2001). Sin embargo, Goffman se diferencia de Bateson ya que redefinió el término *frame*. Para este autor, los *frames* son respuestas “que dan sentido a los acontecimientos porque además están sujetos a probables sucesivas redefiniciones y re-enmarcaciones” (en Koziner, 2013:14). Del mismo modo que, este autor entiende que el público no puede comprender el mundo en su totalidad aunque convive con normas heredadas, adquiridas y compartidas (en Aruguete, 2011).

Para Goffman en Sábada (2001) el *frame* es un tanto un marco donde se contextualiza la realidad como un esquema mental que incorpora datos externos objetivos que está en continua revisión según los acontecimientos. En esta misma línea,

Fritz Heider considera que las personas no pueden entender la complejidad de mundo que les rodea por lo que tratan de interferir en las relaciones causales (en Koziner, 2013).

Es importante resaltar que durante las últimas décadas del siglo XX los estudios teóricos y empíricos sobre la teoría del *framing* han crecido de forma significativa aunque todavía existen dificultades para alcanzar una definición concreta. En este sentido, las consecuencias de esta situación van desde la “utilización indistinta de los términos *agenda setting*, *priming* y *framing*” (Aruguete, 2011:70).

Para Entman encuadrar es “seleccionar algunos aspectos de una realidad que se percibe y darles más relevancia en un texto comunicativo, de manera que se promueva una definición del problema determinado, una interpretación casual, una evaluación moral y/o una recomendación del tratamiento para el asunto descrito” (en Aruguete, 2011:70).

Por su parte Tankard asegura que encuadrar es “una idea organizadora central del contenido informativo que ofrece un contexto y sugiere cuál es el tema mediante el uso de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración” (en Koziner, 2013:3).

Y, por último, Resee aporta la definición más completa de los *frames*. Para este autor los encuadres se tratan de “principios organizadores socialmente compartidos y persistentes en el tiempo, que trabajan simbólicamente para estructurar el mundo social de modos significativo (en Koziner, 2013:3).

Al igual el resto de autores, Aruguete señala que los *frames* “son herramientas fundamentales para transmitir informaciones: aumentan las perspectivas, revelan entendimientos particulares sobre todo los eventos y terminan transformando la forma de pensar del público sobre un asunto” (2011:70).

Para Sábada (2001) el *framing* en los medios de comunicación posibilita al periodista a transmitir la realidad tal y como es, es decir, a través de la objetividad periodística. Mientras que para Rodríguez Díaz (2004) el *framing* se centra en “conocer los enfoques informativos de los periodistas que proporcionan al público una forma de interpretar las situaciones o hechos” (2004:67).

Sin embargo, McCombs entiende el *framing* como “la selección de un número restringido de atributos temáticamente relacionados para su inclusión en la agenda (orden del día) de los medios de comunicación cuando se discute un asunto particular”

(en Konizer, 2013:19). Aunque este autor también incluye factores como la relevancia del texto y distintas interpretaciones; de hecho, para McCombs (2006) encuadrar es “seleccionar algunos aspectos de una realidad que se percibe y darles más relevancia en un texto comunicativo, de manera que se promueva una definición del problema determinado, una interpretación casual, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito” (2006:170).

Para Sádaba (2001) la teoría del *framing*, en el área de periodismo, se establece como un papel mediador entre el hombre y la sociedad mediante el cual se dan a conocer las noticias. En este punto, los medios son los intermediarios entre el mundo y el público. En este sentido McCombs analiza la influencia de las opiniones y comentarios sobre un determinado tema que ha sido transmitido en los medios (en Rubio Ferreres, 2009).

Por su parte, los medios “transforman las dimensiones de los acontecimientos en productos informativos que pasan por una serie de filtros hasta llegar a la audiencia” (Sádaba, 2001: 159). De la misma forma que Rubio Ferreres (2009) señala que los medios no solo influyen en la opinión pública puesto a que no solo se limitan a resaltar ciertos temas de relevancia sino que, a su vez, proporcionan “estándares” con los cuales el público puede valorar cuestiones sociales y políticas para tomar una decisión.

Rubio Ferreres (2009) entiende el *framing* o encuadre como “el marco interpretativo de la información”; Koziner (2013) define esta teoría como “modelo de comunicación interactivo” y Sádaba (2001) señala que el *framing* es “en gran medida selección de información”.

Según Arugete (2011) el concepto *framing* significa “esquema de la audiencia”. Siguiendo, a esta autora, los ‘esquemas’ son “estructuras de pensamiento preexistentes que influyen y guían en el procesamiento e interpretación de la información” (2011:72). Sin embargo, otro aspecto importante para conocer cuál es el poder de los encuadres recae en saber cómo se presentan los temas, qué rasgos de la realidad se seleccionan y cuáles se omite.

Rodríguez Díaz (2004) señala que para evaluar el *framing* es necesario medir los titulares o entradillas, contabilizar y clasificar los términos utilizados por los periodistas y agruparlos en función de las categorías. Según esta autora, “la audiencia es influida

por los aspectos subjetivos, afectivos y de opinión que les proporcionan los medios de comunicación” (2004:69).

Para Aruguete (2011) es importante identificar la tipología de los *frames* de las noticias porque son más importantes los comentarios interpretativos que los datos informativos que incorpore la noticia. En cambio, esta autora señala que la metodología empleada para medir la presencia de *frames* en los medios y su posterior impacto en la audiencia depende de dos tipos de encuadres:

1. Encuadres noticiosos genéricos: “aplicables a un rango de diversos tópicos, a lo largo del tiempo y, potencialmente en diferentes contextos culturales”.

2. Encuadres específicos: “retratan aspectos típicos de los eventos o temas, y permiten que éstos sean abordados en detalle, con un alto grado de especificidad”.

A modo de conclusión, se puede decir que la teoría del *framing*, pretende seleccionar diversos aspectos de la realidad para destacarlos en los medios de comunicación. Con esta teoría, se intenta resaltar un problema aunque puede conllevar el efecto contrario, es decir, que se ensalce un tema determinado. Sin embargo, no hay que olvidar que la teoría del *framing* es el segundo nivel de la *agenda setting* por lo cual se puede extrapolar que la teoría del encuadre también investiga los efectos derivados de la misma en la audiencia o público.



## 2. El editorial: antecedentes y evolución

Desde la aparición de la literatura y de los géneros periodísticos se ha escrito mucho sobre estos géneros; sin embargo, no siempre se han tratado con claridad, ya que, la distinción entre ‘información’ y ‘opinión’, es una cuestión simple pero a la vez compleja que ha precisado de muchos estudios sobre esta materia. Por este motivo, resulta conveniente que este apartado teórico aglutine: el origen de los géneros periodísticos *versus* los géneros literarios, la definición y evolución de géneros periodísticos de opinión y el género periodístico de opinión: el editorial.

### 2.1. Origen de los géneros periodísticos *versus* los géneros literarios

Lorenzo Gomis señala que el progreso de los géneros periodísticos se debe al trabajo realizado de los géneros literarios preexistentes (en Armañanzas & Díaz Noci, 1996). De esta forma, se puede entender que la “Literatura es anterior al Periodismo” al igual que sucede con la Teoría de los Géneros Literarios, puesto que ésta es anterior a la Teoría de los Géneros Periodísticos. Los autores René Weller y Austin Warren afirmaron que la Teoría Literaria era la base de la Teoría de los Géneros Periodísticos. Para ellos, el género es “un concepto regulativo” (en Armañanzas & Díaz Noci, 1996).

Sin embargo, Núñez Ladevéze (2007) asegura que gracias a la Teoría de los Géneros Literarios surge la clasificación de los géneros periodísticos y que, para él, los “géneros responden a una necesidad instrumental o a una conveniencia social de clasificar las cosas análogas mediante el lenguaje” (2007:16).

Por otra parte, Luisa Santamaría considera que el concepto general de ‘género’ es adaptable a los géneros periodísticos, ya que, los géneros y estilos sirven para “clasificar y valorar los textos periodísticos. Asimismo, esta autora admite que los géneros periodísticos son “modalidades históricas específicas y particulares de la creación literaria concebidas para lograr unos fines sociales muy determinados” mientras “los estilos periodísticos son aquellos conjuntos de rasgos de ideación (o disposiciones anímicas colectivas de cierta base ideológica) a partir de los cuales podemos agrupar los diferentes géneros” (en Armañanzas & Díaz Noci, 1996:78).

En cambio, Lorenzo Gomis considera que los géneros periodísticos son similares a los literarios, que mantienen un orden, clasifican los textos, establecen relaciones entre los contenidos y guían al lector para qué entienda lo que se va a encontrar (en Armañanzas & Díaz Noci, 1996). En esta línea, Santamaría y Casasl (2000) señalan que



la diferencia entre periodismo y literatura reside en “la responsabilidad del periodista como informador”.

Hay que tener presente que los géneros literarios y los géneros periodísticos tienen aspectos comunes pero también diferenciadores. Núñez Ladevéze (2007) destaca que ambos géneros –literarios y periodísticos- “son productos de la actividad textual”, es decir, no se dirigen a un público específico, y se tratan de “campos de mediación y contacto” aunque, Núñez Ladevéze (2007), distingue los dos géneros por su función social, ya que, según este autor, el género periodístico se centra en el presente entre el profesional y el lector.

Por el contrario, Lorenzo Gomis considera que la Literatura “universaliza acciones” cuyo autor es una única persona mientras que los géneros periodísticos “se ciñen a los hechos” donde la autoría del trabajo pueden ser de uno o varios autores e, incluso, no estar firmados. A este respecto, este autor considera que es necesario establecer ciertas normas que “unifiquen y den coherencia a los textos” (en Armañanzas & Díaz Noci, 1996:77). Siguiendo esta línea, Santamaría y Casals señalan que los profesionales de los medios de comunicación deben “atenerse a unas normas de actuación y a una ética que le obligarán en su lenguaje a discernir y separar lo informativo de la opinión” (2000:133).

Pese al avance en los estudios sobre ‘géneros’, ya sean literarios o periodísticos, es importante señalar que aún sigue siendo complicado ignorar un artículo de opinión porque se asemeja más a un estilo literario (Santamaría & Casals, 2000).

Pese a este hecho, Núñez Ladevéze (2007) establece cuatro cuestiones primordiales que diferencian los géneros periodísticos de los literarios.

1. Adaptación a las necesidades sociales. Los géneros literarios están respaldados por expresiones; los géneros periodísticos satisfacen utilidades sociales.
2. Tipo de utilidad. El relato periodístico pretende satisfacer necesidades de información y comunicación con carácter inmediato mientras que el relato literario no precisa esta inmediatez.
3. La condición de los géneros periodísticos. Los profesionales tienen que seguir unas normas externas de carácter social y unos códigos deontológicos. Los géneros literarios no siguen ninguna norma solo la creación del autor.

4. Distinta vinculación con el tiempo. Los géneros periodísticos se vinculan al presente, lo que muchos llaman la actualidad, aunque en ocasiones se hace referencia a hechos pasados para explicar el actual. Todos los géneros literarios son atemporales.

## **2.2. Definición y evolución de los géneros periodísticos de opinión**

Para entender qué son los géneros periodísticos de opinión hay que definir primero qué son los géneros periodísticos. Para Martínez Albertos, los géneros periodísticos son “aquellas modalidades de la creación literaria relacionadas con la información de actualidad y destinadas a ser difundidas a través de la prensa escrita” (2012:212). Para Cubino, Sobrino y Marón (2009) los géneros periodísticos son las distintas formas que un periódico puede emplear para presentar la información. Sin embargo, Sánchez y López Pan configuran los géneros como “modelos de enunciación que facilitan la tarea de escribir” (1998:16). Pero es reseñable que si no existieran estos patrones los profesionales de los medios tendrían que hacer un sobreesfuerzo para inventar una serie de fórmulas para cada ocasión. De hecho, Sánchez y López Pan remarcan que los géneros “son respuestas estructurales y estilísticas a las diferentes necesidades expresivas de los hombres” (1998:17) y, a su vez, los géneros periodísticos cumplen con la necesidad de expresión del periodismo.

El punto de vista diferente, en cuanto a la definición de géneros periodísticos, está propuesto por el autor francés Genette quién explica que los géneros “son hechos de cultura y de historia, y como tales están sometidos a la temporalidad: no siempre han existido los actuales ni existen ya otros que quizá tuvieron relevancia en el pasado” (en Sánchez & López Pan, 1998:17).

A su vez, Martínez Albertos (2012) ha propuesto una definición más amplia abarcando el resto de modalidades del periodismo como, por ejemplo, la radio o la televisión. En esta definición, Martínez Albertos afirma que los géneros periodísticos son “las diferentes modalidades de creación lingüística destinadas a ser canalizadas a través de cualquier medio de difusión colectiva y con el ánimo de atender a los dos grandes objetivos de la información de actualidad: el relato de acontecimiento y el juicio valorativo que provocan tales acontecimientos” (2012: 213).

De este modo, Martínez Albertos (2012) entiende que los géneros periodísticos son manifestaciones específicas y únicas de los recursos expresivos que una persona puede almacenar en su memoria. Por este motivo, Sánchez y López Pan entienden que

“la tipologización de los textos periodísticos es algo más que una mera clasificación, puesto que supone el entero sistema de valores en el que el periodismo se apoya como profesión” (1998:18).

En este aspecto es importante destacar la importancia del estilo con el que se escribe. Lázaro Carreter asimila que el estilo es “el conjunto de rasgos de ideación y de expresión propios de una época, un género o una persona” (en Paniagua Santamaría, 2009:40). Dovifat, en cambio, asume que el estilo es la suma de recursos expresivos regulados de modo unitario (en Martínez Albertos, 2012).

En definitiva, los géneros “facilitan la lectura de los periódicos” pero, para ello, es fundamental que los diarios empleen un tipo de titulación y una serie de señas tipográficas que adviertan al lector de ante qué género se encuentra (Sánchez & López Pan, 1998).

