

Universidad de Valladolid

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
GRADO EN PERIODISMO

PODEMOS Y CIUDADANOS: REPRESENTACIÓN
MEDIÁTICA EN *EL MUNDO Y EL PAÍS*

Elecciones a Cortes Generales: 20 de diciembre de 2015

Autor: Laura Pérez Sanz

Tutor/a: D^a Eva Campos Domínguez

Convocatoria: Primera

RESUMEN

Como consecuencia de la actual crisis política y económica que padece España desde el año 2007, nos hallamos en un contexto de inestabilidad política, en el que las medidas de austeridad implantadas por el Gobierno provocaron una oleada de movimientos sociales, apoyados por miles de personas, de todo el territorio español, que no se sentían representadas. El descontento social que se vivía trajo consigo la aparición de nuevos partidos, dispuestos a hacer frente a la vieja política, que controlaba la totalidad del espacio gubernamental. Actualmente, asistimos a un panorama social jamás vivido en la historia de la democracia en España, donde son cuatro los partidos que aspiran a gobernar el Estado.

El objetivo de este trabajo ha sido analizar el tratamiento informativo que los periódicos *El Mundo* y *El País* otorgan a las noticias relacionadas con los dos partidos emergentes – Podemos y Ciudadanos – en el periodo de campaña electoral de las Elecciones a Cortes Generales del 20 de diciembre de 2015.

Para ello, se han analizado las portadas de ambos diarios durante los quince días de duración de la campaña electoral, con la ayuda de una ficha codificación, con el fin de conocer la cobertura que ofrecen a las informaciones sobre estos partidos, candidatos a la presidencia del Gobierno, además de, averiguar si el bipartidismo continúa o no con su dominio dentro de los medios tradicionales.

PALABRAS CLAVE

Podemos, Ciudadanos, *El Mundo*, *El País*, portadas, noticias, tratamiento

ABSTRACT

As a result of the current political and economic crisis afflicting Spain since 2007, we live in a context of political instability, in which the austerity measures implemented by the government triggered a wave of social movements, supported by thousands of people, throughout the Spanish territory, that they did not feel represented. The social discontent that existed, brought about the emergence of new parties, willing to deal with the old policy,

which controlled the entire government space. Currently, we are witnessing a social panorama ever lived in the history of democracy in Spain, where there are four parties that aspire to govern the state.

The aim of this study was to analyze the informative treatment that newspapers *El Mundo* and *El País* awarded to those related to the two emerging new parties- *Podemos* and *Ciudadanos* - in the period of election campaign for Elections to Parliament December 20th 2015.

To do this, we have analyzed the front pages of both newspapers during the fifteen day of the election campaign, with the help of a coding tab, in order to meet the coverage offered to information about these parties, presidential candidates Government, in addition, find out whether or not bipartisanship continues its dominance in traditional media.

KEY WORDS

Podemos, Ciudadanos, El Mundo, El País, covers, news, treatment

ÍNDICE

1. Introducción.....	5
2. Marco teórico.....	8
2.1 Mediatización de la política.....	8
2.2 Periodismo político.....	10
2.3 Géneros periodísticos informativos en el periodismo político español.....	11
2.4 Contextualización de España.....	13
2.5 La aparición de los nuevos partidos.....	15
2.5.1 El caso de Podemos.....	16
2.5.2 El caso de Ciudadano.....	19
3. Metodología.....	22
3.1 Diseño de la investigación.....	22
3.1.1 Objetivos.....	22
3.1.2 Preguntas de investigación.....	22
3.1.3 Hipótesis.....	23
3.2 Método, técnica y enfoque.....	23
3.3 Instrumento de análisis y recogida de información.....	24
3.4 Muestra.....	26
3.5 Límites de la investigación.....	27
4. Resultados.....	29
5. Discusión y Conclusiones.....	36
6. Bibliografía.....	40
7. Anexos	

1. INTRODUCCIÓN

España es actualmente una monarquía parlamentaria caracterizada por el bipartidismo (Teruel, 2014). Sin embargo, los acontecimientos ocurridos los últimos años muestran un panorama político de lo más cambiante, donde esa lucha por el poder de los dos partidos mayoritarios, que llevan enfrentándose desde los años ochenta, parece llegar a su fin ante la inminente aparición de nuevas fuerzas políticas.

Esta representación bipartidaria comenzó a alcanzar cifras de hasta un 80% de escaños en el Congreso de los Diputados y fue en 2008 cuando obtuvo su mayor cifra con un 83,81%. No obstante, un estudio realizado por el Centro de Investigación Sociológico (CIS) en enero de 2014 sobre la intención de voto de los españoles, señalaba ya un declive de dicha tendencia hasta un 58% (Teruel, 2014) que se consolida con el último eurobarómetro.¹

No solo es la preferencia al bipartidismo la que hace de España un país con dos únicas fuerzas mayoritarias, capaces de llegar al poder, sino que también se apoya en la vigente Ley Orgánica del Régimen Electoral General de 1985 en la que “se estableció un sistema de reparto de escaños para las elecciones legislativas proporcional pero de circunscripción provincial” (Boix *et al.* 2013: 32). El hecho de que la mayoría de estas circunscripciones sean de tamaño medio y pequeño, y la concesión de dos diputados como mínimo por cada circunscripción provincial hace que “se dificulten la supervivencia de formaciones políticas que obtengan menos de un 15% de los votos (...) y, con ello, a padecer la fuga paulatina de sus votantes hacia otras opciones políticas en la medida en que el voto a estas últimas se percibe que será más ‘útil’” (Boix *et al.* 2013:32).

Algunos autores establecen que esta crisis del bipartidismo, en la que parece estar sumergida España, se inició con las Elecciones Europeas de 2009 que “vinieron a certificar el contexto político de creciente polarización bipartidista” (González *et al* cit. en Boix *et al.* 2013: 31). Para el Catedrático Ismael Peña (2013), no es otra la

¹ Información disponible en: http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/meses3.jsp consultado el: 10/06/2016

causa de esta desafección que el cambio en la forma en que muchos españoles entienden la política.

La aparición de la crisis política paralela a la crisis económica hizo tambalear los pilares donde se asentaba hasta el momento el bipartidismo. Una crisis de “legitimidad de los sucesivos gobiernos” que no se ha convertido en una “institucional comparable a la de Grecia o la de otros países” que originó, como rechazo a las medidas de austeridad aprobadas por el gobierno de Zapatero en el año 2011, una serie de movimientos de protesta del que sobresale el 15-M (Raffini *et al.* 2015: 31).

Este movimiento, lejos de desaparecer se mantuvo a lo largo de los años posteriores, con un importante apoyo por parte de la ciudadanía que venían reclamando cambios en la vida pública (Ferrándiz *et al.* 2015).

A este clima de desafección y de distanciamiento de los dos grandes partidos por parte la ciudadanía, hay que sumarle las elecciones europeas de 2014, en las que tanto el Partido Popular como el Partido Socialista cayeron más de 30 puntos con respecto a los pasados comicios de 2009, y la aparición en el panorama electoral un nuevo partido – Podemos – fruto del movimiento 15-M, que con apenas unos meses de vida logró situarse como cuarta fuerza política con un 8% de los votos y 5 diputados en el Parlamento Europeo (Ferrándiz *et al.* 2015).

Tan solo unos meses más tarde, la irrupción de Ciudadanos en enero del 2015 hacía más complicada la coyuntura política del momento. Un partido con una trayectoria política de ámbito autonómico desde 2006, decidió aumentar su presencia en el ámbito nacional. Prueba de esta crisis del bipartidismo son las elecciones andaluzas y las posteriores elecciones autonómicas y municipales de mayo de 2015, donde se puso en manifiesto la fuerza de los dos partidos emergentes (Ferrándiz *et al.* 2015).

Por consiguiente, se ha decidido realizar este trabajo de investigación, que versa sobre la aparición de los dos partidos políticos emergentes –Podemos y Ciudadanos– y la crisis del bipartidismo, que afecta a los dos partidos tradicionales del país –PP

y PSOE-, en los dos periódicos de ámbito general más leídos en España –*El Mundo* y *El País*-. Con el propósito de conocer el tratamiento que se les otorga a las noticias que hacen referencia a estos dos partidos jóvenes, todo ello, enmarcado en la asignatura de Periodismo Político, y aplicando los conocimientos adquiridos en otras asignaturas de la titulación del Grado en Periodismo como Géneros periodísticos.

2. MARCO TEÓRICO

En este apartado trataremos de enmarcar el trabajo de investigación dentro del periodismo político, recopilando estudios de otros autores sobre el tema, contextualizando la situación política de España y aproximándonos a las realidades de los dos partidos emergentes.

2.1 Mediatización de la política

Los medios de comunicación tienen la capacidad de crear una realidad política que condiciona la percepción de la ciudadanía. Es su función como intermediarios entre el pueblo y los actores políticos lo que les hace poseedores de una gran influencia en las esferas sociales (Hepp 2013; Hjarvard 2013 cit. en Casero-Ripollés et al. 2016) lo que deriva en una “percepción y un conocimiento de la política altamente mediatizado” (Casero-Ripollés et al. 2016: 4).

El profesor Strömbäck, insiste en la diferenciación entre ‘mediación’ y ‘mediatización’ de la política. Siendo mediación, para el autor, “la función primordial de los medios como canal para la difusión de mensajes, intermediando así, de forma neutral, entre el sistema político y la ciudadanía”, mientras que, el concepto mediatización es aquel “proceso en el curso del cual los medios pueden ir ganando en influencia sobre la vida política hasta convertirse en instituciones centrales en la regulación de la misma” (Strömbäck cit. en Martínez *et al.* 2014: 43).

