



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS
Y SOCIALES

Trabajo Final de Máster

***Marcos y emociones: análisis
discursivo del cara a cara entre
Sánchez y Feijóo en el Senado.***

*Marcos e emocións: análise discursiva do cara a cara entre Sánchez e
Feijoo no Senado.*

*Frames and Emotions: Discursive Analysis of the Debate Face to Face
Between Sánchez and Feijóo in the Senate.*

Autora: Andrea Sartier Solla

Tutora: Dra. Maria Nieves Lagares Diez

Máster en Tecnologías de Marketing y Comunicación
Política.

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

4 de julio de 2023

Agradecimientos:

Agradecer a mí misma en primera instancia por haber elegido y arriesgarme con una carrera que me apasiona, y trabajar cada día más que el anterior por ser una mejor politóloga oficialmente. Agradecer a mi madre, la segunda persona que creyó en mí y que me ha impulsado para trabajar todos los días por el futuro que una quiere, es un ejemplo diario para mí. Y agradecer en tercer lugar a todas las mujeres que día a día nos apoyamos entre todas para lograr nuestros sueños y ser mejores profesionales, somos muchas en la disciplina, pero faltan muchas más.

Por las que fueron, las que somos y las que serán, sigamos ayudando a fortalecer la Ciencia Política juntas.

ÍNDICE:

1. INTRODUCCIÓN	8
2. MARCO TEÓRICO	11
2.1 Los Debates Electorales Espacios de Comunicación Política	11
2.2 La Construcción de Marcos Interpretativos: Teoría del <i>Framing</i>	17
2.3 El Giro Afectivo de la Investigación Política	25
3. CONTEXTO PRELECTORAL ESPAÑA (2022-2023): LIDERAZGOS EN EL PP Y EL PSOE	32
3.1 Contexto y del liderazgo en el PSOE de Pedro Sánchez	33
3.2 Contexto del PP y Cambio de Liderazgo: Fin de la Era Casado Comienzo Era de Feijóo	36
3.3 Contexto Nacional y un Nuevo Espacio de Debate Prelectoral en el Senado	39
4. METODOLOGÍA	42
5. ANÁLISIS DEL OBJETO DE ESTUDIO	50
5.1 Resultados Primer Debate Senado: Política Energética y Contexto Económico. 50	
5.2 Resultados Segundo Debate Senado: Medidas Económicas y Fiscales del Gobierno.	59
5.3 Resultados Tercer Debate Senado: Gestión de las Consecuencias Económicas de la Guerra de Ucrania.	67
5.4 Resultado Cuarto Debate Senado: Gestión de la Guerra de Ucrania y Política de Vivienda.	75
6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	83
7. CONCLUSIONES	91
8. BIBLIOGRAFÍA	94
9. WEBGRAFÍA:	97
10. ANEXOS	99

Índice de Tablas:

Tabla 1: Tabla resumen sobre las unidades de análisis de discurso del Senado.	43
Tabla 2: Tabla resumen de las dimensiones temáticas para el análisis de discursos.	45
Tabla 3: Tabla resumen de los bloques temáticos y su codificación para el análisis de discursos.	46
Tabla 4: Tabla de dimensiones y códigos de los marcos interpretativos.	47
Tabla 6: Tabla definiciones de los códigos emocionales.....	48
Tabla 7: Tabla de frecuencias de los conceptos en el discurso	90
Tabla 8: Tabla resumen sobre las fuentes de los documentos utilizados en la investigación.	99
Tabla 9: Tabla de frecuencias palabras más empleadas en el discurso de Sánchez en el primer debate del Senado.	99
Tabla 10: Tabla de frecuencias de palabras más empleadas en el discurso de Feijóo en el primer debate del Senado.	101
Tabla 11: Tabla de frecuencias de los bloques temáticos empleados por los dos candidatos en el primer debate del Senado.	101
Tabla 12: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame de la política energética en el primer debate de Sánchez.	102
Tabla 13: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame de la política energética en el primer debate de Feijóo en el Senado.	106
Tabla 14: Tabla de frecuencias sobre las emociones empleadas por ambos candidatos en el primer debate del Senado.	108
Tabla 15: Tabla de frecuencias de las palabras más empleadas en el segundo debate del Senado de Sánchez.	108
Tabla 16: Tabla de frecuencias de las palabras más empleadas en el segundo debate en el Senado de Feijóo.	109
Tabla 17: Tabla de frecuencias sobre los bloques temáticos empleados por ambos candidatos en el segundo debate en el Senado.....	110
Tabla 18: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame de la situación económica y fiscal en el segundo debate de Sánchez en el Senado.	111
Tabla 19: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame de la política económica y fiscal en el segundo debate de Feijóo en el Senado.....	118
Tabla 20: Tabla de frecuencias de las emociones empleadas por ambos candidatos en el segundo debate del Senado.	119
Tabla 21: Tabla de frecuencias de las palabras empleadas en el tercer debate el Senado por Sánchez.	120
Tabla 22: Tabla de frecuencias de las palabras empleadas en el tercer debate del Senado por Feijóo.....	121
Tabla 23: Tabla de frecuencias sobre las emociones empleadas por ambos candidatos en el tercer debate del Senado.	121
Tabla 24: Tabla de frecuencias de los bloques temáticos empleados por ambos candidatos en el tercer debate del Senado.	122
Tabla 25: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame sobre la fiscalidad y el Estado del Bienestar en el tercer debate de Sánchez en el Senado.	122
Tabla 26: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame sobre la fiscalidad y el Estado del Bienestar en el tercer debate de Feijóo en el Senado.	127

