



ELS DEBATS ELECTORALS TELEVISATS

EL CONFLICTE A LA PREMSA ESCRITA



Francesc Llaó Santiago

Tutor: Carles Ferreira Torres

Grau en Ciències Polítiques i de l'Administració
Facultat de Dret
Universitat de Girona
Curs: 2018 - 2019
Convocatòria: juny

“Un debate electoral televisado es un espectáculo televisivo ofrecido a gente que se planta frente a la televisión con su mochila llena de prejuicios , creencias previas y sesgos de todo tipo, y sin ninguna intención de despojarse de esa pesada carga que tanto altera el juicio frío sobre lo que se ve”.

Daniel Kahneman.

Índex

Introducció	5
Revisió de literatura	8
La mediatització de la política	9
Debats realitzats a Espanya.....	10
Debats de 1993	10
Debats de 2008	12
Debats de 2011	13
Debats de 2015	14
Debat de 2016.....	16
Marc teòric	17
El <i>framing</i> periodístic.....	17
Definició.....	17
Evolució	18
Tipus de <i>frames</i>	19
<i>Game frame</i> i el concepte de <i>horse race</i>	20
Freqüència del <i>game frame</i>	22
Metodologia	23
Resultats dels debats de 2019	25
Context i cronologia.....	25
Format.....	26
Resultats de l'anàlisi de notícies.....	27
<i>El País</i>	28
<i>El Mundo</i>	29
<i>La Vanguardia</i>	29
<i>ABC</i>	30
<i>El Periódico</i>	30
<i>La Razón</i>	31
Comparació	31
Conclusions.....	33
Bibliografia	35
Annex	39

Resum

En el present treball s'aporten noves dades de conflictivitat a les notícies dels diaris sobre els dos debats electorals celebrats durant la campanya de les Generals de 2019. Per a fer-ho s'ha realitzat una anàlisi a través de tres paràmetres: ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic, ús d'etiquetes de guanyadors i perdedors així com de llenguatge especulatiu sobre possibles resultats o pactes de coalició. Posteriorment s'han comparat amb altres dades aportades per l'acadèmia donant com a resultat la invalidació de la hipòtesi plantejada. Els diaris no reflecteixen més el conflicte quan es tracta de debats cara a cara que en debats on participen més de dos candidats o candidates.

Paraules clau: Debats electorals; campanya electoral; premsa; conflicte; enquadrament de joc.

Resumen

En el presente trabajo se aportan nuevos datos de conflictividad en las noticias de los periódicos sobre los dos debates electorales celebrados en campaña de las Generales de 2019. Para hacerlo se ha realizado un análisis a través de tres parámetros: uso de lenguaje conflictivo propio de competiciones deportivas o lenguaje bélico, uso de etiquetas de ganadores y perdedores así como de lenguaje especulativo sobre posibles resultados o pactos de coalición. Posteriormente se han comparado con otros datos aportados por la academia dando como resultado la invalidación de la hipótesis planteada. Los periódicos no reflejan más el conflicto cuando se trata de debates cara a cara que en debates donde participan más de dos candidatos o candidatas.

Palabras clave: Debates electorales; campaña electoral; prensa; conflicto; encuadre de juego.

Abstract

This project provides new data on conflict reported in Spanish newspapers about the two televised electoral debates that took place during the 2019 Spanish general election campaign. Three different criteria were followed to categorize a given debate as conflictive: the use of sports-related or warlike language, the use of winner versus loser tags, and comments on potential results and future coalitions. Results were compared to similar analyses previously done in order to address whether face to face debates are more prone to be reported more conflictive than debates with multiple candidates. I find that this is not the case.

Keywords: Electoral debate; campaign; press; conflict; game frame.

Introducció

Abans d'introduir el tema del present treball, és oportú esmentar les raons que m'han portat a fer-lo. L'interès personal pels debats electorals televisats neix durant la meua estança a la Universitat de Granada durant el curs 2017-2018, on vaig tenir l'oportunitat de cursar l'assignatura de Disseny i anàlisi de campanyes electorals. Tot i estudiar diferents aspectes de les campanyes, els debats van acaparar el meu focus d'atenció. Malauradament, el seu estudi no va ser profund, raó de més per la qual es va despertar en mi la curiositat de saber-ne més sobre la dinàmica dels debats. Com a lector de premsa escrita vaig plantejar-me com informarien els diferents diaris sobre els debats electorals. A mesura que perfilava el contingut del treball, em vaig preguntar si hi hauria alguna diferència entre la cobertura mediàtica en els debats cara a cara que s'havien celebrat i els debats més recents a quatre. Amb la pregunta d'investigació plantejada i havent començat ja la recerca, vaig topar-me amb la resposta de la pregunta formulada. Mirant la manera de donar-li un altre enfocament que aportés noves dades, vaig decidir que era el moment idoni per analitzar també el debat de l'any 2019.

Sense dubte, els debats polítics televisats són l'esdeveniment estrella d'una campanya electoral. Per trobar-ne l'origen cal remuntar-nos a les eleccions presidencials de 1960 als Estats Units. El 26 de setembre, a la ciutat de Chicago, els dos candidats a la presidència, el republicà i llavors vicepresident, Richard Nixon, i el senador demòcrata John F. Kennedy varen protagonitzar el primer debat televisat. La cadena CBS va ser l'encarregada de fer-ne difusió, marcant un abans i un després en l'àmbit de la comunicació política (Carrea, 2015, p.42). Sota diferents circumstàncies polítiques i amb multitud de formats, s'han anat expandint per més de setanta-cinc països democràtics com ara Xile, Mèxic, Equador, Costa Rica i Colòmbia (Ruiz i Alberro, 2012, p. 15) i per primera vegada s'han organitzat a Macedònia del Nord, Taiwan i Ucraïna.

Els debats s'originen perquè els polítics saben que els mitjans de comunicació n'informaran. Sense dubte, és una oportunitat idònia perquè els candidats facin difusió directa de les seves propostes polítiques a l'electorat i contrastar-les amb les de la resta de participants. Tal com observa García (2011), els debats esdevenen l'ocasió en què els possibles votants, entre ells, els indecisos –que normalment no s'exposen a informació política– la reben en primera persona i, a més, ajuden a estimular el debat polític entre els ciutadans.

Canel (1998) afirma que els debats gairebé no impliquen una modificació del vot. Una de les raons és que els debats són una eina de les múltiples que existeixen perquè els electors s'informin. “Les persones poden donar per guanyador al candidat aliè a la seva tendència política sense que això es tradueixi en una modificació del vot”, sosté. El que sí que està àmpliament demostrat entre la doctrina és que els debats reforcen les tendències polítiques d'aquells que s'hi exposen. Tanmateix, en el context d'unes eleccions força competitives, els indecisos poden acabar decantant la balança cap a un partit polític o altre i, per tant, els debats són de vital importància (Lledó, 2001, p. 165).

Aquests efectes dels debats sobre el comportament polític estan moderats pels enquadraments que en fa la premsa. Els estudis sobre la teoria del *framing* afirmen que els mitjans de comunicació no solen aportar una imatge fidel sobre el contingut del debat (García, Calatrava i García, 2018, p. 625).

La celebració de debats polítics al nostre país depèn totalment de la voluntat política dels partits. La legislació no estableix l'obligació de celebrar-ne ni tampoc la prohibició (Holgado, 2017, p. 475). Les úniques exigències al respecte són la prèvia comunicació a la Junta Electoral Central en cas de produir-se així com el respecte dels principis de pluralisme polític i neutralitat per part dels mitjans de comunicació (Rúas, Fernández i Alén, 2018, p. 162). Aquestes circumstàncies propiciaren que fins a l'any 1993 no s'organitzés cap debat entre candidats a la presidència del govern. Felipe González i José María Aznar protagonitzaren el primer a la televisió.

Després d'una llarga negociació, l'any 2008, José Luis Rodríguez Zapatero i Mariano Rajoy tornaren a protagonitzar un debat cara a cara. Des de llavors, sembla que els debats s'han institucionalitzat.

El 15 de febrer de 2019, Pedro Sánchez va convocar unes noves eleccions generals per al dia 28 d'abril. Només passats 10 dies des de l'anunci, el grup *Atresmedia* va proposar als candidats a la presidència del govern un nou debat. Finalment, se'n van realitzar dos: un a la televisió pública i l'altre a la privada el 22 i 23 d'abril respectivament.

Aquest treball es centrarà en la repercussió mediàtica d'aquests dos debats a la premsa escrita. Concretament, s'analitzarà l'ús del llenguatge conflictiu característic del *game frame* per part dels principals diaris del país. El recent estudi empíric de García et al. (2018) afirma que els

mitjans de comunicació fan un major ús del llenguatge conflictiu quan es tracta de debats cara a cara que no pas en un debat on participen més de dos candidats. L'objectiu d'aquest treball serà aportar noves dades quantitatives sobre la conflictivitat a les notícies de la premsa escrita sobre els debats de 2019. Un cop aportades, es compararan amb les ja analitzades per l'acadèmia. Concretament, amb les dades de conflictivitat dels debats cara a cara de 2008, 2011 i 2015, així com els dels debats amb quatre participants dels anys 2015 i 2016, amb el propòsit de donar resposta a la següent pregunta: els diaris reflecteixen més el conflicte quan informen dels debats cara a cara o quan hi participen més de dos candidats o candidates?

Hipòtesi: La premsa escrita reflecteix més el conflicte en un debat cara a cara que en un format on participen més de dos candidats o candidates.

I per tant, la repercussió mediàtica del conflicte serà menor en el debat de 2019 que en els debats cara a cara.

Revisió de literatura

Els principals estudis sobre els debats polítics televisats es poden dividir en dos grans grups. Aquells la finalitat dels quals és l'estudi de l'estructura i els que analitzen els efectes que poden tenir sobre les persones que s'hi exposen, com per exemple, en el vot o en el comportament polític (García, 2015, p.138). Aquests últims, que tenen per objecte el vot o el comportament electoral, tenen moltes dificultats per tal d'arribar a conclusions sòlides, ja que en una campanya electoral hi ha multituds de factors que influeixen a l'elector (Canel, 1998, p.62).

Pel que fa al primer gran grup, García (2015) destaca que,

“Weiler (1989); Benoit i Brazeal (2002); Herrero i Benoit (2009); Benoit i Wells (1996); Benoit i Harthcock (1999); Benoit (2002), i Blasco (2008) són els principals estudis que tenen per objecte l'estructura dels debats; mentre que Callejón (2001); Schrott (1990); Benoit, Hansen i Verser (2003); Benoit, McKinney i Lance Holbert (2001); Garcia-Luengo (2001); Benoit i Hansen (2004); Jamieson i Adasiewicz (2000); Clark (2000); Lawson (2003), i Reinemann i Maurer (2005) n'estudien els efectes”.

A més, apunta que són pocs els estudis que tenen per objecte l'estudi de la cobertura que fa la premsa dels debats electorals i que els que existeixen no arriben a les mateixes conclusions. Uns conclouen que els mitjans de comunicació no proporcionen a l'audiència la realitat del debat, mentre que d'altres afirmen que sí. La seua anàlisi dels debats cara a cara de 2008 i 2011 a la premsa, ràdio i televisió a través de la teoria funcional pot incorporar-se entre aquells que afirmen que no es proporciona la veritable realitat del debat. La teoria funcional divideix els missatges dels participants en el debat en propostes, atacs i defenses (Herrero i Benoit, 2009, p.65). També l'estudi de Fenoll i Rodríguez (2017), que analitza el debat de 2015 a través de la teoria de l'enquadrament pot incorporar-se en aquest últim grup.