En el sistema democrático los medios de comunicación representan la principal fuente de información para la sociedad, por esta razón, el poder adquirido crea una mediatización de la política, cuyo grado de desarrollo dependerá de cuatro aspectos, que Strömbäck diferencia en:

La relevancia que adquieran los medios como fuente de información política; el nivel de independencia con respecto al poder político en su funcionamiento ordinario; el grado en que la cobertura y el tratamiento informativo de la política se rijan por criterios profesionales autónomos (lógica mediática), al margen, e incluso contra los

intereses, necesidades o conveniencias de los actores políticos (lógica política); y, en fin, el grado en que el propio sistema político asuma y adopte las pautas y modos característicos de aquella lógica mediática para asegurarse el acceso a los medios y obtener por esta vía visibilidad pública (Strömbäck cit. en Martínez *et al.* 2014: 43).

Chomsky habla en su libro *Los Guardianes de la Libertad* de una serie de filtros a los que nombra como ‘vericuetos’ a través de los cuales “el dinero y el poder tamizarán las noticias hasta dejarlas listas para su publicación, marginarán las discrepancias y permitirán que el gobierno y los intereses privados dominantes difundan un mensaje adecuado para el público” (Chomsky cit. en Serrano, 2009: 26).

La información siempre ha suscitado un enorme interés y desde que “está considerada como una mercancía, ha dejado de verse sometida a los criterios tradicionales de la verificación, la autenticidad o el error. Ahora se rige por las leyes del mercado” (Kapuscinski cit. en Serrano, 2009: 23). Esto, conduce al punto en que poseer la información se ha convertido en algo prioritario por parte de los actores políticos con el fin de controlar y ordenar la esfera pública conforme a sus propios intereses (Casero-Ripollés, 2009).

La información periodística se muestra como un verdadero poder de agenda, y es dicha capacidad, la que le otorga el crédito suficiente para estructurar la realidad política y creación de la opinión pública (Grossi cit. en Casero-Ripollés, 2007). Aunque, para Ramonet cada vez más ciudadanos se muestran más sensibles con las manipulaciones mediáticas, asegurando que vivimos en un “estado de inseguridad informativa”, advierte que “asistimos al triunfo del periodismo de espectáculo, en detrimento del periodismo de información (Ramonet cit. en Serrano, 2009: 23).

El intelectual, Parenti, habla de los encuadres como la propaganda más efectiva en comparación con la falsedad. Lo que el autor trata de explicar es que, si desviamos la verdad haciendo uso del énfasis y otros adornos auxiliares se pueden crear informaciones con las impresiones deseadas sin recurrir a violar la noticia (Parenti cit. en Serrano, 2009).

2.2 Periodismo político en España

La política siempre ha gozado de buena salud en los medios, puesto que, “constituye uno de los ámbitos que, tradicionalmente, han disfrutado de más espacio y prestigio en los medios de comunicación, especialmente en los diarios” (Doménech, 2013: 243). Esta circunstancia ha convertido al periodismo político en un terreno preferente de la práctica profesional.

Periodismo y política siempre han estado estrechamente relacionados, pero se comienza a hablar de la existencia de un periodismo político en el momento en el que “una comunidad de ciudadanos decide organizarse democráticamente” para tratar de “visualizar cuáles son los intereses comunes, qué alternativas pueden afrontarse ante los problemas (...) y qué opciones pueden ser sopesadas por cada conciencia individual para decantarse por una u otra respuesta” (Merritt y McCombs cit. en Dader, 2012: 41).

En España no empezamos a hablar de la conjunción entre periodismo y política hasta la época de la Transición, donde la incipiente llegada de una democracia al país hace que se conforme una fuerte relación entre ambas, con el fin de impulsar el establecimiento del nuevo sistema (Casero-Ripollés, 2012). Y es el rol tan importante que desarrolla dentro del sistema democrático lo que le convierte en “uno de los ámbitos más prestigiosos de la profesión periodística” (Neveu cit. en Casero-Ripollés, 2012: 19).

En el contexto español hayamos que el sistema de medios está polarizado, y esto implica directamente un claro paralelismo entre partidos mayoritarios y los grandes medios de comunicación, que no se posicionan plenamente con ningún partido pero su línea editorial suele apoyar a las ideas del Partido Popular o Partido Socialista (Hallin y Mancini cit. en Teruel, 2014).

Una vez se configura como tal el periodismo político, este surge con un triple cometido. En primer lugar como “vigilante de la vida pública”, por otro lado, para “proporcionar a una comunidad de ciudadanos información sobre sus intereses

comunes, sobre los problemas colectivos y sobre las alternativas para resolverlos” y, por último, con el fin de otorgar “plataformas de discusión sobre los asuntos que afecten al conjunto de la sociedad” (Casero-Ripollés, 2012: 20).

2.3 Géneros periodísticos informativos en el periodismo político español

En vista de que, el objeto de nuestro estudio versa sobre las informaciones publicadas en las portadas de dos diarios, resulta conveniente dedicar un apartado completo a conocer lo que son los géneros periodísticos. Así como, la noticia como elemento fundamental de la portada, el porqué de situarlas en primera plana y sus rasgos más definatorios.

Durante mucho tiempo los autores han tendido a asociar los textos periodísticos en grupos que se conocen como géneros, con el fin de facilitar a los lectores una rápida identificación de cada uno de ellos. Es por ello, que Martínez Albertos cit. en Moreno define los géneros periodísticos como “las diferentes modalidades de la creación literaria destinadas a ser divulgadas a través de cualquier medio de difusión colectiva” (1998: 65). Moreno afirma que “el mensaje periodístico tienen su manifestación específica en los géneros periodísticos, hasta el punto de que durante mucho tiempo se ha llegado a considerar que la construcción de la realidad se produce desde ellos, con ellos y gracias a ellos” (Moreno, 1998: 65).

Los géneros periodísticos como tal “son el resultado de una lenta evolución histórica ligada a la evolución del mismo concepto de lo que se entiende por periodismo” (Moreno, 2000: 170). Según Benito cit. en Moreno:

En líneas generales puede afirmarse que el periodismo posterior a 1850 supone una serie de conquistas de primera magnitud: la conquista de todas las capas de la sociedad, de casi todos los países de la tierra y de todos los temas (...). El periodismo de este siglo largo -1850-1973- puede dividirse en tres etapas bien definidas. Periodismo ideológico, periodismo informativo y periodismo de explicación (2000: 170).

En cuanto a la noticia como género primordial para el periodismo político, se debe establecer que el término ‘noticia’ viene del latín *notitia* que significa dar a conocer, dar notoriedad a algo². Es por ello, que se define como aquel hecho novedoso, verdadero, poseedor de un interés general y que se comunica a un público considerado como masivo (Albertos cit. en Fontcuberta, 1980). No solo eso, sino que, el autor Dovifat considera que para que un texto pueda ser denominado como noticia debe ser de “utilidad y valor para el receptor, recién transmitida y ser comunicada por un tercero, por lo tanto, expuesta a la influencia subjetiva de este” (Dovifat cit. en Fontcuberta, 1980: 10).

La noticia, como razón de ser de los medios de comunicación, se vuelve un elemento indispensable en cualquier periódico (Martini *et al.* 2004), y como tal, se reservará el apartado más importante y prestigioso de un diario, es decir, la portada, considerada como “el principal elemento de impacto de la prensa” (López-Rabadán *et al.* 2012: 473). “Un periódico puede presentar 100, 150 o 200 páginas (o quizás más), pero ninguna podrá concentrar tanto el ADN de su periódico como la ‘primera’” (Alvarado, 2008: 23).

La portada adquiere una importante relevancia en el espacio informativo y más aún si la vinculamos directamente como factor indispensable para la elaboración de la agenda del medio (López-Rabadán *et al.* 2012). A la característica de la portada como el “principal elemento de impacto” debemos añadir “el prestigio y la notable incidencia, como modelo profesional, que este tipo de prensa ejerce sobre el resto del sistema mediático (Merrill y Fisher cit. en López-Rabadán *et al.* 2012, 473).

Las noticias se manifiestan como una materia prima esencial para la definición de la realidad (Casero-Ripollés, 2009), es por ello que “a esta página van a parar no sólo las noticias más importantes del día, sino aquellas que los responsables del periódico quieren destacar por muy diferentes motivos” (Berrocal y Rodríguez cit. en Alvarado, 2008: 22).

² Información disponible en: <http://etimologias.dechile.net/?noticia> consultado el: 08/06/2016

Hay autores que incluso entienden la portada como un género periodístico en sí mismo “que mezcla especialidades y sensibilidades, que requiere buen criterio y mejor pluma, y que exige asumir riesgos en la elección y valoración” (Davara et al. cit. en Alvarado, 2008: 22).

Al tratarse de un espacio con una importante relevancia informativa se vuelve esencial en lo que se refiere a disponer los temas y actores que más sobresalen de la agenda mediática (McCombs cit. en López-Rabadán et al., 2012). Asimismo, la primera plana se convierte en un escaparate donde tanto periodistas como fotógrafos desean ver plasmadas sus elaboraciones. Tal es su importancia, no solo como actor político sino como actor mercantil, que, Harold Evans afirma que “establece la identidad, el carácter y la frescura que puede tener un periódico, según su título, su presentación y su contenido. Induce al público a comprarlo, abrirlo, leerlo” (Evans cit. en Alvarado, 2008: 22).

2.5 Contextualización política en España

La crisis que afecta a los países europeos y en especial a los países mediterráneos ha conducido a estados como el español a una nueva etapa política que aún está por definir. Esta crisis es simultáneamente económica y política, aunque puede considerarse como una crisis interna del modelo neoliberal (Raffini *et al.* 2015).

En España esta crisis se traduce en un cambio en la manera de entender la política que había hasta el momento, es decir, el bipartidismo. El duopolio de los últimos años, formado por el Partido Popular y el Partido Socialista Obrero Español se remonta a las primeras elecciones democráticas de España en 1977, donde la victoria del partido de centro-derecha UCD definió una clara y creciente tendencia al bipartidismo (Boix, 2013).

