

The investiture of Pedro Sánchez as President of the Spanish Government and its reflection in the press: The cases of *El País*, *El Mundo* and *La Vanguardia*

La sesión de investidura de Pedro Sánchez como presidente del Gobierno de España y su reflejo en la prensa: Los casos de *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*

Álvaro López-Martín*, Alba Córdoba-Cabús**

* Departamento de Periodismo, Universidad de Málaga (alvarolopezmartin@uma.es)

** Departamento de Periodismo, Universidad de Málaga (albacordoba@uma.es)

Abstract

The paper analyses the informative coverage made by the newspapers *El País*, *El Mundo* and *La Vanguardia* in their printed editions on the investiture session of Pedro Sánchez as President of the Spanish Government. For this purpose, all the text related to this issue published between Friday 3 and Wednesday 8 January 2020 were analyzed through a content analysis (n=333), which considers variables such as the location, the type of the texts, the topic addressed and the prominence of headlines and graphics. The results show that this topic aroused a remarkable interest among the analyzed newspapers, which provided their coverage with a great opinion and interpretive value. Furthermore, other features that define the informative coverage of these newspapers are the moderate use of graphic elements, the predominant attention to PSOE and Unidas Podemos, and the configuration of the agenda setting around the same issues.

Keywords: Newspaper press; investiture session; political information; Spain; mass media.

Resumen

El artículo analiza la cobertura realizada por los rotativos *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia* en sus ediciones impresas sobre la sesión de investidura de Pedro Sánchez como presidente del Gobierno de España. Para ello, se seleccionaron todos los textos referidos a este asunto publicados entre el viernes 3 y miércoles 8 de enero de 2020 (n=333), a los que se les aplicó una ficha de análisis que contemplaba variables como el emplazamiento, naturaleza de los textos, temáticas abordadas y el protagonismo de los titulares y gráficos, entre otras. Los resultados permitieron conocer que este tema suscitó un notable interés entre las cabeceras analizadas, las cuales dotaron su cobertura de un gran valor opinativo e interpretativo. Asimismo, el moderado empleo de elementos gráficos, la atención predominante a PSOE y Unidas Podemos y la configuración de la agenda en torno a los mismos temas son otros rasgos que definen el despliegue informativo de estos periódicos.

Palabras clave: Prensa de información diaria; debate de investidura; información política; España; medios de comunicación.

Introducción

Con la investidura de Pedro Sánchez como presidente del Gobierno de España el 7 de enero de 2020 — gracias a los apoyos de los diputados del PSOE (120), Unidas Podemos (35), PNV (6), Más País (2), Compromís (1), Nueva Canaria (1), BNG (1) y Teruel Existe (1)— se iniciaba un periodo, a priori, de estabilidad política en el país, pese a la fragmentación del nuevo Parlamento y la diversidad de partidos presentes en él. El hecho de que tan solo escasos meses antes resultasen infructuosas las negociaciones entre las principales fuerzas políticas para formar gobierno, desembocando en la celebración de las cuartas elecciones generales en tan solo cuatro años, provocó un hartazgo de la ciudadanía ante la labor de los políticos (CIS, 2020).

Tras las elecciones del 10 de noviembre de 2019, la sesión de investidura —desarrollada entre el sábado 4 y el martes 7 de enero de 2020— constituye uno de los principales acontecimientos políticos y con mayor relevancia para la ciudadanía. Este acto parlamentario supone el comienzo de la actividad política del nuevo gobierno y permite dilucidar, en base a la postura mostrada por el resto de formaciones, cómo serán los sucesivos años correspondientes a dicha legislatura. Esto hace que las distintas jornadas de la sesión de investidura copen la agenda mediática durante los días en los que se desarrolla. En este sentido, la información política supone por sí mismo uno de los principales asuntos con mayor presencia cada día en los medios de comunicación (Casero-Ripollés, 2012; Enguix, 2015; Mauri-Rios et al., 2020). Cabe destacar que estas elecciones no solo suscitaban la atención de la prensa nacional española, sino también se trasladó a la prensa de América Latina, cuyos principales rotativos realizaron una extensa cobertura sobre la campaña electoral y el ascenso al poder por parte de Pedro Sánchez (Gómez-Calderón & López-Martín, 2021).

Si bien se localizan estudios en los que se analizan los discursos de investidura pronunciados (Alcaide-Lara, 2016; Dagatti, 2017; Minervini, 2017; Moyano, 2018; Fernández & López, 2020), así como el despliegue informativo de los medios ante acontecimientos políticos de gran relieve como las campañas electorales (Skogerbø & Krumsvik, 2015; Casero-Ripollés et al., 2016; De las Heras et al., 2017; Cushion et al., 2018; Gómez-Calderón et al., 2019; Fernandes & Magalhães, 2020; López-Martín, 2020), no se registra literatura científica en la que se ponga el foco sobre la cobertura de la sesión de investidura del presidente del Gobierno, uno de los momentos más destacados del calendario político. Por ello, esta investigación pretende paliar este vacío en la bibliografía científica en aras de contribuir con sus hallazgos al conocimiento del periodismo político.

Estado de la cuestión

El periodismo político como eje de la prensa española

La información política ha sido siempre uno de los ejes fundamentales de la agenda mediática (Enguix, 2015). De acuerdo con Casero-Ripollés (2012), esto responde principalmente a tres razones: la obligación del periodismo de vigilar a los poderes políticos, de proporcionar a la audiencia la información necesaria sobre hechos de interés público o problemas colectivos y de ofrecer a la ciudadanía plataformas de discusión. La preceptiva tradicional establece que es tarea de la prensa contribuir a la formación de la opinión pública y construir la realidad política (Casero-Ripollés, 2008) a través del suministro de informaciones imparciales

(Muñoz-Alonso, 2004; Kovach & Rosenstiel, 2007). Pese a que la sociedad cada vez dispone —a través de otras vías como las redes sociales— de un mayor conocimiento y una opinión crítica sobre el panorama político (De las Heras et al., 2017), el periodismo político sigue siendo fundamental para una óptima comprensión del escenario político (Casero-Ripollés, 2012; Martínez et al., 2014; Acuña, 2015).

Sin embargo, la incidencia de la información política no es igual en todos los lugares (Kuhn & Nielsen, 2014), acentuándose en sociedades democráticas como la española, en las cuales los medios desempeñan una función vertebradora (Green-Pedersen & Stubager, 2010; Casero-Ripollés, 2012; Mauri-Rios et al., 2020) para la construcción de sociedades libres (Casero-Ripollés, 2012). En términos similares se expresa Dahlgren (2010, p. 31), quien sostiene que “el papel fundamental del periodismo en democracia es vincular ciudadanía con vida política”. De manera paralela, sin ahondar en la siguiente clasificación, cabe destacar los tres modelos político-mediáticos que Hallin y Mancini (2004) establecen: el liberal, el democrático corporativo y el pluralista polarizado. En el caso de España, su sistema mediático responde a este último modelo, caracterizado por la existencia de altos niveles de paralelismo político, quedando el periodismo, en gran medida, subordinado a intereses partidistas o políticos (Casero-Ripollés, 2012; Dader, 2012; Humanes et al., 2013; Martínez et al., 2014; López-Martín, 2020; Mauri-Rios et al., 2020).