Un dels estudis més recents sobre els debats a la premsa escrita és el de García et al. (2018) – que utilitza innovadores tècniques d'investigació–. I que també podria incloure's en l'anterior grup. Altres treballs com García (2011) analitzen els comportaments immediats dels espectadors, en aquest cas, del debat de 2008.

Són diverses les metodologies i teories per estudiar la repercussió mediàtica dels debats electorals. En primer lloc els estudis d'*agenda-setting* que tenen per objecte analitzar la

influència que exerceixen els mitjans de comunicació en les seves audiències a través dels temes que ells consideren més importants. “El mitjà no decideix com s'ha de pensar o opinar sobre un fet però sí decideix sobre aquelles qüestions que estaran en l'opinió pública” (Rodríguez, 2004, p. 15). En segon lloc a través d'estudis de *priming*. Jo i Berkowitz (1996) assenyalen que el *priming* “és l'efecte produït a un subjecte quan presencia, llegeix o escolta un succés a través dels mitjans i s'activen una sèrie d'idees de significat aconseguint que el públic es creï una primera impressió”. (Citat per Rodríguez, 2004, p.66). En tercer lloc ens trobem els estudis de *gatekeeping*. William DeGeorge (1981) es refereix al *gatekeeping* com el procés en què “les persones, individualment o col·lectivament, en un mitjà de comunicació, s'encarreguen de seleccionar les notícies que hi apareixeran”. (Citat per Rodríguez, 2004, p.40). Per últim, cal destacar els estudis de *framing* que tenen per objecte l'estudi dels enquadraments que fan els periodistes sobre fets noticiables i que posteriorment proporcionen a les seves audiències o lectors.

Com que l'objecte d'aquest estudi és l'anàlisi del llenguatge conflictiu a les notícies de la premsa escrita sobre els debats de 2019, la teoria del *framing* és la que més s'ajusta i la que podrà proporcionar una base teòrica més detallada.

Abans, però, d'introduir el concepte d'enquadrament i el corresponent marc teòric, és necessari conèixer el context en què tenen lloc els debats polítics i també la situació en què es troben els mitjans de comunicació que són els encarregats d'organitzar-los –no en tots els casos–, fer-ne difusió i també cobrir-los mediàticament. Posteriorment es repassaran els diferents debats televisats entre candidats a la presidència del govern d'Espanya des de 2008 fins 2016 i s'esposaran les dades de conflicte aportades per l'acadèmia per cadascun d'ells.

La mediatització de la política

Els principals debats polítics televisats tenen lloc durant la campanya electoral, quan els partits polítics destinen recursos limitats per tal de persuadir a l'electorat. En aquest procés, els mitjans de comunicació són una peça clau perquè “són el canal més eficaç per arribar a l'electorat” (Canel, 1998, p. 50). En conseqüència, la mateixa política s'ha vist influïda per les lògiques professionals de producció mediàtica, un procés anomenat mediatització de la política. Molt sovint, els polítics decideixen actuar d'una manera o altra per tal que els mitjans de comunicació posin el focus en ells. Per tant, es pot dir que intenten ser atractius mediàticament (Palau, Carratalá i Valera, 2017, p. 603).

La presència dels polítics a la televisió espanyola és més que habitual, raó per la qual els debats polítics televisats s'hagin naturalitzat tan ràpidament a partir de ben entrada la primera dècada dels 2000 (López, Llorca, Valera i Peris, 2018, p.776).

Segons Williams (2006), els mitjans de comunicació espanyols es trobem un sistema plural i polaritzat en què els periodistes es veuen influïts per la línia editorial del lloc en què treballen. S'ajusta a la lògica d'altres països europeus, allunyat, això sí, del model anglosaxó. Aquest es caracteritza per la multitud de diaris, ràdios i canals de televisió que existeixen i que reflecteixen totes les orientacions polítiques. Tanmateix, és polaritzat perquè tenen poca pluralitat interna (Fundación Alternativas, 2017 p. 107).

Segons l'Institut Reuters, Espanya es troba en el divuitè lloc de trenta-set països examinats pel que fa a la confiança que tenen en els mitjans. Més de la meitat d'espanyols no confien en els mitjans de comunicació (Amoedo, Vara-Miguel, i Negrodo, 2018, p.20). Aquesta desconfiança pot ser fruit del procés de pèrdua d'independència dels mitjans arran de la crisi financera i la concentració de la seva propietat en poques mans (Minder, 2015, p.10). En resum, en un camp on els polítics demanden més espais per dur a terme les seues accions polítiques i on la independència dels mitjans es veu minvada, els periodistes juguen un paper essencial en l'arena política, no només observant i informant, sinó esdevenint un actor polític i de forma molt important durant la campanya electoral (Yanes, 2009, p. 34). És tanta la importància que “la cobertura informativa després del debat influeix també a aquells que han vist el debat en primera persona” (García, 2011, p.93).

Debats realitzats a Espanya

Debats de 1993

Tal com observa Campo (2017), els primers intents d'organitzar un debat polític a la televisió



entre candidats a la presidència del govern es remunta als inicis de la democràcia. L'any 1979, Felipe González va proposar un cara a cara sense èxit amb el llavors president del Govern Adolfo Suárez. En posteriors legislatures va succeir el mateix; el líder de la desapareguda UCD, Landelino Lavilla va demanar organitzar un debat, també

sense èxit amb el líder socialista. L'any 1986 el llavors l'històric líder popular, Manuel Fraga va

instar al President del Govern, Felipe González a debatre a la televisió, novament, sense cap resposta afirmativa.

No va ser fins a 1993 que es va celebrar el primer debat televisat entre candidats a la presidència del govern espanyol, Felipe González i José María Aznar. Abans però, van produir-se diversos debats entre altres dirigents polítics a diferents canals de televisió tant públics com privats així com en ràdios (Campo, 2017, p. 201).

Les dues raons principals que indica (Campo, 2017) perquè es produís el debat són que les enquestes electorals estaven molt ajustades i també perquè es trobaven en una televisió privada que podia sortejar millor els recursos que pogués interposar la Junta Electoral Central (Campo, 2017. P. 85).

En aquella ocasió, els encarregats d'organitzar-los i emetre'ls van ser dues cadenes de televisió privades, Antena 3 el 24 de maig, arribant a un 61,8% de *share* (9.625.000 espectadors) i set dies després *El debate definitivo* a Telecinco, aconseguint gairebé un milió més espectadors que el primer (Gallego i Martínez, 2013, p. 145).

Ambdós debats van negociar-se fins al mil·límetre amb els partits polítics, arribant-ne inclús a firmar davant de notari les condicions (Campo Vidal, 2017, p.71). Els pactes feien referència a la temperatura del plató, els temes a debatre, l'escenografia i també els plans de realització. Pel que fa a als moderadors, en el primer debat va ser-ho el periodista Manuel Campo Vidal i, en el segon, Luis Mariñas.

Gairebé totes les notícies dels dies posteriors al primer debat donaren per guanyador el candidat popular, mentre que en el segon debat la majoria de la premsa va donar per guanyador a González. Campo (2017) afirma que a Aznar, tot i no guanyar les eleccions d'aquell any, els debats van ajudar-lo a reforçar el seu lideratge dintre del Partit Popular.

La campanya electoral de les posteriors eleccions, l'any 1996, 2000 i 2004, no van comptar amb cap debat a la televisió a causa de la negativa dels candidats presidencials a participar-hi. No obstant això, sí que va haver-ne diversos entre altres polítics però no entre candidats a la presidència del govern. Espanya va haver d'esperar quinze anys perquè s'organitzés un nou debat al més alt nivell.

En la revisió de bibliografia sobre els debats no s'hi ha trobat cap estudi referent a l'ús del *game frame* per part de la premsa escrita sobre les notícies dels dos debats de l'any 1993 i, per tant, la comparació –tal com s'ha indicat anteriorment– es farà amb les dades dels debats de 2008, 2011, 2015 i 2016.

Les dades aportades per l'acadèmia s'extrauen a partir d'avançades tècniques d'investigació que suposen un gran salt en l'estudi dels enquadraments de les notícies. Utilitzen “el software d'anàlisi estadístic R i la tècnica de catalogació de dades a través de l'algoritme supervisat SVM. La seva implantació és libsvm a través d' e1071 i la llibreria per transformar les dades en una matriu tm ”. (García et al., 2018, p. 627).

Debats de 2008

El 14 de gener de 2008, José Luís Rodríguez Zapatero, llavors president del Govern des de 2004, va convocar noves eleccions a les Corts espanyoles. Els dos principals candidats a la presidència, Rodríguez Zapatero i el candidat popular Mariano Rajoy van acceptar participar en dos debats. Tal com observa Gallego i Bernárdez (2017) el primer va ser organitzat per l'Acadèmia de les Ciències i les Arts de la Televisió el 25 de febrer de 2008 i va ser retransmès per totes aquelles televisions que ho van sol·licitar; televisions públiques i privades, tant d'àmbit estatal, autonòmic o municipal així com ràdios i portals d'internet. Igual que en el primer debat de 1993, el moderador va ser Manuel Campo Vidal.



Aquest debat va batre tots els records d'audiència, ja que van veure'l 13.043.000 persones, convertint-lo en el més vist de tots els celebrats fins avui dia (Barlovento, 2019, p. 5).

El segon dels debats va tenir lloc el 3 de març de 2008 sota la direcció d'Olga Viza. Tal com indica l'informe de Barlovento (2019) sobre les audiències dels debats electorals a Espanya, van seguir-lo un total d'11.952.000 persones a través de vint-i-dos mitjans de comunicació.

Ambdós debats van tenir una gran repercussió mediàtica, arribant a publicar-se més de 600 notícies entre el 15 de febrer i el 17 de març així com centenars d'aparicions en ràdio, 84.000 mencions a Google i 120.000 visites a diferents vídeos de YouTube (Gallego i Bernárdez, 2017, p. 147).

Dies després, multitud de pàgines web de la premsa escrita van realitzar enquestes d'opinió sobre qui havia guanyat o perdut els debats electorals. A diferència dels debats de 1993 on va haver-hi un clar consens sobre els guanyadors, els de 2008 van suscitar diferents opinions. Segons *El Mundo* i *l'ABC* va guanyar Rajoy, mentre que *El País*, *Cadena Ser*, *La Vanguardia*, *El Periódico*, *20 Minutos* i *ADN* es van decantar pel candidat socialista.

Per últim, cal indicar que els debats de 2008 van marcar un punt d'inflexió, ja que des de llavors s'han celebrat debats en totes les campanyes electorals posteriors.

Segons García et al. (2018), els dos debats presenten un marc conflictiu menor. Una de les raons podria ser que passats quinze anys des del primer debat de 1993 els mitjans de comunicació es van haver de centrar en els aspectes formals d'un debat. Aspectes com "els assessors presents, el vestuari dels candidats i també la importància de recuperar aquest format". El tema que va presentar més conflicte van ser les negociacions amb la banda terrorista ETA.

Taula 1
Game frame en els debats de 2008

Data del debat	Nombre de notícies a la premsa	Notícies amb conflicte	Percentatge
26.02.2008	84	28	33,33%
04.03.2008	87	30	34,48%

Autors: García et al., 2018, p. 628.