### **2.3. El género periodístico de opinión: el editorial**

El editorial para muchos autores es un género periodístico con rasgos definitorios característicos ya que carece de firma y la autoría recae en la empresa periodística, es decir, en el periódico (Fernández Barrero, 2003). En este sentido, se dice que el periódico ofrece su visión, mediante la interpretación y la valoración, sobre un determinado tema de relevante actualidad.

María José Canel afirma que el editorial es “el género que dibuja el perfil ideológico y periodístico” (en Fernández Barrero, 2003:34), es decir, se trata de la postura adoptada por el periódico. En esa línea, Cubino, Sobrino y Marón definen el género del editorial como “el artículo de opinión por medio del cual el diario expresa, en un orden lógico, conciso y claro, su punto de vista sobre un asunto de interés general” (2009:11). Martín Vivaldi define el editorial como “el artículo periodístico en el que se comenta –analiza, interpreta y valora- un hecho o noticia de especial relevancia o trascendencia local, nacional o internacional” (en Armañanzas & Díaz Noci, 1996:94).

Para los autores, Armañanzas y Díaz Noci (1996), el editorial presenta un hecho y su valoración argumentada con el objetivo de influir en la opinión pública. Además, su finalidad recae en aclarar algunas de las noticias publicadas por los medios para que el lector pueda comprobar la importancia de los hechos. Y para Arroyas y Gobantes

(2007) el editorial es un artículo periodístico englobado dentro de los géneros de opinión cuyo objetivo es analizar y evaluar las noticias.

Todos los autores mencionados están de acuerdo con que el editorial presenta una serie de rasgos definatorios muy marcados, como por ejemplo, la línea editorial del medio de comunicación (Arroyas & Gobantes, 2007) o, también llamada “la conciencia del periódico” (Cubino, Sobrino & Marón, 2009). Todos estos autores creen que la intención de los periodistas, a la hora de elaborar un editorial, debe estar enfocada en la ayuda al lector en vez de decirle lo que debe pensar.

Para Cubino, Sobrino y Marón (2009) el editorial, además de presentar el hecho y analizarlos, debe proponer acciones o soluciones, ya que, según ellos, los medios deben intervenir en la vida social y política para intentar mediar entre el poder y los ciudadanos de un país. Para estos autores, el editorial refleja los valores éticos e ideológicos del medio, así como, sus intereses económicos y políticos.

Los objetivos del editorial, según Cubino, Sobrino y Marón son: “definir un punto de vista, crear opinión sobre un suceso determinado, analizar e interpretar una noticia y emitir juicios de valor que favorezcan determinadas actitudes en la comunidad” (2009:12),

Luisa Santamaría establece cuatro funciones del editorial: “explicar los hechos – importancia del suceso de actualidad-, contextualizar o dar antecedentes, predecir el futuro y formular juicios –juicios morales y juicios de valor-” (en Armañanzas & Díaz Noci, 1996). Cubino, Sobrino y Marón (2009) aseguran que son importantes los juicios ya que orientan al lector. Arroyas y Gobantes (2007) afirma que “el editorial explica, interpreta y opina”.

En cuanto a las características del editorial, Arroyas y Gobantes (2007) señalan siete:

1. Fondo: modalidad que busca profundizar en los temas con seriedad.
2. Ausencia de firma: se trata de un trabajo colectivo, ya que, en ocasiones no está escrito por el director del medio de comunicación si no por algún especialista del consejo editorial. La firma es anónima porque en ella se intenta expresar los puntos de vista del periódico como institución que debe salvaguardar el prestigio público. Se busca cierta personalidad ideológica.

3. Representatividad institucional: el periódico es el autor del editorial. Éste asume el papel de órgano de opinión.

4. Influencia: pretende repercutir en las opiniones de los lectores. El editorial trata de mediar entre la sociedad y el sistema político. La influencia es de forma indirecta y, siempre, a largo plazo.

5. Actualidad: generalmente se comentan noticias que aparecen dentro de las páginas del propio medio de comunicación. Si una noticia aparece en el editorial es que tiene gran interés para el público.

6. Carácter ideológico: son los principios éticos de los medios de comunicación. Tienen carácter moral –valores, cualidades, principios morales-.

7. Preferencia: se publica, generalmente, en un espacio fijo con un estilo tipográfico determinado.

Cubino, Sobrino y Marón (2009) sitúan los editoriales en las páginas de opinión, bajo un estilo tipográfico marcado y en un recuadro.

Martínez Albertos y Santamaría explican que el estilo editorial corresponde con “el estilo de sollicitación de opinión o editorializante” (en Fernández Barrero, 2003). Martínez Albertos (2012) señala que el estilo del editorial es “afín” al estilo informativo y debe mantener la claridad, concisión y la brevedad. Cubino, Sobrino y Marón destacan que el estilo del editorial suele ser “claro y persuasivo, vivo y penetrante, y puede llegar a ser, en algunos casos, irónico y polémico” (2009:13). Al mismo tiempo, aseguran que debe estar escrito bajo un tono firme y directo ya que el objetivo fundamental es hacer pensar al lector.

La estructura del editorial sigue un esquema libre aunque, se puede identificar una estructura común. Esta estructura consta de tres a cinco párrafos aunque pueden existir editoriales de tan solo dos párrafos siempre y cuando cumplan con las tres partes básicas de todo editorial: introducción o entrada, desarrollo y conclusión (Cubino, Sobrino & Marón, 2009). Según el planteamiento de estos autores la estructura del editorial es la siguiente:

<b>Estructura del editorial</b>		
Título o encabezado		Indica el tema y por sí mismo tiene valor editorial
Cuerpo	Introducción	Enunciado o entrada. Breve exposición noticiosa del

		contenido del editorial
	Desarrollo	Análisis e interpretación crítica de la situación y justificación de los juicios emitidos
Conclusión o cierre del editorial		Exposición clara de la postura del periódico ante el hecho o situación que se comenta: se explican las razones por las cuales un tema se valora de una forma u otra.

Según Arroyas y Gobante (2007) el titular es breve en los editoriales y no aparecen acompañados de antetítulo o subtítulo. La lectura de los editoriales solo se puede romper con algún tipo de ladillo o sumario, aunque estos últimos no son muy habituales. Los editoriales no aparecen acompañados de imágenes visuales. Cubino, Sobrino y Marón (2009) indican que el titular suele ser un sintagma nominal con rasgos creativos presentados de forma atractiva. Generalmente, los editoriales suelen ser cortos, unas seis palabras, con una tipografía en cursiva o en mayúsculas y en negrita. Abril Vargas sostiene que un “buen titular editorial será aquel que respete el contenido del texto, sea sintáctico y resulte atractivo” (en Fernández Barrero, 2003:113).

Fernández Barrero (2003) destaca que el cuerpo del editorial se conforma en tres partes: la introducción –tema sobre el que trata el editorial-, un comentario donde se establece la opinión del medio de comunicación y muestra su postura y, finalmente, la conclusión o cierre del editorial –valoración del tema-. Arroyas y Gobantes (2007) señalan que el cierre debe hacer hincapié en el tema fundamental del texto editorial o recapitular la posición del medio. Por su parte, Cubino, Sobrino y Marón (2009) indican que en el desarrollo/ comentario se emiten los juicios esenciales y los argumentos lógicos expuestos de forma lógica.

Como en el caso de la Teoría de los Géneros Periodísticos, los autores han intentado establecer distintas tipologías sobre los editoriales sin que exista una unanimidad en este sentido (Fernández Barrero, 2003). Santamaría y Casals (2000) establecen la siguiente clasificación sobre los tipos de editoriales según su argumentación:

- Editorial analítico o expositivo: tan solo enuncia hechos desde una perspectiva particular sin revelar la posición del medio. Su estilo es aparentemente objetivo. Los juicios que contiene son analíticos.

- Editorial explicativo: desde un principio manifiesta las causas y los hechos de un acontecimiento. Busca que el lector comprenda, de forma clara y dialéctica, los motivos que han provocado el hecho. Los juicios predominantes son sintéticos o hipotéticos.

- Editorial combativo: periódicos que mantienen una postura doctrinaria. La posición ideológica se mantiene en una pugna con el poder establecido. En este tipo de editoriales más que persuadir se intenta hacer prevalecer “a toda costa” sus razones. Los juicios que aparecen son generalmente de tipo categórico.

- Editorial crítico: expresa un juicio duro o en tono de advertencia pero la diferencia con respecto al anterior es que en este hay un análisis de las situaciones para mantener una imagen de imparcialidad e independencia. Puede ser considerado como la “conciencia pública”. Se emplea un tono firme y frío. Los juicios que engloban este tipo de editoriales son los sintéticos y, quizás, disyuntivos.

- Editorial admonitorio: busca el equilibrio, exhorta al cumplimiento de las reglas, advierte de posibles peligros, señala experiencias anteriores para que no se vuelvan a repetir. El tono empleado es reflexivo pero con carácter moralista. En este tipo de editorial es frecuente emplear juicios disyuntivos, categóricos y sintéticos.

- Editorial predictivo: vaticina posibles resultados de tipo social y político aunque tiene menos carga moralizante que el anterior. Se emplea la interpretación de las causas para prever unas consecuencias. Se utilizan juicios hipotéticos, sintéticos y disyuntivos.

- Editorial apologético: en este tipo se hace una alabanza a algo u a alguien en defensa ante una polémica. Son discursos comprometidos ideológicamente cuya verdad es indiscutible. Emplea juicios categóricos.

- Editorial de diatriba: al contrario que el anterior. Se busca atacar a algo u a alguien con todos los argumentos posibles. El tono es autoritario e irónico. Se contemplan juicios categóricos.

En resumen, el editorial es un artículo periodístico de opinión que carece de firma pero que actúa como la ‘voz’ del periódico para defender los intereses del propio medio. Entre sus objetivos destaca: el de crear opinión sobre un tema.

### **3. Un análisis de tratamiento editorial de la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en el diario *El País***

En este tercer bloque de la investigación se expone el trabajo de campo del análisis del tratamiento editorial del diario *El País* sobre la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE).

En primera instancia, se desglosa la importancia de la muestra escogida para el estudio, la plantilla empleada y su configuración para detallar las variables empleadas. En segundo lugar, se muestran los resultados obtenidos mediante una descripción de los mismos acompañados, a su vez, de tablas, gráficos e imágenes con las que poder mostrar de forma visual las deducciones obtenidas del análisis empírico de la investigación.

#### **3.1. Metodología del trabajo de campo**

El principal objetivo de este trabajo consiste en realizar un análisis cualitativo y cuantitativo de las unidades periodísticas que abordan el tema de la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en los editoriales del periódico *El País* antes de que se produzcan las elecciones autonómicas en Galicia y País Vasco y, posteriormente, se ha examinado el periodo comprendido desde el 26 de septiembre de 2016 hasta el día después de las votaciones a las elecciones primarias del partido socialista, el 22 de mayo de 2017.

En una primera parte de la investigación se han localizado las unidades periodistas correspondientes en el diario *El País* que fundamenta la muestra que, a continuación, se detalla. Una vez recogidos los 26 editoriales que forman la muestra, se ha procedido al análisis pormenorizado de cada uno de ellos en base a las siguientes plantillas de análisis:



1. Plantilla de codificación de tipo cuantitativa y cualitativa de los editoriales en *El País*.

<b>PLANTILLA CODIFICACIÓN: EDITORIAL <i>EL PAÍS</i></b>	
<b>Fecha de publicación del editorial</b>	
<b>Titular del editorial</b>	
<b>Subtítulo del editorial</b>	
<b>Fecha de codificación</b>	
<b>Autora codificación</b>	
<b>TIPOLOGÍA DEL EDITORIAL</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Analítico o expositivo</b></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Explicativo</b></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Combativo</b></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Crítico</b></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Admonitorio</b></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Predictivo</b></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Apologético</b></li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>De diatriba</b></li> </ul>	
<b>ESTRUCTURA DEL EDITORIAL</b>	
<b>TITULO</b>	
Tipo de titular	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enunciativo</li> <li>• Orientativo o exhortativo</li> <li>• Mixto</li> </ul>
Estructura del título	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nominal</li> <li>• Verbal</li> </ul>
<b>CUERPO DEL EDITORIAL</b>	
Introducción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lógica inductiva</li> <li>• Lógica deductiva</li> </ul>
Desarrollo: tipos de juicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analíticos</li> <li>• Sintéticos o a posteriori</li> <li>• Hipotéticos</li> </ul>

- Categóricos
- Disyuntivos

#### Cierre del editorial (tipo de juicio)

#### ESTILO EDITORIALIZANTE

- Estilo didascálico
- Estilo objetivo
- Estilo Interpretativo

#### SESGO EMPLEADO EN LOS EDITORIALES SOBRE LA CRISI DEL PSOE

- Tratamiento positivo
- Tratamiento negativo
- Tratamiento neutro

#### SOBRE QUIÉN TRATAN LOS EDITORIALES

- Partido Socialista Obrero Español (PSOE)
- Pedro Sánchez
- Otros partidos y líderes políticos

#### DISEÑO DEL EDITORIAL

##### Lugar que ocupa el editorial

Nº de editoriales que aparecen en la página

Nº de columnas que ocupa el editorial

Nº de módulos que ocupa el editorial

Aparecen sumarios

- Si
- No

Aparece acompañado de viñeta de humor sobre el tema de la investigación

- Si
- No

Fuente: Elaboración propia. Plantilla cuantitativa y cualitativa según Casals (2007), Santamaría y Casals (2000), López Hidalgo (en Fernandez Barrero, 2003), y De Gregorio (en Paniagua & Abejón, 2017)

2. Plantilla de codificación cuantitativa de los editoriales publicados en *El País*.

<b>PLANTILLA CODIFICACIÓN: N° EDITORIALES <i>EL PAÍS</i></b>	
<b>NÚMERO DE EDITORIALES PUBLICADOS POR MES DE ANÁLISIS</b>	
<b>Septiembre 2016</b>	N° de editoriales totales: N° de editoriales sobre la investigación:
<b>Octubre 2016</b>	N° de editoriales totales: N° de editoriales sobre la investigación:
<b>Noviembre 2016</b>	N° de editoriales totales: N° de editoriales sobre la investigación:
<b>Diciembre 2016</b>	N° de editoriales totales: N° de editoriales sobre la investigación:
<b>Enero 2017</b>	N° de editoriales totales: N° de editoriales sobre la investigación:
<b>Febrero 2017</b>	N° de editoriales totales: N° de editoriales sobre la investigación:
<b>Marzo 2017</b>	N° de editoriales totales: N° de editoriales sobre la investigación:
<b>Abril 2017</b>	N° de editoriales totales: N° de editoriales sobre la investigación:
<b>Mayo 2017</b>	N° de editoriales totales: N° de editoriales sobre la investigación:
<b>Fuente: Elaboración propia. Plantilla cuantitativa</b>	

Los resultados obtenidos se han trasladado a hojas de cálculo de *Excel* que ha facilitado la tarea del recuento de las variables, así como la posterior realización de tablas e infografías oportunas. Las deducciones se presentan con números totales o porcentuales en función del tipo explicativo que se precise.