La politización y la defensa de determinados valores ideológicos vinculados a la línea editorial del medio pueden ejercer un notable grado de incidencia sobre los lectores, lo que influirá en la formación de la opinión pública y la comprensión del panorama político y, por ende, en la toma de decisiones de cada ciudadano (Casero-Ripollés & López-Rabadán, 2014; Tandoc, 2018). Es preciso apostillar, de acuerdo con Labio (2017), Reig (2017) y Mauri-Rios et al. (2020), que la politización del periodismo español no solo se debe a factores ideológicos, sino también a intereses económicos. Estudios recientes muestran un crecimiento generalizado de la injerencia política en la prensa internacional (Graber & Dunaway, 2017; McNair, 2018; Sjøvaag, 2020), agravado con el surgimiento de las redes sociales, especialmente Facebook y Twitter, lo que propicia un aumento de la capacidad de presión de la esfera política sobre el periodismo (Parmelee, 2013).

No obstante, como apuntan distintos autores (Green-Pedersen & Stubager, 2010; Strömbäck, 2011; Mauri-Rios et al., 2020), esta influencia es bidireccional. Es decir, los políticos también dependen en gran medida de los medios de comunicación, es más, con gran frecuencia, las decisiones políticas se toman en base a cómo los medios proyectarán esa medida o actuación (Mauri-Rios et al., 2020). Esto hace que las relaciones entre estos dos ámbitos, la política y el periodismo, sean “dinámicas” y “constantes” (Casero-Ripollés, 2012, p. 22), dos rasgos de este vínculo que lejos de remitir parece afianzarse (Graber & Dunaway, 2017; McNair, 2018). Todo ello explicaría la percepción negativa que la ciudadanía tiene sobre la profesión periodística y la escasa credibilidad que le produce (Digital News Report, 2021), así como la falta de independencia de los propios periodistas (APM, 2020).

Históricamente el periodismo político ha tenido una presencia destacada en la prensa española, lo que le ha colocado en una posición de privilegio respecto a otras áreas de especialización periodística (Doménech, 2012; Enguix, 2015; Robledo-Dioses, 2017). Dader (2012) plantea una visión maximalista y considera que el periodismo político es “el más antiguo, genuino y necesario de todos” (2012, p. 44), pese a lo cual, apostilla, se encuentra en un periodo de degradación. Enguix (2015) incide en lo expuesto por Dader (2012): “El periodismo político es el periodismo por excelencia” (2015, p. 111). Junto a la polarización de sus contenidos y su influencia sobre la toma de decisiones, distintos autores (Casero-Ripollés, 2012; Enguix, 2015) ahondan en los rasgos de esta área y destacan, entre otros, su transversalidad y variedad temática,

la necesidad de un conocimiento experto por parte del profesional que cultiva estas informaciones, el desarrollo de una metodología propia y la interdependencia con otros actores implicados en la esfera política.

Objetivos

El objetivo principal de esta investigación estriba en explorar el tratamiento y la cobertura realizada por los diarios de referencia españoles sobre la sesión de investidura de Pedro Sánchez como presidente del Gobierno de España celebrada entre el sábado 4 y el miércoles 8 de enero de 2020. Esto permitirá profundizar en el conocimiento del área en el que se contextualiza este estudio, el periodismo político, de larga tradición en el periodismo español.

En aras de una mayor concreción del objetivo fundamental, se establecieron varios propósitos subsidiarios. En primer lugar, se pretende conocer los rasgos de emplazamiento y producción de las piezas (O1). Se pondrá el foco sobre aspectos tales como la ubicación, la extensión y la autoría de los textos. Estrechamente vinculado con el propósito anterior, está el de determinar en qué medida los rotativos apostaron por contenidos informativos, opinativos o argumentativos (O2). Otra de las cuestiones que ocupa el análisis es la de identificar los macrotemas abordados durante la cobertura de este acto parlamentario (O3). Asimismo, en base a estudios en los que se pone de manifiesto la creciente incidencia de la imagen en los procesos comunicativos (Mayoral-Sánchez et al., 2016; Renó & Barcellos, 2017), se persigue calibrar en qué medida emplean recursos visuales y/o gráficos en las piezas de temática política (O4). Por último, se examinará el protagonismo de los titulares y los gráficos (O5), lo que ayudará a conocer si la línea editorial del medio supone un factor determinante que condicione una mayor o menor presencia de los partidos políticos en la cobertura.

Metodología

El método de investigación aplicado en este estudio, de vocación cuantitativa, es el análisis de contenido. Esta técnica se antoja la más apropiada para alcanzar los objetivos planteados. La elección del análisis de contenido como herramienta heurística responde a la alta fiabilidad que ofrece para el tratamiento de elevados volúmenes de información —y, especialmente, mensajes mediáticos— (Wimmer & Dominick, 1996), así como por su versatilidad y flexibilidad instrumental (Igartua, 2006; Barredo, 2015). Así se desprende de Neuendorf (2002, p. 9), quien considera que el análisis de contenido “no está limitado en cuanto a los tipos de variables que puedan medirse o el contexto en el cual los mensajes son creados o presentados”. Asimismo, se persigue dotar a la presente investigación de tres rasgos inherentes a esta técnica (García, 2010): objetividad, sistematicidad y cuantificación.

Muestra y periodo de análisis

En este trabajo se seleccionaron todos los textos periodísticos referidos a la investidura de Pedro Sánchez como presidente del Gobierno de España publicadas en las ediciones impresas de los diarios nacionales generalistas *El País* (Grupo Prisa)¹, *El Mundo* (Unidad Editorial) y *La Vanguardia* (Grupo Godó) entre el viernes 3 —víspera del inicio de la sesión de investidura— y el miércoles 8 de enero de 2020 —jornada posterior a la votación definitiva—. La muestra quedó constituida por un total de 333 unidades de registro, repartidas de la siguiente manera: 106 de *El País* (31,83%), 119 de *El Mundo* (35,74%) y 108 de *La Vanguardia* (32,43%).

La elección de estos medios se basa en criterios cuantitativos, dado que son los tres rotativos generalistas españoles con mayor cifra de lectores en el periodo objeto de análisis. En concreto, según los datos recabados por el Estudio General de Medios (EGM, 2020), durante el primer trimestre del año 2020 *El País* cosechó un promedio de 1.004.000 lectores diarios, mientras que *El Mundo* y *La Vanguardia* 657.000 y 532.000 lectores, respectivamente.