Debats de 2011



Després d'un avançament electoral, Rodríguez Zapatero va convocar el 20 de novembre de 2011 les onzenes eleccions per escollir als Diputats i Senadors de les Corts. Les responsables de la campanya electoral de PP i PSOE, Ana Mato i Elena Valenciano, respectivament, van fer públic el 12 d'octubre que els dos presidenciables, Alfredo Pérez Rubalcaba i Mariano Rajoy participarien en un únic debat televisat (Campo, 2017, p.82). Una vegada més, el periodista Manuel Campo i Vidal va ser-ne el moderador.

El 8 de novembre de 2011, l'Acadèmia de la Televisió va tornar a organitzar el debat electoral amb més de set-cents tècnics acreditats. Vit-i-dues televisions estatals, autonòmiques i locals van fer-ne retransmissió arribant a una quota de pantalla del 54,2% amb més de 12 milions d'espectadors. També va ser seguit per televisions internacionals com Sky, TG24, TVE Internacional i Antena 3 Internacional (Barlovento, 2019, p. 7). La majoria de diaris espanyols van donar per guanyador Mariano Rajoy.

Tanmateix, representants del Partit Popular, el Partit Socialista Obrer Espanyol, Esquerra Unida, Partit Nacionalista Basc i Convergència i Unió van participar en un debat a Televisió Espanyola el 9 de novembre d'aquell any. L'expectació suscitada en aquest debat, però, no va ser la mateixa que desperten els debats entre els candidats a la presidència del govern. Els espectadors que van veure el debat van ser 2.164.000.

Pel que fa al percentatge de conflictivitat de les notícies a la premsa escrita sobre el debat de 8 de novembre, García et al. (2018) observen que el marc conflictiu va augmentar respecte a els debats de la passada campanya electoral. Moltes de les notícies del debat estaven enfocades, igual que en els debats de 2008, en aspectes formals i d'imatge.

Taula 2
Game frame en el debat de 2011

Data del debat	Nombre de notícies a la premsa	Notícies amb conflicte	Percentatge
08.11.2011	253	108	42,69%

Autors: García et al., 2018, p. 628.

Debats de 2015

El 2015 és l'any dels canvis pel que fa als debats televisats entre candidats presidenciables. La irrupció de dos nous partits polítics, Podemos, que va obtenir cinc europarlamentaris el maig de 2014, i Ciudadanos, que des de 2006 havia entrat a la política catalana i amb clares expectatives d'obtenir representació al Congrés per primera vegada, van canviar el panorama polític espanyol i en conseqüència també el format dels debats electorals televisats gairebé per complet. Gairebé perquè tot i organitzar-se debats amb més de dos



candidats també va tenir lloc el clàssic cara a cara que s'havia fet sempre, en aquesta ocasió entre Mariano Rajoy i Pedro Sánchez.

Gallego i Micovic (2017) indiquen que el 30 de novembre de 2015 va tenir lloc el primer debat de la campanya electoral. Aquesta vegada el diari *El País* va ser-ne l'organitzador. Per primer cop un debat electoral no s'emetia per la televisió sinó que exclusivament per via internet així com a la Cadena Ser. Els participants van ser Pablo Iglesias per Podemos, Albert Rivera per Ciudadanos i Pedro Sánchez pel Partit Socialista. L'absència destacada va ser la del candidat popular, Mariano Rajoy. Per tal d'il·lustrar-la, es va deixar un faristol buit durant el debat. L'encarregat de moderar el debat va ser Carlos Vega.

El segon dels debats es va realitzar el 7 de desembre i l'organització, així com l'emissió, va anar a càrrec del grup Atresmedia (La Sexta i Antena 3). Una vegada més, Mariano Rajoy no va acceptar participar-hi però en representació del Partit Popular va assistir-hi la llavors vicepresidenta del Govern, Soraya Sáenz de Santamaría. Entres les dues cadenes organitzadores, van arribar a una quota de pantalla d'un 48,2% amb 9.233.000 espectadors (Barlovento, 2019, p. 8).

El tercer dels debats va tenir lloc en un format cara a cara entre Mariano Rajoy i Pedro Sánchez el 14 de desembre. Organitzat per l'Acadèmia de la Televisió va emetre's per transmissió simultània a un total de 12 cadenes de televisió obtenint un 48,7% de quota de pantalla amb 9.728.000 espectadors (Barlovento, 2019, p. 9). El moderador va ser Manuel Campo Vidal.

En el primer debat a quatre, García et al. (2018) indiquen que el marc conflictiu apareix en menor mesura que en els anteriors debats electorals. També els aspectes formals i d'imatge van acaparar la major part de les notícies. El segon debat de 2015, el cara a cara, és el que presenta una major conflictivitat. Presenta en molts casos el llenguatge esportiu típic del *game frame*.

Taula 3
Game frame en els debats de 2015

Data del debat	Nombre de notícies	Notícies amb conflicte	Percentatge
07.12.2015	40	11	27,50%

15.12.2015	160	117	73,13%
------------	-----	-----	--------

Autors: García et al., 2018, p. 628.

Debat de 2016

Després de les eleccions de 20 de desembre de 2015 i davant la impossibilitat de formar govern, el rei, per primera vegada, va dissoldre les Corts i es van convocar noves eleccions el dia 26 de



juny de 2016. Durant la campanya només es va produir un debat a quatre el dia 13 de juny. En aquesta ocasió, el president del Govern, Mariano Rajoy va acceptar participar-hi. Novament, l'Acadèmia de les Arts de Televisió va organitzar-lo i els seus moderadors van ser Vicente Vallés

(Antena 3), Pedro Piqueras (Telecinco) i Ana Blanco en representació de la televisió pública espanyola (Gallego i Micovic, 2017, p.188). Es va retransmetre per disset canals de televisió obtenint un 57% de quota de pantalla amb 10.496.000 espectadors (Barlovento, 2019, p.10).

García et al. (2018) assenyalen que el marc conflictiu a les notícies a la premsa sobre aquest debat es troben en gairebé la meitat. Com en els anteriors debats, aquelles notícies que no tenen un marc conflictiu se centren en els aspectes formals i d'imatge dels candidats.

Taula 4

Game frame en el debat de 2016

Data del debat	Nombre de notícies a la premsa	Nombre de notícies amb conflictivitat	Percentatge
14.06.2016	149	74	49,66%

Autors: García et al., 2018, p. 628.

Marc teòric

El *framing* periodístic

Definició

Com s'ha assenyalat, la posició del periodista en una campanya electoral és molt rellevant perquè s'encarrega de produir a través de les seues notícies els enquadraments o *frames*, ja siguin els dels candidats (*advocacy frames*) o els seus propis (*journalistic frames*).

“La campanya electoral esdevé el període en què els polítics s'encarreguen de projectar la seua marca i també on els mitjans privilegien les idees, postures polítiques i diferències ideològiques. Aquestes poden concebre's com batalles simbòliques entre partits que busquen imposar les seues interpretacions en forma de diagnòstic, avaluació i solució”. La campanya electoral és, doncs, una excel·lent oportunitat per poder analitzar la configuració dels *frames* (Palau et al., 2017, p.603).

Ara bé, que entenem per *framing*? Segons Entman (1993), el *framing* és:

“Seleccionar alguns aspectes de la realitat percebuda i fer-los més rellevants en un text comunicatiu, de manera que promoguin definicions particulars dels problemes, interpretacions causals, avaluacions morals i/o recomanacions pel tractament de l'assumpte descrit” (Citat per Fenoll i Rodríguez, 2017, p.631).

Una altra definició important és la de Gitlin (1980) que defineix el *framing* com:

“Patrons persistents de cognicions, èmfasi i exclusió mitjançant els quals els manipuladors de signes (com els periodistes) usen els enquadraments per informar ràpidament sobre el món informable” (Citat per García, 2015, p.140).

Amb consonància amb l'objecte d'estudi d'aquest treball, interessa una definició més detallada de l'enquadrament, i concretament el periodístic.

Segons Brüggemann (2014), els *journalist frames* són “patrons o models cognitius del periodista individual” (Citat per Palacios, 2015, p.101). S'activen per algun estímul i llavors són utilitzats al llarg de tot el procés de construcció de la notícia. Els enquadraments, afegeix Tuchman (2008), són fonamentals per exercir amb habilitat el periodisme i estan relacionats amb les rutines i menús que guien la selecció de notícies” (Citat per Palacios, 2015, p.101).

La idea és que els mitjans de comunicació no són neutres i influeixen a les seues audiències a través d'aspectes subjectius, afectius i d'opinió. Quan les persones no volen o no poden dedicar part del seu temps en conèixer a fons una notícia es queden amb els titulars o breus resums sense entrar en el fons de la qüestió. Aquí entra en joc l'enquadrament que, dotat de connotacions i qualificatius dels periodistes, afecten de manera directa al consumidor d'informació. (Rodríguez, 2004, p.69).

Evolució

Tal com observa López (2010), l'origen dels enquadraments el trobem en la sociologia interpretativa del segle XX. Aquest marc de referència sociològic ha evolucionat fins a convertir-se avui dia en una important línia d'investigació teòrica i empírica en el camp de la comunicació. Segons Berganza (2008) bona part d'aquesta investigació se centra actualment en els mitjans de comunicació i concretament en el tractament de temes polítics com els processos electorals (Citat per López, 2010, p.236).

En l'estudi del *framing* hi trobem tres grans etapes diferenciades. L'etapa inicial de formació que va des de l'any 1974 fins al 1990 i es caracteritza per l'aparició de la teoria del *framing* i la posterior aplicació en altres camps com el de la comunicació. La segona etapa comprèn tota la dècada dels 90 i es distingeix per l'aparició dels primers treballs específics sobre l'estudi periodístic i un desenvolupament investigador descoordinat i problemàtic que comporta una fragmentació de l'especialitat. Weaver (2007) indica que l'última de les etapes, que dura fins al dia d'avui, es caracteritza per la consolidació dels estudis de *framing* amb intents sòlids de reorganització (Citat per López, 2010, p.237).

Vicente i López (2009) assenyalen que en els darrers anys els estudis de *framing* han cobrat importància a escala mundial i també dins d'Espanya (Citat per López, 2010, p.237).

No obstant això, López (2010) també apunta diverses dificultats a l'hora de l'estudi del *framing*. Una n'és el dèficit teòric que presenten a causa de l'opacitat dels mitjans de comunicació a l'hora d'explicar la seva organització o la manera d'enquadrar les notícies que publiquen. Tanmateix, en el seu treball proposa l'estratègia d'enquadrament, que té per objecte analitzar profundament i prolongadament un discurs periodístic per tal d'extreure regularitats, patrons o guies sobre els procediments professionals dels mitjans de comunicació. L'estratègia d'enquadrament, doncs, es defineix com:

“El plantejament estructural i generalitzat d’un mitjà de comunicació, respecte a dos procediments professionals bàsics que determinen la construcció i enquadrament del missatge periodístic: selecció temàtica i organització discursiva”.

Tipus de *frames*

Entre la doctrina no hi ha consens pel que fa a una classificació homogènia dels diferents tipus de *frames* que existeixen. A continuació es detallaran les principals propostes de diferents autors.

Segons Arvédol (2015), es poden classificar entre els *frames dels mitjans de comunicació (media frame)* o també els *frames dels individus (individual frame)*. Els primers tenen un perfil macro que són equivalents a estructures d’interpretació, mentre que els segons tenen una estructura micro que ajuda als individus a interpretar i processar aquella informació que reben. D’altra banda, també classifica els *frames* segons la força persuasiva dels enquadraments: *frames* dèbils i *frames* forts. A la vegada, aquesta força ve donada per factors com l’accessibilitat a la notícia, la freqüència o la pertinença. Per últim, també els classifica entre enquadraments específics i enquadraments generals.