### **3.1.1. La muestra**

Con objeto de iniciar la investigación, se han leído de forma exhaustiva todos los editoriales publicados por el diario *El País* sobre la crisis del Partido Socialista Obrero

Español (PSOE) comprendidos dentro del marco temporal de esta investigación; concretamente, entre el día 1 del pasado mes de septiembre de 2016 -días antes de la celebración de las elecciones autonómicas de Galicia y País Vasco- y el día después de la celebración de las elecciones de primarias del partido socialista (PSOE), el pasado día 22 de mayo de 2017, con las que se nombraría al nuevo secretario general del PSOE.

Para obtener la muestra de esta investigación se ha apelado a la teoría de Klaus Krippendorff con la que poder seleccionar el tipo de muestreo de esta investigación. Este autor destaca seis tipos de muestreo: aleatorio, estratificado, sistemático, por conglomerados, de probabilidad variable y de etapas múltiples. En esta investigación ha tomado como referencia el muestreo sistemático, que “implica la selección de cada unidad ‘kima’ de una lista de la muestra, después de haber determinado al azar el punto de partida de la secuencia” (Krippendorff, 1990:96). Se ha optado por este tipo de muestreo ya que se ve beneficiado gracias a que los “datos provienen de publicaciones de aparición regular, secuencias de interacción interpersonal, o del orden sucesivo de los escritos” (Krippendorff, 1990) pero su mayor problema es que el intervalo es constante y puede llevar a muestras tendenciosas.

En resumen, la muestra de esta investigación es de 26 unidades periodísticas publicadas en el diario *El País* cuyo eje central parte de los resultados obtenidos de la celebración de las elecciones autonómicas de Galicia y País Vasco. A partir de aquí, la investigación establece tres etapas de análisis:

- La primera etapa engloba el periodo de tiempo transcurrido entre el día después de la primera votación a la investidura de Gobierno de Mariano Rajoy, el pasado día 31 de agosto de 2016, hasta la celebración de las elecciones autonómicas gallegas y vascas del pasado día 25 de septiembre de 2016.

- La segunda etapa está formada desde el día siguiente a las votaciones autonómicas de Galicia y País Vasco –día 26 de septiembre de 2016- hasta la dimisión del secretario general del PSOE, Pedro Sánchez, el pasado día 1 de octubre de 2016.

- La tercera etapa se establece desde al día siguiente de la renuncia al cargo de secretario general del partido socialista por Pedro Sánchez hasta la votación de las primarias del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) donde se elegirá al nuevo secretario general del PSOE.

En total la muestra de esta investigación está formada por 26 editoriales de los más de 300 números publicados durante el periodo que abarca esta investigación dedicados tan solo a la crisis del partido socialista (PSOE) en el diario *El País*.

### **3.1.2. Campos y variables de la plantilla de codificación**

Este apartado detalla las diversas categorías y variables empleadas en las plantillas de codificación para su posterior deducción empírica en el apartado: 3.2. Exposición general de los resultados tras la codificación realizada.

#### **A. Tipología del editorial**

En este apartado se expondrán los resultados relativos a los tipos de editoriales empleados por el diario *El País* para referirse al tema de este trabajo: la crisis del partido socialista. Según la tipología utilizada por el periódico se puede extraer que formas argumentativas han seguido para presentar los hechos y las realidades sobre las cuestiones relativas a la crisis del PSOE. Es importante resaltar que los editoriales analizados en esta investigación no son estancos y puros sino que en un mismo editorial se pueden dar dos tipos pero siempre hay uno que predomina sobre el otro.

#### **B. Estructura del editorial**

En este epígrafe se van a desglosar cinco tipos de variables que componen en sí la estructura del editorial. Con ellas se puede confirmar la tipología y el estilo editorializante o de solicitud de opinión utilizado por *El País* para hablar del tema que compete a esta investigación. Las distintas variables son:

##### **B.1. Tipología del titular**

En este punto se destaca qué tipo de titulares ha manejado el periódico *El País* para hacer alusión a la crisis del partido socialista. Con ellos se realiza una comparativa para demostrar cuáles han sido los más empleados o los menos utilizados. Según López Hidalgo, estos titulares son de tipo: enunciativo –formulación del tema del editorial-, orientativo o exhortativo –punto de vista del tratamiento editorial sin exponer el tema del mismo- y mixto –incluye el tema y el punto de vista adoptado sobre los hechos- (en Fernández Barrero, 2003). Esta tipología junto al recuento de las noticias, importancia que le otorga *El País* al tema de la investigación y cómo aparecen en la página de opinión permite, además, medir la agenda de los medios de los medios de comunicación.

## **B.2. Tipo de titular**

En este sub-epígrafe se analiza a qué tipo de forma sintáctica recurre *El País* - sintagma nominal o sintagma verbal- para titular los diversos editoriales publicados sobre la crisis del PSOE. Es relevante este punto puesto que el empleo de uno u otro puede enfatizar la postura del periódico sobre el tema del que habla el editorial. Arroyas y Gobante (2007) aseguran que los editoriales pueden estar acompañados de antetítulo o subtítulo. En esta investigación los editoriales siempre han estado acompañados de subtítulos de dos líneas donde *El País* orientaba, definitivamente, al lector sobre el tema que abordaba en los editoriales.

## **B.3. Tipo de introducción**

En este sub-apartado se exponen qué tipo de razonamientos ha empleado *El País* para presentar la introducción del tema del editorial. Con él se pretende conocer si los razonamientos se han iniciado desde un hecho particular –de mayor o menor relevancia- a un hecho general o, por el contrario, la introducción al cuerpo del editorial se ha realizado de unos hechos generales para llegar a unos más específicos.

## **B.4. Cuerpo del editorial: tipos de juicios**

En este enunciado se exponen de forma exhaustiva los distintos tipos de juicios aplicados al cuerpo editorial de los 26 artículos que compone la muestra de esta investigación, que han sido publicados por el diario *El País* sobre la crisis del PSOE. Estos tipos de juicios son: analíticos, disyuntivos, hipotéticos, sintéticos y categóricos. Dentro de este marco es necesario establecer una subdivisión de los tipos de juicios categóricos –de realidad o hechos, de intenciones o de valor- utilizados por *El País* puesto que permiten observar qué tipo de actitud ha tomado el periódico sobre la crisis del partido socialista. Es importante señalar ahora que pueden darse varios tipos de juicios pero siempre hay una predominancia de uno o varios de ellos, que son los que marcarán el tipo editorial y el estilo editorializante.

Este apartado es relevante para demostrar o contrastar una de las hipótesis de esta investigación: “El diario *El País* aplica juicios de tipo categóricos en sus editoriales para aludir tanto al secretario general del partido socialista, Pedro Sánchez, como al propio partido político”.

## **B.5. Cierre del artículo editorial**

En este apartado se expone la postura adoptada por *El País* a través de sus editoriales durante la crisis del PSOE. En la posición adoptada no solo se emplea un tipo de juicio con el que cerrar el artículo periodístico sino que también se esgrime el propio carácter e ideología del medio; es decir, la postura adoptada frente a los hechos relativos a esta investigación. En función de cómo se exponen los argumentos tiene un carácter persuasivo para el lector.

### **C. Estilo de solicitud de opinión o editorializante**

Este sub-epígrafe resalta a qué tipos de estilos de solicitud de opinión o editorializantes recurre *El País* para mostrar su postura y actitud en cuanto al tema de esta investigación. Es una de las categorías más importantes para este trabajo, ya que, junto a los tipos de juicios empleados, se verificará o refutará la hipótesis de esta investigación sobre el tratamiento editorial en *El País* sobre la crisis del PSOE.

### **D. Sesgo utilizado en los editoriales**

Según la teoría del *framing* o de encuadre, con esta variable se pretende conocer cuál ha sido el enfoque (sesgo), posición u actitud adoptada por *El País* con respecto a la crisis del partido socialista. Es importante destacar esta variable porque a través de ella se desgranar parte de los objetivos e hipótesis de este trabajo.

### **E. Sobre quién tratan los editoriales**

Esta categoría es relevante para la investigación porque destaca sobre quién hablan/tratan los editoriales que ha publicado *El País*.

### **F. Diseño editorial**

Este apartado sirve para conocer qué importancia le da *El País* a la crisis del PSOE difundida en sus editoriales. Consta de distintas variables cómo: número de columnas, número de módulos que ocupa, utilización de sumarios, lugar o ubicación del editorial dentro de la página de opinión y si está acompañado de viñeta de humor.

Esta variable proporciona, a su vez, información al lector sobre cómo concibe *El País* la realidad esgrimida acerca de la crisis del partido socialista porque como agente del proceso comunicativo debe ayudar a comprender la información facilitando su legibilidad (Martínez-Fresneda, 2008). De aquí se extrae que:

- Exponer un único editorial enfatiza qué, para el periódico, solo existe un tema relevante del día.
- Destacar un editorial a más columnas tiene mayor relevancia que el editorial que solo ocupa una columna del diseño.
- Presentar un editorial que ocupa más módulos expresa que la noticia tiene más trascendencia mediática que el segundo tema informativo.

### G. Recuento de editoriales durante el periodo de investigación

En este apartado, se utilizará la segunda plantilla de codificación. Se hará un recuento del número de editoriales publicado durante los meses que abarca esta investigación poniendo el foco de atención en si *El País* ha seguido la agenda institucional o política del PSOE; o, en caso contrario, la agenda mediática del periódico ha mantenido un criterio individual.

### 3.2. Exposición general de los resultados tras la codificación realizada

A continuación, se procede a exponer los resultados obtenidos del análisis del tratamiento editorial sobre la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) en el diario *El País*, comparando la agenda institucional del partido socialista con la agenda mediática seguida por el diario *El País*.

#### A. Tipología del editorial

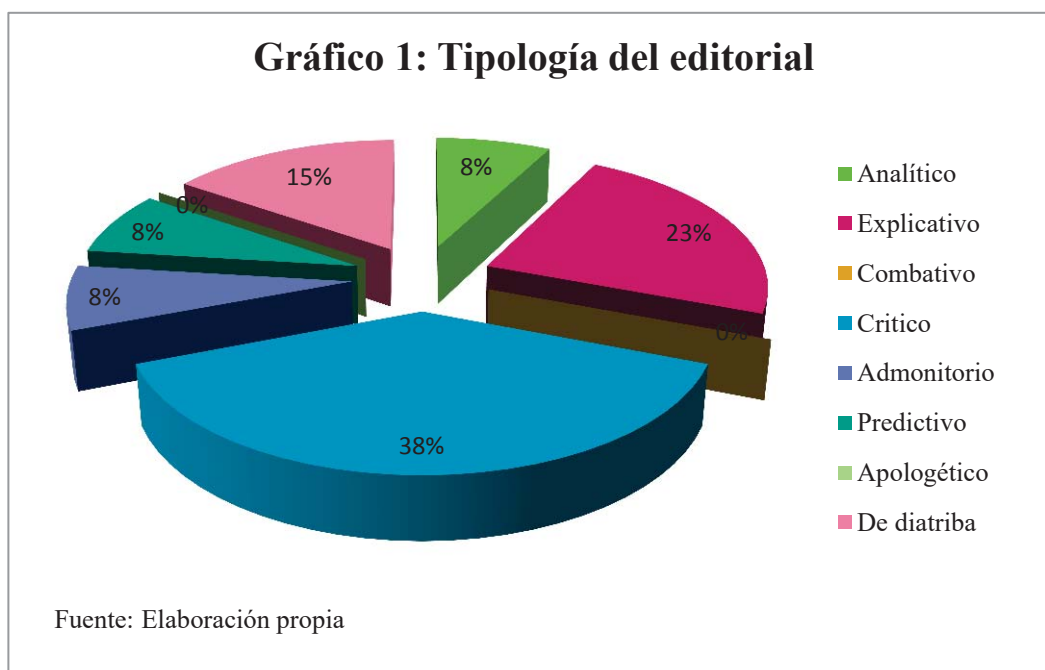




TABLA RESULTADOS VARIABLE 'TIPOLOGIA DEL EDITORIAL'	
Analítico	2
Explicativo	6
Combativo	0
Crítico	10
Admonitorio	2
Predictivo	2
Apologético	0
De diatriba	4
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>

Según la codificación realizada sobre la variable 'tipología del editorial' se observa que el periódico *El País* emplea con mayor predominio el tipo de editorial crítico para hacer alusiones al tema de la crisis en el PSOE. En concreto, el tipo de editorial crítico aparece, en datos porcentuales, en un 38 % del cómputo total de los editoriales analizados; en datos numéricos, significa que aparece en 10 de los 26 de la muestra. En contraste con estos datos, los editoriales de tipo apologético y combativo no han obtenido ninguna representatividad.