Sin embargo, algunos autores aseguran que este cambio se viene dando mucho antes de que la crisis azotará nuestro país y sitúan el inicio de esta transformación en el año 2000. Cuando ya el barómetro del CIS recogía que los partidos políticos habían

iniciado una tendencia a la baja, perdiendo en torno a 30 punto en una década (Peña-López, 2013).

Boix afirma que el comienzo de lo que hoy conocemos como crisis del bipartidismo se originó en las elecciones europeas del 2009, en las que tanto PP como PSOE empezaron a fatigarse, más concretamente el Partido Socialista por la baja participación de sus votantes y el alto nivel de abstención (Boix, 2013). “Hay un cambio importante en el comportamiento de la intención de voto hacia el bipartidismo o hacia la abstención, y en ambos casos juegan un papel importante las alternativas políticas, especialmente después de mayo de 2004” (Peña-López, 2013: 17).

No obstante, el 15 de mayo de 2011 supuso una fecha clave para entender la situación política actual. “La tensión entre la crisis de la participación política convencional y el desarrollo de formas no convencionales de participación se refleja en el desarrollo de los movimientos de protesta y de las prácticas de resiliencia” (Raffini *et al.* 2015: 24). Esto conllevó a que, a una semana de la celebración de las elecciones autonómicas y municipales de 2011, miles de personas acudieran a la manifestación convocada por la plataforma Democracia Real Ya (Ferrándiz *et al.* 2015) para “denunciar la irresponsable gestión económica del país por parte de los poderes políticos y económicos, exigiendo que asuman las responsabilidades que les corresponden”³.

Las consecuencias de la crisis y las reformas llevadas a cabo por el gobierno de Zapatero, causó en las elecciones generales de 2011 una disminución en el apoyo recibido al PSOE, mientras que no afectó al Partido Popular. El resultado fue interpretado como una sucesión normal en el sistema bipartidista español. Sin embargo, los acontecimientos pasados sugieren que el cambio político comenzó junto al inicio de las protestas (Raffini *et al.* 2015).

³ Información disponible en: <http://www.democraciarealya.es/prensa/> consultado el: 09/06/2016

Los dos partidos mayoritarios disminuyeron su presencia en el Congreso de un 83,81% alcanzado en las elecciones de 2008 a un 73,39% en 2011, siendo el PSOE el partido más perjudicado reduciendo casi veinte puntos.⁴

Las elecciones europeas de 2014 no son más que otra señal clara del desplome del bipartidismo en nuestro país, yendo más allá de lo que las encuestas daban. PP y PSOE obtuvieron 16 puntos menos que las pasadas elecciones europeas y no alcanzaron entre los dos más de la mitad de los votos emitidos, algo que jamás había ocurrido en España (Boix *et al.* 2014). Además el vertiginoso ascenso de Podemos y, posteriormente, la aparición en todo el territorio nacional de la formación de Ciudadanos hace más que evidente la regeneración política que se está viviendo en España, donde ahora son cuatro y no dos las fuerzas políticas más votadas del país.⁵

2.6 Aparición de los nuevos partidos políticos

Desde la llegada de la democracia a España han sido muchos los partidos que han ido surgiendo en un intento de hacer frente al bipartidismo y a su habitual reparto de votos a dos bandas. Es así como, a lo largo de estos últimos años han aparecido, en el panorama político, partidos de todos los espectros ideológicos como UpyD (2007), Vox (2013), Equo (2011), entre otros, pero solo la aparición en 2014 de Podemos y la irrupción de Ciudadanos en el ámbito nacional han logrado mermar la continuidad del bipartidismo entre PP y PSOE.

⁴ Información disponible en: http://elecciones.mir.es/resultadosgenerales2011/99CG/DCG99999TO_L1.htm consultado el: 09/06/2016

⁵ Información disponible en: <https://resultadosgenerales2015.interior.es/congreso/#/ES201512-CON-ES/ES> consultado el: 09/06/2016

2.6.1 Podemos

En este apartado trataremos de explicar el nacimiento de la fuerza política Podemos, cuáles fueron sus causas y su rápido e inesperado éxito a pesar de tener escasos años de vida.

Los inicios de la formación política de Podemos los encontramos en la Universidad Complutense de Madrid, mucho antes de que la crisis llegara a España. “En la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología se forjaron los grandes ideólogos del proyecto político”⁶. Según Paloma Esteban, estos ideólogos comenzaron a trabajar como asesores políticos para grandes gobiernos en Latinoamérica “mientras en el interior del campus conquistaban a la comunidad estudiantil hasta lograr un verdadero nicho de influencia ideológica y electoral”⁷.

En el camino hacia lo que un día sería Podemos, es importante mencionar primero, como explica la autora, los pactos con dos de los decanos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología como son Francisco Aldecoa y Heriberto Cairo y de la creación en el año 2006 de la Asociación Universitaria Contrapoder: “considerada la mayoritaria de toda la Facultad, su fuerza residía en la enorme capacidad de movilizar al estudiantado”⁸.

Años más tarde, la importancia de la Facultad madrileña continuó siendo decisiva para la creación de la formación de Pablo Iglesias. Dader sostiene que “su articulación comenzó a gestarse en asambleas universitarias y pequeños foros de izquierda extraparlamentaria madrileña en 2009” (2015: 14).

Sin embargo, el verdadero empujón para que la formación morada tomara forma tuvo lugar el 15 de mayo de 2011. Tan solo una semana antes de que se efectuarán

⁶ Información disponible en: http://www.elconfidencial.com/espana/2015-03-20/asi-nacio-podemos-en-la-complutense_730785/ consultado el: 03/04/2016

^{7 8} Información disponible en: http://www.elconfidencial.com/espana/2015-03-20/asi-nacio-podemos-en-la-complutense_730785/ consultado el: 03/04/2016

en España las elecciones municipales y autonómicas un movimiento social sin precedentes comenzó a tomar fuerza (Ferrándiz *et al.* 2015).

La situación que vivían miles de personas donde “la crisis financiera mundial abierta a final de 2007 ha sumergido a España en la crisis social y política más grave desde la salida del franquismo” (Jerez *et al.* 2015: 1576) hizo que un ambiente de indignación comenzará a fraguarse movilizándolo a miles de personas de todas partes de España para protestar en contra del “sistema establecido, de la corrupción política y de la falsa representación de partidos”⁹.

El 15 de mayo “una manifestación relativamente espontánea terminaba en la Puerta del Sol de Madrid habiendo reunido a decenas de miles de personas” (Errejón, 2011: 121). Lo que parecía en un principio una simple concentración sin más repercusión, acabó convirtiéndose en “una movilización multitudinaria con el mayor impacto en la política española de las últimas décadas” (Errejón, 2011: 121) con replicas en muchas ciudades españolas.

Las acampadas en las distintas plazas españolas se convertían “en un espacio autogestionado y abierto de convivencia, de deliberación democrática y de visibilización abrupta de la brecha de los representantes y una parte sustancial de los representados” (Errejón, 2011: 121).

La lucha de los indignados, que así se hacían llamar, duró un total de 28 días, hasta que finalmente “el 12 de junio, la asamblea que se constituyó en Sol decide desalojar la plaza voluntariamente”¹⁰. Elorza afirma que la formación de Podemos nace de dicho movimiento para “articular esos descontentos e identidades” (2014: 51).

El impacto de un discurso crítico e innovador con un liderazgo joven se ha dejado sentir en un deteriorado sistema político-mediático ya cuestionado con “las

⁹ Información disponible en: <http://www.guioteca.com/espana/%C2%BFque-es-el-movimiento-15-m-que-sacude-a-espana/> consultado el: 02/04/2016

¹⁰ Información disponible en: <http://www.movimiento15m.org/> consultado el: 03/04/2016

movilizaciones indignadas surgidas del 15M de 2011” (Jerez *et al.* 2015:1574). De ahí que nuevos movimientos sociopolíticos se enfrenten al “modelo de democracia representativa” e incorporen “nuevas tecnologías de comunicación bajo el imperio de la red” y del que Podemos es el “protagonista del cambio” (Elorza, 2014: 50).

Entre los meses de enero y marzo de 2014 “un puñado de jóvenes, profesores universitarios de escasa relevancia social y académica, junto con grupúsculos de seguidores instalados en espacios públicos periféricos o marginales (...) se lanza a fundar un nuevo partido político” (Dader, 2015:13).

El 14 de enero se lanzaba el manifiesto “Mover ficha: convertir la indignación en cambio político” en internet y tres días más tarde, el 17 de ese mismo mes “se presentaba en público el desafío de conseguir cincuenta mil firmas de apoyo en 15 días para lanzar una candidatura ciudadana (...) para presentarse a las elecciones europeas” (Jerez *et al.* 2015: 1478).

“La especialización ‘mediactivista’” (Jerez *et al.* 2015: 1579) que posee el líder de la formación morada y muchos de sus integrantes, se hizo patente antes incluso de que se convirtieran en un partido político. “La élite de Podemos es antes que otra cosa una élite mediática, más concretamente televisiva”¹¹. Y es precisamente esto lo que para Dader ayudó a la formación a crecer en tan poco tiempo:

La presencia televisiva de los gestores del partido en algunas televisiones con unos pocos miles de espectadores en Internet o en canales de barrio madrileños, junto con su salto paulatino a algunos espacios de infoentretenimiento o debate televisivo nacionales pero periféricos, había contribuido a aumentar el reconocimiento popular de su líder principal y de algunos de sus más estrechos colaboradores (2015: 14).