Tal com observa Neuman (1992), els específics només poden atribuir-se quan fan referència a un tema en concret i en els generals s’han identificat cinc temes principals: l’interès humà, desemparament, aspectes econòmics, valors humans i el conflicte (Citat per Arvédol, 2015, p.432).

García (2015) fa una classificació molt semblant a l’anterior però hi afegeix el *frames* polítics. Per tant, els classifica en *frames* de notícies, *frames* individuals i també *frames* polítics. No obstant això, ambdós autors, com s’ha esmentat anteriorment, subratllen la inexistència d’homogeneïtat a l’hora de classificar els diferents tipus d’enquadraments.

Una classificació força interessant i que serveix per tal d’acotar més la base teòrica d’aquest estudi és la que fan (Palau et al., 2017, p.603) que atribueixen –després d’una extensa revisió bibliogràfica– quatre subcategories que es poden aplicar tant a les notícies dels mitjans de comunicació com a les dels partits polítics. Són els enquadraments de joc, els enquadraments estratègics, els enquadraments programàtics i els enquadraments de pronòstic.

Taula 5

Tipus de frames

Frames	Característiques
Joc	Aquests tipus de <i>frames</i> donen per guanyadors o perdedors a polítics o partits a través de les enquestes, debats o altres accions polítiques. Esmenten aprovació o rebuig per part d'alguns actors polítics així com especulacions sobre pactes i coalicions.
Estratègia	Es tracta de <i>frames</i> que fan referència a tàctiques i moviments dels actors polítics que serveixen per arribar als seus objectius. La petició de vot o l'apel·lació del vot útil, estils de lideratge o d'atacs al rival polític.
Programàtic	Són <i>frames</i> que estableixen les propostes polítiques que porten els partits polítics en els seus programes electorals.
Pronòstic	Fan ús d'un relat simbòlic sobre el qual està en joc en unes eleccions així com el que convé realitzar.

Autors: Palau et al., 2017, p.605.

Un cop abordada la classificació dels *frames* és important centrar-se en les definicions que en fa l'acadèmia sobre l'enquadrament de joc o *game frame*.

Game frame i el concepte de *horse race*

Lawrence (2010) defineix l'enquadrament de joc com "l'ús de vocabulari conflictiu o esportiu per descriure la posició del candidat en la cursa electoral" (Citat per Fenoll i Rodríguez, 2017, p. 632). El concepte de cursa de cavalls fa referència a aquest tipus de llenguatge competitiu "centrat en guanyadors i perdedors on freqüentment s'enterra un actor polític a favor de l'altre" (García, 2015, p.142).

Muñiz (2014) assenyala, però, que hi ha una estreta línia que separa l'*strategy frame* –anteriorment esmentat– i el *game frame*.

"L'enquadrament d'estratègia, que ressalta les estratègies i tàctiques de campanya necessàries per posicionar al candidat per davant d'altres, està a prop dels

enquadraments de joc on es presenten les notícies polítiques com un joc on els protagonistes són els candidats i els partits polítics competeixen entre ells. Hi ha autors com de Vreese (2005) que consideren l'*strategic frame* i el *game frame* molt similars i inclús intercanviables. Per això, engloben a tots dos en un concepte més extens anomenat *strategic game frame*" (Citat per Muñiz, 2014. p. 76).

Aquesta estreta línia entre el *strategic frame* i el *game frame* podria trencar-se quan s'observés l'ús d'enquestes i dades d'opinió típic de l'enquadrament estratègic o l'ús de llenguatge competitiu, com es deia abans, típic del *game frame*. Autors com Shehata (2014) aprecia que aquest ús de llenguatge esportiu pot arribar a fer més atractiu i emocionant l'esdeveniment polític determinat i en conseqüència incrementar l'interès polític dels que s'hi exposen. (Citat per Muñiz, 2014, p.76). Aplicant-ho al present treball es podria dir que la premsa escrita utilitza el *game frame* a les notícies que fa sobre els debats polítics per atreure a més lectors. En aquesta línia Palau et al. (2017) també afirmen que el *game frame* pot contribuir a despertar l'interès públic.

No obstant això, Fenoll i Rodríguez (2017) indiquen que quan ens trobem dintre d'un enquadrament de joc la cobertura política que se'n fa és més interpretativa que descriptiva i disminueix la informació que transmesa pels polítics. També indiquen que una de les raons de l'ús de llenguatge competitiu per part de la premsa és que permet als periodistes mantenir una certa objectivitat, ja que en més de posar el focus d'atenció en el mateix contingut polític el posen en els aspectes tècnics del joc polític, evitant així, aparèixer com políticament compromesos amb alguna força política.

Neuman (1992) també assenyala que:

"L'ús per part dels mitjans de comunicació de l'enquadrament de joc pot ser explicació per les rutines de l'elaboració de notícies, que porten al fet que s'emfatitzi el conflicte, donant-se de manera fonamental a les notícies electorals" (Citat per García, 2015, p. 142).

Un exemple n'és l'estudi de Palau et al. (2017) en què s'afirma que el *game frame* va predominar en el 47,7% dels titulars dels principals diaris espanyols durant la campanya electoral de les eleccions generals de 2015. Concretament, centrant-se en:

1. L'expectativa de resultats amb notícies com *Sánchez presume de que ganará el 20D haciendo frente al PP*.
2. Aliances i enemistats: *PP i PSOE hacen campaña contra el enemigo común: Ciudadanos*.
3. Els possibles pactes: *Rivera no salvará al soldado Sánchez* o *Albert Rivera se desmarca de la operación Soraya*.

A més, indiquen que l'enquadrament d'estratègia figura en més d'un terç (35,6%) de les notícies publicades durant la campanya. Aquí es pot veure que el concepte introduït per alguns autors, *strategic game frame*, va dominar a la majoria de titulars arribant a gairebé a un 84%.

En aquesta línia, Fenoll i Rodríguez (2017) –que analitzen els enquadraments de la premsa escrita a les notícies sobre el debat de 2015–, indiquen que el tractament informatiu que se'n fa no se centra en les propostes polítiques dels participants sinó en saber qui ha guanyat o ha perdut. D'entre les 50 paraules que n'extrauen de l'anàlisi de les notícies, la gran majoria s'utilitzen per descriure la posició en el debat: “guanyar”, “resultat”, “sondejos”, “líder”, “primer”, “segon”, “últim”, etc. Com es pot observar, ens trobem davant del concepte introduït més amunt, el *horse race*.

Freqüència del *game frame*

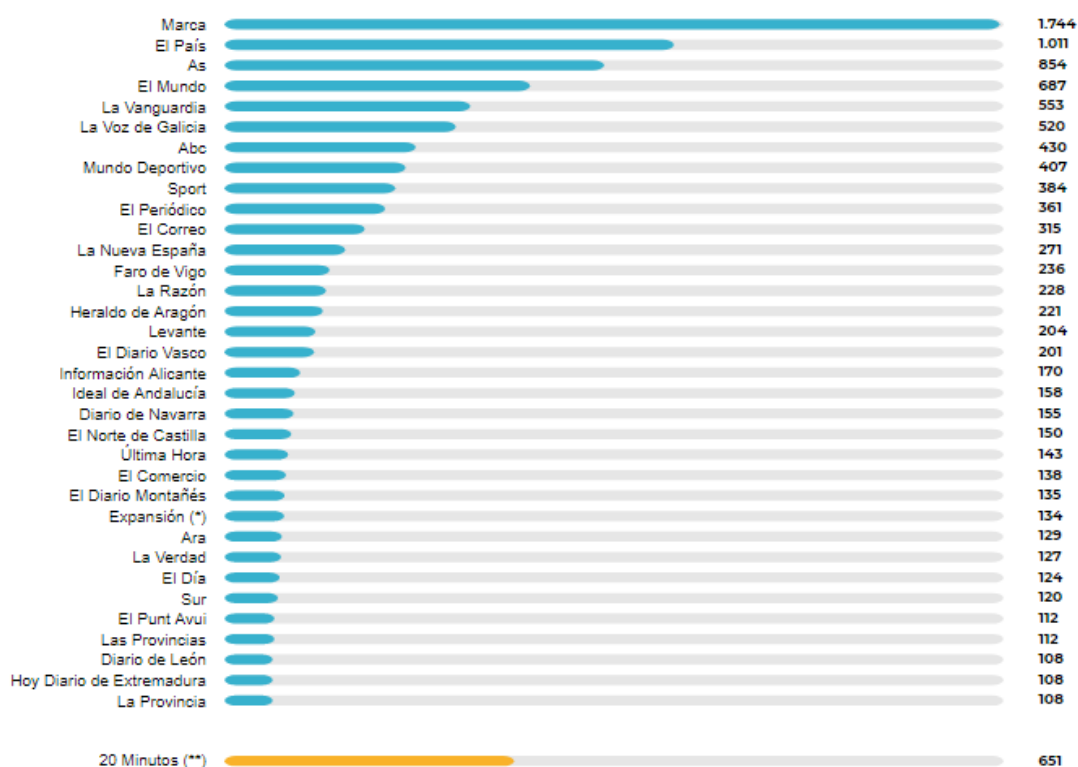
García et al. (2018) analitzen l'ús del llenguatge conflictiu típic del *game frame* a les notícies sobre els debats celebrats des de 2008 fins 2016 a Espanya i indiquen que s'utilitza més quan es tracta de debats cara a cara perquè els mitjans donen per enteses les diferències ideològiques i pragmàtiques i, per tant, no es veuen abocats a explicar-les als seus lectors i, en conseqüència no en presten la menor atenció. Per contra, en cas de trobar-se davant d'un debat en què hi participen més de dues persones sí que es veuen obligats a informar-ne de les diferències i en conseqüència alterar les seves rutines periodístiques. També assenyalen que les notícies que no utilitzen aquest llenguatge competitiu fan referència a altres aspectes del debat com el format i no pas a les propostes polítiques dels candidats. Tanmateix, no afirmen rotundament que la variable de participants en un debat altera substancialment l'ús del *game frame* per part dels diaris. Cadascun dels processos electorals en què es duen a terme els debats té les seues particularitats i diferències que no es poden deixar de banda perquè poden influir molt en la cobertura mediàtica del debat.

Metodologia

La metodologia que s'utilitza en aquest treball és una anàlisi qualitativa i quantitativa de contingut.

En primer lloc se seleccionaran les notícies de l'endemà a la celebració dels debats de 2019 -23 i 24 d'abril– dels principals diaris del país. Aquestes, s'extrauran de les bases de dades *My News* a través de la paraula de cerca “debate”. Els diaris seleccionats són els sis amb més lectors arreu de l'Estat: *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia*, *ABC*, *El Periódico* i *La Razón*.

La raó d'analitzar només les notícies de l'endemà a la celebració dels debats és la d'aïllar-les tot el possible d'altres elements propis de la campanya electoral. (García et al., 2018, p. 627).



Índex extret de la web de l'Associació per la investigació de mitjans de comunicació

En segon lloc, es realitzarà una fitxa de codificació de les notícies amb els següents ítems: mitjà, data, secció, edició, pàgina, caràcters i titular. Posteriorment s'analitzarà si la notícia compleix amb alguns dels següents paràmetres del *game frame*:

1. Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

2. Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
3. Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Exemple de codificació de la següent notícia: <http://bit.do/eRcwJ>

Taula 6
Exemple de codificació d'una notícia

Mitjà	ABC
Data	24.04.2019
Secció	Opinió
Edició	Nacional
Pàgina	AL012
Caràcters	3082
Titular	En cancha amiga
Autor	Luis Ventoso

Autor: elaboració pròpia.