Otros de los editoriales empleados por *El País* para referirse a la crisis del partidos socialista han sido los de tipo explicativo, con un porcentaje del 23 %; los de diatriba, con un 15 % y, por último, con un 8 % se encuentran los de tipo analítico, predictivo y admonitorio.

## B. Estructura del editorial

En este apartado se incluyen las siguientes variables:

### B.1. Tipología del titular

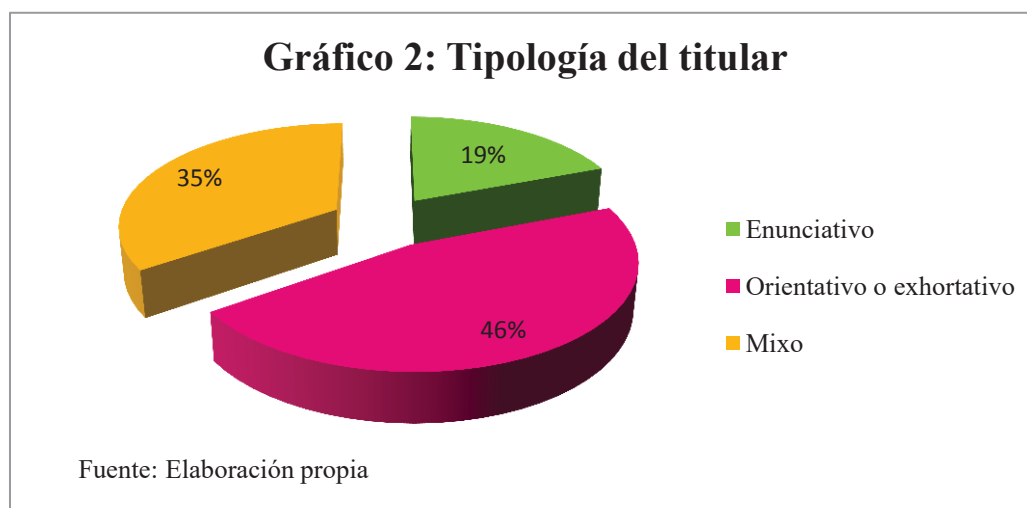


TABLA RESULTADOS VARIABLE ‘TIPOLOGÍA DEL TITULAR’	
Enunciativo	5
Orientativo o exhortativo	12
Mixto	9
TOTAL	26

Según el análisis de las plantillas de codificación sobre la variable ‘tipología del titular’ se puede comprobar como diario *El País* utiliza, predominantemente, el tipo de titular orientativo o exhortativo para referirse a la crisis del partido socialista, un ejemplo de estos titulares pueden ser *¿Y ahora qué?*, *La hora de la unidad*, *Opiniones y presiones* o *Fuera maniqueísmos*.

En concreto, los datos porcentuales reflejan que este tipo de titular se emplea en un 46 % de los casos analizados; seguido del titular mixto, con un 35 %; y, por último, el tipo enunciativo que tan solo se utiliza en un 19 % de los editoriales analizados. Con estos datos es preciso matizar que la diferencia entre los titulares orientativos o exhortativos y los mixtos no es excesiva, ya que, en datos numéricos, la diferencia es de tan solo 3 editoriales distintos.

En resumen, se puede decir que *El País* ha abogado por emplear un titular donde no se expone el tema de forma directa pero orienta al lector sobre su postura acerca del mismo.

## B.2. Tipo de titular

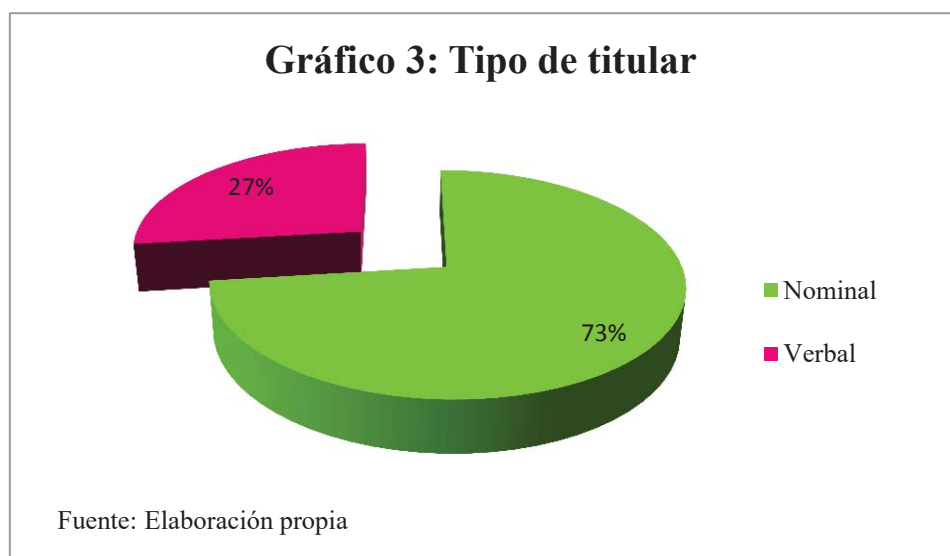


TABLA RESULTADOS VARIABLE 'TIPO DE TITULAR'	
Nominal	19
Verbal	7
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>

En este apartado se puede ver como el periódico *El País* apuesta por el uso de titulares con sintagmas nominales en un 73 % de los casos frente al 27% de sintagmas verbales. Tras el análisis de esta variable se puede percibir que los titulares construidos con sintagmas nominales emplean una o varias palabras para su formación –excluyendo formas verbales-, por ejemplo, un sustantivo o un adjetivo. Unos ejemplos de este tipo son: *Ni Rajoy ni Sánchez*, *Desmovilizados*, *La deriva de Sánchez*, *Un PSOE con futuro...* También se observa cómo algunos de los editoriales pretenden llamar la atención del lector mediante un titular interrogativo, como por ejemplo, el editorial del pasado día 1 de septiembre de 2016, *¿Y ahora qué?* En cuanto a los editoriales verbales algunos ejemplos serían los siguientes: *Un partido secuestrado*, *Salvar al PSOE*, *Restaurar la unidad...*

### B.3. Tipo de introducción

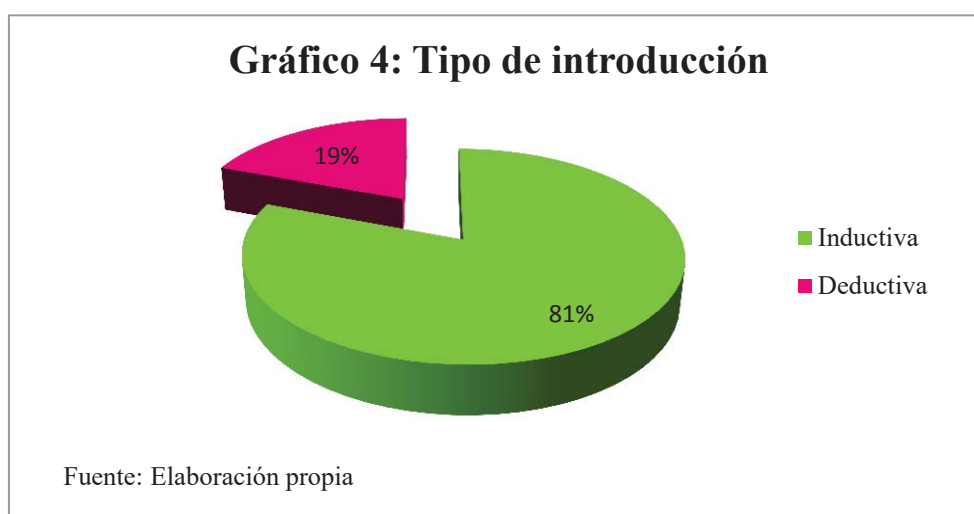


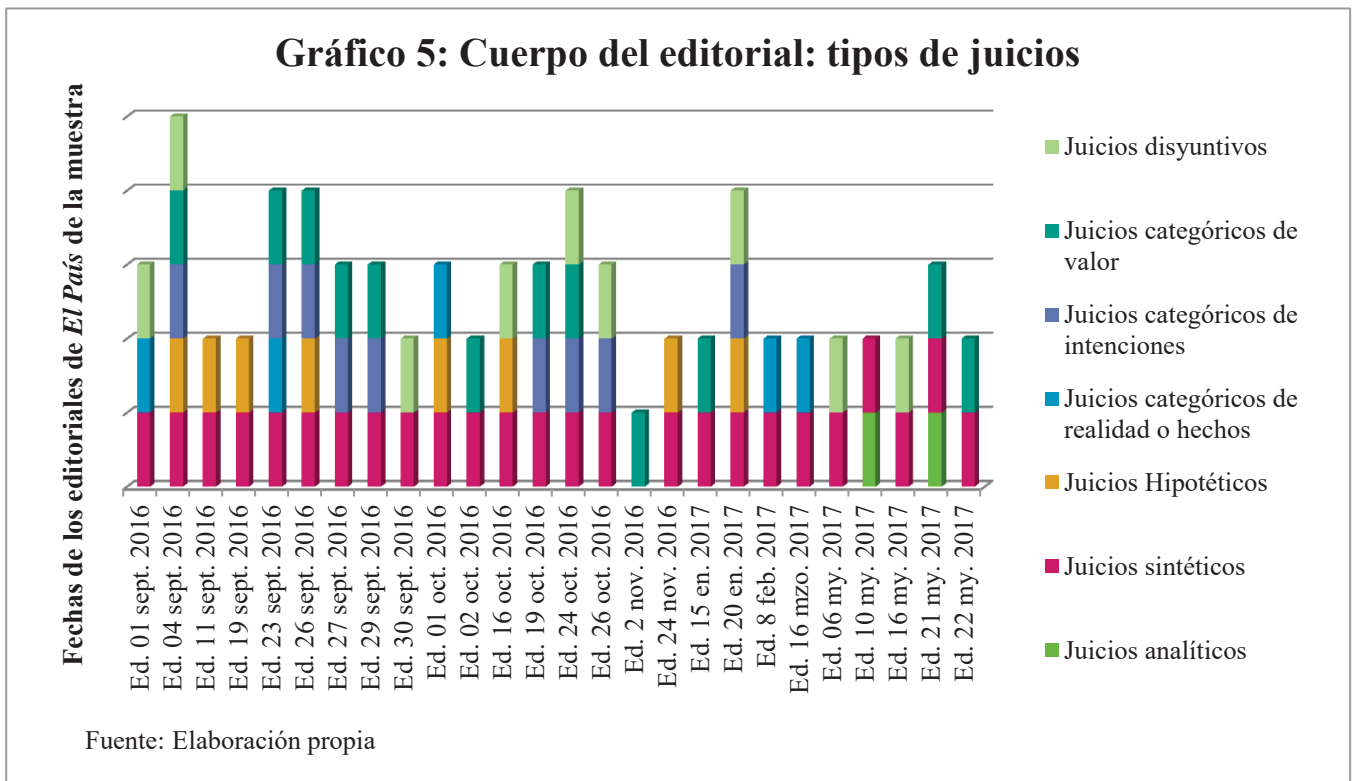
TABLA RESULTADOS VARIABLE 'TIPO DE INTRODUCCIÓN'	
Inductiva	21
Deductiva	5
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>

Mediante el análisis de esta variable se puede extrapolar que el diario *El País* ha utilizado, en un 81 % de los casos, la introducción de tipo inductiva. Este tipo de

introducciones parten de unos hechos puntuales o concretos hacia otros más complejos o globales. En esta investigación, los hechos parten de una circunstancia especial provocada por el propio partido socialista o por su secretario general, Pedro Sánchez, para derivar en cuestiones más amplias, como por ejemplo, a todo el marco político español. En el lado opuesto, se encuentra la introducción deductiva, que tan solo aparece en el 19 % de los análisis. En este tipo de introducción los argumentos expuestos parten de hechos globales para enfatizar un aspecto individual o particular más específico.

#### B.4. Cuerpo del editorial: tipos de juicios

A continuación, se expone un diagrama de barras para mostrar qué tipos de juicios se han empleado en los distintos editoriales del diario *El País*, que conforman la muestra de esta investigación. Además, se explica con otros gráficos los resultados obtenidos de este análisis.