Asimismo, se da la circunstancia de que con la elección de estas cabeceras estarían representadas las principales corrientes ideológicas. En base a la literatura científica y estudios previos sobre medios (Alcolea-Díaz & García-Prieto, 2017; López-Martín, 2020; López-Rico et al., 2020), la línea editorial de *El País* se consideraría progresista/centro-izquierdo, mientras que la de *El Mundo* se encuadraría en el bloque de los medios conservadores/centro-derecha. Por su parte, *La Vanguardia* busca mantener “un equilibrio entre independentistas y constitucionalistas” (López-Martín, 2020, p. 8), lo que le motiva a tener un posicionamiento moderado.

Ficha de análisis

Todas las unidades de registro fueron sometidas a una ficha de análisis estructurada en cuatro dimensiones, para cuyo diseño se tomó como referencia la metodología planteada por Gómez-Calderón y López-Martín (2021) y se añadieron variables *ad hoc* vinculadas con los objetivos de la investigación:

- A) Información de registro. Aquellos datos útiles para la identificación de cada unidad de análisis.
- B) Emplazamiento y producción. En este bloque se incluyen variables que permitirán dilucidar la importancia que el medio otorga a la pieza atendiendo cuestiones como la ubicación y la extensión —número de columnas—, las llamadas en portada registradas y la autoría de los textos.
- C) Narrativa. En este bloque se contemplan una serie de ítems referidos a los elementos lingüísticos y paralingüísticos.
 - Naturaleza del texto. Se pondrá el foco sobre el carácter de la pieza —informativa, interpretativa u opinativa—.
 - Tema. Se determinará cuáles son las principales cuestiones en torno a las que se articula la cobertura. Para una mejor categorización y análisis de los mismos, se establecieron 10 macrotemas: 1) Acuerdos y pactos; 2) Acusaciones/Divisiones; 3) Análisis/Valoración; 4)

1 Entre paréntesis se indica el grupo editorial al que pertenecen.

Apoyos investidura; 5) Cataluña; 6) Composición del gobierno; 7) Desarrollo de la sesión; 8) Generalidades; 9) Previsiones; y 10) Rechazos investidura.

- Protagonismo del titular. Es decir, se detallará sobre qué partido o personaje político se centra el titular.

D) Gráfico. Finalmente, se examina lo referido a los elementos icónicos, poniendo el foco sobre las siguientes cuestiones:

- Tipo. Se identifican la tipología de los recursos gráficos y/o visuales empleados —fotografía, mapa, infografía, gráfico...—.
- Protagonista del gráfico. Al igual que en el bloque referido a la narrativa, aquí se estudia la presencia de los actores políticos en los elementos visuales.

Resultados

Emplazamiento y producción

Los textos se concentran mayoritariamente en las secciones de España —en el caso de *El País* y *El Mundo*— y Política —*La Vanguardia* carece de una sección Nacional, por lo que en este espacio se sitúa la información referida a la actividad política del país—. En estas dos secciones se localizan el 67,87% de las unidades de análisis. También se registra una notable incidencia de textos situados en las páginas de Opinión —22,22%, *La Vanguardia*; 21,01%, *El Mundo* y 14,15%, *El País*—, lo que, en líneas generales, denota la trascendencia que atribuyen estos rotativos a la investidura de Pedro Sánchez, pues son pocos los hechos noticiosos que merecen la atención de las piezas de opinión. Son escasos los textos que se contabilizan en otras áreas generalistas como Economía (2,10%), Cultura (0,30%), la contraportada (1,80%) o las secciones propias como La Segunda (3%, *La Vanguardia*), Tendencias (0,9%, *La Vanguardia*) y Otras voces (4,80%, *El Mundo*).

Otro aspecto que permite dilucidar la importancia que estos diarios otorgan a la investidura son las llamadas en portada, de las que se registran un total de 41 (12,32%), repartidas de la siguiente manera: 16 (15,09%), *El País*; 15 (12,61%), *El Mundo*; y 10 (9,26%), *La Vanguardia*. Por su parte, el desarrollo de la investidura recibe con frecuencia una atención prioritaria respecto al resto de temas de la sección, figurando un total de 61 piezas en portadilla, sin embargo, el grueso de los textos (81,68%) se localizan en las páginas interiores.

Gran similitud se aprecia también en otras cuestiones, como en su localización física en la edición impresa. Como se recoge en la Tabla 1, predominan los trabajos situados en la página par, ubicados en la parte superior y con una extensión amplia que ocupa todo el ancho de la página. En el caso del rotativo de Prisa, la incidencia del resto de posibilidades de las variables —especialmente en lo relativo a par/impar y superior/inferior— es levemente menor, observándose también una destacada apuesta por el emplazamiento en páginas impares y la parte inferior, al contrario que ocurre en *El Mundo* y *La Vanguardia*, en los que la diferencia porcentual respecto a la categoría predominante es más amplia.

Tabla 1: Ubicación de la pieza en la página.

	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>La Vanguardia</i>
Par	53 (50%)	67 (56,30%)	61 (56,49%)
Impar	49 (46,23%)	45 (37,81%)	41 (37,96%)
Doble	4 (3,77%)	7 (5,89%)	6 (5,55%)
Superior	44 (41,51%)	46 (38,66%)	53 (49,07%)
Inferior	42 (39,62%)	26 (21,85%)	35 (32,41%)
Todo el alto	20 (18,87%)	47 (39,49%)	20 (18,52%)
Derecha	30 (28,30%)	33 (27,73%)	21 (19,44%)
Izquierda	17 (16,04%)	22 (18,49%)	29 (26,86%)
Todo el ancho	59 (55,66%)	64 (53,78%)	58 (53,70%)

Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la extensión de los textos se observan divergencias. *El País* y *La Vanguardia* conceden un espacio generoso a las informaciones referidas a la investidura, puesto que el 60,38% y el 52,78% de sus informaciones ocupan de cuatro a seis columnas. Por su parte, la cabecera de Unidad Editorial opta mayoritariamente por publicaciones de una extensión más reducida, predominando los textos de entre una y tres columnas (54,62%). En los tres diarios resulta exiguo el porcentaje de piezas con una extensión superior a las seis columnas ($\bar{X}=5,40\%$), siendo muy similar entre sí la incidencia registrada en cada medio (*El País*, 4,72%; *El Mundo*, 5,88%; *La Vanguardia*, 5,56%). Estas piezas de mayor envergadura o recorrido se reservan principalmente para cuestiones como las crónicas de las distintas sesiones, las jornadas que constituyen la investidura o los reportajes de largo recorrido.