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic. S'utilitzen paraules pròpies de competicions esportives com ara àrbitra i marató així com expressions bèl·liques: "Sánchez en va sortir viu".

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden

En aquesta notícia s'utilitzen etiquetes de guanyadors i perdedors. Dóna per guanyador a Albert Rivera en el primer debat a TVE i a Pablo Casado en el segon d'*Atresmedia*.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

L'autor indica al final de la notícia que els debats electorals no canviaran el panorama electoral i conclou amb un "pot passar de tot".

Per últim, cal indicar que l'objectiu d'aquesta anàlisi és extraure el percentatge de *game frame* de les notícies de la premsa sobre els debats de 2019 per tal de comparar-les amb les dades aportades anteriorment per l'acadèmia dels debats cara a cara de 2008, 2011 i 2015 i els debats a quatre de 2015 i 2016. A través d'aquesta comparació es pretindrà respondre a la pregunta formulada al principi d'aquest treball: els diaris reflecteixen més el conflicte quan informen dels debats cara a cara o quan hi participen més de dos candidats o candidates?

Resultats dels debats de 2019

Context i cronologia

La XII Legislatura es va iniciar el 19 de juliol de 2016. El Partit Popular comptava amb una majoria simple al Congrés (126) i amb majoria absoluta al Senat (130). El 17 de maig de 2018, la Secció Segona de la Sala Penal de l'Audiència Nacional condemnava al PP per haver-se beneficiat de la trama Gürtel. Quatre dies després, el secretari general de Podemos i diputat al Congrés, Pablo Iglesias, presentava una moció de censura contra el Govern de Rajoy. Va ser rebutjada pel ple del Congrés. El 4 de juny va prosperar una segona moció de censura presentada pel líder del PSOE, Pedro Sánchez. El socialista es convertiria així, en el primer president del Govern investit a través d'aquest mecanisme constitucional. Tanmateix, Sánchez va fer pública la seva intenció de convocar eleccions com més aviat millor. El seu mandat va estar marcat per la intenció de traslladar les restes del dictador Francisco Franco del Valle de los Caídos així com les negociacions amb alguns dels líders independentistes catalans. Finalment, el 15 de febrer de 2019 va anunciar públicament la intenció de convocar unes noves eleccions. A través del real decret 129/2019, de 4 de març, es van dissoldre el Congrés dels Diputats i el Senat i es van convocar eleccions per al dia 28 d'abril. La campanya electoral va començar el 12 d'abril i es va allargar fins al divendres 25.

Només deu dies després de l'anunci de noves eleccions, el grup Atresmedia va anunciar la seva intenció d'organitzar un debat electoral amb els candidats de les quatre principals forces polítiques, PP, PSOE, Podemos i Ciudadanos, i també amb el líder de Vox, Santiago Abascal. Es tractava doncs, d'organitzar el primer debat entre cinc presidenciables de la història. El mateix dia, el programa de televisió de La Sexta *Al Rojo Vivo* anunciava que els líders del Partit Popular, Podemos i Ciudadanos havien acceptat participar en el debat proposat. Un dia després, la Televisió Pública Espanyola també anuncia la seva voluntat de realitzar un debat a quatre amb els candidats mencionats anteriorment, això sí, sense la presència d'Abascal. El mateix dia,

L'Acadèmia de la Televisió va acceptar l'oferta del PP d'organitzar un debat cara a cara entre Casado i Sánchez.

L'11 d'abril, el president socialista va anunciar que només participaria en el debat organitzat per Atresmedia i en el que hi hauria Vox. L'endemà, els cinc van escenificar amb Antena 3 i La Sexta la voluntat d'acudir al debat programat pel 23 d'abril. En aquesta escenificació es va explicar la dinàmica del debat, es van sortejar les posicions al plató i també els torns de paraula de cada candidat. Com a conseqüència de l'anunci de Sánchez, TVE va fer pública una nota de premsa explicant que no entenia la decisió presa pel socialista de només participar en el debat de la televisió privada.

El 16 d'abril es fa públic l'acord 217/219 de la Junta Electoral Central davant del recurs presentat per JxCat, el Partit Nacionalista Basc i Coalició Canària. Es va establir que el debat a cinc no complia el principi de neutralitat exigint tant a les televisions públiques com privades i es va instar a Atresmedia a reformular-lo.

L'endemà, Pedro Sánchez va anunciar que participaria només en el debat organitzat per TVE al·legant causes de “major difusió i audiència possible”. Atresmedia, però, va seguir mantenint el debat entres els candidats que van confirmar l'assistència.

Finalment, els quatre candidats, Pedro Sánchez, Pablo Casado, Pablo Iglesias i Albert Rivera van acudir tant al debat de la televisió pública el 22 d'abril com en l'organitzat per Atresmedia l'endemà.

Format

El primer debat va ser moderat per Xabier Fortes i va durar 100 minuts. Inicialment, els quatre candidats van intervenir només un minut. El primer a intervenir va ser el líder de Ciudadanos, Albert Rivera. Posteriorment ho va fer Pablo Iglesias, Pedro Sánchez després i en últim lloc Pablo Casado. El debat es va dividir en quatre grans blocs: política econòmica, fiscal i ocupació; política social, estat del benestar, pensions i igualtat; política territorial i, per últim, regeneració democràtica i pactes postelectorals.

Els quatre candidats van debatre drets i darrere d'un faristol situant-se d'esquerra a dreta el líder popular, Pedro Sánchez, Rivera i Iglesias. Per finalitzar el debat els candidats van comptar amb un minut per apel·lar al vot. Popularment, se'l coneix amb el nom del minut d'or.

A diferència de l'anterior, el debat organitzat per Atresmedia va tenir només tres blocs temàtics: el primer, programa electoral; el segon, model territorial i Catalunya, i per últim els possibles pactes. Els quatre candidats van comptar amb un minut per intervenir tant al principi com al final del debat. Els seus moderadors van ser Vicente Vallés (Antena 3) i Ana Pastor (La Sexta).

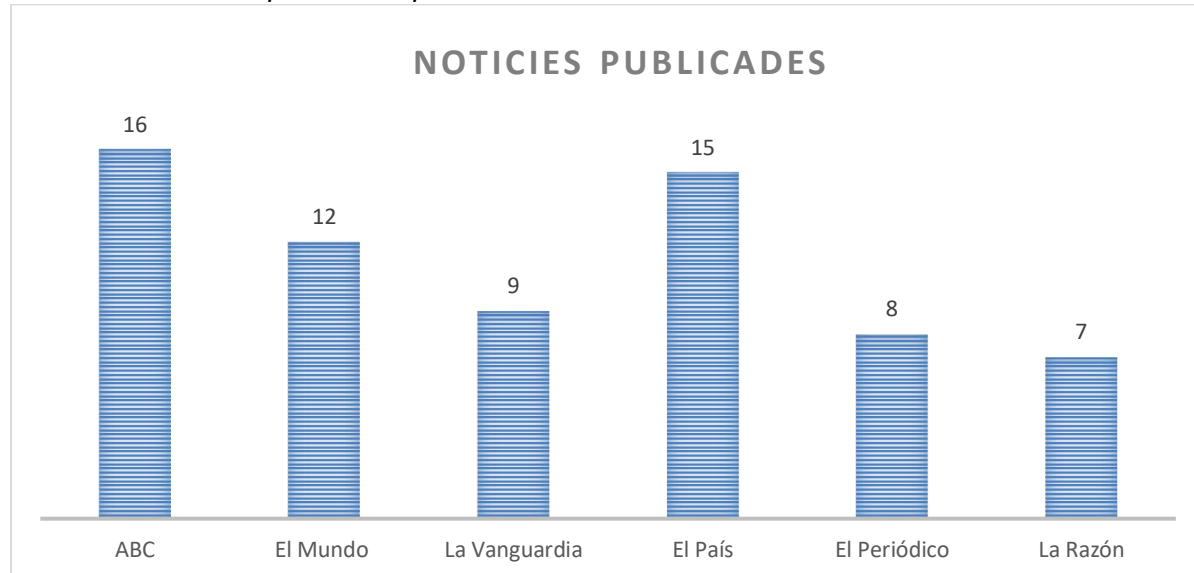
Resultats de l'anàlisi de notícies

A través de la base de dades *My News* s'han extret un total de seixanta-set notícies relacionades amb els debats electorals de 2019. Posteriorment, s'ha comprovat si cadascuna d'elles complia alguns dels requisits de l'enquadrament conflictiu i aquests han sigut els resultats:

El diari que més notícies va publicar l'endemà de la celebració dels debats va ser *l'ABC* amb un total de setze. Seguidament *El País* amb quinze. En tercer lloc el diari *El Mundo* amb dotze notícies. *La Vanguardia* va publicar un total de nou notícies mentre que *El Periódico* vuit. *La Razón* va ser el diari on menys ressò van tenir els debats, ja que només se'n van publicar set.

Gràfic 1

Nombre de notícies publicades per cada diari sobre els debats de 2019

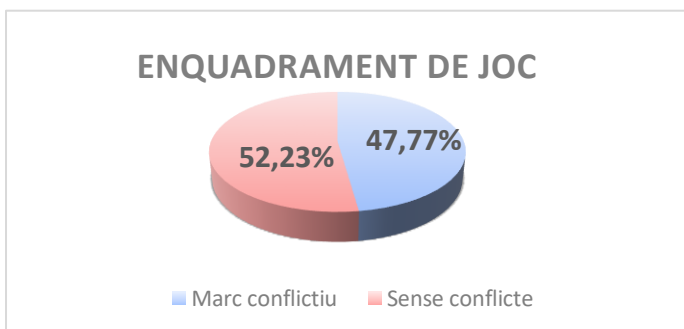


Autor: elaboració pròpia.

De les seixanta-set notícies analitzades, trenta-dues presenten un enquadrament de joc mentre que en trenta-quatre no se n'aprecia cap. Això significa que el *game frame* està present en el 47,77% de les notícies mentre que en un 52,23% no hi apareix.

Gràfic 2

Percentatge de *game frame* a les notícies dels debats de 2019



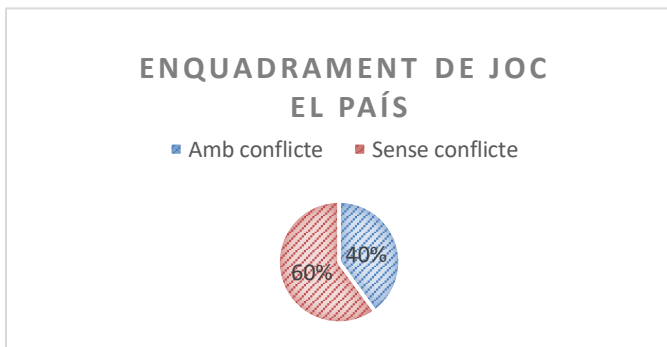
Autor: elaboració pròpia.

De trenta-dues notícies amb un enquadrament de joc, vint-i-quatre presenten ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic. L'ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden apareix en tretze notícies mentre que l'ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició en vuit. És a dir, en un 75% de les notícies que presenten un enquadrament de joc s'usa llenguatge esportiu o llenguatge bèl·lic mentre que en un 40,62% de les notícies s'usen etiquetes de guanyadors i perdedors. Els possibles resultats, pactes o coalicions apareixen en el 25% de les notícies amb *game frame*.