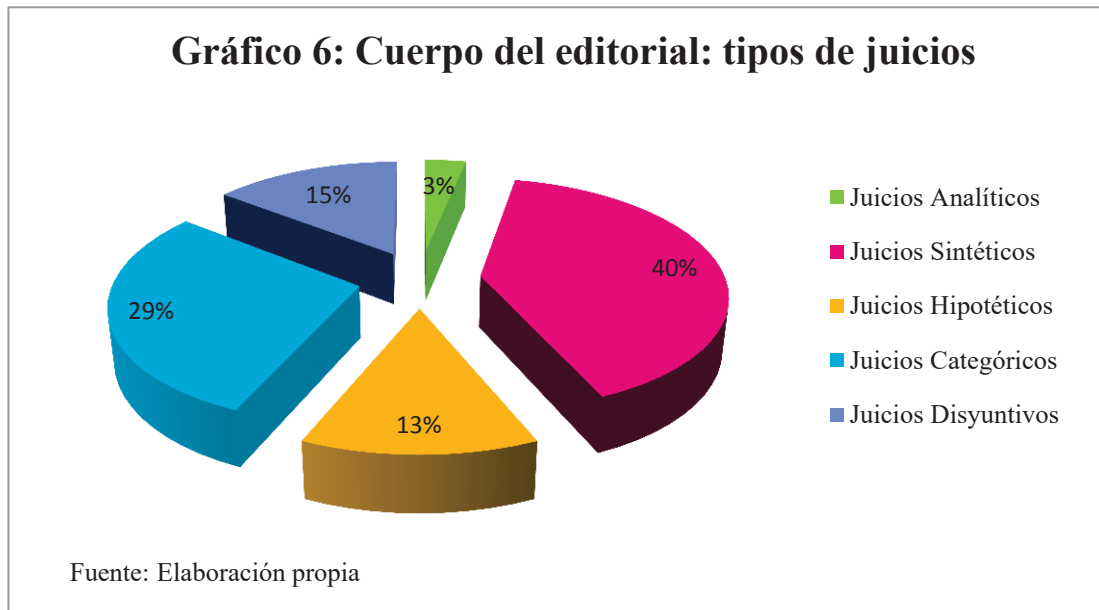


**TABLA RESULTADOS VARIABLE ‘CUERPO DEL EDITORIAL: TIPOS DE JUICIOS**

	Juicios Analíticos	Juicios Sintéticos	Juicios Hipotéticos	Juicios Categóricos de hechos o realidades	Juicios Categóricos de intenciones	Juicios Categóricos de valor	Juicios disyuntivos
Ed. 01 sept.			X				X

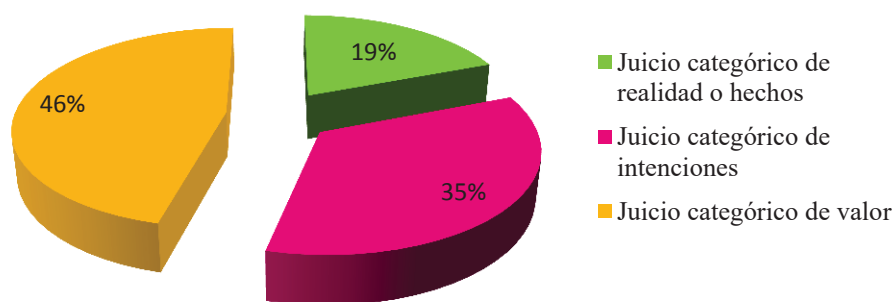
2016							
Ed. 04 sept. 2016		X	X			X	X X
Ed. 11 sept. 2016		X	X				
Ed. 19 sept. 2016		X	X				
Ed. 23 sept. 2016		X		X		X	X
Ed. 26 sept. 2016		X	X			X	X
Ed. 27 sept. 2016		X				X	X
Ed. 29 sept. 2016		X				X	X
Ed. 30 sept. 2016		X					X
Ed. 01 oct. 2016		X	X	X			
Ed. 02 oct. 2016		X					X
Ed. 16 oct. 2016		X	X				X
Ed. 19 oct. 2016		X				X	X
Ed. 24 oct. 2016		X				X	X X
Ed. 26 oct. 2016		X				X	X
Ed. 2 nov. 2016							X
Ed. 24 nov. 2016		X	X				
Ed. 15 en. 2017		X					X
Ed. 20 en. 2017		X	X			X	X
Ed. 8 feb. 2017		X		X			
Ed. 16 mzo. 2017		X		X			
Ed. 06 my. 2017		X					X
Ed. 10 my. 2017	X	X					
Ed. 16 my. 2017		X					X
Ed. 21 my. 2017	X	X				X	

A partir de este diagrama, se pueden extraer los próximos resultados expuestos a través de un gráfico circular que aglutina los tipos de juicios empleados en los editoriales de *El País*, sobre todo, los de tipo categórico que, a posteriori, se señalarán con otro gráfico más descriptivo.



Según el gráfico 6 sobre los tipos de juicios empleados en el cuerpo editorial de la muestra de esta investigación se puede demostrar que *El País* ha monopolizado el tratamiento editorial sobre la crisis del partido socialista a través de juicios sintéticos, con el 40 % del total; seguido de juicios categóricos, con el 29 %; juicios disyuntivos, el 15 %; juicios hipotéticos, el 13 %; y, por último, los juicios analíticos, con un porcentaje del 3 %. Partiendo de los resultados obtenidos, en referencia a la 'tipología del editorial', se explica por qué tan solo hay un 8 % de esta tipología analítica.

**Gráfico 7: Tipos de juicios categóricos**



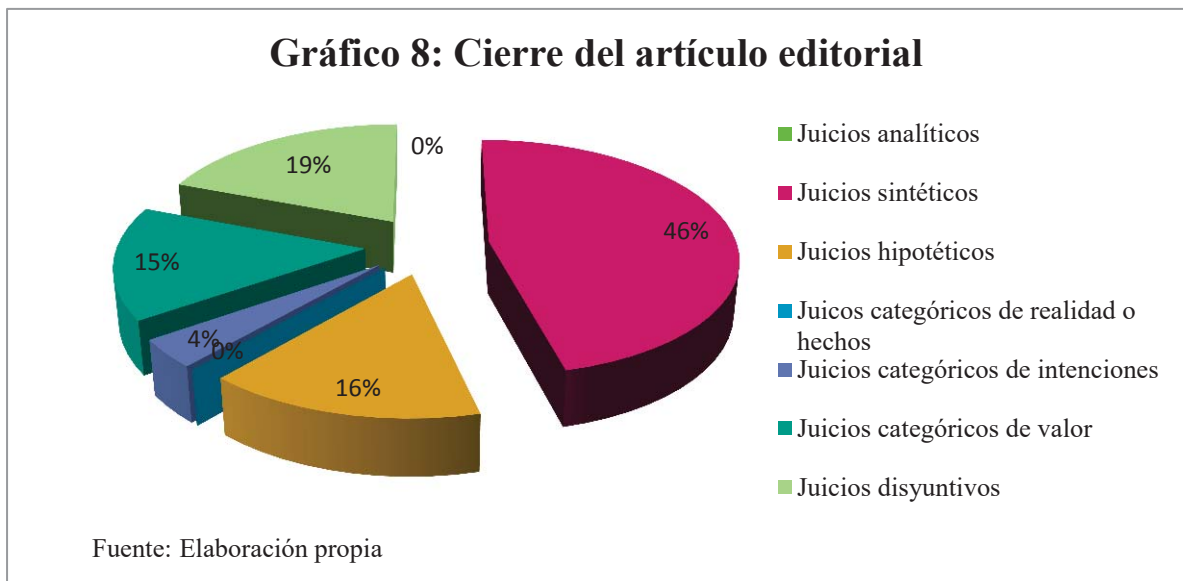
Fuente: Elaboración propia

Cabe destacar la importancia que presenta la utilización de los juicios categóricos en esta investigación, ya que, están intrínsecamente relacionados con la hipótesis de esta investigación. Por eso, seguidamente, se expondrá un gráfico donde se observará que tipo de juicios categóricos son los que más ha aplicado *El País* en su tratamiento editorial sobre la crisis del PSOE.

Con este gráfico 7 explicativo se puede comprobar como del 29 % de los tipos de juicios categóricos utilizados por el periódico *El País* el 46 % hacen alusión a los tipos de juicios categóricos de valor. A éstos los siguen los juicios de intenciones, con un 35 % y, por último, con un 19 % los juicios de realidad o hechos.

De este análisis se deduce que *El País* a través de los juicios categóricos de valor ha expuesto de forma clara y evidente su postura acerca de la crisis del partido socialista, ya que, este tipo de juicios implican la subjetividad máxima de cualquier opinión periodística como se puede apreciar a continuación: “Esto no es preocuparse por España ni por los problemas de los ciudadanos”; “Ahora ya ha quedado claro que ni Rajoy ni Sánchez, [...], han sido capaces de reunir apoyos suficientes” o “La supervivencia de un Partido Socialista moderado, reformista y con vocación de gobernar y mejorar España, no de ser el primero del pelotón de perdedores, debería de ser ahora, la prioridad absoluta de todo aquel que sienta lealtad a las siglas del PSOE”.

## B.5. Cierre del artículo editorial

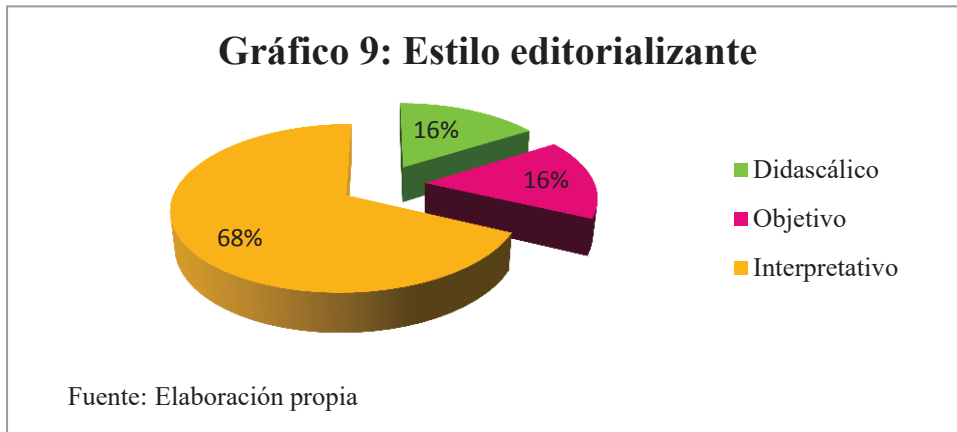


Según este análisis se puede decir que el periódico *El País* recurre a los distintos tipos de juicios para cerrar el artículo editorial. Los más destacados por su uso son los juicios sintéticos, con un 46 % del total. Estos juicios sintéticos ponen de manifiesto la actitud del periódico sobre el tema de esta investigación pero también establecen ciertas causas y consecuencias que sirven para el argumento principal del editorial. Un ejemplo de este tipo juicios sintéticos empleados es: “Nadie debe bajar la guardia sobre la situación política, que dos tercios siguen considerando mala. Aumenta un poco el optimismo respecto a la situación económica, pero persiste la fuerte preocupación por el paro. Estas y otras razones avalan la necesidad de que los partidos dejen de mirarse tanto hacia dentro y canalicen mejor las preocupaciones de los ciudadanos”.

Otros de los juicios más empleados para la argumentación de las conclusiones son los juicios disyuntivos, con un 19 % y los juicios hipotéticos, con un 16%. Frente a estos datos, es llamativo que tanto los juicios analíticos como los juicios categóricos de realidad o hechos no tienen representatividad en esta investigación sobre el tratamiento editorial de *El País* sobre la crisis del partido socialista.



### C. Estilo de solicitud de opinión o editorializante



Con el análisis de esta variable se pueden observar como los editoriales de *El País* emplean un estilo mayoritariamente interpretativo, con más de un 65 % del total de la muestra analizada. Esto significa que el diario busca dar todos los elementos informativos y contextualizadores oportunos para que el lector se forme su propio juicio sobre el tema del que tratan; en concreto, en esta investigación es sobre la crisis del partido socialista. Pero este estilo conlleva un problema asociado y es que, en ocasiones, no aparece diferenciados los hechos comprobables y los juicios subjetivos del medio de comunicación, en este caso, del periódico analizado, *El País*.

Un ejemplo de este estilo interpretativo se puede encontrar en el editorial *Resignación socialista* cuando *El País* expone: “El desgarró en las filas socialistas queda en evidencia en el sondeo de Metroscopia publicado hoy en EL PAÍS: aunque el 49% de los votantes socialistas desearían evitar un Gobierno de Mariano Rajoy, un número algo mayor (56%) considera que la abstención en la investidura y el paso a la oposición conviene más al PSOE. No se equivocan los votantes socialistas al reafirmarse ideológicamente en el no a Rajoy y a la vez rechazar regresar a las urnas”.

Asimismo, de este análisis se pone de manifiesto que el medio de comunicación analizado no ha usado durante esta investigación estilos de solicitud de opinión basados en la persuasión ‘pura’ donde el lector tiene que adoptar una postura pasiva mientras el diario, a través, de su editorial le expone de forma rotunda que sus ideas son las verdaderas como se da en los estilos didascálicos. En este sentido, destacar que *El País* solo ha empleado un 16 %, un porcentaje mínimo, para referirse al tema de la investigación en este tono persuasivo.

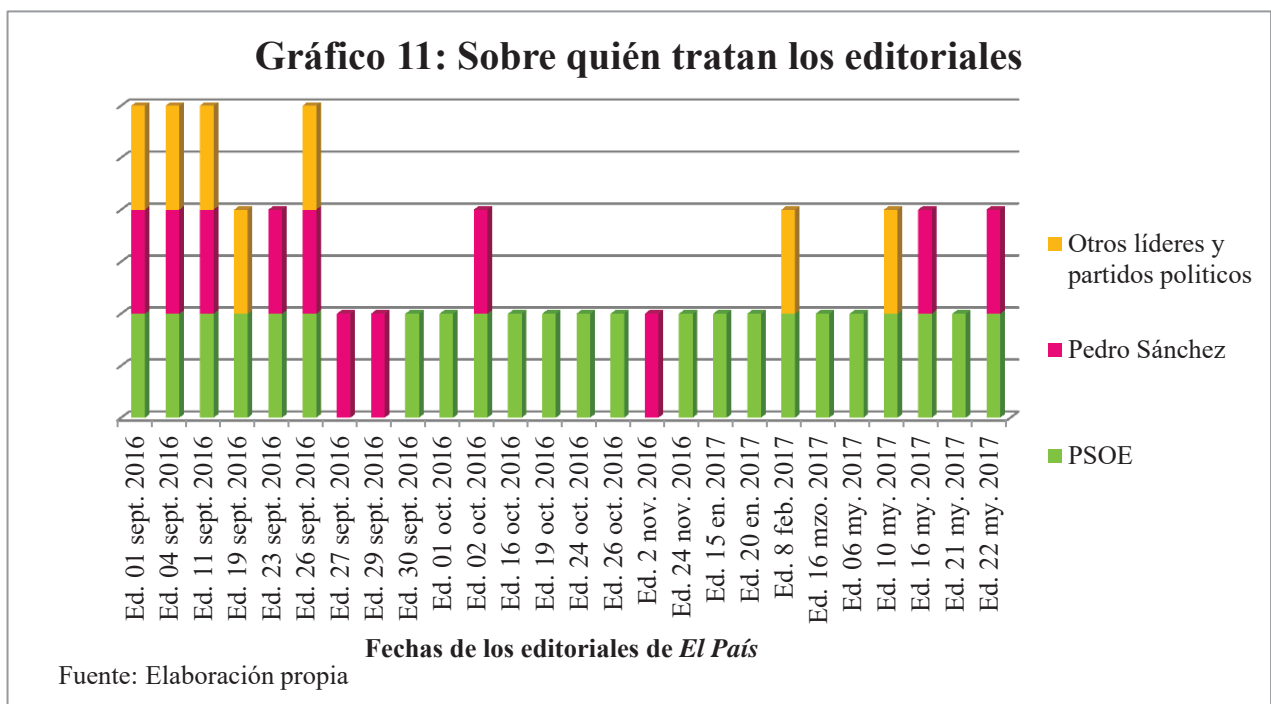
#### D. Sesgo utilizado en los editoriales



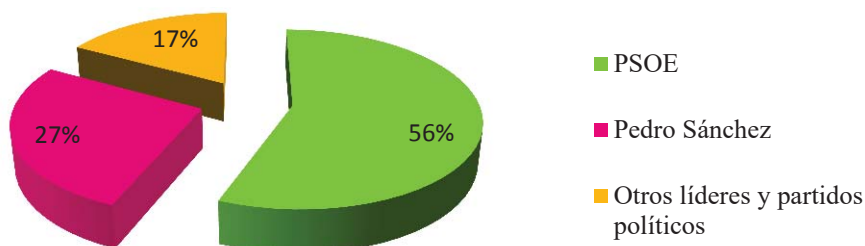
Según el análisis de la variable sobre el sesgo empleado en los editoriales de *El País* se observa que el diario ha mantenido una postura neutral en un 65 % de todos los editoriales analizados en esta investigación. Es recomendable recordar que en esta variable influye también la predominancia de un tipo de juicios u otros.