En cuanto a la autoría de los textos, hay desigualdades apreciables. Por lo general, en los tres medios la elaboración de las publicaciones corresponde principalmente a redactores del propio rotativo o a firmas de colaboradores fijos o esporádicos (la suma de ambas categorías oscila entre el 73,15%, de *La Vanguardia*, hasta el 89,62% en el caso de *El País*), si bien, la incidencia pormenorizada varía. Como se muestra en la Tabla 2, *El País* y *La Vanguardia* se nutren principalmente de textos realizados por periodistas de su redacción, siendo considerable la diferencia existente respecto a los elaborados por colaboradores. En *El Mundo* no solo se reduce la diferencia porcentual que se registra en las otras cabeceras, sino que se invierte el orden de incidencia, siendo los colaboradores fijos o esporádicos los que firman en mayor medida los textos referidos a la cobertura de la investidura. De esto se puede inferir la importancia que el diario de Unidad Editorial concede a los textos opinativos e interpretativos, recurriendo para ello a un amplio listado de columnistas y expertos en el tema. En este mismo diario destaca una tribuna firmada por Edmundo Bal, diputado de Ciudadanos, —es la única unidad de la muestra cuya autoría recae en un político— en el que alienta a los diputados socialistas a votar en contra en la sesión de investidura, rechazando así los acuerdos con ERC y Bildu. Esto refuerza la definida intencionalidad que *El Mundo* muestra a través de su cobertura. A su vez presentan una modesta pero reseñable incidencia los textos elaborados por los lectores a través de las denominadas "Cartas al director". En este aspecto, *La Vanguardia* es el medio que concede mayor espacio a su audiencia (6,48%).

Tabla 2: Autoría de los textos.

	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>La Vanguardia</i>
Firma	27 (25,47%)	50 (42,02%)	29 (26,85%)
Lector	6 (5,66%)	3 (2,52%)	7 (6,48%)
Medio	4 (3,78%)	10 (8,40%)	5 (4,63%)
Político	-	1 (0,84%)	-
Redacción	-	-	5 (4,63%)
Redactor	68 (64,15%)	47 (39,50%)	50 (46,30%)
Sin firma	1 (0,94%)	8 (6,72%)	12 (11,11%)
TOTAL:	106 (100%)	119 (100%)	108 (100%)

Fuente: Elaboración propia.

Narrativa

Atendiendo a los géneros empleados y a la naturaleza de las unidades de análisis, no se aprecia un patrón común a los tres medios. No obstante, igual que en cuestiones anteriores, *El Mundo* presenta una cierta disimilitud respecto a los otros dos periódicos (Tabla 3). Mientras que en *El País* (38,68%) y *La Vanguardia* (45,37%) priman los textos informativos, en el rotativo de Unidad Editorial preponderan los opinativos (51,25%).

En base a la naturaleza de las piezas podrían distinguirse dos patrones o coberturas diferentes. Por una parte, la trazada por *El País* y *La Vanguardia* y por otra la seguida por *El Mundo*. En *El País* y *La Vanguardia* predomina el interés por ofrecer a sus lectores una cobertura rigurosa con contenido informativo sin influencias de sus respectivas líneas editoriales. Aunque en menor medida, las modalidades opinativas también desempeñan un papel destacado en ambas cabeceras. Pese a que ambos diarios recurren de manera sostenida a firmas o colaboradores para los textos opinativos y el suministro de juicios de valor, resulta modesta la incorporación de editoriales sobre este asunto en los que se plasme la postura del propio medio. Si se hace referencia a los textos interpretativos, aquí las divergencias son más marcadas —10 puntos porcentuales de diferencia entre el diario de Prisa y Godó—. En ambos casos, lo más común es la aparición de los géneros de análisis y la crónica, aunque también se aprecian otros géneros como la noticia y el artículo.

En cambio, en *El Mundo* predominan los textos opinativos (51,25%) e interpretativos (25,22%), lo que supone una mayor tendencia o intención de influir en su audiencia. Asimismo, la elevada cifra de editoriales contabilizados (10) —algunos días publican más de un editorial por edición— apuntala esta consideración. Es preciso destacar también la incidencia de los artículos de opinión (31,93%), sobresalientes frente a las modalidades informativas (23,53%) y al género de la noticia (17,65%).

Tabla 3: Género y naturaleza de los textos.

	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>La Vanguardia</i>
Informativo	41 (38,68%)	28 (23,53%)	49 (45,37%)
Breve	-	5 (4,20%)	10 (9,26%)
Entrevista informativa	-	1 (0,84%)	-
Fotonoticia	-	1 (0,84%)	2 (1,85%)
Noticia	38 (35,85%)	21 (17,65%)	37 (34,26%)

Semblanza	3 (2,83%)	-	-
Interpretativo	31 (29,25%)	30 (25,22%)	21 (19,44%)
Análisis	11 (10,38%)	2 (1,68%)	7 (6,48%)
Crónica	19 (17,93%)	20 (16,81%)	12 (11,11%)
Reportaje	1 (0,94%)	8 (6,73%)	2 (1,85%)
Opinativo	34 (32,07%)	61 (51,25%)	38 (35,19%)
Artículo de opinión	24 (22,64%)	38 (31,93%)	17 (15,74%)
Cartas al director	6 (5,66%)	3 (2,52%)	7 (6,48%)
Editorial	3 (2,83%)	10 (8,40%)	5 (4,63%)
Tribuna	1 (0,94%)	10 (8,40%)	9 (8,34%)
TOTAL:	106 (100%)	119 (100%)	108 (100%)

Fuente: Elaboración propia.

La agenda de los tres se configura en torno a los mismos macrotemas (Tabla 4) —con leves excepciones—, primando en todos ellos dos asuntos fundamentales: el análisis sobre lo concerniente a la investidura y el relato del transcurso o desarrollo de las sesiones parlamentarias (*El País*, 47,17%; *El Mundo*, 47,97% y *La Vanguardia*, 53,71%). En menor medida, los rotativos centran su atención en otros temas como los posibles apoyos o rechazos a la investidura. Los acuerdos y pactos alcanzados entre partidos, especialmente entre PSOE y Unidas Podemos, suscitan un reseñable interés muy similar entre los tres diarios.

Resulta preciso señalar las diferencias en cuanto a la presencia o ausencia de textos sobre acusaciones o divisiones internas de partidos y las predicciones/previsiones. Las acusaciones adquieren un espacio considerable en *El País* (n=8) —suelen ser originadas por PP y Vox y están dirigidas al PSOE—, mientras que en *El Mundo* (n=1) y *La Vanguardia* (n=0) apenas consiguen relevancia. Pese a la importancia y relevancia que tiene la composición del gobierno, son escasas —con una discreta excepción en *El Mundo* (7,56%)— las unidades de registro que ponen el foco sobre los nombres confirmados para encabezar cada ministerio. La casi totalidad de estas piezas se publican entre los días 6 y 8 de enero y tratan sobre los ministerios asignados a Unidas Podemos.