El País

De les seixanta-set notícies extretes per l'anàlisi, quinze són del diari *El País*. En sis hi ha presència de l'enquadrament de joc i en nou notícies no hi apareix. És a dir, en el 40% de les notícies hi apareix el *game frame*. El llenguatge propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic apareix en totes, les etiquetes de guanyadors o perdedors en tres i només en una s'utilitza el llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Gràfic 3. Enquadrament de joc a les notícies del *País*.

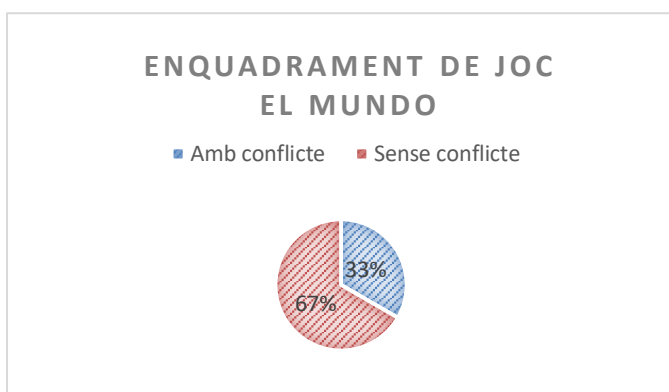


Autor: elaboració pròpia.

El Mundo

De les seixanta-set notícies extretes per l'anàlisi, dotze són del diari *El Mundo*. Quatre de les notícies presenten un enquadrament de joc mentre que en vuit no hi apareix. El *game frame*, doncs, apareix en el 33,33% de les notícies. El llenguatge propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic n'apareix en tres, les etiquetes de guanyadors o perdedors en dos i a més no s'utilitza en cap notícia el llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Gràfic 4.
Enquadrament de joc a les notícies del *Mundo*.

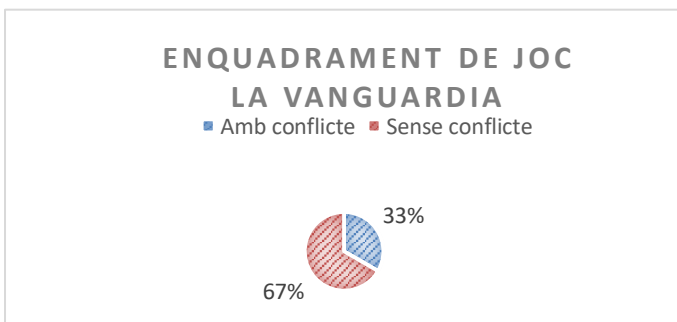


Autor: elaboració pròpia.

La Vanguardia

De les seixanta-set notícies extretes per l'anàlisi, nou són del diari *La Vanguardia*. Tres de les notícies presenten un enquadrament de joc mentre que en sis no hi apareix. El *game frame*, doncs, apareix en el 33,33% de les notícies. El llenguatge propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic n'apareix en una, les etiquetes de guanyadors o perdedors també en una i s'utilitza en una sola ocasió el llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Gràfic 5. Enquadrament de joc a les notícies de *La Vanguardia*

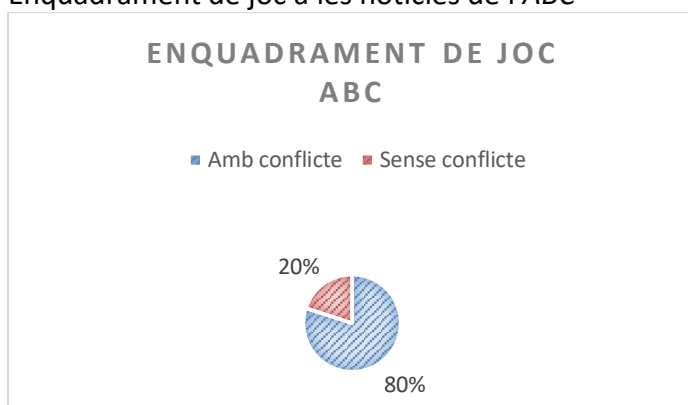


Autor: elaboració pròpia.

ABC

De les seixanta-set notícies extretes per l'anàlisi, setze són del diari ABC. Dotze presenten un enquadrament de joc mentre que en quatre no hi apareix. El *game frame* apareix en el 80% de les notícies mentre que un 20% no ho fa. El llenguatge propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic n'apareix en vuit, les etiquetes de guanyadors o perdedors en cinc i en quatre s'utilitza el llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Gràfic 6
Enquadrament de joc a les notícies de l'ABC

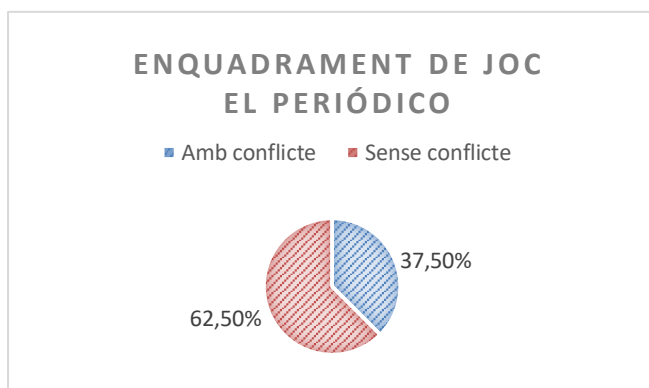


Autor: elaboració pròpia.

El Periódico

De les seixanta-set notícies extretes per l'anàlisi, vuit són del Periódico. Tres presenten un enquadrament de joc mentre que cinc no presenten hi apareix. El *game frame* apareix en el 37,5% de les notícies. El llenguatge propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic n'apareix en dues, les etiquetes de guanyadors o perdedors no s'utilitzen i en dos apareix el llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Gràfic 7. Enquadrament de joc a les notícies del Periódico



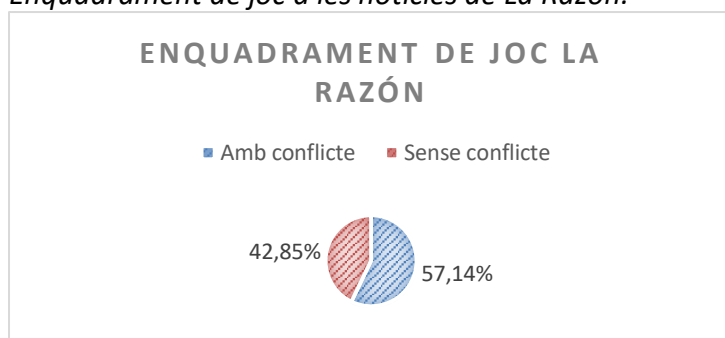
Autor: elaboració pròpia.

La Razón.

De les seixanta-set notícies extretes per l'anàlisi, set són del diari *La Razón*. Quatre presenten un enquadrament de joc mentre que tres no hi apareix. El conflicte apareix en el 57,14% de les notícies. El llenguatge propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic n'apareix en quatre, les etiquetes de guanyadors o perdedors en dues ocasions i no s'utilitza el llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Gràfic 8

Enquadrament de joc a les notícies de La Razón.



Autor: elaboració pròpia.

Comparació

Taula 7

Game frame des de 2008 fins 2019

Data del debat	Nombre de notícies a la premsa	Notícies conflictives	Percentatge
26.02.2008	84	28	33,33%
04.03.2008	87	30	34,48%
08.11.2011	253	108	42,69%
07.12.2015	40	11	27,50%
15.12.2015	160	117	73,13%
14.06.2016	149	74	49,66%
23 i 24.04.2019	67	32	47,77%

Autor: elaboració pròpia

Per començar, cal indicar que el primer debat de 2015 (27,50%), el debat de 2016 (49,66%) i els dos de 2019 (47,77%) són debats a quatre mentre que la resta són debats cara a cara.

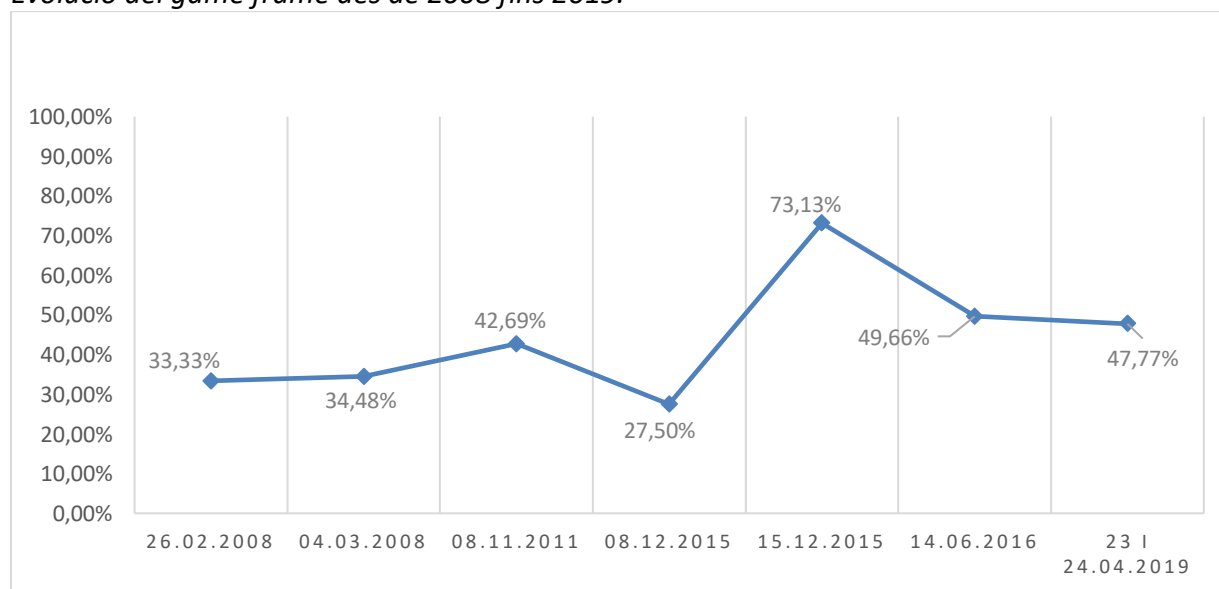
Com es pot observar, les dades aportades sobre els debats de 2019 s'aproximen a les del darrer debat a quatre realitzat el 2016. Només hi ha una diferència de 1,89 punts percentuals. Són les xifres que més s'aproximen. Si la xifra de 2019 es compara amb la del debat a quatre de 2015 (27,50%) la diferència es dispara molt. Tanmateix, la diferència també es dispara quan es compara amb el debat cara a cara de 2015 (73,13)%. Els debats de 2015, però, presenten percentatges molt diferents pel que fa la resta de debats. Un té el percentatge més baix de conflictivitat a les notícies i l'altre el més alt.

Pel que fa a la comparació amb el debat cara a cara de 2011 la xifra no varia tant, ja que hi ha una diferència de 5,08 punts percentuals. La diferència també és força important quan es comparen els debats de 2019 amb els dos debats cara a cara de 2008 perquè la diferència és de més de 10 punts. Els debats analitzats de 2019 es situen en el lloc número tres de més conflictius d'ençà que es tenen dades.

En el següent gràfic es pot observar l'evolució del *game frame* de les notícies dels debats des de 2008 fins als darrers de 2019.

Gràfic 9

Evolució del game frame des de 2008 fins 2019.



Autor: elaboració pròpia.