Tabla 27: Tabla de frecuencias de palabras empleadas en el cuarto debate del Senado por Sánchez.	128
Tabla 28: Tabla de frecuencias de palabras empleadas en el cuarto debate del Senado por Feijóo.....	129
Tabla 29: Tabla de frecuencias de empleo de emociones por ambos candidatos en el cuarto debate del Senado.	130
Tabla 30: Tabla de frecuencias de los bloques temáticos empleados por ambos candidatos en el cuarto debate del Senado.	131
Tabla 31: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame sobre la política de vivienda en el cuarto debate de Sánchez en el Senado.	131
Tabla 32: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame sobre la política de vivienda en el cuarto debate de Feijóo en el Senado.	137
Tabla 33: Tabla de frecuencias empleo de las dimensiones temáticas en cada debate del Senado de Sánchez.	138
Tabla 34: Tabla de frecuencias empleo de las dimensiones emocionales en cada debate del Senado de Sánchez.	139
Tabla 35: Tabla de frecuencias empleo de las emociones en cada debate del Senado de Sánchez.	139
Tabla 36: Tabla de frecuencias empleo de los bloques temáticas en cada debate del Senado de Sánchez.	139
Tabla 37: Tabla de frecuencias empleo de las dimensiones emocionales en cada debate del Senado de Feijóo.	140
Tabla 38: Tabla de frecuencias empleo de las emociones en cada debate del Senado de Feijóo.....	140
Tabla 39: Tabla de frecuencias empleo de los bloques temáticos en cada debate del Senado de Feijóo.....	140
Tabla 40: Tabla de frecuencias empleo de las dimensiones temáticas en cada debate del Senado de Feijóo.	141

Índice de Gráficos:

Gráfico 1: Gráfico de frecuencias de aparición de las dimensiones temáticas en el primer debate en el Senado.	51
Gráfico 2: Gráfico de frecuencias sobre los bloques temáticos del primer debate del Senado.	52
Gráfico 3: Gráfico de frecuencias de las dimensiones emocionales en el primer debate en el Senado.	57
Gráfico 4: Gráfico de frecuencias de los códigos emocionales empleados en el primer debate del Senado.	58
Gráfico 5: Gráfico de frecuencias sobre las dimensiones temáticas del segundo debate del Senado.	60
Gráfico 6: Gráfico de frecuencias bloques temáticos en el segundo debate en el Senado.	61
Gráfico 7: Gráfico de frecuencias sobre las dimensiones emocionales empleadas en el segundo debate del Senado.	65
Gráfico 8: Gráfico de frecuencias sobre las emociones que predominan en el segundo debate en el Senado.	66
Gráfico 9: Gráfico de frecuencias de las dimensiones temáticas empleadas en el tercer debate del Senado.	70