Es en 2013 cuando “dan el salto a las cadenas generalistas de televisión y se convierten en estrellas de programas como *Las mañanas de Cuatro* y *La sexta*

¹¹ Información disponible en: http://elpais.com/elpais/2015/01/09/opinion/1420829784_862193.html consultado el 03/04/2016

noche” aumentando su popularidad y “simpatías en amplios públicos” (Jerez *et al.* 2015:1579). Pero es realmente en 2014 cuando “tan sólo dos meses después de su constitución” dan la sorpresa, “concurren a las elecciones europeas y obtienen 1.253.837 votos (cerca del 8% de los emitidos) con 5 escaños de rédito” (Dader: 2015: 13).

Las opiniones sobre las causas del gran éxito de Podemos son variadas entre los autores, aunque todos coinciden en un elemento y es la importancia de las redes sociales en la popularización del partido. García Tojar y Castromil sostienen que “ese rápido ascenso se apoyaría en la profunda frustración y desafección política que amplias capas populares españolas, sobre todo entre jóvenes de extracción social medio-baja con estudios universitarios” (García Tojar y Castromil cit. en Dader, 2015: 14), otros autores hablan de “la importancia de su innovación organizativa, su adaptación ideológica a un nuevo tipo de electorado y su uso estratégico de las redes sociales virtuales” (Elorza cit. en Dader, 2015: 15).

Para Jerez, Maceiras y Maestu afirman que el éxito radica en “la combinación de elementos de movimiento en red con la forma de liderazgo de corte populista” que logra “optimizar un circuito que, como se refleja en el análisis empírico, consigue un crecimiento exponencial en las redes sociales” (2015: 1576).

2.6.2 Ciudadanos

En este apartado trataremos de explicar la aparición de Ciudadanos tanto en el ámbito catalán como su salto al ámbito nacional.

Algunos periodistas como José Juan Mateo, sostienen que lo que inspiró la creación del partido radica en “Josep Tarradellas y aquella histórica frase de 1977, a la vuelta del exilio: *‘Ciutadans de Catalunya, ja sóc aquí’*”¹².

¹² Información disponible en: http://politica.elpais.com/politica/2015/06/25/actualidad/1435219647_770153.html consultado el: 05/04/2016

El origen de Ciudadanos lo encontramos en la plataforma Ciudadanos de Catalunya “impulsada por prestigiosos intelectuales catalanes como Félix de Azúa, Albert Boadella, Francesc de Carreras, Arcadi Espada, Teresa Giménez Barbat, Ana Nuño, Félix Ovejero”¹³ entre otros.

La creación del partido de Albert Rivera en 2005 se ve motivado principalmente por “situarse frente al nacionalismo conservador de derechas que había representado Pujol y al nacionalismo de izquierdas que representaba el tripartido de aquellos años”.¹⁴ Esta formación surgió “con la voluntad de sustituir a los partidos nacionalistas en los pactos con PP y PSOE”¹⁵.

El 7 de junio del 2005 se presenta un primer manifiesto en el que se expuso “la necesidad de crear un nuevo partido político centrado en solucionar los problemas reales de los ciudadanos”¹⁶. Dicha convocatoria obtuvo “el respaldo ciudadano”, por lo que se procedió a la creación de “la plataforma civil cuyo objetivo sería la constitución de un nuevo partido político”.¹⁷

El segundo manifiesto se presentó en “un abarrotado teatro Tívoli de Barcelona” el 4 de marzo del 2006, donde se expresaron una serie de ejes principales que guiarían al futuro partido como denunciar “la táctica de propiciar el conflicto permanente entre instituciones catalanas y del resto de España”. A partir de este segundo manifiesto Ciudadanos se hizo cada vez más tangible y el método de su líder, Albert Rivera es para Sàlmon un “método es multieducativo (...) Rivera aprende y aprende, y pone en práctica aquello aprendido. Sobre todo de los errores”¹⁸.

¹³ Información disponible en: <https://www.ciudadanos-cs.org/origenes> consultado el: 05/04/2016

¹⁴ Información disponible en: <http://www.elmundo.es/cataluna/2015/02/22/54e8de2bca4741b8078b4570.html> consultado el: 05/04/2016

¹⁵ Información disponible en: http://politica.elpais.com/politica/2015/06/25/actualidad/1435219647_770153.html consultado el: 04/04/2016

¹⁶ ¹⁷ Información disponible en: <https://www.ciudadanos-cs.org/origenes> consultado el: 04/04/2016

¹⁸ Información disponible en: <http://www.elmundo.es/cataluna/2015/02/22/54e8de2bca4741b8078b4570.html> consultado el: 04/04/2016

La formación naranja concurrió por primera vez a las elecciones autonómicas catalanas el 1 de noviembre de 2006 obteniendo un resultado de “3 diputados arrojados por 90.000 votantes”¹⁹.

Tras algunos años presentes en el Parlament de Catalunya, Ciudadanos decidió dar el salto al ámbito estatal tras un “llamamiento desde muchas partes de España demandando la existencia de C’s”²⁰. La primera prueba del triunfo de Ciudadanos, como partido nacional, lo encontramos en las elecciones europeas de 2014 en las que obtuvo “el apoyo de 500.000 españoles y la obtención de dos eurodiputados”²¹.

En la actualidad Ciudadanos se encuentra entre los cuatro partidos con más apoyo tras las elecciones generales del pasado 20 diciembre de 2015 junto con el Partido Popular, el Partido Socialista y Podemos. Consiguiendo un total de 3.500.541 votos y 40 diputados en el Congreso²².

Una vez hecha una aproximación al estudio de la situación, se procederá a continuación a explicar la metodología utilizada para la elaboración del trabajo de investigación.

¹⁹ ²⁰ ²¹ ²² Información disponible en: <https://www.ciudadanos-cs.org/origenes> consultado el: 04/04/2016

²⁰ Información disponible en: <https://resultadosgenerales2015.interior.es/congreso/#/ES201512-CON-ES/ES> consultado en: 02/05/2016

3. METODOLOGÍA

En este apartado pasaremos a definir la metodología usada para nuestro trabajo de investigación, en el que se especifica el diseño de nuestra investigación, así como el método, la técnica y el enfoque utilizados, además de delimitar la muestra con la que se ha trabajado y por último, determinar los límites que han ido apareciendo a lo largo del trabajo.

3.1 Diseño de la investigación

Para la elaboración de un trabajo de investigación es necesario aplicar una metodología adecuada que nos permita alcanzar los objetivos propuestos, así como de refutar o confirmar las hipótesis elaboradas y dar respuesta a las cuestiones formuladas.

3.1.1 Objetivos

Los objetivos marcados con el fin de guiarnos en el proceso de investigación son:

- (O1) Analizar el tratamiento informativo de las noticias en portada referidas a Podemos y Ciudadanos en los periódicos *El Mundo* y *El País*.
- (O2) Descubrir, a raíz de las noticias en portada analizadas, si existe una tendencia en *El Mundo* y *El País* a ofrecer una mayor cobertura informativa a uno de los dos partidos políticos.
- (O3) Conocer, a partir de las noticias analizadas, si predomina en el texto el bipartidismo o, por el contrario, los partidos emergentes como protagonistas de la información.

3.1.2 Preguntas de investigación

En este apartado, trataremos de formular una serie de preguntas que serán contestadas a lo largo del proceso de investigación.

- ¿Los periódicos *El Mundo* y *El País* tratan de manera similar las informaciones que aparecen en portada referidas a Podemos o Ciudadanos?
- ¿Los periódicos *El Mundo* y *El País* ofrecen una mayor cobertura a las noticias en portada referidas a un partido (Podemos o Ciudadanos) por delante del otro?
- ¿Los periódicos *El Mundo* y *El País* ofrecen un espacio semejante en la portada a las noticias referidas a uno u otro partido?

3.1.3 Hipótesis

Para alcanzar los objetivos marcados se han formulado una serie de hipótesis que tras haber realizado la investigación podrán ser refutadas o confirmandas.

- **(H1)** Las noticias en portada referidas a Podemos y Ciudadanos reciben un tratamiento desigual en los periódicos *El Mundo* y *El País*.
- **(H2)** De acuerdo con la línea editorial liberal de los periódicos *El Mundo* y *El País* las noticias en portada favorecen más al partido de Ciudadanos.
- **(H3)** Los periódicos *El Mundo* y *El País* hablan más en sus portadas del bipartidismo que de los partidos emergentes.

3.1 Método, técnica y enfoque

“Diseñar una estrategia de actuación sin un modelo conceptual previo nos llevaría a una interpretación y posterior análisis de los datos un tanto dudosa y posiblemente imprecisa.” (Pérez Serrano cit. en López, 2002:167). Por lo que, este trabajo plantea un análisis de contenido como método, para tratar de alcanzar los objetivos propuestos en la investigación. Se trata de un método cuantitativo cuyo propósito básico es el de la “identificación de determinados elementos componentes de los documentos escritos y su clasificación bajo la forma de variables y categorías para la explicación de fenómenos sociales bajo investigación” (Fernández, 2002: 37).

Hablamos de una “técnica de investigación que pretende ser objetiva, sistemática y cuantitativa en el estudio del contenido manifiesto de la comunicación” (Berelson cit. en López, 2002: 173). Asimismo, se trata de un método “mixto”, que se utiliza tanto para estudios “cuantitativos” como “cualitativos”. Holdin y Stone amplían la definición propuesta por Berelson refiriéndose al análisis de contenido como “una técnica de investigación para formular inferencias identificando de manera sistemática y objetiva ciertas características específicas dentro de un texto” (Holdin y Stone cit. en Abela, 2002: 3).

En primer lugar, debemos tener claro a qué nos referimos cuando hablamos de análisis de contenido. Según Kerlinger cit. en Fernández el análisis de contenido “se considera sobre todo como un método de observación y medición” (2002: 37). El Catedrático en Periodismo Piñuel lo define como:

El conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior (2002: 2).