Conclusions

En aquest treball s'han analitzat les notícies sobre els dos debats electorals organitzats per TVE i Atresmedia el 2019 amb la finalitat d'extreure el percentatge de conflictivitat típica del *game frame*. L'anàlisi s'ha fet a partir de tres paràmetres: ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic, ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden i també l'ús de llenguatge especulatiu sobre possibles resultats o pactes de coalició.

El resultat és que gairebé en la meitat de les notícies de 2019 (47,77%) els periodistes fan ús de l'enquadrament de joc. Si s'observen els resultats de cada diari, es pot veure que són força desiguals. Quines raons hi ha darrere de tanta diferència entre diaris? La línia editorial podria ser-ne una. Caldria, però, una investigació empírica per tal de donar una resposta rigorosa.

Posteriorment, les dades extretes de l'anàlisi s'han comparat amb les aportades per l'acadèmia a través d'innovadores i avançades tècniques d'investigació que s'han detallat anteriorment. L'objectiu de la comparació era respondre a la pregunta d'investigació plantejada als inicis del treball: els diaris reflecteixen més el conflicte quan informen dels debats cara a cara o quan hi participen més de dos candidats o candidates?

La resposta és que en les notícies sobre els debats electorals de 2019 hi ha una major utilització del *game frame* que en els debats cara a cara. Ara bé, hi ha una excepció. En efecte, les notícies dels debats de 2019 presenten un percentatge més elevat de *game frame* que les notícies sobre els debats cara a cara de 2008 (33,33% i 34,48%) i també de 2011 (42,69%). L'excepció es troba en el debat de 2015 entre Sánchez i Rajoy perquè en un 73,13% de les notícies es va utilitzar l'enquadrament de joc.

Per tant, la hipòtesi plantejada en aquest treball no es valida perquè amb les dades existents no es pot afirmar rotundament que davant un debat cara a cara, s'utilitza més l'enquadrament de joc.

Inclús fent un exercici de simplificació de les dades d'aquest treball -extraient unes mitjanes aritmètiques- ens trobem que la premsa escrita ha utilitzat l'enquadrament de joc en un 45,90% de les seves notícies sobre els debats cara a cara i un 41,64% en els debats amb quatre participants. Per tant, es pot veure que els percentatges no són ni de bon tros tan diferents com per afirmar que la variable de participants en un debat electoral influeix de manera directa en

la utilització del *game frame*.

En el marc teòric s'apuntava que els periodistes necessiten diferenciar les diferents ideologies dels candidats o candidates en les seves peces informatives quan es troben davant de debats amb més de dos participants. Això podria haver passat en els debats de 2019 però davant d'una campanya tan polaritzada entre dreta i esquerra podria ser que no hagués calgut diferenciar-los i per tant, els periodistes han pogut utilitzar més l'enfocament de joc per tal d'atreure a possibles lectors. La polarització doncs, podria ser una de les raons del perquè no s'ha validat la hipòtesi d'aquests treball. No hi havia necessitat de diferenciació perquè les posicions eren bastant clares.

Cal si més no, examinar amb força detall l'ambient en què es produeixen les campanyes electorals i els mateixos debats electorals perquè cada elecció té les seves pròpies particularitats i que a la vegada són molt difícils d'aïllar.

En les particularitats de cada campanya electoral es podrien trobar possibles variables que dotessin a futures investigacions de més precisió i, en conseqüència, arribar a conclusions molt més clares i rotundes de les que se'n poden extreure actualment.

Bibliografía

Amoedo, A., Vara-Miguel, A. i Negredo, S. (2018). Digital News Report Spain. Center for internet studies and digital life school of communication. Universidad de Navarra.

Ardèvol, A. (2015). Framing o teoría del encuadre en comunicación: orígenes, desarrollo y panorama actual en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 423-450.

Asociación para la investigación de medios de comunicación. (2019). *Ranking de diarios*. Recuperat de <http://reporting.aimc.es/index.html#/main/diarios>

Campo, M. (2017). La cara oculta de los debates electorales. Barcelona: Arpa y Alfil Editores. ISBN: 978-84-16601-34-9.

Canel, M.J. (1998). Los efectos de las campañas electorales. *Revista de Comunicación y Sociedad*, (1), 47-68.

Carrera, V. (2015). La red de confianza de los debates electorales y la mente de los candidatos. *MARCO. Revista de Márketing y Comunicación Política* (1), 39-61.

Fenoll, V. i Rodríguez, P. (2017). Análisis automatizado de encuadres mediáticos. Cobertura en prensa del debate 7d 2015: el debate decisivo. *El profesional de la información*, (26), 630-640.

Fundación Alternativas. (2018). Informe de la democràcia espanyola 2017. Recuperat de <http://tiny.cc/twgm5y>

Gallego, M. i Bernárdez, A. (2017). Influencia y repercusión mediática de los debates “cara a cara” celebrados ante las elecciones generales de 2008 en España: José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE) vs Mariano Rajoy (PP). *Vivat Academia. Revista de comunicación*, (141), 139-154.

Gallego, M. i Martínez, I. (2013). Institutional communication in the electoral debates between candidates to the presidency of the government of Spain in the general elections (2008 and 2011). *Revista Orbis*, (26), 143-160.

Gallego, M. i Micovic, M. (2017). Análisis y comparativa de los debates políticos de primer nivel en España (2015 y 2016) y Serbia (2016): nuevos formatos televisivos para nuevos escenarios políticos. *Communication & Society* 30 (3), 185-199.

García, J. (2015). La cobertura mediática de los debates electorales en España. *Revista Española de Ciencia Política*, (38), 135-161.

García, J., Calatrava, A. i García, O. (2018). Debates electorales y conflicto: un análisis con máquinas de soporte virtual (SVM) de la cobertura mediática de los debates en España desde 2008. *El profesional de la información*, v. 27, (3), 624-632.

García, O. (2011). "Debates electorales en televisión: una aproximación preliminar a sus efectos inmediatos". *Revista española de ciencia política*, (25), 81-96.

Herrero, J. i Benoit, W. (2009). Análisis funcional de los debates en las elecciones generales de 2008. *Zer*, (14) núm. 27, 61-81.

Holgado, María. (2017). Publicidad e información sobre elecciones en los medios de comunicación durante la campaña electoral. *Revista Teoría y Realidad Constitucional*, (40), 457-485.

Informe Barlovento. (2019). Elecciones Generales: los debates electorales en TV 1993-2016. Recuperat de <https://bit.ly/2vzVOxm>

Lledó Callejón, Pablo. (2001). La influencia de los debates electorales sobre la decisión del voto: el caso de mayo de 1993 en España. *Revista Española de Ciencia Política*, (5), 143-170.

López, G., Llorca, G., Valera, L. i Peris, A. (2018). Los debates electorales, ¿el último reducto frente la mediatización?: un estudio de caso de las elecciones generales españolas de 2015. *Palabra Clave*, 21 (3), 772–797.

López, P. (2010). Nuevas vías para el estudio del framing periodístico: la noción de estrategia de encuadre. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (16), 235-258.

Méndez, M. (2019, abril 17). De 'Debate a 5' en Atresmedia a 'Debate a 4' en TVE: cronología de un lío televisivo. *Eldiario.es*. Recuperat de http://vertele.eldiario.es/noticias/cronologia-debate-elecciones-tve-atresmedia-television-pedro-sanchez-psoe_0_2113588641.html

Muñiz, C. (2015). La política como debate temático o estratégico. *Framing* de la campaña electoral mexicana de 2012 en la prensa digital. *Nueva época*, (23), 67-95.

Palacios, E. (2015). *La construcción de los encuadres noticiosos de la inmigración en la prensa de Castilla y León*. (Tesis Doctoral, Universidad de Salamanca, Castilla y León).

Palau, D., Carratalá, A. i Valera, L. (2017). Mediatización y encuadres de campaña: análisis comparado de la información de partidos y medios en las elecciones generales de 2015. *El profesional de la información*, v. 26, n. 4, 602-610.

Rodríguez, R. (2004). Teoría de la agenda-setting: aplicación a la enseñanza universitaria. *Observatorio de tendencias sociales*.

Rodríguez, L. i Saavedra, M. (2017). Election Debate: Social Audience in Digital Strategy of Political Parties. *Trípodos*, (41), 173-191.

Rúas, J., Fernández, J., i Alén, J.A. (2018). La regulación de los debates electorales en el servicio audiovisual público. *Iberian Journal of Information Systems and Technologies*, (E16), 158-170.

Ruiz, J. i Alberro, H. (2012). Ola de debates electorales en América Latina: luces y sombras de un avance democrático. *Informes especiales, Medioslatinos*, 1-23.

Williams, K. (2006). Competing models of journalism? Anglo-American and European reporting in the information age. *Journalistica*, (2), 43-65.

Yanes, R. (2009). *Comunicación política y periodismo*. Madrid: Fragua.

Annex

Fitxa 01

Mitjà	ABC
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	Nacional
Pàgina	AL021
Titular	Resurge como líder y neutraliza los ataques con su programa
Autor	Mariano Calleja

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 02

Mitjà	ABC
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	Nacional
Pàgina	AL019
Titular	Casado crece y Rivera reincide

Autor	Daniel Rodríguez
--------------	------------------

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 03

Mitjà	ABC
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	Nacional
Pàgina	AL019
Titular	La tesis de Sánchez, el jersey de Iglesias y los dos moderadores
Autor	Enrique Delgado Sanz

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 04

Mitjà	ABC
Data	24.04.2019
Secció	Nacional

Edició	Nacional
Pàgina	AL018
Titular	Un debate hacia la izquierda
Autor	Hughes

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 05

Mitjà	ABC
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	Nacional
Pàgina	AL017
Titular	En alternativa al PSOE
Autor	Angel de Antonio Maya Balanyà

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 06

Mitjà	ABC
Data	24.04.2019

Secció	Nacional
Edició	Nacional
Pàgina	AL016
Titular	Casado y Rivera se erigen
Autor	Ana. I Sánchez Madrid

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 07

Mitjà	ABC
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	Nacional
Pàgina	AL012
Titular	En cancha amiga
Autor	Luis Ventoso

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 08

Mitjà	ABC
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	Nacional
Pàgina	AL012
Titular	Rivera contra Casado: un error
Autor	Ramón Pérez Maura

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 09

Mitjà	La Razón
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	Catalunya
Pàgina	C016
Titular	La madre de las batallas
Autor	Toni Balaño

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 10

Mitjà	La Razón
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	Catalunya
Pàgina	0C12- 0C13
Titular	Quando el PSOE está solo, no cumple
Autor	Pablo Gómez

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 11

Mitjà	La Razón
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	Catalunya
Pàgina	C011
Titular	Hasta el 5% del voto en juego
Autor	A. Rojo

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 12

Mitjà	ABC
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	Catalunya
Pàgina	C010
Titular	Casado remonta en el cara a cara
Autor	Rubén Mondelo

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 13

Mitjà	La Razón
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	Catalunya
Pàgina	C006

Titular	Atresmedia: el debate decisivo para los indecisos
Autor	La Razón

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 14

Mitjà	La Razón
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	Catalunya
Pàgina	C003
Titular	Sánchez volvió a perder el debate
Autor	La Razón

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 15

Mitjà	La Razón
Data	24.04.2019
Secció	Portada

Edició	Catalunya
Pàgina	C001
Titular	Casado crece ante Sánchez
Autor	El

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 16

Mitjà	La Razón
Data	23.04.2019
Secció	Regional
Edició	Castilla
Pàgina	L030
Titular	Suárez Illana dice en Salamanca que el debate fue un «parapeto»
Autor	E. Ajuria