Tabla 4: Temas abordados en los textos.

	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>La Vanguardia</i>
Acuerdos y pactos	8 (7,55%)	7 (5,88%)	7 (6,48%)
Acusaciones/Divisiones	8 (7,55%)	1 (0,84%)	-
Análisis/Valoración	35 (33,02%)	37 (31,10%)	26 (24,08%)
Apoyos investidura	9 (8,49%)	8 (6,72%)	2 (1,85%)
Cataluña	4 (3,77%)	-	2 (1,85%)
Composición del Gobierno	5 (4,72%)	9 (7,56%)	4 (3,70%)
Desarrollo de la sesión	15 (14,15%)	20 (16,81%)	32 (29,63%)
Generalidades	6 (5,66%)	17 (14,29%)	11 (10,19%)
Previsiones	4 (3,77%)	9 (7,56%)	14 (12,96%)
Rechazos investidura	12 (11,32%)	11 (9,24%)	10 (9,26%)
TOTAL:	106 (100%)	119 (100%)	108 (100%)

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al protagonismo de los titulares, como es lógico el PSOE y sus diputados acaparan preponderantemente la atención mediática. Sin embargo, pese a que, a priori, la línea editorial de *El País* es

la que muestra mayor afinidad con este partido, es el medio que menos titulares dedica de manera explícita a la formación socialista (17,92%). Del mismo modo, resulta llamativo que la presencia del PP y de Vox en el rotativo de Prisa se asemeja a la registrada por Unidas Podemos (6,60%). Esto contrasta con los resultados de *El Mundo* y *La Vanguardia*, cuyos titulares referentes a Unidas Podemos predominan frente a los referidos a las formaciones de derechas.

Por su parte, la importancia y relevancia de las formaciones autonómicas en el proceso de investidura del presidente del Gobierno se evidencia en la cantidad de titulares que acaparan estos partidos (Tabla 5), especialmente en el caso de Esquerra Republicana de Catalunya (ERC), cuya presencia en *La Vanguardia* (8,33%) supera a la registrada por otras formaciones con mayor representación parlamentaria como PP o Vox e, incluso, a Unidas Podemos. Quizás esto responda a los criterios de proximidad —el diario de Godó se edita en Cataluña—, lo que explicaría que este medio preste una atención sostenida a todos aquellos asuntos vinculados, directa o indirectamente, con la política catalana y el independentismo. Esta afirmación se constata con el registro de titulares que incumben a Junts per Catalunya (2,78%).

Además de las formaciones catalanas, otras tres formaciones autonómicas como Bildu, Teruel Existe y Coalición Canaria suscitan un reseñable interés —*El Mundo* es el diario que mayor espacio le dedica en titulares—. Las piezas dedicadas a estos partidos tratan (casi) exclusivamente sobre el apoyo o rechazo de estos a la investidura de Pedro Sánchez. Frente a esto, es exigua o nula la cifra de titulares dedicados a otros partidos regionales o minoritarios como BNG, En Comú Podem, Compromís, Nueva Canarias, Más País, PRC, Foro Asturias y Navarra Suma. No obstante, en cualquier caso, lo habitual es obviar al partido en el encabezamiento de las piezas (51,05%).

Tabla 5: Protagonismos en los titulares y gráficos.

	<i>El País</i>		<i>El Mundo</i>		<i>La Vanguardia</i>	
	Titular	Gráfico	Titular	Gráfico	Titular	Gráfico
Bildu	3 (2,83%)	2 (3,28%)	4 (3,36%)	4 (3,67%)	1 (0,93%)	2 (2,94%)
BNG	1 (0,94%)	-	2 (1,68%)	2 (1,83%)	-	-
Ciudadanos	4 (3,77%)	3 (4,92%)	4 (3,36%)	7 (6,42%)	2 (1,85%)	3 (4,41%)
Coalición Canaria	3 (2,83%)	3 (4,92%)	4 (3,36%)	3 (2,75%)	1 (0,93%)	-
Compromís	-	-	-	2 (1,83%)	-	-
En Comú Podem	1 (0,94%)	2 (3,28%)	-	-	1 (0,93%)	2 (2,94%)
ERC	5 (4,72%)	6 (9,84%)	6 (5,04%)	7 (6,42%)	9 (8,33%)	10 (14,70%)
Foro Asturias	-	-	-	-	1 (0,93%)	-
JuntsPerCatalunya	2 (1,89%)	3 (4,92%)	-	2 (1,83%)	3 (2,78%)	4 (5,88%)
Más País	-	-	-	3 (2,75%)	-	-
Navarra Suma	-	-	-	-	1 (0,93%)	-
Nueva Canarias	-	-	1 (0,84%)	3 (2,75%)	-	-
PNV	2 (1,89%)	1 (1,64%)	3 (2,52%)	3 (2,75%)	1 (0,93%)	3 (4,41%)
PP	7 (6,60%)	5 (8,20%)	4 (3,36%)	7 (6,42%)	5 (4,63%)	8 (11,76%)
PRC	2 (1,89%)	1 (1,64%)	1 (0,84%)	2 (1,83%)	-	-
PSOE	19 (17,92%)	18 (29,51%)	23 (19,33%)	43 (39,45%)	25 (23,15%)	20 (29,41%)
Teruel Existe	3 (2,83%)	4 (6,56%)	5 (4,20%)	6 (5,50%)	2 (1,85%)	1 (1,47%)
Unidas Podemos	7 (6,60%)	8 (13,11%)	8 (6,72%)	15 (13,76%)	6 (5,55%)	11 (16,18%)
Vox	7 (6,60%)	2 (3,28%)	2 (1,68%)	5 (4,59%)	3 (2,78%)	3 (4,41%)
General/Sin ref.	53 (50%)	11 (18,03%)	60 (50,42%)	10 (9,17%)	57 (52,78%)	12 (17,65%)

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico

El repertorio de elementos visuales empleados en las unidades de análisis es escaso —en cuanto a variedad y presencia—. Tan solo se registran fotografías, ilustraciones y gráficos, siendo parca la incorporación, sobre todo, de estos dos últimos recursos —solo se registra una ilustración y tres gráficos en *El País* y *La Vanguardia* y cinco dibujos y dos gráficos en *El Mundo*—. En términos generales, esto supone una media de 0,02 elementos gráficos por pieza. En el caso de la fotografía, si bien su incidencia fluctúa levemente de una cabecera a otra, en ninguna alcanza valores reseñables, lo que evidencia la moderada apuesta por el contenido visual. El rotativo de Unidad Editorial es el que más imágenes incluye en sus ediciones —102 fotografías, un promedio de 0,86 por texto—, seguido de *La Vanguardia* (0,59) y *El País* (0,54).