El análisis de contenido tiene gran variedad de aplicaciones en su uso, tal y como explica Fernández, es un instrumento para medir la claridad con la que se comunica, a través de una correcta identificación de sus características, además de ser muy eficaz para comparar el contenido dentro de las comunicaciones mediante la investigación (2002: 37).

3.2 Instrumento de análisis y recogida de información

El instrumento utilizado en el proceso de investigación ha sido la ficha de codificación que constaba de una serie de variables para el estudio del caso. En primer lugar, se escogió analizar las portadas de los periódicos *El Mundo* y *El País* porque, como se ha explicado con anterioridad, la portada se conforma como el

elemento de mayor relevancia informativa de la prensa, además de que, “se trata del lugar donde la jerarquización periodística se manifiesta en su mayor grado” (López-Rabadán *et al.* 2012: 471).

Una vez seleccionadas las noticias requeridas de portada, se ha procedido a analizar el titular de cada noticia, así como el cuerpo de texto que aparece en dicha portada. Se tomó a los titulares como objeto de estudio, puesto que, “constituyen el principal elemento de información” (LEP, 1990: 35) y de él depende si se continúa leyendo la información o se pasa al siguiente titular (Pleyán cit. en De La Fuente, 1991: 161). Por otra parte, “los titulares han de ser inequívocos, concretos, asequibles para todo tipo de lectores y ajenos a cualquier clase de sensacionalismo” (LEP, 1990: 35), es por ello, que adquieren una importancia considerable en la construcción de la noticia.

Se ha considerado una variable importante, el posicionamiento de cada noticia en la portada, puesto que está demostrado que el lector comienza a leer desde el ángulo superior izquierdo considerado como ‘la región óptima primaria’ y, que posteriormente, la vista sigue dos tipos de patrones: la lectura circular, en el sentido de las agujas del reloj, o bien, lectura en Z, es decir, la vista va de izquierda a derecha en la parte superior y después repite lo mismo en la inferior. No obstante, en esta investigación se ha tomado como referencia el segundo patrón, es decir, la lectura en Z, y se ha dividido la portada en cuatro cuadrantes – superior izquierdo, superior derecho, inferior izquierdo e inferior derecho- siendo el más importante el superior izquierdo y el menos el inferior derecho.²³

No obstante, también se ha tenido en cuenta que la noticia principal, denominada también como noticia reina, en una portada aparece en la parte superior izquierda y suele ocupar de dos a cinco columnas.

La recogida de información se ha llevado a cabo gracias a la utilización de la ficha de codificación y posteriormente, se han empleado hojas de Excel para proceder a

²³ Información disponible en:
http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/113/cd/prensa_escrita/modulo_2/prensa_impresa_modulo_2.pdf
consultado el: 14/06/2016

extraer los resultados concernientes, ambas adjuntadas en los anexos. Resulta pertinente comentar que el trabajo de investigación se ha desarrollado con un seguimiento continuado por parte de la tutora, a lo que debemos añadir reuniones grupales tanto mensuales, como semanales, en los últimos días, con el resto de los alumnos tutorizados, para compartir y discutir en grupo las variables y la muestra del estudio. Asimismo, se ha procedido a la lectura y corrección de otro trabajo de investigación de los alumnos tutorizados como método de ayuda para elaborar el trabajo propio, para incorporar reflexiones sobre el trabajo por parte de los compañeros de curso.

3.3 Muestra

Para la elaboración de la investigación se ha realizado un análisis de contenido, en el que el universo ha sido los dos periódico generalistas a estudiar, *El Mundo* y *El País*, por otro lado, la muestra seleccionada para dicho análisis han sido un total de 32 periódicos, desde el 4/12/2015 hasta el 18/12/2015 y, por último, la unidad de análisis empleada han sido las 32 noticias en portada referidas a Podemos y Ciudadanos en estos dos medios de comunicación.

Se ha elegido como muestra los periódicos en papel y no su versión digital, en primer lugar, porque resulta de mayor facilidad proceder a la recuperación de toda la información. No obstante, se han seleccionado también dichos medios en papel, puesto que, son dos periódicos con lectores de mayor edad y, por lo tanto, más partidarios del bipartidismo. Por consiguiente, como este trabajo pretende conocer el predominio o no del bipartidismo en las noticias analizadas se ha decidido escoger esta opción.

Tabla 01. Número de noticias en las portadas de *El Mundo* y *El País* analizadas

	El Mundo	El País
4/12/2015	1	1
5/12/2015	1	1
6/12/2015	1	1
7/12/2015	1	0
8/12/2015	1	0
9/12/2015	1	1
10/12/2015	1	2
11/12/2015	1	2
12/12/2015	0	1
13/12/2015	2	0
14/12/2015	2	1
15/12/2015	1	1
16/12/2015	1	1
17/12/2015	1	1
18/12/2015	1	1
19/12/2015	1	1

Fuente: Elaboración propia

3.4 Límites de la investigación

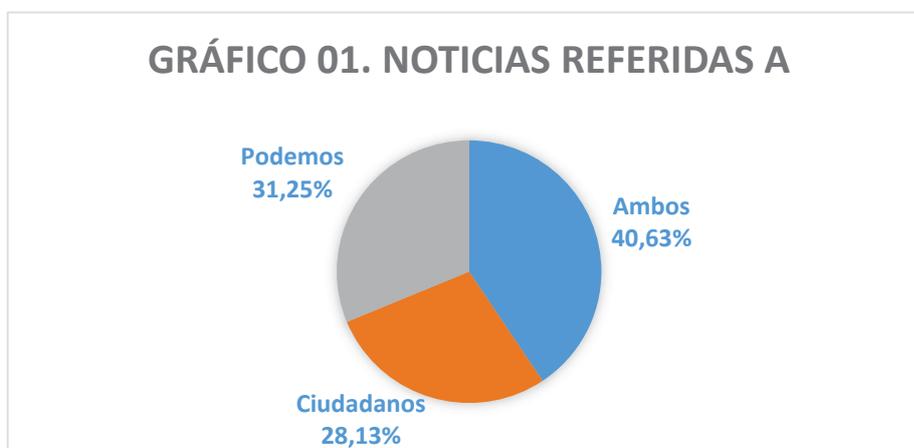
El principal límite de la investigación lo encontramos en las propias noticias de portada, puesto que muchos de los titulares y cuerpo de las noticias, que aparecen en la primera plana de los periódicos, no concuerdan con el titular y cuerpo que correspondería dentro del diario. Por tanto, en los titulares que aparecían sin ningún texto que lo acompañará en la portada, no se pudo proceder al análisis del texto en su interior, debido a que, no son las mismas noticias.

4. RESULTADOS

Una vez presentado el trabajo de investigación y llevado a cabo el análisis concerniente a través de la ficha de codificación, elaborada específicamente para el caso, se ha procedido a la interpretación de los resultados obtenidos. A continuación, se presentarán dichos resultados respondiendo a los objetivos marcados al inicio del trabajo.

En primer lugar y haciendo mención al primero de los tres objetivos planteados, se ha realizado un proceso de análisis de nuestro objeto de estudio, que en este caso se trataban de las noticias en portada de *El Mundo* y *El País* durante la campaña electoral a Elecciones a Cortes Generales del 20 de diciembre referidas a Podemos y Ciudadanos, del que se han extraído una serie de resultados obtenidos gracias a las variables formuladas. Se analizaron un total de 36 portadas de periódicos de las cuales, cuatro de ellas no contaban con ninguna noticia relacionada con Podemos o Ciudadanos, por lo que, no sé pudieron analizar.

Como resultado de nuestra ficha de codificación, se han podido obtener los datos de la primera de las variables empleadas, que pretendía conocer del total de las noticias de portadas analizadas, cuáles de ellas eran referidas a Podemos, a Ciudadanos o a ambos partidos. Los resultados analizados mostraron que el 40,63% de las noticias examinadas hablaban de ambas formaciones, un 31,25% de las noticias se centraban en Podemos y el 28,13% de ellas aludían a Ciudadanos.



Fuente: Elaboración propia

Del total de las noticias analizadas se han podido observar un resultado bastante equitativo con respecto a las informaciones que aluden a Podemos y Ciudadanos. En el periódico *El Mundo*, de las 17 noticias examinadas, 6 de ellas publicaron noticias referidas a ambos partidos, otras 6 mencionaban a Podemos y 5 hablaban de Ciudadanos. Por otro lado, *El País* de las 15 noticias analizadas, 7 de ellas mencionaban a ambos partidos, 4 a Ciudadanos y 4 aludían a Podemos.

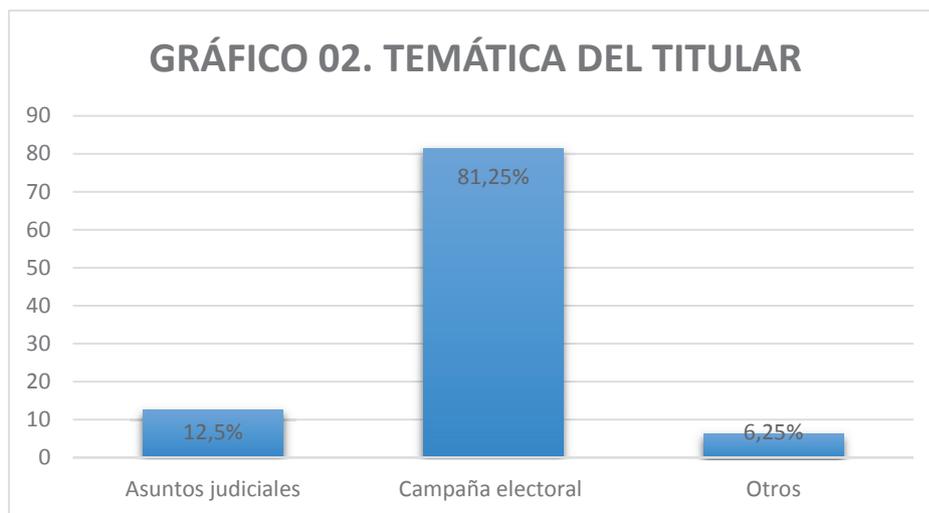
Se tuvo en cuenta, como variable para examinar las noticias de portada, la sección a la que pertenecía cada una de estas informaciones. En este caso, el resultado fue muy contundente porque tan solo una de las noticias estudiadas correspondía a la sección ‘Internacional’, distinta a las del resto que se encontraban en ‘Nacional’ debido al momento en el que esas informaciones fueron publicadas, es decir, la campaña electoral.