Gráfico 10: Gráfico de frecuencias sobre los bloques temáticos presentes en el tercer debate del Senado.	70
Gráfico 11: Gráfico de frecuencias dimensiones emocionales en el tercer debate del Senado.	73
Gráfico 12: Gráfico de frecuencias sobre las emociones presentes en el tercer debate del Senado.	74
Gráfico 13: Gráfico frecuencias dimensiones temáticas cuarto debate Senado.	77
Gráfico 14: Gráfico de frecuencias de los bloques temáticos durante el cuarto debate en el Senado.	78
Gráfico 15: Gráfico de frecuencias sobre las dimensiones emocionales presentes en el cuarto debate en el Senado.	81
Gráfico 16: Gráfico de frecuencias sobre las emociones presentes en el cuarto debate del Senado.	81
Gráfico 17: Gráfico de frecuencias sobre el uso de las dimensiones emocionales en los debates por Pedro Sánchez.	84
Gráfico 18: Gráfico de frecuencias de las dimensiones emocionales presentes en los debates en el Senado en el discursos de Feijóo.	85
Gráfico 19: Gráfico de frecuencias de las emociones empleadas en los debates en el Senado de Sánchez.	86
Gráfico 20: Gráfico de frecuencias de las emociones empleadas en los debates del Senado de Feijóo.	86
Gráfico 22: Gráfico de frecuencias de las dimensiones temáticas en el los debates en el Senado de Sánchez.	87
Gráfico 23: Gráfico de frecuencias sobre las dimensiones temáticas empeladas en los debates del Senado por Feijóo.	87
Gráfico 24: Gráfico de frecuencias de los bloques temáticos de los debates en el Senado de Feijóo.	88
Gráfico 25: Gráfico de frecuencias de los bloques temáticos empleados en los debates del Senado por Feijóo.	89

1. INTRODUCCIÓN

Dentro de la disciplina de la comunicación política, uno de los ámbitos de estudio que cuenta con una amplia trayectoria y que ha despertado el interés no solo de la investigación, sino también de la ciudadanía durante una campaña electoral, son los debates electorales televisados. Se trata de espacios en los que los/as candidatos/as salen de su zona de confort y acción política diaria, presentando ante el electorado y sus competidores/as su agenda programática en un escenario tenso de alta confrontación política.

Los debates electorales son grandes actos políticos dentro de la comunicación política y de la comunicación electoral. Sobre todo, han atraído la atención de los investigadores, aquellos debates cara a cara de la presidencia, que consiguieron grandes audiencias cuando dieron el gran salto a la televisión. Estos eventos cobran especial interés para su análisis empírico debido a su gran trascendencia mediática, donde el liderazgo y la imagen de los candidatos juegan un papel crucial (Fernández, 2008). La Televisión es en nuestro tiempo una de las principales herramientas del marketing político actual, y las nuevas estrategias de la comunicación política han sabido entender el poder que posee la imagen en nuestros días. Estos nuevos escenarios han modificado a su vez las reglas del juego electoral, provocando que los líderes hayan tenido que adaptarse a estos nuevos formatos y a sus imperativos a la hora de comunicar (Froufe, Froufe, 2010).

De entre los grandes estudios que se han realizado sobre los debates electorales, la gran mayoría se centran en efectuar un análisis temático de las intervenciones de los/as candidatos/as, del uso del lenguaje no verbal, los efectos que posteriormente tienen estos debates en el comportamiento electoral (Luengo, 2011; Lagares, Jaráiz y Castro, 2020), o incluso cuáles son las consecuencias sobre el liderazgo e imagen de los candidatos (Fernández, 2008; Degani, 2008; Dijk, 2001).

Pero estos espacios son importantes también debido a que logran generar y proyectar de forma estratégica, los marcos discursivos que un candidato aborde sobre un tema en concreto. Logrando finalmente posicionar esos temas y visiones dentro de la agenda mediática y política como dominantes. Por ello, una gran parte de los estudios sobre análisis de discurso se han centrado en observar el empleo estratégico de los conceptos y los temas, lo que se conoce como la creación de marcos interpretativos de la realidad (Braun, 2015; Entman, 1993). Reflejando así el gran poder que tiene el lenguaje y los discursos, motivación de esta presente investigación. Lograr vislumbrar cómo se enmarcan estratégicamente los temas políticos y de actualidad, en escenarios de debate político (Degani, 2015).

Esta observación aporta la novedad de llevar el análisis de marcos presente en los debates y discursos, a un escenario distinto, tradicionalmente poco mediatizado en el contexto político español, como es la cámara baja de representantes, el Senado. Las investigaciones de análisis de discurso suelen enfocarse a actos durante la campaña electoral, o intervenciones parlamentarias en las cámaras altas de representantes. Debido a las circunstancias actuales del contexto político español, y la gran atención mediática que han recibido los debates cara a cara en el Senado, creemos que presentan un nuevo objeto de estudio que nos puede aportar nuevos resultados interesantes a tener en cuenta de cara a las próximas elecciones generales de julio de 2023.