No obstante, pese a ser *El Mundo* el medio que más fotografías incluye, es el que menor espacio concede a estas —el 67,65% ocupan entre una y dos columnas—, abundando los denominados “caretos” o imágenes a una columna con el rostro de la información. En cambio, *El País* y *La Vanguardia* conceden un espacio más generoso a las fotografías, ya que entre el 52,63% y el 51,57%, respectivamente, ocupan entre tres y cuatro columnas. Menos usual en los tres diarios son las imágenes con un ancho igual o superior a cinco columnas (*El País*, 10,53%; *La Vanguardia*, 6,24% y *El Mundo*, 5,88%). Por su parte, el espacio destinado a los gráficos y las ilustraciones es muy similar en las tres cabeceras, preponderando la presencia de estos recursos a dos columnas.

Respecto al protagonismo de los elementos gráficos, como se muestra en la Tabla 5, PSOE y Unidas Podemos son las dos formaciones más presentes en estos recursos, lo que supone un rasgo común. La presencia de gráficos relativos al PSOE es notablemente superior respecto a Unidas Podemos. En algunos casos, como *El Mundo*, la incidencia del partido socialista (39,45%) triplica a la registrada por Unidas Podemos (13,76%). Es preciso destacar la reseñable cifra de imágenes protagonizados por ERC y su elevada aparición en los gráficos, como ya ocurría en el encabezamiento de las piezas. Junto a PSOE y Unidas Podemos, el partido catalán constituye la tercera fuerza en cuanto a presencia visual, sobre todo en *La Vanguardia* (14,70%). En *El Mundo* su incidencia se sitúa en valores similares a los registrados por PP y Ciudadanos. Situación opuesta se detecta con Vox —tercera fuerza en el Congreso de los Diputados—, cuyo protagonismo es similar a la de otras formaciones con menor representación. Se contabiliza una prominente cifra de gráficos e imágenes —especialmente en el periódico de Unidad Editorial— dedicados a partidos regionales y/o minoritarios como Junts per Catalunya, Bildu, PNV, Teruel Existe —en los tres diarios—, BNG, Compromís, Nueva Canarias, Más País —en *El Mundo*—, Coalición Canaria y PRC —en *El País* y *El Mundo*— y En Comú Podem —en *El País* y *La Vanguardia*—. Asimismo, se detecta un elevado número de gráficos en el que no se identifica a partidos o políticos concretos, sino que muestran imágenes de carácter general, principalmente panorámicas del hemiciclo durante el transcurso de las sesiones.

Conclusiones

Esta investigación ha permitido constatar el notable interés que la sesión de investidura de Pedro Sánchez como presidente del Gobierno de España concitó entre los diarios de referencia españoles. En los tres

rotativos analizados —*El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*— se aprecia un seguimiento sostenido, reflejado en el elevado número de publicaciones referidas a este asunto.

En relación a los propósitos planteados, el O1 perseguía conocer los rasgos de emplazamiento y producción de las unidades de registro. Los resultados muestran rasgos comunes en las tres cabeceras. De manera general, tienden a la concentración de las piezas en las secciones de España/Nacional y Política y, en menor medida, Opinión, situándose los textos mayoritariamente en la zona superior de las páginas pares y en el interior de las secciones. Estos son firmados preponderantemente por redactores del propio medio y colaboradores habituales y esporádicos, lo que evidencia la intención de los medios por ofrecer a sus lectores una amplia cobertura a través de distintas voces. Se observan divergencias en el espacio concedido a los textos, lo que unido a la importante cifra de piezas en portadilla y llamadas en portada, permite dilucidar la relevancia que cada diario otorga a este acto parlamentario. *El País* y *La Vanguardia* dedican un espacio más generoso, mientras que *El Mundo* opta por textos de menor extensión.

Respecto a O2, el rotativo de Unidad Editorial difiere de los resultados registrados en los otros dos diarios. Si bien, aunque por lo general se constata una reseñable apuesta por ofrecer a los lectores textos opinativos —a través de los cuales se esgriman argumentos vinculados con los intereses o la línea editorial del medio— referidos al nuevo Gobierno, es *El Mundo* el rotativo en el que mayor incidencia tiene esta tipología de textos, primando en las otras dos cabeceras las piezas de carácter informativo. Por tanto, se infiere un mayor interés por parte de los diarios de Prisa y Godó por llevar a cabo una cobertura rigurosa y sin interferencia de los intereses editorialistas. Además, se observa un esfuerzo por proporcionar las claves y explicar las cuestiones más relevantes, directas o indirectas, de la investidura —pactos, apoyos, posibles escenarios futuros, etc.— a través de textos interpretativos. Si bien se tratan de acontecimientos noticiosos diferentes, en este sentido se podrían trazar ciertas similitudes con la cobertura realizada por los principales diarios latinoamericanos durante la campaña electoral de los comicios generales del 10-N que precedieron a esta sesión de investidura (Gómez-Calderón & López-Martín, 2021). Esta presencia de las piezas opinativas e interpretativas se explicaría atendiendo, por una parte, a la polarización característica del sistema de medios español (Hallin & Mancini, 2004; López-Rico et al., 2020) y, por otra, a la complejidad y fragmentación del panorama político español (Rodríguez-Blanco, 2019; Gómez-Calderón & López-Martín, 2021), lo que obliga a los periodistas a proporcionar elementos contextualizadores para una óptima comprensión.

En base al O3 se pretendía identificar los principales macrotemas abordados. Pese a observar una amplia variedad temática, la agenda mediática pivota en torno a dos asuntos preponderantes: las piezas de análisis y el transcurso o desarrollo de las sesiones parlamentarias. En menor medida, el menú temático de los tres diarios se complementa, entre otros, con otras cuestiones como la política catalana, la composición del Gobierno, los pactos y acuerdos alcanzados entre formaciones y los posibles apoyos o rechazos a la investidura de Sánchez. Son en estos temas en los que se aprecia una mayor divergencia entre medios, destacando la escasa presencia del asunto catalán en *El Mundo* y la presencia relevante de piezas sobre acusaciones o divisiones de partidos en *El País* —frecuentemente estas críticas emanan de partidos como PP y Vox y se dirigen al PSOE—.

En cuanto a O4, la presencia de elementos gráficos empleados para la cobertura es escasa o moderada. En el caso de las ilustraciones o gráficos su uso es (casi) nulo, mientras que las fotografías sí se incorporan con mayor asiduidad. En ningún rotativo se registra un promedio de inserción igual o superior a una imagen por

pieza, siendo el periódico de Unidad Editorial el que mayor empleo hace de este recurso —en *La Vanguardia* y *El País* su presencia es notablemente inferior y, a su vez, muy similar entre ellos—. De esta forma, los diarios ceden, salvo en publicaciones puntuales, todo el protagonismo a la parte narrativa, caracterizándose éstas por su discreto valor visual.