Respecto al titular de la noticia, se consideró la importancia de este elemento sobre el resto de la información y sobre los lectores de ambos diarios, por lo que, fue una de las variables analizadas. Del total de los titulares analizados encontramos un contraste elevado en el que un 91% de ellos fueron informativos, mientras que el 9% resultaron ser valorativos.



Imagen 01 obtenida del periódico *El País* publicado el 15/12/2015

Siguiendo con los titulares, se pretendió conocer la temática que trataba cada uno de ellos, siendo un 81,25% titulares referidos a la campaña electoral, un 12,5% de ellos trataba sobre asuntos judiciales y, por último, un 6,25% que hablaban de otros asuntos.



Fuente: Elaboración Propia

Una vez examinados los titulares, se procedió a analizar el tema de la noticia en sí, de las cuales se conoció que un 81,25% del total de noticias correspondía a la campaña electoral, muy por encima del 18,75% que hacían referencia a otros asuntos. Profundizando más en esta última variable, se ha querido conocer cuántas de estas noticias se habían publicado en un medio u otro. Los resultados mostraron que de las 6 noticias que tratan de asuntos ajenos a la campaña electoral, que se corresponde al 18,75%, se publicaron 4 en *El Mundo* y las dos restantes en *El País*. En cuanto a las 26 noticias de campaña, correspondiente al 81,25% del total, los datos apuntaron que 13 de ellas fueron publicadas en *El Mundo* y las otras 13 en *El País*.

Tabla 02. Temática de la noticia en cada periódico

Etiquetas de fila	Cuenta de Tema de la noticia
Asuntos que NO tienen que ver con la campaña	6
El Mundo	4
El País	2
Campaña electoral	26
El Mundo	13

El País 13

Total general 32

Fuente: Elaboración propia

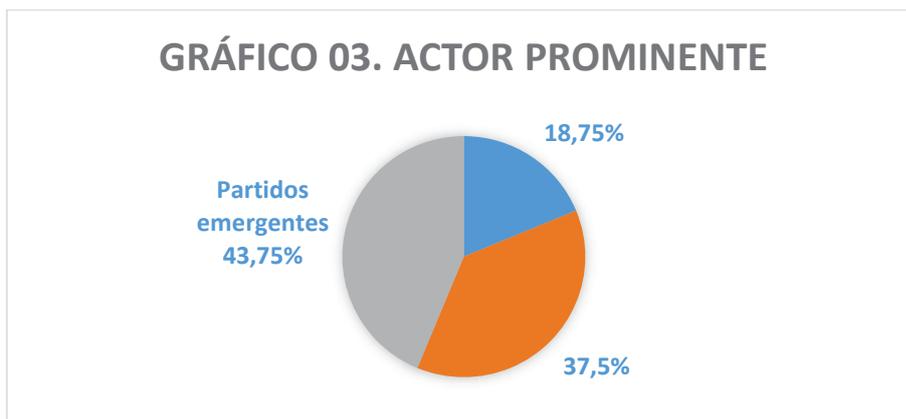
Asimismo, se ha querido saber, a raíz de los resultados obtenidos, cuáles de las noticias hablaban sobre un partido u otro. Los datos nos muestran que de las 6 noticias sobre asuntos ajenos a la campaña electoral, 5 de ellas hablaban de la formación de Pablo Iglesias, sobre todo, aludiendo a los asuntos judiciales de la juez de Podemos, y tan solo una de las noticias estaba dirigida a ambos partidos. Mientras que, las informaciones concernientes a la campaña electoral, las cifras nos revelan que, 12 de ellas hablaban de ambos partidos, 9 de Ciudadanos y apenas 5 aluden a Podemos.

Tabla 03. Temática de la noticia en referencia a cada partido

Etiquetas de fila	Cuenta de Tema de la noticia
Asuntos que NO tienen que ver con la campaña	6
Ambos	1
Podemos	5
Campaña electoral	26
Ambos	12
Ciudadanos	9
Podemos	5
Total general	32

Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo y aludiendo al tercer objetivo propuesto, se quiso conocer el actor destacado en cada una de las noticias estudiadas, pudiendo ser los partidos emergentes – Podemos y Ciudadanos, el bipartidismo – PP y PSOE- o ambos. Los datos nos muestran que en el 43,75% de las noticias dominan los nuevos partidos políticos, seguido del 37,5% de los casos donde prevalece el bipartidismo por encima del resto y en un 18,75% ambos se encuentran presentes en las informaciones.



Fuente: Elaboración propia

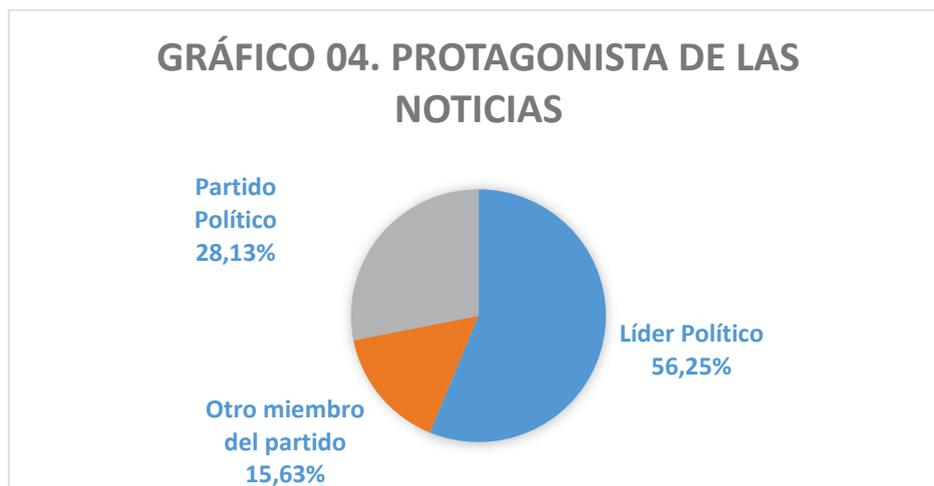
Partiendo de los siguientes datos hemos podido descubrir que, del total de noticias analizadas, 12 de ellas el actor dominante es el bipartidismo, de las cuales 7 han sido publicadas por *El País* y las 5 restantes aparecieron en las portadas de *El País*. Igualmente, se ha podido comprobar que las noticias concernientes a los partidos emergentes son 10 las que encontramos en *El Mundo*, por lo contrario, tan solo son 4 las noticias referidas a dichos partidos en el diario *El País*.

Tabla 04. Actor prominente en cada medio

Etiquetas de fila	Cuenta de Actor prominente
Ambos	6
El Mundo	2
El País	4
Bipartidismo	12
El Mundo	5
El País	7
Partidos emergentes	14
El Mundo	10
El País	4
Total general	32

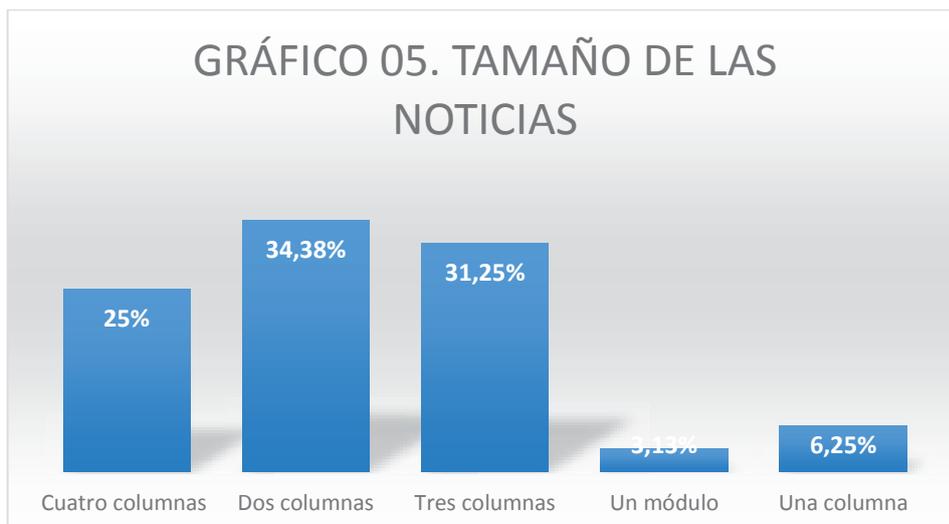
Fuente: Elaboración propia

De esta misma forma, los líderes políticos han protagonizado el 56,25% de las noticias analizadas, con una diferencia considerable tendríamos a los Partidos Políticos con un 28,13 y, por último, estarían otros miembros del partido con un 15,63%.