El interés residirá en analizar los discursos dos partidos políticos que han sido los protagonistas de los debates en el Senado, por una banda, el Presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, líder del Partido Socialista Obrero Español (PSOE). Y el actual líder de la oposición, Alberto Núñez Feijóo, candidato por el Partido Popular (PP). El marco temporal será el establecido desde las primeras comparecencias del presidente en el Pleno del Senado y la posterior mediatización de estos cara a cara. Siendo la única fórmula posible para que los dos candidatos contrapongan sus ideas y argumentos, de setiembre de 2022 hasta abril de 2023, antes de las elecciones municipales y autonómicas del 28 de mayo del mismo año.

Podemos entender estos duelos como una oportunidad comunicativa para ambos, desde el partido de la oposición como una oportunidad para desgastar y atacar al gobierno central. Así como conseguir mediatizar el nuevo liderazgo que quieren construir basándose en la figura de su nueva candidatura de Núñez Feijóo. Por la banda contraria para el partido en el Gobierno se presenta como una oportunidad para defender las medidas de la legislatura, poner en la agenda mediática los temas de actualidad y que les benefician, así como fortalecer el liderazgo de Sánchez como Presidente del Gobierno. Se trata, por tanto, de dos contextos de partida completamente distintos, que se van a reflejar en las estrategias discursivas en sede parlamentaria, en un contexto de pre campaña electoral que puede adelantar estrategias y temáticas de cara a las elecciones no solo municipales, sino generales.

En el campo de las investigaciones discursivas, nos apoyaremos en un análisis mixto combinando una metodología cuantitativa, apoyada en observaciones discursivas mediante datos cualitativos también. Trataremos de observar, dentro de las líneas discursivas y temas que prioriza cada candidato, las categorías de contenido que pueden esperarse que surjan de las elocuciones en un debate, como ataques al adversario y la defensa de sus posiciones. Pudiendo abrir el debate a los ejes temáticos y discursivos que predominarán las próximas elecciones generales. Llevando a cabo la realización de un análisis de discurso aplicando los marcos y la teoría del *framing* para entender cómo se enmarcan los problemas públicos desde dos partidos políticos antagonistas y desde dos cosmovisiones distintas.

Las preguntas de investigación que nos planteamos son:

P1: ¿Qué tipo de cuestiones o temas prevalecen en los discursos del Presidente del Gobierno durante los debates producidos en el Senado? ¿Y en el discurso del líder de la oposición?

P2: ¿Existe una coincidencia en los temas a tratar, pero empleando diferentes marcos interpretativos entre ambos candidatos?

P3: ¿Existe una estrategia discursiva diferenciada entre el candidato a la presidencia del gobierno y el actual Presidente del Gobierno? ¿El candidato en la oposición utiliza más estrategias de ataque, así como emociones negativas? ¿El actual presidente adopta una estrategia más propositiva?

En relación con estas preguntas, las hipótesis que se pondrán a prueba son:

H1: Cabe esperar que el Presidente del Gobierno y candidato del PSOE opte por tratar temas relacionados con la defensa y medidas políticas que haya realizado durante su legislatura. En

el caso del líder de la oposición, los temas a tratar serán en su mayoría críticas directas a la gestión del gobierno, así como temas de actualidad política y el estado de la economía del país por ser un partido conservador.

H2: Basándonos en resultados obtenidos en otros estudios, pensamos que ambos líderes van a coincidir en enmarcar temas como la economía o el empleo, como primordiales, pero el enfoque será distinto. No compartirán ni las soluciones, ni la raíz del problema, ni a los culpables.

H3: Por tanto, la estrategia discursiva del Presidente del Gobierno será de defensa y de presentar los logros de la legislatura, utilizando más emociones positivas como el entusiasmo. Mientras que el líder de la oposición efectuará una estrategia de ataque con un gran uso de las emociones negativas.