Finalmente, en relación al protagonismo de los titulares y los gráficos (O5), no se vislumbra una clara correlación entre la línea editorial de los diarios y la presencia de determinadas formaciones en el encabezamiento de los textos o los recursos visuales, primando, en líneas generales, el valor informativo respecto al editorialista. En ambas variables, como es lógico al tratarse de los dos partidos que constituyen el Gobierno, PSOE y Unidas Podemos son las dos formaciones con mayor incidencia. Es preciso destacar los titulares y gráficos que se contabilizan en *El País* protagonizados por PP, Vox y Ciudadanos, lo que contrasta con la moderada atención que *El Mundo* presta a estos partidos de centro-derecha. Esto apuntalaría lo expuesto en referencia a la escasa influencia ideológica que, atendiendo a esta variable, se constata. En los tres diarios, la presencia de los partidos en sus páginas viene determinada principalmente por su relevancia o papel desempeñado en el proceso de investidura. De ahí que, tanto a nivel textual como gráfico, las formaciones minoritarias —cuyos apoyos despejarían la investidura— adquieran una reseñable presencia durante la cobertura. En este sentido, cabe destacar en los tres diarios la influencia conjunta de los partidos vascos —Bildu y PNV— y catalanes —ERC y Junts per Catalunya—, especialmente estos últimos en *La Vanguardia*, lo que respondería a criterios de proximidad.

En resumen, los diarios analizados realizan una extensa, y con cierta similitud, cobertura —en términos cuantitativos— de la sesión de investidura de Pedro Sánchez, lo cual refleja la importancia de este asunto. Una de las principales limitaciones de este estudio reside en que se ha ceñido solo al análisis cuantitativo, por lo que hubiera sido de interés ahondar en el aspecto cualitativo de las publicaciones y, de esta forma, poder corroborar la posible incidencia de la línea editorial de cada cabecera. En base a los resultados, se podrían extraer dos conclusiones principales. Por una parte, que los medios pretenden inducir a sus lectores preponderantemente a través de los textos opinativos y la selección de su agenda mediática, frente a otros mecanismos como pudieran ser la reiterada presencia o protagonismo de determinados partidos en el encabezamiento de las piezas o de los elementos gráficos. Y por otra, se observa un escaso esfuerzo de los rotativos por renovar y repensar sus ediciones impresas, así como por dotarlas de un mayor valor visual; de esta forma, se infiere cierto asentimiento por parte de las empresas informativas al asumir que el presente y el futuro de la industria periodística está en el entorno digital. Quedaría para futuras investigaciones examinar si ante otros acontecimientos o momentos de interés durante la legislatura —tales como aprobación de presupuestos, leyes o reformas, etc.— la cobertura realizada mantiene los mismos rasgos, así como ahondar en las semejanzas y divergencias del despliegue informativo ofrecido en las ediciones impresas y *online* de estos diarios.

Referencias bibliográficas

- Acuña, O. (2015). Las elecciones presidenciales de 1970 en Colombia a través de la prensa. Un fraude nunca resuelto. *Anuario de Historia Regional y de las Fronteras*, 20(2), 217-239. <http://doi.org/10.18273/revanua.v20n2-2015008>

- Alcaide-Lara, E. (2016). Sobre el uso de los componentes argumentativos "optativos" en los discursos de investidura de los presidentes autonómicos de Andalucía (1982-2015). En A. López, A. Narbona y S. Del Rey (Coords.), *El español a través del tiempo: estudios ofrecidos a Rafael Cano Aguilar* (pp. 703-718). Sevilla: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- Alcolea-Díaz, G. & García-Prieto, V. (2017). España: duopolio televisivo, cambio de liderazgo y nuevo equilibrio de fuerzas. En R. Reig y A. Labio (Eds.), *El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder* (pp. 119-140). Buenos Aires: Anthropos/Siglo XXI.
- Asociación de la Prensa de Madrid, APM (2020). *Informe anual de la profesión periodística 2020*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.
- Barredo, D. (2015). El análisis de contenido. Una introducción a la cuantificación de la realidad. *Revista San Gregorio*, (1), 26-31. <https://doi.org/10.36097/rsan.v0i0.113>
- Casero-Ripollés, A. (2008). Modelos de relación entre periodistas y políticos: la perspectiva de la negociación constante. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, 111-128. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110111A>
- Casero-Ripollés, A. (2012). El periodismo político en España: algunas características definitorias. En A. Casero-Ripollés (Ed.), *Periodismo político en España: concepciones, tensiones y elecciones* (pp. 19-46). La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- Casero-Ripollés, A. & López-Rabadán, P. (2014). Media Engagement Boundaries and Political Influence in Europe. *American Behavioral Scientist*, 58(7), 859-868. <http://doi.org/10.1177/0002764213506207>
- Casero-Ripollés, A., Feenstra, R. A. & Tormey, S. (2016). Old and New Media Logics in an Electoral Campaign The Case of Podemos and Two-Way Street Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), 378-397. <https://doi.org/10.1177/1940161216645340>
- CIS (2020). Barómetro de enero 2020. http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3260_3279/3273/es3273mar.html
- Cushion, S., Kilby, A. Thomas, R., Morani, M. & Sambrook, R. (2018). Newspapers, Impartiality and Television News. *Journalism Studies*, 19(2), 162-181. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1171163>
- Dader, J. L. (2012). Periodismo político y política del periodismo: imaginando un futuro digno y sostenible. En S. Berrocal y E. Campos (Eds.), *La investigación en periodismo político en el entorno de los nuevos medios* (pp. 35-58). Madrid: Sociedad Española de Periodística.
- Dagatti, M. (2017). Pioneros de un nuevo mundo. El discurso de investidura del presidente argentino Mauricio Macri. *Conexão Letras*, 12(18), 153-174. <https://doi.org/10.22456/2594-8962.79466>
- Dahlgren, P. (2010). Trazando la evolución del periodismo. El horizonte de la democracia. *Infoamérica. Revista Iberoamericana de comunicación*, (2), 21-38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3917135>
- De las Heras, C., Paniagua, F. J., Jambrino, C. & Iglesias, P. (2017). La imagen de los candidatos en las elecciones presidenciales de Estados Unidos en la prensa digital española. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 975-997. <http://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1203>