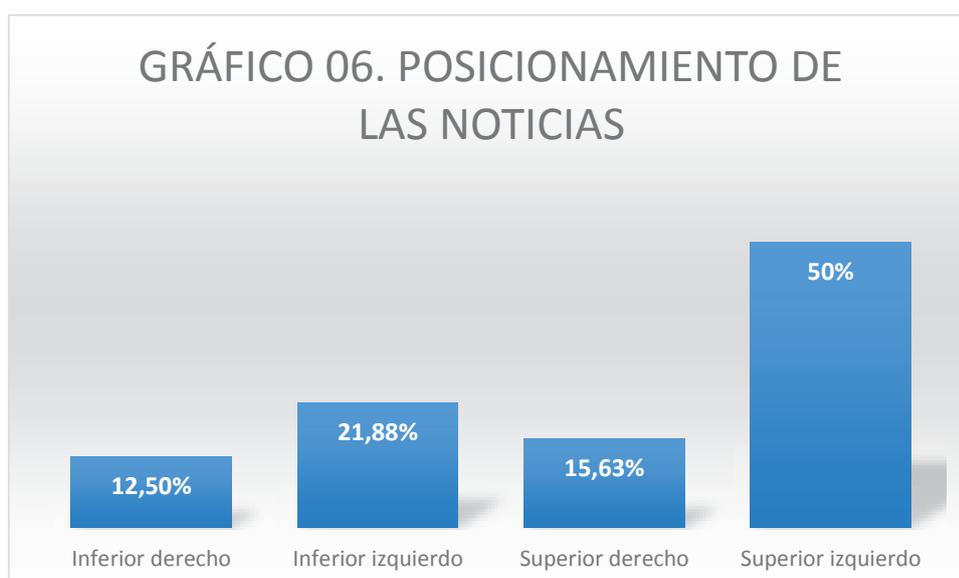
Fuente: Elaboración propia

No obstante, también se tuvo muy en cuenta el diseño que presentaban las portadas de ambos diarios, por lo que, se decidió analizar tanto el tamaño que mostraban las diversas informaciones en la primera plana, además de examinar el posicionamiento que los periódicos les otorgaban. De esta manera, se observó en primer lugar las diferentes dimensiones en las que aparecían las noticias y se establecieron los siguientes resultados. Del total de las noticias analizadas un 34,38% aparecía publicadas en dos columnas, un 31,25% de ellas ocupaban tres columnas, el 25% de ellas aparecían en las portadas a cuatro columnas, un 6,25% lo hacían a una columna y tan solo el 3,13% utilizaban un módulo.



Fuente: Elaboración propia

En cuanto, al posicionamiento de las noticias es importante recordar que este trabajo se ha basado en la teoría de la lectura en Z, en la que los periódicos se dividen en cuatro cuadrantes, cada uno de ellos contiene una mayor importancia que el otro. De acuerdo a esto, se ha llegado a los siguientes datos. Un 50% de las noticias han sido publicadas en el cuadrante superior izquierdo de la portada, asimismo, un 21,88% lo hizo en el cuadrante inferior izquierdo, un 15,63% aparecieron en el cuadrante superior derecho y, por último, un 12,50% lo hicieron en el cuadrante inferior derecho.



Fuente: Elaboración propia

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Una vez realizado el análisis completo de nuestro caso y expuesto los resultados obtenidos, a través de la ficha de codificación, y la posterior interpretación de los datos, se puede afirmar que, en cuanto al enfoque que dan los dos medios impresos, ninguno de los ellos se muestra más o menos favorable a una u otra formación política, puesto que, las cifras recopiladas presentan unos números similares de noticias dedicadas tanto a Podemos como a Ciudadanos.

No obstante, el periódico *El Mundo*, sí muestra un tratamiento desigual en las noticias referidas a Podemos y Ciudadanos, en lo que se refiere a tema de la información, mientras que, *El País* presenta unas informaciones más equitativas respecto a ambos partidos.

Lo cual significa que la primera de las hipótesis formulada que manifestaba que las noticias en portada referidas a Podemos y Ciudadanos reciben un tratamiento desigual en los periódicos *El Mundo* y *El País*, queda refutada; no en lo relativo al enfoque que dan los medios, puesto que, no se observa ninguna preferencia de ninguno de los periódicos a favorecer a un partido u otro con un mayor número de noticias, sino en lo referente a la temática de la noticia. Puesto que, uno de los dos medios presenta un comportamiento dispar con sus informaciones, en este caso *El Mundo*, y no como auguraba la hipótesis inicial. A pesar de que, del total de las 32 noticias analizadas, en 24 de ellas, las informaciones hacen referencia a la campaña electoral de los partidos políticos, sí que seis de ellas tratan en sus noticias temas ajenos al periodo de campaña y de esas seis noticias, cuatro de ellas hacen hincapié en asuntos judiciales según el titular estudiado.

Centrándonos en esas cuatro noticias, sobre materia procesal, es significativo decir que las cuatro informaciones corresponden en su totalidad a la autoría de *El Mundo* y atañen en integridad a la formación de Podemos. Lejos de tocar temas relacionados con la campaña electoral, las informaciones aluden al proceso en el que está inmersa la jueza Rosell, en ese momento dentro de las filas de Podemos. Son cuatro las ocasiones en el que el diario *El Mundo* decide publicar en sus portadas novedades

del caso, mientras que de Ciudadanos se limitan a publicar noticias únicamente relacionadas con la campaña electoral, que se desarrollaba en dicho momento.

Es por ello, que se puede ratificar que *El Mundo* realiza sus informaciones de manera desigual, aunque no de forma sistemática y mucho menos abundante, pero si difiere con las informaciones publicadas en *El País*.

Respecto a la segunda hipótesis enunciada, que declaraba que de acuerdo con la línea editorial liberal de los periódicos *El Mundo* y *El País*, las noticias en portada favorecen más al partido de Ciudadanos. Conforme a lo que se ha afirmado anteriormente, podríamos decir que esta segunda hipótesis queda totalmente refutada acorde con dos ideas.

La primera idea, y reiterando lo ya mencionado anteriormente, tan solo uno de los dos medios, es decir, *El Mundo* muestra una tendencia a favorecer con sus informaciones a Ciudadanos, mientras que *El País*, podríamos afirmar, se mantiene equitativo, en el número de publicaciones que se refiere a ambas formaciones. El segundo planteamiento en el que nos apoyamos para refutar esta segunda hipótesis, es que el diseño de ambas portadas no exhibe ninguna preferencia a la hora de ubicar las noticias correspondientes. Gracias a los resultados obtenidos se ha logrado conocer que las informaciones en ambos periódicos están repartidas equilibradamente y no se muestra ninguna preferencia en ningún medio de colocar ciertas noticias, referidas a uno u otro partido, en un cuadrante cualquiera con el fin de beneficiar o perjudicar.

Resulta algo similar si nos centramos en el caso del tamaño de la noticia, donde los datos recopilados muestran que no existe ninguna inclinación de ninguno de los dos medios, a primer vista, para favorecer o desfavorecer a un partido. Decimos a primera vista, porque sí que se ha hallado una leve diferencia, si tenemos en cuenta que, que una información aparezca a cuatro columnas se deja intuir que dicha noticia posee una gran importancia. Y las cifras exponen que tres de las noticias que iban a cuatro columnas pertenecer a Ciudadanos, mientras que, tan solo una de ellas iba referida a Podemos. De igual modo, lo encontramos pero esta vez en un módulo, en el que se

publicó una información concerniente a Ciudadanos, mientras que Podemos no aparece en una estructura inferior al de una columna.

Resulta cuanto menos interesante hablar de la influencia que ha tenido bipartidismo en los medios y de si dicha influencia continúa aún presente o, por el contrario, ha dejado paso a los nuevos partidos dentro de los medios tradicionales, como son los dos medios analizados. Es por ello, que a continuación pasaremos a refutar o verificar la última de las hipótesis formuladas que declara que los periódicos *El Mundo* y *El País* hablan más en sus portadas del bipartidismo que de los partidos emergentes.

Teniendo en cuenta que nuestro objeto de estudio son dos periódicos generalistas tradicionales, se partía con la idea de que el bipartidismo estaría presente de una manera más notoria que los partidos emergentes. Sin embargo, los resultados nos muestran una realidad diferente. Del total de las noticias analizadas, es decir 32, en doce de ellas el actor prominente es el bipartidismo (PP/PSOE), mientras que, no muy lejos de esta cifra, los partidos emergentes (Podemos/Ciudadanos) ocupan un total de catorce informaciones. Las seis noticias restantes corresponderían a las que ambos –bipartidismo y partidos nuevos- poseen una misma importancia dentro de la información.

Sí ahondamos en las informaciones, en *El País* continuaría ese dominio del bipartidismo, puesto que, de esas doce noticias en total siete de ellas están publicadas en este medio. Mientras que, por lo contrario, *El Mundo* apostararía más por los partidos emergentes donde encontramos publicadas diez de las catorce noticias.

No obstante, debido a la poca diferencia entre unas cifras y otras, no estaríamos hablando de un adelanto sorpresivo de los partidos emergentes sobre el bipartidismo en los medios tradicionales, puesto que las cifras no les dan una ventaja tan clara para estar hablando de un ascenso patente. Lo que si podemos afirmar, es que el bipartidismo ha perdido fuerza y los partidos emergentes han llegado a los medios tradicionales para quedarse y hacer frente a la vieja política, es por ello, que los datos obtenidos muestran unos resultados tan igualados en los que, podríamos decir, ambos están igual de presentes en ambos medios.

Por tanto, nuestra última hipótesis que decía claramente que el bipartidismo está más presente *El Mundo y El País* que los partidos emergentes queda totalmente refutada al conocer que, aunque no hay un claro dominio de ninguno de los dos, sí podemos afirmar que el bipartidismo ha perdido su supremacía en los medios analizados.

El trabajo de investigación llevado a cabo no forma parte de un estudio de caso acotado o aislado, sino que, está abierto a futuras líneas de investigación, que complementen y aporten nuevas visiones a la observación realizada, y que doten al estudio de una percepción mucho más amplia de la realidad.