En este sentido, el encuadre otorgado a los editoriales sobre la crisis del partido socialista es neutral con una postura alejada donde el periódico ha buscado no posicionarse a favor o en contra del PSOE ni del entonces y actual secretario general del partido socialista, Pedro Sánchez. Destaca de este análisis que un 27 % de los editoriales existe sesgo negativo mientras que en un 8% el sesgo positivo.

#### E. Sobre quién tratan los editoriales



**Gráfico 12: Sobre quién tratan los editoriales**



Fuente: Elaboración propia

Gracias al gráfico 11 y 12 -diagrama de barras y gráfico por sectores, respectivamente- se puede comprobar a quién hacen alusión los editoriales de *El País*. Cabe resaltar que en un mismo editorial se pueden encontrar menciones a las tres variables –PSOE, Pedro Sánchez y otros líderes o partidos políticos-, sin embargo, es notoria la predominancia del periódico a hablar sobre el PSOE, en un 56 % de los casos, o en un 27 % sobre Pedro Sánchez.

Es importante destacar que se menciona en un 56 % de las ocasiones al Partido Socialista Obrero Español (PSOE) porque uno de los objetivos de esta investigación se dirige a saber si en los editoriales de *El País* se nombra más a Pedro Sánchez o al propio partido. Otra cuestión es probar si se demuestra la hipótesis de investigación.

## F. Diseño editorial

### DISEÑO EDITORIAL

#### Lugar de los editoriales

Predominantemente los editoriales se ubican en la parte superior de la primera página de la sección de opinión. Está colocado al margen izquierdo de la página mientras que el derecho está ocupado por la viñeta de Forges.

#### Número de editoriales en la página

En 24 editoriales analizados el número de unidades periodística que aparecen son dos. Tan solo en dos editoriales se emplea un solo editorial que ocupa todo el margen izquierdo de la página dejando espacio a

---

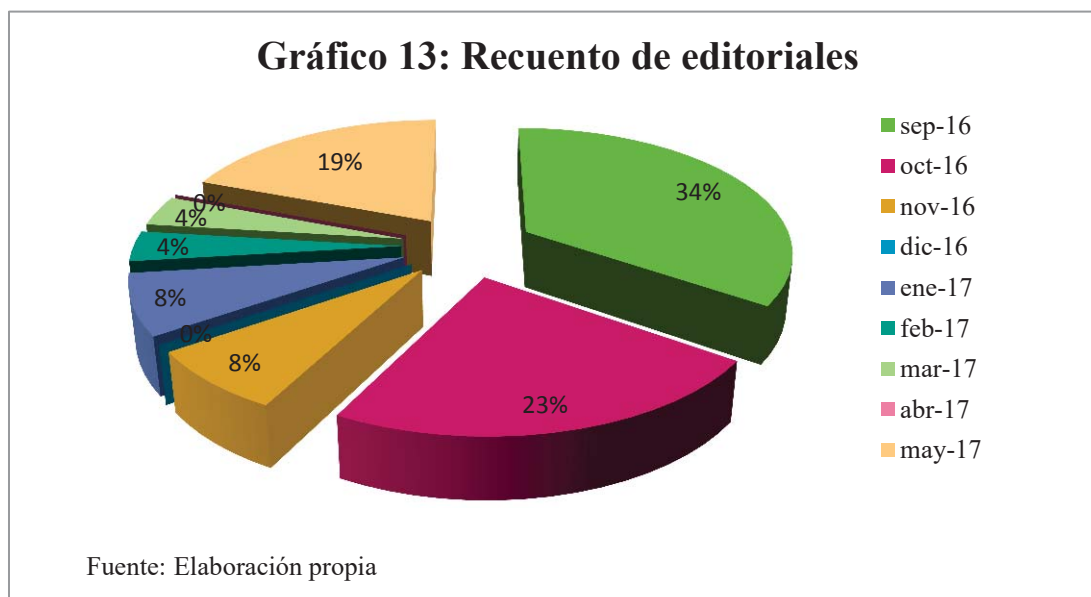
	la viñeta de Forges y a la sección <i>El acento</i>
<b>Número de columnas</b>	En los 26 editoriales analizados las columnas ocupadas son 2.
<b>Número de módulos</b>	De los 26 editoriales analizados, 24 ocupan entre 5 y seis módulos de la página; en los otros dos editoriales analizados los módulos ocupados son 9, ya que, el último módulo se destina a la información relativa al medio de comunicación.
<b>Aparecen sumarios</b>	La utilización de los sumarios parte de <i>El País</i> no es frecuente. Solo los han empleado en dos editoriales, los mismos que ocupan 9 módulos de la página y no incluyen otro editorial más
<b>La viñeta acompaña al tema editorial</b>	Tan solo cuatro viñetas de humor del autor Forges acompañan al tema del editorial del diario. No suele ser así como se ha comprobado en los otros 22 editoriales analizados

---

Según estas variables analizadas podemos decir que *El País* no ha variado durante el periodo de análisis de esta investigación ni el número de columnas destinadas al editorial ni el número de módulos empleados al mismo. Tan solo en dos ocasiones el editorial se ha extendido a lo largo de la página para ocupar nueve módulos. Con esto, se puede deducir que estas dos noticias tienen gran importancia, ya que, el periódico las considera de gran importancia. Estos editoriales se titulan: *Ni Rajoy ni Sánchez y Voto a la estabilidad*. En el primero, hace un llamamiento a los dos candidatos para que den un paso atrás dejando vía libre a otros representantes para que formen gobierno. En el segundo, publicado justo después de las elecciones autonómicas gallegas y vascas, *El País* intenta explicar las causas y consecuencias de los resultados electorales de éstas poniendo el foco de atención en PSOE

En cuanto al acompañamiento de la viñeta de humor al tema del editorial solo se ha localizado en cuatro editoriales con lo que no es un elemento que permanezca unido y en sintonía al tema del editorial.

### G. Recuento de editoriales durante el periodo de investigación



<b>RECuento DE EDITORIALES</b>	
<b>Septiembre 2016</b>	9
<b>Octubre 2016</b>	6
<b>Noviembre 2016</b>	2
<b>Diciembre 2016</b>	0
<b>Enero 2017</b>	2
<b>Febrero 2017</b>	1
<b>Marzo 2017</b>	1
<b>Abril 2017</b>	0
<b>Mayo 2017</b>	5
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>

Tras el recuento de los editoriales publicados por el periódico *El País* sobre la crisis del PSOE por meses se puede comprobar como este medio de comunicación analizado basa sus editoriales en función de los acontecimientos de la agenda institucional o política del partido socialista: las elecciones autonómicas gallegas y vascas, la celebración de un Comité Federal, a finales de septiembre principios de octubre, en el que Pedro Sánchez dimite como secretario general del PSOE; y las elecciones a primarias del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), en mayo de 2017.

De estos datos se recoge que en el mes de septiembre el diario *El País* publicó nueve editoriales, lo que representa el 37 % del cómputo total; seguido del mes de octubre donde publicó seis, el 23 %; y, el tercer lugar por orden de prevalencia, en mayo con cinco editoriales publicados, que representa el 19 %.

En la primera etapa se han publicado los nueve editoriales de septiembre coincidiendo con la primera derrota en la votación a la investidura de Mariano Rajoy pero, sobre todo, con las elecciones autonómicas gallegas y vascas que son el detonante a la segunda etapa de esta investigación. En ella, se observa como el número de editoriales disminuye pero se mantiene elevado en cuanto a la temática de esta investigación. Dentro de este periodo de análisis tiene lugar la dimisión del secretario general del partido socialista, Pedro Sánchez, y la conformación de un órgano encargado de la administración del partido hasta que no exista el proceso de primarias y se elija al nuevo secretario de partido. Y, por último, la tercera etapa, se muestra en la aparición de cinco editoriales de *El País* durante el mes de candidatura al proceso de primarias del partido con el desenlace del nombramiento del nuevo secretario general.

## 4. Conclusiones

Las conclusiones de esta investigación sobre Agenda periodística *versus* agenda institucional. Un análisis del tratamiento editorial del diario *El País* en la crisis del PSOE son las siguientes:

### Sobre los objetivos de investigación:

- El primer objetivo de investigación planteado el capítulo de introducción se ha cumplido. Este objetivo dice lo siguiente: “comprobar que la agenda institucional o política del partido socialista en torno a cuatro de sus actividades (votación de investidura de Mariano Rajoy, elecciones autonómicas de Galicia y País Vasco, dimisión del secretario general del PSOE, Pedro Sánchez, y las elecciones de primarias del partido socialista) marcan la línea editorial de *El País*”. Para su consecución ha sido necesario el análisis empírico de las variables ‘número de editoriales totales’ y ‘número de editoriales sobre el tema de la investigación’. Para cumplir con este objetivo fijado de inicio se han contabilizado todas las unidades editoriales publicados durante el periodo –global- de esta investigación y, a su vez, los distintos editoriales de *El País* sobre la crisis del PSOE.

- El segundo objetivo, que trata de “probar que el tratamiento editorial de *El País* mantiene un encuadre negativo para hablar de la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE)” ha sido cumplido gracias al análisis empírico realizado sobre la variable: “sesgo utilizado en los editorial” recogida en la plantilla de codificación cuantitativa y cualitativa.

- El tercer objetivo de investigación sobre “demostrar que el tratamiento editorial del periódico *El País* está sustentado por argumentos o juicios de tipo categóricos dirigidos, sobre todo, hacía el secretario general del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), Pedro Sánchez” también ha sido cumplido mediante el análisis empírico de la variable “cuerpo editorial: tipos de juicios”. En concreto, esta variable está formulada de forma clara y concreta para poder, a posteriori, verificar o refutar la hipótesis de investigación que corresponda.

- En cuanto al cuarto objetivo que trata de “verificar que los editoriales de *El País* se centran de manera mayoritaria en la figura del secretario general del PSOE, Pedro Sánchez, dejando de lado al propio partido político”.

- Y, por último, el quinto objetivo de investigación que pretende “observar cuál es el tratamiento editorial, en cuanto a estilo, seguido por el diario *El País* para referirse a la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE)” ha sido cumplido como los anteriores. En este caso, la variable que ha sido primordial para cumplir el planteamiento es “estilo de solicitud de opinión o editorializante”.

#### Sobre las hipótesis de investigación

- La primera hipótesis de investigación “La agenda institucional o política del partido socialista en torno a cuatro de sus actividades (votación a la investidura de Mariano Rajoy, elecciones autonómicas gallegas y vascas, dimisión del secretario general del PSOE y las elecciones de primarias del PSOE) marcan la agenda mediática de *El País* y, por tanto, su línea editorial” **ha sido verificada**. Se puede afirmar que durante la investigación el diario *El País* ha publicado sus editoriales conforme aparecían las actividades del PSOE. Según el análisis empírico, en el mes de septiembre, que engloba la votación a la investidura de Mariano Rajoy y la celebración de las elecciones autonómicas de Galicia y País Vasco, *El País* ha publicado el 37 % del cómputo total de editoriales analizados. Después, conforme se favorecía la dimisión del secretario general del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), *El País* ha publicado el 23 % de la muestra de investigación; y, por último, cuando se iba a producir las elecciones primarias del PSOE, *El País* ha publicado el 19 % de sus editoriales.

Con estos datos se puede afirmar que la agenda del medio de *El País* ha mantenido la misma estructura informativa que la agenda institucional o política del Partido Socialista Obrero Español (PSOE).

- La segunda hipótesis que alude “El tratamiento editorial mantenido por el periódico *El País* para referirse a la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) se articula bajo un sesgo negativo” **ha sido refutada en parte** porque los datos obtenidos del análisis empírico aseguran que *El País* ha utilizado en un 65 % de los editoriales analizados un sesgo neutral para referirse a la crisis del PSOE, mientras que, un 27 % de los editoriales examinados emplean un sesgo negativo. En datos numéricos esto significaría que 17 de los 26 editoriales analizados utiliza un sesgo neutral frente a 7 editoriales que utiliza el sesgo negativo.