La estructura en la que se fundamenta el presente estudio será la siguiente. Se presenta, en primer lugar, una revisión teórica sobre la literatura existente y los hallazgos de investigación sobre los debates electorales, el uso estratégico del discurso mediante la teoría de marcos interpretativos, el establecimiento de la agenda *setting* y *el uso de las emociones en política y discursos*. Posteriormente, se realiza una contextualización de los dos liderazgos, así como del contexto actual de los dos partidos políticos en el que nos sumergimos. En tercer punto, se especifica la metodología llevada a cabo para el análisis del objeto de estudio y la forma en que trataremos nuestras unidades de análisis, los discursos parlamentarios del Senado y cómo se codificarán mediante el empleo del *software Atlas.ti 9*. De esta forma se presentan los resultados del análisis cuantitativos y cualitativos, con los que se busca responder a las preguntas de investigación e hipótesis iniciales. Llegando a unas conclusiones al respecto, así como los hallazgos a tener en cuenta de cara a próximas investigaciones.

2. MARCO TEÓRICO

La revisión de la literatura en este apartado busca presentar los principales hallazgos que estudian en la Ciencia Política y en la rama de la comunicación política, todas las conclusiones sobre el estudio de los debates electorales, la construcción de la agenda *setting* y el proceso por el cual los temas pasan a formar parte de la agenda política y posteriormente la agenda discursiva. Además de entender cómo los partidos enmarcan esos temas a través de una de las teorías más importantes, el análisis de marcos o la teoría del *framing*. A pesar de que la inmensa mayoría de literatura y casos empíricos provengan del continente americano, se dedicará especial atención a los hallazgos encontrados en el caso europeo y español que nos ocupa. Así como tener en cuenta la importancia de las emociones y su uso estratégico en los discursos políticos.

2.1 Los Debates Electorales Espacios de Comunicación Política

El estudio de los debates electorales pertenece a una rama y ámbito de observación generalizado en el campo de la investigación de la Ciencia Política, sobre todo aquella destinada a desengranar el comportamiento electoral de la ciudadanía y en este caso, los posibles efectos que pueden generar o no los debates televisados (Luengo, 2011). La literatura ha llegado al consenso de afirmar que estos debates, cuentan con efectos limitados a la hora de lograr inferir en la decisión final del voto. Pero es cierto que se ha comprobado que, en ciertos contextos, con alta competición electoral, logran tener un impacto sobre un alto porcentaje de electores indecisos, cuyos anclajes tradicionales del voto se encuentran debilitados, como en el caso de la identificación partidista (Luengo, 2011).

La importancia de los debates televisados reside en que suponen un acercamiento a los oyentes, a los votantes. Se les presenta como una oportunidad para entrar en contacto directamente con los candidatos y conocer sus posiciones al respecto de los principales temas de actualidad y de campaña. Además de poder observar de forma directa sus habilidades de liderazgo y comunicación.

Cuando hablamos de debates electorales desde el ámbito de estudio de la comunicación política, encontramos las siguientes acepciones:

“(-) se puede entender como el enfrentamiento dialéctico entre las partes rivales que compiten en la contienda electoral” (Froufe, Froufe, 2010: pag. 7)

“El debate electoral es un instrumento que permite al votante confrontar y comparar al mismo tiempo tres aspectos fundamentales: las ideas, los perfiles políticos y las imágenes de los candidatos” (Froufe, Froufe, 2010: pag. 7)

Los debates electorales constituyen un campo de juego privilegiado de disputa entre actores políticos que intentan influir en la construcción de la agenda mediática. Para, en última instancia, dar forma a las preocupaciones de los ciudadanos, en un contexto que rara vez va a repetirse, con grandes audiencias interesadas por consumir contenidos políticos (Zalleer, 1992 citado en García 2018).

Una estrategia fundamental a la hora de analizar y preparar un debate es el uso estratégico del lenguaje a la hora de transmitir mensajes. El lenguaje político que se emplea en los discursos, sobre todo si tienen un carácter electoral, es que cuentan con una caracterización propia. Se diferencian por, entre otras cosas, utilizar el doble lenguaje (López, 2017), como expresiones vagas o eufemismos; cuentan con un carácter polémico, que construye el discurso en términos de confrontación con el adversario; y disponen a su vez de un carácter agitativo, haciendo referencia al fin para el que se elabora, incitar de alguna manera al receptor.

La influencia en el votante en este caso se va a legitimar mediante el proceso de identificación ideológica, que apela a la pertenencia a un grupo social determinado con el que se comparten creencias y estereotipos. Mediante el empleo de las inferencias necesarias, consiguen recibir los mensajes que están diseñados a su medida de una forma más afable y con la que tienen nexos comunes basados en algún tipo de relación previa (López, 2017).