Durante el proceso de elaboración de este análisis se han considerado interesantes una serie de cuestiones. En primer lugar, resultaría atractivo realizar un estudio de las noticias concernientes a los dos partidos emergentes, pero desde el punto de vista de los medios digitales, puesto que, cada vez son más los medios de comunicación que deciden traspasar fronteras e instalarse en la red, además de que, la mayoría de lectores jóvenes consumen las informaciones a través de dicha plataforma y sería idóneo conocer la visión de lectores de otras edades.

Por otra parte, y siguiendo por esta línea, sería conveniente realizar una comparación entre las informaciones publicadas por los medios más tradicionales y los nuevos medios, que han aparecido en los últimos años, para confrontar ambas perspectivas y tener una visión mucho más abundante, no solo del tratamiento informativo sobre Podemos y Ciudadanos, sino también comprobar la salud de la supremacía del bipartidismo en dichos medios.

6. BIBLIOGRAFÍA

Abela, A. (2002). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Sevilla, Fundación Centro de Estudios Andaluces.

Alvarado, H. (2008). “El rostro de la prensa de calidad. La información internacional desde la portada de los grandes diarios europeos”. *Textual & Visual Media*, pp. 21-48.

Boix, A., López, G. (2014). “El significado de las Elecciones Europeas de 2014 en España: giro a la izquierda y hundimiento del bipartidismo”. *Revista Aranzadi Unión Europea*, nº7, pp. 69-93.

Boix, A., López, G. (2013). “Las Elecciones Europeas de 2009 en España: el comienzo de la crisis del bipartidismo”. *Revista Aranzadi Unión Europea*, nº11, pp. 25-48.

Casero-Ripollés, A., *et al.* (2016). “Old and New Media Logics in an Electoral Campaign: The Case of Podemos and the Two-Way Street Mediatization of Politics”. *The International Journal of Press/Politics*, pp. 1-20.

Casero-Ripollés, A. (2009). “El control político de la información periodística”. *Revista Latina de Comunicación*, nº64, pp. 354-366).

Casero-Ripollés, A. (2012). “El periodismo político en España: algunas características definitorias. Periodismo político en España: concepciones, tensiones y elecciones”. *Sociedad Latina de Comunicación Social*, pp.19-46.

Dader, J.L. (2015). “Fascinados por ‘Podemos’. Un fenómeno natural de la ‘Democracia Sentimental’”. *H-ermes. Journal of Communication*, pp. 13-45.

Dader, J. L. (2012). *Periodismo político y política del periodismo: Imaginando un futuro digno y sostenible. La investigación en periodismo político en el entorno de los nuevos medios de comunicación*. (Coords Salome Berrocal y Eva Campos). Madrid: Sociedad Española de Periodística.

De La Fuente, M. A. (1991). “Introducción a los titulares de prensa”. *Tabanque: Revista pedagógica*, nº7, pp. 159-182.

Doménech, H. (2013). “Los múltiples territorios del periodismo político”. *Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº 6, pp. 243-245.

Elorza, A. (2014). “Podemos: la conquista del Estado” *Claves de razón práctica*, nº236, pp. 50-59).

El País, (1990). *Libro de estilo*. Madrid, El País.

Errejón, I. (2011). “El 15-M como discurso contrahegemónico”. *Encrucijadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales*, nº 2, 120-145.

Fernández, F. (2002). “El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación”. *Revista de Ciencias Sociales*, nº96, pp. 35-53.

Ferrándiz, J. P., Camas, F. (2015). “La prueba del fin del bipartidismo: el caso de Granada”, pp. 1-21.

Fontcuberta, M. (1980) *Estructura de la noticia periodística*. Barcelona: ATE.

Jerez, A., Maceiras, S., Maestu, E. (2015). “Esferas públicas, crisis política e internet: el surgimiento electoral de Podemos”. *Hist. cienc. saude-Manguinhos*, v.22, pp. 1573-1596).

López, F. (2002). “El análisis de contenido como método de investigación”. *Revista de educación*, nº 4, pp. 167-179.

López-Rabadán *et al.* (2012). “La evolución de la agenda mediática española (1980-2010). Un análisis longitudinal de la portada de la prensa de referencia”. *Revista latina de comunicación social*, nº 67, pp. 470-493.

Martínez, M., Humanes, M. L., Saperas, E. (2014): “La mediatización de la política en el periodismo español. Análisis longitudinal de la información política en la prensa de referencia (1980-2010)” *Trípodos*, nº34, pp. 41-59.

Martini, S., Luchessi, L. (2004). Los que hacen la noticia: periodismo, información y poder. Buenos Aires, Biblos.

Moreno, P. (1998). Curso de redacción periodística en prensa, radio y televisión. Sevilla, Mad.

Moreno, P. (2000). “Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional”. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, nº 5, pp. 169-190.

Peña-López, I. (2013). “Intención de voto en España 1978-2013. ¿Una Segunda Transición hacia una política extra-representativa?”. En: *XI Congreso de la Asociación Española de Ciencia Política y de la Administración (AECPA)*. Asociación Española de la Ciencia Política y de la Administración, pp. 1-35.

Piñuel, J. L. (2002). “Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido”. *Estudios de Sociolingüística*, nº3, pp. 1-42.

Raffini, L., Penalva, C., Alaminos, A., (2015). “Austeridad y protesta en el contexto de la crisis económica y política en España e Italia”. *Observatorio europeo de Ciencias Sociales*, v.6, nº 11, pp. 23-50.

Serrano, P. (2009). Desinformación: cómo los medios ocultan el mundo. Barcelona, Península.

Teruel, L. (2014): “La prensa española ante el nacimiento de nuevas fuerzas políticas: ¿el fin del bipartidismo?” *Contenidos especializados en enseñanza superior*. (Coords Padilla Castillo y Graciela), pp. 463-482.

7. ANEXOS

ANEXO 1. LIBRO DE CÓDIGOS

Para poder realizar el análisis de las noticias de portada de los periódicos *El Mundo* y *El País* ha sido necesario elaborar una ficha de codificación cuyas variables han resultado imprescindibles para la ejecución del estudio. Dichas variables utilizadas han sido las siguientes:

- Portada: Esta variable se midió conforme al número de noticias en cada una de las portadas analizadas, referidas a Podemos y Ciudadanos. Pudiendo ser las opciones: Podemos, Ciudadanos o Ambos.
- Sección: Esta variable se midió en función de la sección a la cual pertenecían las noticias analizadas. Siendo las opciones Nacional, Internacional, Economía, Cultura, Sociedad y Otros.
- Titular de la noticia: Variable que se determinó en función de si el titular de la noticia en portada era informativo, descriptivo o valorativo.
- Temática del titular: Esta variable se calculó conforme al tema principal del titular de cada una de las noticias, pudiendo ser las opciones: Campaña electoral, Asuntos judiciales, Financiación y Otros.
- Tema de la noticia: Variable que se midió teniendo en cuenta la temática de la información, siendo posibles las opciones: Campaña electoral (actos, presentaciones, propuestas...) y Asuntos que no tienen que ver con la campaña electoral.
- Actor prominente: Esta variable se midió conforme al actor principal de las noticias analizadas, pudiendo ser las opciones: Bipartidismo (PP/PSOE) y Partidos emergentes (Podemos/Ciudadanos).
- Protagonista: Variable se determinó en función del actor preponderante dentro de las noticias analizadas, siendo las opciones: Líder político, Partidos políticos, Otros miembros del partido y Otros.
- Adjetivos: Esta variable se midió teniendo en cuenta el número de adjetivos calificativos dentro de las noticias analizadas, pudiendo ser las opciones: Sí

- y No. En caso de señalar la opción positiva habría que determinar: De uno a cinco o más de cinco.
- Tamaño: Esta variable se midió en función de la importancia que el periódico otorgó a las noticias en portada, referidas a Podemos y Ciudadanos. Siendo las opciones: Un módulo, Una columna, Dos columnas, Tres columnas y Cuatro columnas.
- Posición: Esta variable se midió en función del posicionamiento que el periódico concedió a las noticias en portada, referidas a Podemos y Ciudadanos, pudiendo ser las opciones: Cuadrante superior izquierdo, Cuadrante superior derecho, Cuadrante inferior izquierdo y Cuadrante superior derecho.

ANEXO 2. FICHA DE CODIFICACIÓN

Con este enlace se pueden acceder a todas las fichas codificadas en Excel:

[https://www.dropbox.com/sh/17zu8l1ee8bystr/AAAFtUMBJZyIQk9Svn4qCikua?d](https://www.dropbox.com/sh/17zu8l1ee8bystr/AAAFtUMBJZyIQk9Svn4qCikua?dl=0)

l=0

Datos de identificación	Nombre del periódico:	
	Fecha de la publicación:	
Número de noticias en portada	Ninguna	
	Una	
	Dos	
	Tres	
	Cuatro o más	

Noticia referida a	Ciudadanos	
	Podemos	
	Ambos	
Sección	Nacional	
	Internacional	
	Economía	
	Cultura	
	Sociedad	

	Otros		
Titular de la noticia	Titular:	Informativo	
		Descriptivo	
		Valorativo	

Temática del titular	Campana electoral	
	Asuntos judiciales	
	Financiación	
	Otros	
Tema de la noticia	Campana electoral (actos, presentaciones, propuestas...)	
	Asuntos que no tienen que ver con la campana electoral	
Actor prominente en la noticia	Bipartidismo (PP/PSOE)	
	Partidos emergentes (Podemos/Ciudadanos)	
Protagonista de la noticia	Líder político	
	Partido político	
	Otros miembros del partido	
	Otros	

Adjetivos dentro de la noticia	Sí	
	No	

	Si la noticia contiene adjetivos	De uno a cinco	
		Más de cinco	
Tamaño de la noticia		Un módulo	
		Una columna	
		Dos columnas	
		Tres columnas o más	
Posicionamiento de la noticia		Superior izquierdo	
		Superior derecho	
		Inferior izquierdo	
		Inferior derecho	