- La tercera hipótesis de investigación que se centra en “El tratamiento editorial del diario *El País* está apoyado en argumentos o juicios categóricos dirigidos,



por un lado, hacía el secretario general del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), Pedro Sánchez; y, por otro lado, al propio partido socialista” **ha sido refutada en parte** porque los resultados obtenidos tras el análisis empírico han sido los siguientes: un 40 % de juicios sintéticos; seguido de un 29 % de categóricos; el 15 % disyuntivos; el 13% hipotéticos; y, por último, el 3% juicios analíticos. Según los datos, no se puede asegurar de forma ‘parcial’ que *El País* no sustenta sus argumentos con juicios categóricos; sin embargo, la cifra que dista entre sintéticos y categóricos es tan pequeña que tampoco se puede afirmar que *El País* utiliza, de forma generalizada, juicios sintéticos para referirse al secretario general del PSOE y al partido socialista.

Además, para argumentar mejor esta conclusión es importante analizar qué tipo de juicios categóricos han sido los más empleados en los editoriales de *El País*. En concreto, los datos revelan que el 46 % de los juicios esgrimidos por el diario son de tipo categórico de valor frente al 35% que representa el juicio categórico de intenciones y al 19 % de juicios categóricos de realidad o hechos.

A modo de conclusión, se puede decir que *El País*, en un porcentaje mayor –un 40 %-, no sustenta sus editoriales con juicios categóricos pero, sin embargo, dentro de ésta tipología, el 46 % de los editoriales esgrimidos son de tipo categórico de valor.

- La cuarta hipótesis de investigación “El periódico *El País* menciona en sus editoriales de forma mayoritaria al secretario general del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), Pedro Sánchez, frente al propio partido socialista” **ha sido refutada**. Los editoriales de *El País* hacen referencia al Partido Socialista Obrero Español (PSOE), en un 56 % de los casos frente a un 27 % de los editoriales que se dirigen a Pedro Sánchez. Esto significa que *El País* considera de mayor relevancia al partido socialista que a la persona que está al frente de la secretaria general del partido.

- La quinta hipótesis “El estilo de solicitud de opinión o editorializante del diario *El País* es, prioritariamente, didascálico para aludir la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE)” **ha sido refutada**. En concreto, el periódico *El País* utiliza en más de un 65 % de los editoriales de la muestra un estilo editorializante interpretativo. Este estilo editorializante o de solicitud de opinión ofrece todos los elementos informativos y el contexto oportuno para que el lector se forme su propio juicio. No obstante, es necesario indicar que *El País* ha empleado en un 16 % el estilo didascálico para persuadir a los lectores sobre la crisis del Partido Socialista Obrero Español

(PSOE). Aunque estos resultados no representan un gran porcentaje tiene relevancia que si se utilicen.

### Sobre el marco teórico de esta investigación

Gracias al análisis empírico y al marco teórico formulado, se puede afirmar que el periódico *El País* ha intentado influenciar en la opinión de los lectores sobre la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE) al emplear distintas fórmulas, como por ejemplo, tipos de juicios, estilo editorializante, sesgo utilizado,... De hecho, esto ha ocurrido así consecuencia de la capacidad que tienen los medios para dirigir la opinión pública hacia distintas cuestiones particulares (D'Adamo, Freidenberg & García Beaudoux, 2000); sobre todo, cuando *El País* ha pretendido orientar a los lectores acerca de qué pensar y sobre qué cuestiones poner más atención, como por ejemplo, enfocar los editoriales hacia la existencia del partido socialista y no hacia la figura del secretario general del PSOE.

Según Paniagua y Abejón (2017) los estilos editorializantes o de solicitud de opinión son un conjunto de formas de expresión destinadas a convencer a los lectores. Sin embargo, en esta investigación el estilo utilizado, de forma predominante, ha sido el interpretativo, que mezcla todos elementos oportunos para que el lector se forme su propio conocimiento junto a algunos juicios subjetivos emanados por la voz del periódico sobre la crisis del PSOE. Esta mezcla conlleva un gran peligro como no saber diferenciar qué son los elementos de contexto o la explicación objetiva de unas causas y consecuencias de los argumentos subjetivos o moralizantes del propio diario.

En definitiva, esta investigación titulada *Agenda periodística versus agenda institucional*. Un análisis del tratamiento editorial del diario *El País* en la crisis del PSOE abre un camino a futuras investigaciones. No existe hasta la fecha un estudio sobre el mismo tema, por lo que se podrían realizar futuros estudios como el de examinar el tratamiento informativo en la crisis del PSOE desde una perspectiva comparativa entre los siguientes periodos: un primer periodo, que abarque desde las elecciones generales del 20 de diciembre de 2015 hasta la repetición de las elecciones generales el pasado 26 de junio; y un segundo periodo que englobe desde el pasado 26 de junio hasta los días posteriores a la celebración del 39º Congreso del Partido Socialista Obrero Español (PSOE).

Otra investigación que puede derivar sobre la crisis del PSOE a través de los editoriales de *El País* podría incluir el tipo de imagen proyectada del secretario general del PSOE, Pedro Sánchez, en estos artículos periodísticos de opinión. Además, esta opción de investigación puede contemplar distintas variables, ya que, no solo pueden analizar los editoriales sino columnas, sueltos, etc. e, incluso, analizar las propias noticias publicadas por el diario *El País*.

Y para finalizar, una tercera vía de investigación sobre la crisis del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), a través de editoriales u otras unidades periodísticas, podría incluir la comparativa entre los editoriales de *El País* y *El Mundo*, u otros periódicos.

## 5. Bibliografía

- Armañanzas, E. & Díaz Noci, J. (1996): *Periodismo y argumentación. Géneros de opinión*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Arroyas, E. y Gobantes, M. (2007). El editorial: lo que piensa el periódico. En Catavella, J. y Serrano, J.F (Ed.). *Redacción para periodistas: opinar y argumentar*. Madrid: Editorial Universitas, S.A.
- Aruguete, N. (2011). *Framing*. La perspectiva de las noticias. *En la Trama de la Comunicación*, volumen 15, 67-80
- Barrera, C. (1995). *Sin mordaza: veinte años de prensa en democracia*. Madrid: Temas de hoy
- Berrocal Gonzalo, S. y Rodríguez-Maribona, C. (1998). *Análisis básico para la prensa diaria. Manual para aprender a leer periódicos*. Madrid: Editorial Universitas.
- Casals, M. J. (2007). Retórica y argumentación: el poder de la inteligencia discursiva. En Cantavella, J. y Serrano, J.F (Ed.) *Redacción para periodistas: Opinar y Argumentar* (pp.55-94). Madrid: Editorial Universitas.
- Cervantes Barba, C. (1999). La sociología de las noticias como vía para renovar la investigación en la línea de la *agenda-setting*. *Comunicación y Sociedad*, volumen 36, 133-152
- D'Adamo, O. Freidenberg, F. y García Beaudoux, V. (2000) Medios de comunicación de masas y establecimiento de la agenda: un estudio empírico en Argentina. *América Latina, Hoy*, volumen 25, 57-66.
- Edo, C. (1994). *La crisis de la prensa diaria: la línea editorial y la trayectoria de los periódicos de Madrid*. Barcelona: Ariel
- EL PAÍS (1976). Ante la "reforma". *El País*. Recuperado de [http://elpais.com/diario/1976/05/04/portada/200008801\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1976/05/04/portada/200008801_850215.html)
- EL PAÍS (1982). El socialismo, en el poder. *El País*. Recuperado de [http://elpais.com/diario/1982/10/29/opinion/404694004\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1982/10/29/opinion/404694004_850215.html)
- Fernández Barrero, M<sup>a</sup>. A. (2003). *El editorial. Un género periodístico abierto a debate*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones

- Ferreres, J.M.R. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de Antropología*, volumen 25 Recuperado de [http://www.ugr.es/~pwlac/G25\\_01JoseMaria\\_Rubio\\_Ferreres.html](http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html)
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis y contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- López Cubino, R., López Sobrino, B. & Bernabeu Marón, N. (Coords.). (2009). *El editorial, el suelto y la crítica: Proyecto Mediascopio Prensa: la lectura de la prensa escrita en el aula*. Madrid: Ministerio de Educación, Subdirección General de Información y Publicaciones, D.L.
- Martínez Albertos, J.L. (2012). *Curso de redacción periodística*. Madrid: Ediciones Paraninfo
- Martínez- Fresneda Osorio, H. (2008). El diseño periodístico, en la lectura crítica de la prensa. *Comunicar*, volumen XV (nº30), 179-184.
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En Dolf Zillmann, J. B. (Ed.) *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Editorial Paidós.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A.
- Ministerio del Interior (2015, 2016). *Consulta de resultados electorales*. <http://www.infoelectoral.mir.es/>. Recuperado de <http://www.infoelectoral.mir.es/infoelectoral/min/busquedaAvanzadaAction.htm>
- 1
- Koziner, N.S. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. *Austral Comunicación*, volumen 2 (1), 1-25
- Ladevéze, L. N. (2007). Los géneros periodísticos y de opinión. En Cantavella, J. y Serrano, J.F (Ed.) *Redacción para periodistas: Opinar y Argumentar* (pp.15-52). Madrid: Editorial Universitas.
- Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) (2016). *Medios Controlados « OJD*. <https://www.ojd.es>. Recuperado de <https://www.ojd.es/medios-controlados/>

- Paniagua, P. y Abejón, P. (2017). *Manual práctico de redacción periodística. Géneros informativos, interpretativos y de opinión*. Madrid: Editora Síntesis
- Rodríguez Díaz, R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. Recuperado de: <http://www.obets.ua./es/obets/libros/AgendaSetting.pdf>
- Sádaba, M. T & Rodríguez Virgili, J; (2007). La construcción de la agenda de los medios. El debate del estatut en la prensa española. *Ámbitos*, volumen 17, 187-211. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16801610>
- Sádaba, M.T (2001). Origen, aplicación y límites de la teoría del encuadre (*framing*) en comunicación. *Comunicación y sociedad* volumen XIX, (nº 2), 143-175.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F. y Lucio, P. B (2006). *Metodología de la investigación*. México: Editorial McGraw-Hill
- Sánchez, J.F. y López Pan, F. (1998). Tipologías de géneros periodísticos en España. Hacia un nuevo paradigma. *Comunicación y Estudios Universitarios*, volumen 8, 15-35. Recuperado de <http://dadun.unav.edu/handle/10171/34984>
- Santamaría, L y Casals, M.J. (2000). *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*. Madrid: Editorial Fragua
- Santamaría, P. P. (2009). *Información e interpretación en periodismo: hacia una nueva teoría de los géneros*. Barcelona: Editorial UOC
- Wolf, M. (1986). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona-Buenos Aires-México: Ediciones Paidós

## 6. Anexos

### 1. Plantilla de codificación cuantitativa y cualitativa.

Se expone una muestra de los editoriales de *El País* que han sido analizados en esta investigación.

<b>PLANTILLA CODIFICACIÓN: EDITORIAL <i>EL PAÍS</i></b>	
<b>Fecha de publicación del editorial</b>	1 septiembre 2016
<b>Titular del editorial</b>	<i>¿Y ahora qué?</i>
<b>Subtítulo del editorial</b>	O Sánchez sale de su incoherencia o será responsable de repetir elecciones
<b>Fecha de codificación</b>	10 de abril de 2017
<b>Autora codificación</b>	Beatriz Ferrón Huerga
<b>TIPOLOGÍA DEL EDITORIAL</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Analítico o expositivo</li><li>• Explicativo</li><li>• Combativo</li><li>• Crítico</li><li>• Admonitorio</li><li>• Predictivo</li></ul>	<b>X</b> Parte del análisis de la situación política actual. Si esta situación no cambia el resultado sería: repetir elecciones. Esta posibilidad se realiza con un tono distante aunque realiza un juicio categórico hacia la posición adoptada por Rajoy.
<ul style="list-style-type: none"><li>• Apologético</li><li>• De diatriba</li></ul>	
<b>ESTRUCTURA DEL EDITORIAL</b>	
<b>TITULO</b>	

<b>Tipo de titular</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enunciativo</li> <li>• Orientativo o exhortativo <b>X</b></li> <li>• Mixto</li> </ul>
<b>Estructura del título</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nominal <b>X</b></li> <li>• Verbal</li> </ul>
<b>CUERPO DEL EDITORIAL</b>	
<b>Introducción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lógica inductiva <b>X</b></li> <li>• Lógica deductiva</li> </ul>
<b>Desarrollo: tipos de juicios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analíticos</li> <li>• Sintéticos o a posteriori <b>X</b></li> </ul> <p>“Un resultado electoral donde los votantes ya han atribuido responsabilidades [...]. Por tanto, aunque el PSOE hace bien en sostener que sus propuestas son mejores que las del PP, la realidad es que, en nada menos que dos ocasiones muy recientes, el electorado no las ha convalidado”.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hipotéticos</li> <li>• Categóricos <b>X</b></li> </ul> <p>Empleo de adjetivos como: <u>penoso</u>, <u>incapaz</u>,... ““[...] su falta de iniciativa y su penoso récord en materia de corrupción le sitúan lejos de la idoneidad”.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disyuntivos <b>X</b></li> </ul> <p>“[...] pareció más dedicado a tomar posiciones dentro de su partido [...] que plantear alternativas que ahorren a los españoles unas terceras elecciones, la peor de las opciones a la vista”.</p>
<b>Cierre del editorial (tipo de juicio)</b>	<p><b>Disyuntivo.</b></p> <p>“Si todo lo que se propone en política debe ser posible, [...]. Todo lo que ha ocurrido en los últimos meses en la</p>



---

política está lleno de ideas e intentos imposibles. [...] Por eso, no se puede dejar pasar más el tiempo limitándose al ‘no’ [...], mientras se acumula el malestar de la ciudadanía con partidos que no resuelven nada”.

#### ESTILO EDITORIALIZANTE

- **Estilo didascálico**

- **Estilo objetivo**

X

Expone los hechos y las ideas desde un tono objetivo. Busca la demostración de los mismos a través de la observación de unas causas. Evita hacer un juicio claro sobre la postura que deben adoptar los socialistas.