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 17

Mitjà	El País
--------------	---------

Data	24.04.2019
Secció	Miscel·lània
Edició	Balears
Pàgina	J054
Titular	El debate de RTVE no alcanza los nueve millones de espectadores
Autor	El País

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 18

Mitjà	El País
Data	24.04.2019
Secció	Espanya
Edició	Balears
Pàgina	J017
Titular	Ya solo nos queda el repelús
Autor	Iñigo Domínguez

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 19

Mitjà	El País
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	General
Pàgina	J016-J017
Titular	Albert Rivera sufre con los golpes de todos
Autor	Elsa Garcia de Blas

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 20

Mitjà	El País
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	General
Pàgina	J016-J017
Titular	Pablo Iglesias mezcla de guiños y avisos al PSOE
Autor	Ana Marcos

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 21

Mitjà	El País
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	General
Pàgina	J016-J017
Titular	Pablo Casado al ataque contra su posible socio
Autor	Natalia Junquera

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 22

Mitjà	El País
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	General
Pàgina	J016-J017

Titular	Pedro Sánchez aprovecha el pulso de PP y Cs
Autor	José Marcos

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 23

Mitjà	El País
Data	24.04.2019
Secció	Miscel·lània
Edició	Balears
Pàgina	J015
Titular	Guerra por el liderazgo de la derecha
Autor	Claudi Pérez

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 24

Mitjà	El País
Data	24.04.2019
Secció	Nacional

Edició	Catalunya
Pàgina	C015
Titular	La izquierda muestra sintonía frente al pulso entre Casado y Rivera
Autor	Carlos E. Cué

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 25

Mitjà	El país
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	Catalunya
Pàgina	C020
Titular	Ocho analistas dan ganador a Iglesias por unanimidad
Autor	Agenda pública

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 26

Mitjà	La Vanguardia
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	General
Pàgina	L18
Titular	Una comedia sin macho alfa
Autor	Sílvia Hinojosa

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 27

Mitjà	La Vanguardia
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	General
Pàgina	L17
Titular	Iglesias evita la gresca de sus rivales y se ciñe a su oferta de cambio político
Autor	Pedro Vallin

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 28

Mitjà	La Vanguardia
Data	24.04.2019
Secció	Nacional
Edició	General
Pàgina	L17
Titular	Rivera escenifica su divorcio con los socialistas y busca el apoyo popular
Autor	Iñaki Ellakuría

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 29

Mitjà	La Vanguardia
Data	24/04/2019
Secció	Política
Edició	General
Pàgina	L16
Titular	Sánchez admite por vez primera que no está en sus planes pactar con Cs

Autor	Juan Carlos Merino
--------------	--------------------

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 30

Mitjà	La Vanguardia
Data	24/04/2019
Secció	Política
Edició	General
Pàgina	L16
Titular	Casado se bate con su adversarios pero evita perder un tono moderado
Autor	Carmen del Riego

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 31

Mitjà	La Vanguardia
Data	24/04/2019
Secció	Política
Edició	General

Pàgina	L14-L15
Titular	Sánchez rechaza pactos con Rivera; lucha abierta entre PP y Ciudadanos
Autor	Enric Juliana

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 32

Mitjà	El Mundo
Data	24/04/2019
Secció	Contraportada
Edició	Madrid
Pàgina	RR066
Titular	4 macarras en un bar
Autor	Raúl del Pozo

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 33

Mitjà	El Mundo
Data	24/04/2019

Secció	Espanya
Edició	Madrid
Pàgina	RR020
Titular	Abascal contraprograma a 'los jinetes del apocalipsis'
Autor	Álvaro Carvajal

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 34

Mitjà	El Mundo
Data	24/04/2019
Secció	Espanya
Edició	Madrid
Pàgina	RR014
Titular	Debate Atresmedia: Quería a Abascal y tuvo a Iglesias
Autor	Rafa Latorre

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 35

Mitjà	El Mundo
Data	24/04/2019
Secció	Espanya
Edició	Madrid
Pàgina	RR012
Titular	Ausencias de oro, y algún rescate
Autor	Rafael J. Álvarez

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 36

Mitjà	El Mundo
Data	24/04/2019
Secció	Espanya
Edició	Madrid
Pàgina	RR012
Titular	Casado remonta ante Rivera; crece Iglesias
Autor	El Mundo

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 37

Mitjà	El Mundo
Data	24/04/2019
Secció	Espanya
Edició	Madrid
Pàgina	RR010
Titular	La tesis con patatas
Autor	Emilia Landaluce

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 38

Mitjà	El Mundo
Data	24/04/2019
Secció	España
Edició	Madrid
Pàgina	RR008
Titular	«¿Ya ha acabado usted de mentir?... Ahora me toca a mí»
Autor	Olga R. Sanmartín i Iratxe Rojo

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 39

Mitjà	El Mundo
Data	24/04/2019
Secció	España
Edició	Madrid
Pàgina	RR007
Titular	Rivera, a la defensiva y sin hallar su sitio
Autor	Luis Ángel Sanz

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 40

Mitjà	El Mundo
Data	24/04/2019
Secció	España
Edició	Madrid
Pàgina	RR005
Titular	El chico malo se ha convertido en bueno y el bueno en gamberro

Autor	Lucía Méndez
--------------	--------------

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 41

Mitjà	El Mundo
Data	24/04/2019
Secció	España
Edició	Madrid
Pàgina	RR005
Titular	«El debate fue enmarañado, sucio; se solapaban, no se les entendía»
Autor	David Gistau

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 42

Mitjà	El Mundo
Data	24/04/2019
Secció	España
Edició	Madrid

Pàgina	RR004-RR005
Titular	Sánchez y Rivera dan aire a Casado
Autor	Marisa Cruz

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 43

Mitjà	El Periódico
Data	24/04/2019
Secció	Miscel·lània
Edició	General
Pàgina	G007
Titular	Abascal exhibe músculo en Madrid y desprecia los debates
Autor	Miguel Ángel Rodríguez

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 44

Mitjà	El Periódico
Data	24/04/2019

Secció	Miscel·lània
Edició	General
Pàgina	G005
Titular	Mentiras, nervios y 'gadgets'
Autor	Olga Ruiz

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 45

Mitjà	El Periódico
Data	24/04/2019
Secció	Miscel·lània
Edició	General
Pàgina	G005
Titular	El debate decisivo
Autor	Antoni Gutiérrez-Rubí

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 46

Mitjà	El Periódico
--------------	--------------

Data	24/04/2019
Secció	Miscel·lània
Edició	General
Pàgina	G003
Titular	Uno por uno
Autor	El Periódico

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 47

Mitjà	El Periódico
Data	24.04.2019
Secció	Miscel·lània
Edició	General
Pàgina	G002
Titular	Todos contra todos en el asalto final
Autor	Iolanda Mármol i Pilar Santos

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 48

Mitjà	El País
Data	23/04/2019
Secció	Espanya
Edició	General
Pàgina	G017
Titular	Gracias, Rivera, por tus silencios
Autor	Íñigo Domínguez

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 49

Mitjà	El País
Data	23/04/2019
Secció	Miscel·lània
Edició	General
Pàgina	G015
Titular	Sánchez salva el primer set
Autor	Claudi Pérez

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 50

Mitjà	El País
Data	23/04/2019
Secció	Opinió
Edició	General
Pàgina	G012
Titular	El futurismo es un gran invento
Autor	David Trueba

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 51

Mitjà	El País
Data	23/04/2019
Secció	Espanya
Edició	Catalunya
Pàgina	C020-C021
Titular	Duelo en el mítico Estudio 1
Autor	Ana Torres Mençarguez

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 52

Mitjà	El País
Data	23/04/2019
Secció	Espanya
Edició	Catalunya
Pàgina	C019
Titular	¿Lo escuchan? Es España flipando
Autor	Manuel Jabois

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 53

Mitjà	La Vanguardia
Data	23/04/2019
Secció	Política
Edició	General
Pàgina	L22
Titular	Iglesias evita corbatas y banderas y apela a los derechos de la ciudadanía
Autor	Pedro Vallín

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 54

Mitjà	La Vanguardia
Data	23/04/2019
Secció	Política
Edició	General
Pàgina	L19
Titular	El debate del simplismo
Autor	Lola García

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 55

Mitjà	21
Data	23/04/2019
Secció	Política
Edició	General

Pàgina	L18-L19
Titular	Izquierda y derecha chocan de frente en el primer round
Autor	Enric Juliana

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 56

Mitjà	El País
Data	24/04/2019
Secció	Nacional
Edició	Galicia
Pàgina	S016-S017
Titular	Un debate tenso ahonda en la división frontal entre dos bloques
Autor	Carlos Elordi Cué

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 57

Mitjà	ABC
--------------	-----

Data	23/04/2019
Secció	Nacional
Edició	Primera
Pàgina	PR024-PR025
Titular	Pocos aspavientos y una Constitución al «estilo Maduro»
Autor	Enrique Delgado Sanz

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 58

Mitjà	ABC
Data	23/04/2019
Secció	Nacional
Edició	Primera
Pàgina	PR023
Titular	El líder del PP se presenta como única alternativa a Sánchez
Autor	Mariano Calleja

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 59

Mitjà	ABC
Data	23/04/2019
Secció	Nacional
Edició	Primera
Pàgina	PR023
Titular	Pedro Sánchez rehúye el debate y enmudece al hablar de pactos e indultos
Autor	Víctor Ruiz de Almirón

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 60

Mitjà	ABC
Data	23/04/2019
Secció	Nacional
Edició	Primera
Pàgina	PR020
Titular	Indultos, alianzas, pensiones, impuestos y corrupción acaparan los discursos
Autor	Luis P. Arechederra

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 61

Mitjà	ABC
Data	23/04/2019
Secció	Nacional
Edició	Primera
Pàgina	PR018
Titular	El primer debate a cuatro dio la pobre medida de Sánchez
Autor	Hughes

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 62

Mitjà	ABC
Data	23/04/2019
Secció	Nacional

Edició	Primera
Pàgina	PR016-PR017
Titular	Rivera y Casado acorralan a Sánchez, que mantiene vivo el indulto al separatismo
Autor	Ana I. Sánchez

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 63

Mitjà	ABC
Data	23/4/2019
Secció	Opinió
Edició	Primera
Pàgina	PR013
Titular	Acorralat
Autor	Ignacio Camacho

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 64

Mitjà	El Periódico
--------------	--------------

Data	23/04/2019
Secció	Opinió
Edició	General
Pàgina	G014
Titular	Sant Jordi, el día en que las calles son de todos
Autor	Juan Carlos Ortega

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 65

Mitjà	El Mundo
Data	23/04/2019
Secció	Nacional
Edició	Nacional
Pàgina	SG007
Titular	A la ofensiva contra Sánchez y Casado
Autor	Luis Ángel Sanz

Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.

Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 66

Mitjà	El Periódico
Data	23/04/2019
Secció	Miscel·lània
Edició	General
Pàgina	G005
Titular	Partido de ida
Autor	David Castro

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.
- Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.

Fitxa 67

Mitjà	El Periódico
Data	23/04/2019
Secció	Miscel·lània
Edició	General
Pàgina	G002
Titular	Casado y Rivera tratan de cercar a Sánchez
Autor	Gemma Juan

- Ús de llenguatge conflictiu propi de competicions esportives o llenguatge bèl·lic.
- Ús d'etiquetes on algun candidat guanya i els altres perden.

Ús de llenguatge especulatiu centrat en possibles resultats o pactes de coalició.