- Digital News Report (2021). A pesar de la débil confianza en las noticias, las marcas periodísticas y locales conservan credibilidad. <https://www.digitalnewsreport.es/2021/a-pesar-de-la-debil-confianza-en-las-noticias-las-marcas-periodisticas-y-locales-conservan-credibilidad/>
- Doménech, H. (2012). Los múltiples territorios del periodismo político. *AdComunica*, (6), 243-245. <http://doi.org/10.6035/2174-0992.2013.6.17>
- EGM (2020). Audiencia general de medios. 1ª ola 2020. Ranking de diarios. <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/diarios>
- Enguix, S. (2015). Periodismo especializado y especialización política. *Mediaciones Sociales*, (14), 103-128. https://doi.org/10.5209/rev_MESO.2015.n14.51561
- Fernandes, J. & Magalhães, P. (2020). The 2019 Portuguese general elections. *West European Politics*, 43(4), 1038-1050. <https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1702301>
- Fernández, T. & López, M. C. (2020). Análisis de los mecanismos persuasivos del ethos, logos y pathos en los discursos de Pedro Sánchez y Pablo Casado. *Discurso & Sociedad*, 14(1), 188-226. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7370357>
- García, D. (2010). Herramientas teórico-metodológicas para el estudio de los medios masivos: el análisis de contenido. *Estudios*, núm. especial, 183-198. <http://doi.org/10.31050/1852.1568.n0.9437>
- Gómez-Calderón, B., López-Martín, Á. & Molina, S. (2019). La sección de opinión de los periódicos españoles ante la actualidad internacional: el caso de las elecciones presidenciales francesas de 2017. En J. L. Zurita, J. Serrano & M. Gil (Coords.), *Comunicación periodística ante los nuevos retos* (pp. 165-176). Barcelona: Gedisa.
- Gómez-Calderón, B. & López-Martín, Á. (2021). El reflejo en la prensa latinoamericana de la campaña para las elecciones generales del 10-N en España. *Revista de Comunicación*, 20(1), 103-115. <https://doi.org/10.26441/RC20.1-2021-A6>
- Graber, D. A. & Dunaway, J. (2017). *Mass media and American politics*. Washington: Cq Press.
- Green-Pedersen, C. & Stubager, R. (2010). The Political Conditionality of Mass Media Influence: When Do Parties Follow Mas Media Attention? *British Journal of Political Science*, 40(3), 663-677. <https://doi.org/10.1017/S0007123410000037>
- Hallin, D. C. & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Humanes, M. L., Martínez-Nicolás, M. & Saperas, E. (2013). Political Journalism in Spain. Practices, Roles and Attitudes. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 19(2), 715-731. http://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n2.43467
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2007). *The elements of Journalism. What News-people Should Know and the Public Should Expect*. Nueva York: Three Rivers Press.
- Kuhn, R. & Nielsen, R. K. (2014). *Political Journalism in Transition: Western Europe in a Comparative Perspective*. Londres: IB Tauris.

- Labio, A. (2017). Contexto: la estructura mundial de la información. En R. Reig y A. Labio (Eds.), *El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder* (pp. 35-53). Buenos Aires: Anthropos/Siglo XXI.
- López-Martín, Á. (2020). Cobertura informativa en Twitter de los diarios españoles de referencia sobre la campaña electoral del 10N. *Profesional de la Información*, 29(5), e290510. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.10>
- López-Rico, C. M., González-Esteban, J. L & Hernández-Martínez, A. (2020). Polarización y confianza en los medios españoles durante el COVID-19. Identificación de perfiles de audiencia. *Revista Española de Comunicación en Salud*, (S1), 77-89. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5439>
- Mayoral-Sánchez, J., Abejón, P. & Morata-Santos, M. (2016). El vídeo en la prensa digital española: 2010-2015. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 775-799. <http://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1120>
- Martínez, M., Humanes, M. L. & Saperas, E. (2014). La mediatización de la política en el periodismo español. Análisis longitudinal de la información política en la prensa de referencia (1980-2010). *Trípodos*, (34), 41-59. [http://www.tripodos.com/index.php/Facultat Comunicacio Blanquerna/article/view/165](http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/165)
- Mauri-Rios, M., López-Meri, A. & Perales-García, C. (2020). La ética profesional de los periodistas frente a los gobiernos y políticos: Percepciones de los profesionales y ciudadanos en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, (77), 295-308. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1459>
- McNair, B. (2018). *An introduction to political communication*. Londres: Routledge.
- Minervini, R. (2017). Análisis de un discurso político: la investidura de Lenín Moreno. *Cultura Latinoamericana. Revista de Estudios Interculturales*, 26(2), 54-73. <https://doi.org/10.14718/CulturaLatinoam.2017.26.2.3>
- Moyano, C. (2018). Esperanza Aguirre "ante el cambio": Análisis de estrategias retóricas en el discurso pronunciado en la investidura de Manuela Carmena. *Oralia*, 21(2), 295-321. [https://www.researchgate.net/publication/330344837 Esperanza aguirre ante el cambioanalisis de estrategias retoricas en el discurso pronunciado en la investidura de manuela carmena](https://www.researchgate.net/publication/330344837_Esperanza_aguirre_ante_el_cambioanalisis_de_estrategias_retoricas_en_el_discurso_pronunciado_en_la_investidura_de_manuela_carmena)
- Muñoz-Alonso, A. (2004). Periodismo político. En J. Fernández del Moral (Coord.), *Periodismo especializado* (pp. 479-498). Barcelona: Ariel.
- Neuendorf, K. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks: Sage.
- Parmelee, J. H. (2013). Political journalists and Twitter: Influences on norms and practices. *Journal of Media Practice*, 14(4), 291-305. https://doi.org/10.1386/jmpr.14.4.291_1
- Reig, R. (2017). Metodología para el estudio de la estructura mundial de la información. En R. Reig y A. Labio (Eds.), *El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder* (pp. 15-33). Buenos Aires: Anthropos/Siglo XXI.
- Renó, D. & Barcellos, J. (2017). Paradojas de la fotografía en el nuevo ecosistema mediático: ¿Innovación tecnológica? *Teknokultura*, 14(2), 363-371. <https://doi.org/10.5209/TEKN.56439>

- Robledo-Dioses, K. (2017). Periodismo político: Una aproximación al rol social de la profesión y su relación con la democracia. *Comhumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 8(2), 22-32. <https://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/141>
- Rodríguez-Blanco, V. (2019). 10N: Parlamento fragmentado y sin claras mayorías. *The Conversation*. <https://theconversation.com/10n-parlamento-fragmentado-y-sin-claras-mayorias-126742>
- Sjøvaag, H. (2020). Journalistic autonomy: Between structure, agency and institution. *Nordicom review*, 34(s1), 155-166. <https://doi.org/10.2478/nor-2013-0111>
- Skogerbø, E. & Krumsvik, A. (2015). Newspapers, Facebook and Twitter. Intermedial agenda setting in local election campaigns. *Journalism Practice*, 9(3), 350-366. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.950471>
- Strömbäck, J. (2011). Mediatization and perceptions of the media's political influence. *Journalism studies*, 12(4), 423-439. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2010.523583>
- Tandoc, E. C. (2018). Gatekeeping Influences and Journalistic Capital: Proposing a mechanism of influence. *Journalism Studies*, 19(16), 2344-2358. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1345320>
- Wimmer, R. D. & Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.