- **Estilo Interpretativo**

#### SESGO EMPLEADO EN LOS EDITORIALES SOBRE LA CRISI DEL PSOE

- **Tratamiento positivo**

- **Tratamiento negativo**

- **Tratamiento neutro**

X

Aunque apela a Sánchez y a los socialistas en varias ocasiones, en general, el editorial busca el equilibrio y no la confrontación, sobre todo, no busca ‘atacar’ a nadie ni *El País* muestra su ideología.

#### SOBRE QUIÉN TRATAN LOS EDITORIALES

- **Partido Socialista Obrero Español (PSOE)**

- **Pedro Sánchez**

X

- Otros partidos y líderes políticos X  
Cita al Partido Popular (PP), a Mariano Rajoy y a Albert Rivera.

## DISEÑO DEL EDITORIAL

**Lugar que ocupa el editorial** Parte superior de la página par (número 10). Colocada a la margen izquierda de la página de opinión.

Abre la sección de opinión

**Nº de editoriales que aparecen en la página** 2

**Nº de columnas que ocupa el editorial** 2

**Nº de módulos que ocupa el editorial** 5.  
Ocupa la mitad superior de la página.

**Aparecen sumarios**

- Si
- No X

**Aparece acompañado de viñeta de humor sobre el tema de la investigación**

- Si
- No X

Fuente: Elaboración propia. Plantilla cuantitativa y cualitativa según Casals (2007), Santamaría y Casals (2000), López Hidalgo (en Fernandez Barrero, 2003), y De Gregorio (en Paniagua & Abejón, 2017)

## PLANTILLA CODIFICACIÓN: EDITORIAL *EL PAÍS*

**Fecha de publicación del editorial** 11 de septiembre de 2016

**Titular del editorial** *Desmovilizados*

**Subtítulo del editorial** La falta de pactos empuja a los ciudadanos hacia la abstención

**Fecha de codificación** 11 de abril de 2017

**Autora codificación** Beatriz Ferrón Huerga

## TIPOLOGÍA DEL EDITORIAL

- Analítico o expositivo

- **Explicativo**

**X**

El editorial plantea unas causas –datos estadísticos- y los relaciona con posibles consecuencias. No pretende convencer al lector tan solo emplea argumentos instructivos que permitan conocer la realidad de la situación

- **Combativo**

- **Crítico**

- **Admonitorio**

- **Predictivo**

- **Apologético**

- **De diatriba**

## ESTRUCTURA DEL EDITORIAL

### TITULO

#### Tipo de titular

- Enunciativo
- Orientativo o exhortativo **X**
- Mixto

#### Estructura del título

- Nominal **X**
- Verbal

### CUERPO DEL EDITORIAL

#### Introducción

- Lógica inductiva
- Lógica deductiva **X**

#### Desarrollo: tipos de juicios

- Analíticos
- Sintéticos o a posteriori **X**

“[...] que siete de cada diez personas descarten votar de nuevo debe considerarse la respuesta lógica de unos ciudadanos [...]. Lo esperable es una abstención cercana al 40%, lo cual marcaría el récord de participación más desalentador [...]. Cuando la abstención

	<p>se convierte en la primera opción de los votantes, las fuerzas políticas tiene un gran problema”.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hipotéticos X</li> </ul> <p>“La alternativa es un hipotético pacto entre socialistas y Podemos, que divide en dos al conjunto de la ciudadanía [...] Las cosas están bastante claras entre la opinión pública y carece de sentido ignorarlo con maniobras tácticas destinadas a ganar un poco más de tiempo [...]”.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Categóricos X</li> </ul> <p><b>De intenciones.</b> “Pedro Sánchez <u>debería tomar nota</u>: cerrar las rendijas al compromiso para impedir el gobierno el minoría del partido más votado es el camino juzgado menos deseable”.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disyuntivos</li> </ul>
<b>Cierre del editorial (tipo de juicio)</b>	<b>Sintético</b>

<b>ESTILO EDITORIALIZANTE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo didascálico</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo objetivo</li> </ul>	<p><b>X</b></p> <p>Exposición de los hechos e ideas pero no supone que <i>El País</i> emita un juicio claro.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estilo Interpretativo</li> </ul>	

<b>SESGO EMPLEADO EN LOS EDITORIALES SOBRE LA CRISI DEL PSOE</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tratamiento positivo</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tratamiento negativo</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tratamiento neutro</li> </ul>	<p><b>X</b></p> <p>Ni se ‘ataca’ ni ‘ensalza’ la figura del secretario socialista. Se limita a exponer</p>

los datos estadísticos que afectan al PSOE y al resto de partidos políticos.

### **SOBRE QUIÉN TRATAN LOS EDITORIALES**

- Partido Socialista Obrero Español (PSOE) X
- Pedro Sánchez X
- Otros partidos y líderes políticos X

### **DISEÑO DEL EDITORIAL**

**Lugar que ocupa el editorial** Parte superior de la página (número 16) colocada hacia el margen izquierdo.

**Nº de editoriales que aparecen en la página** 2

**Nº de columnas que ocupa el editorial** 2

**Nº de módulos que ocupa el editorial** 5 módulos. Ocupa la mitad superior de la página dejando espacio para la viñeta que le acompaña aunque no es de la misma temática.

**Aparecen sumarios**

- Si
- No X

**Aparece acompañado de viñeta de humor sobre el tema de la investigación**

- Si
- No X

Fuente: Elaboración propia. Plantilla cuantitativa y cualitativa según Casals (2007), Santamaría y Casals (2000), López Hidalgo (en Fernandez Barrero, 2003), y De Gregorio (en Paniagua & Abejón, 2017)

### **PLANTILLA CODIFICACIÓN: EDITORIAL *EL PAÍS***

**Fecha de publicación del editorial** 27 de septiembre de 2016

**Titular del editorial** *Un partido secuestrado*

**Subtítulo del editorial** Sánchez maniobra para eludir la

responsabilidad de las continuas derrotas

**Fecha de codificación**

24 de abril de 2017

**Autora codificación**

Beatriz Ferrón Huerga

## TIPOLOGÍA DEL EDITORIAL

• **Analítico o expositivo**

• **Explicativo**

• **Combativo**

• **Crítico**

• **Admonitorio**

• **Predictivo**

• **Apologético**

• **De diatriba**

**X**

Los argumentos utilizados en este editorial se emplean contra el secretario general del PSOE, Pedro Sánchez.

## ESTRUCTURA DEL EDITORIAL

### TITULO

**Tipo de titular**

- Enunciativo
- Orientativo o exhortativo
- Mixto **X**

**Estructura del título**

- Nominal **X**
- Verbal

### CUERPO DEL EDITORIAL

**Introducción**

- Lógica inductiva **X**
- Lógica deductiva

**Desarrollo: tipos de juicios**

- Analíticos
- Sintéticos o a posteriori **X**

“Consiste en convocar a los militantes a unas primarias, concebidas en realidad como un plebiscito en torno a su persona,

en plazo tan perentorio como el 23 de octubre; [...] No se trata de discutir a fondo sobre ideología y estrategia, [...]”

- Hipotéticos
- Categóricos X

**De intenciones y de valor.**

“El secretario general del PSOE, Pedro Sánchez se ha sacado de la manga una carta tramposa para eludir las responsabilidades que le corresponden por la sucesión de gravísimas derrotas electorales”.

“A estas alturas, parece un insulto a la inteligencia hacer creer a la militancia y a miles de personas de buena fe que tal fórmula de gobierno es realmente posible y que el PSOE tiene la fuerza como para liderarla”.

- Disyuntivos

**Cierre del editorial (tipo de juicio)**

**Juicio categórico de valor.**

“Esto no es preocuparse por España ni por los problemas de los ciudadanos. Esto es la marrullería de un dirigente contestado internamente y decidido a continuar la fuga hacia adelante sin causa que defender”.

**ESTILO EDITORIALIZANTE**

- Estilo didascálico

X

*El País* trata de convencer al lector desde una postura autoritaria. Platea sus argumentos como únicos y verdaderos.

- Estilo objetivo

- **Estilo Interpretativo**

### SESGO EMPLEADO EN LOS EDITORIALES SOBRE LA CRISI DEL PSOE

- **Tratamiento positivo**

- **Tratamiento negativo** **X**  
Se produce un sesgo negativo sobre todo al rumbo que ha adquirido el PSOE y su secretario general, Pedro Sánchez.

- **Tratamiento neutro**

### SOBRE QUIÉN TRATAN LOS EDITORIALES

- **Partido Socialista Obrero Español (PSOE)** **X**
- **Pedro Sánchez** **X**
- **Otros partidos y líderes políticos**

### DISEÑO DEL EDITORIAL

**Lugar que ocupa el editorial** Parte superior de la página hacia el margen izquierdo.

**Nº de editoriales que aparecen en la página** 2

**Nº de columnas que ocupa el editorial** 2

**Nº de módulos que ocupa el editorial** 5 o 6. Mitad del espacio superior de la página compartido, a la derecha, con la viñeta de Forges.

**Aparecen sumarios**

- Si
- No **X**

**Aparece acompañado de viñeta de humor sobre el tema de la investigación**

- Si
- No **X**

Fuente: Elaboración propia. Plantilla cuantitativa y cualitativa según Casals (2007), Santamaría y Casals (2000), López Hidalgo (en Fernandez Barrero, 2003), y De Gregorio (en Paniagua & Abejón, 2017)



## PLANTILLA CODIFICACIÓN: EDITORIAL *EL PAÍS*

Fecha de publicación del editorial	21 de mayo de 2017
Titular del editorial	Superar la división
Subtítulo del editorial	El PSOE necesita liderazgo, unidad y volver a ocupar el centroizquierda
Fecha de codificación	21 de mayo de 2017
Autora codificación	Beatriz Ferrón Huerga

### TIPOLOGÍA DEL EDITORIAL

- Analítico o expositivo X
- Explicativo
- Combativo
- Crítico
- Admonitorio
- Predictivo
- Apologético
- De diatriba

### ESTRUCTURA DEL EDITORIAL

#### TÍTULO

Tipo de titular	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enunciativo</li><li>• Orientativo o exhortativo X</li><li>• Mixto</li></ul>
Estructura del título	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nominal</li><li>• Verbal X</li></ul>

#### CUERPO DEL EDITORIAL

Introducción	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lógica inductiva X</li><li>• Lógica deductiva</li></ul>
Desarrollo: tipos de juicios	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analíticos X</li></ul> <p>“[...] Las primarias de un partido deben servir también para encontrar la personas que permita a los votantes visualizar a ese</p>

partido como una alternativa de poder creíble [...]”.

- Sintéticos o a posteriori X

“Yerran por tanto quienes han criticado que el debate se haya centrado más en las personas que en las ideas. Como es natural, todos los candidatos que aspiran a la secretaría general deben compartir postulados ideológicos”.

- Hipotéticos
- Categóricos
- Disyuntivos

#### **Cierre del editorial (tipo de juicio)**

#### **Categórico de valor**

“[...] mimetizarse con la extrema izquierda populista, los socialistas deben encontrar la unidad y la coherencia que les permita volverá representar a la mayoría de los ciudadanos de centroizquierda que desean contar con una opción progresista y reformista [...]”.

### **ESTILO EDITORIALIZANTE**

- **Estilo didascálico**

- **Estilo objetivo**

X

No trata de ‘atacar’ a ningún candidato a la secretaría general del PSOE. Solo busca ofrecer argumentos que expliquen las causas y consecuencias para que el PSOE salga fortalecido de este proceso.

- **Estilo Interpretativo**

### **SESGO EMPLEADO EN LOS EDITORIALES SOBRE LA CRISI DEL PSOE**

- **Tratamiento positivo**

- Tratamiento negativo
- Tratamiento neutro X

### **SOBRE QUIÉN TRATAN LOS EDITORIALES**

- Partido Socialista Obrero Español (PSOE) X
- Pedro Sánchez
- Otros partidos y líderes políticos

### **DISEÑO DEL EDITORIAL**

**Lugar que ocupa el editorial** Parte superior margen izquierdo. Al lado está la viñeta de Forges.

**Nº de editoriales que aparecen en la página** 2

**Nº de columnas que ocupa el editorial** 2

**Nº de módulos que ocupa el editorial** 5- 6

**Aparecen sumarios**

- Si
- No X

**Aparece acompañado de viñeta de humor sobre el tema de la investigación**

- Si
- No X

**Fuente:** Elaboración propia. Plantilla cuantitativa y cualitativa según Casals (2007), Santamaría y Casals (2000), López Hidalgo (en Fernandez Barrero, 2003), y De Gregorio (en Paniagua & Abejón, 2017)

2. Plantilla de codificación cuantitativa

**PLANTILLA CODIFICACIÓN: N° EDITORIALES DEL DIARIO**

***EL PAÍS***

**NÚMERO DE EDITORIALES PUBLICADOS POR MES DE ANÁLISIS**

<b>Septiembre 2016</b>	N° de editoriales totales: 59 N° de editoriales sobre la investigación: 9
<b>Octubre 2016</b>	N° de editoriales totales: 62 N° de editoriales sobre la investigación: 6
<b>Noviembre 2016</b>	N° de editoriales totales: 56 N° de editoriales sobre la investigación: 2
<b>Diciembre 2016</b>	N° de editoriales totales: 62 N° de editoriales sobre la investigación: 0
<b>Enero 2017</b>	N° de editoriales totales: 56 N° de editoriales sobre la investigación: 2
<b>Febrero 2017</b>	N° de editoriales totales: 51 N° de editoriales sobre la investigación: 1
<b>Marzo 2017</b>	N° de editoriales totales: 60 N° de editoriales sobre la investigación: 1
<b>Abril 2017</b>	N° de editoriales totales: 57 N° de editoriales sobre la investigación: 0
<b>Mayo 2017</b>	N° de editoriales totales: 62 N° de editoriales sobre la investigación: 5

**Fuente: Elaboración propia. Plantilla cuantitativa**