Cuando pensamos en grandes debates televisados, nuestra mente se va a los grandes debates presidenciales de Estados Unidos (EE.UU.), y es cierto que del contexto norteamericano se importó la realización de este tipo de debates. Hecho que también influyó en la producción de literatura y estudios sobre este fenómeno. Muchas teorías sobre los debates hablan incluso de un proceso de americanización de la política, que se caracteriza principalmente por el protagonismo de los Medios de Comunicación (MM.CC.), sobre todo de la televisión, ocasionando que el contenido político esté limitado a los ritmos y tiempos de los medios de masas (Marlen, Muñiz y Ramírez, 2011).

Estas consecuencias se reproducen en la producción de investigación al respecto de este objeto de estudio, las conclusiones y principales investigaciones sobre los debates electorales provienen del ámbito y contexto norteamericano. Aportando, por tanto, conclusiones que no son extrapolables al contexto europeo, menos aún a la política española, donde los debates electorales no cuentan con la magnitud y popularidad de EE.UU. ni están ejecutados bajo las mismas normas (Hallin y Mancini, 2004; citado en Luengo 2011). Por lo que resulta vital replicar estos análisis a nuevos casos de estudio, como el caso español.

Una de las semejanzas entre estos debates presidenciales de EE.UU. frente al resto, podrían ser precisamente los efectos marcados que desempeñan en la audiencia. Cumplen una función de refuerzo del voto de los ya comprometidos o identificados, con cada uno de los partidos. Pero en cuanto al formato no comparten la misma estructura.

En Europa existen otros modelos de debates que se asemejan al modelo español, como los debates electorales franceses (Marlen, Muñiz y Ramírez, 2011). La gran diferencia es la menor espectacularización del debate, presentándose al contrario como un programa informativo en el cual los candidatos discuten en profundidad unos temas determinados. En este caso, la persona encargada de moderar propone los temas que se someterán al debate, así como los pueden introducir en formato de preguntas, buscando fomentar la confrontación entre los candidatos. Se realiza sin presencia de público en el estudio, esta es una de las grandes diferencias respecto a EE.UU. Otro modelo que se asemeja, sería el modelo de debate alemán, que utiliza una escenografía más similar al español, el debate se produce de pie en atriles, efectuando una presentación conjunta de los candidatos.

Una de las consecuencias negativas del estilo rígido y pautado de los debates electorales en el contexto europeo, es que provocan un descenso en el seguimiento por parte de la audiencia. Debido al propio formato lo perciben como otro espacio donde cada candidato y partido expone sus ideas sin debatir realmente con los contrincantes. Además de que durante su realización la ciudadanía no cuenta con ninguna forma activa de participar planteando preguntas a los candidatos (Carrera, 2015).

Por tanto, los debates en el contexto europeo pasan a cumplir una función de presentar las alternativas políticas de gobierno. Debemos de entender que se enmarcan dentro de un contexto en el que se enfrentan a un aumento de la volatilidad electoral, así como un descenso de la identificación partidista, que lleva a que se observen los mayores efectos entre los sectores de la población más indecisos (Rodríguez, 2012). No consiguen modificar decisiones de voto previas, pero sí son de utilidad para los electores a la hora de confirmar sus percepciones establecidas de los candidatos o partidos. Ayudándoles a conectar las creencias previas con lo transmitido en pantalla, eliminando dudas en el mejor de los casos (Casado, 2012).

Es cierto que en España se han realizado investigaciones a cabo sobre la influencia de los debates en el cambio de las percepciones de los ciudadanos sobre las candidaturas, así como sobre el sentido de su voto (Lagares, Jaraiz y Castro, 2020). Llegan a la conclusión de que los efectos producen un refuerzo del voto, así como del liderazgo de los candidatos que gozan de mayor popularidad previa.

Por ello, antes de analizar un debate electoral y los discursos que se pronuncian, primero se debe de partir de un análisis contextual de la situación previa de los partidos implicados y del contexto en el que se llevará a cabo. Debido a que serán múltiples los factores que van a influir en las estrategias discursivas de los candidatos y partidos, y determinarán que temas serán cruciales y ocuparán el foco de la confrontación (Luengo, 2011).

Pero a pesar de estas características negativas que despiertan los debates electorales, es cierto que siguen atrayendo la atención de los votantes, sobre todo en periodo de campaña electoral. Debido a su propia naturaleza despiertan la curiosidad por su desarrollo, al realizarse en directo, aportándole dramatismo y cierta necesidad de improvisación discursiva. Así como la limitación del tiempo de intervención fuerza la confrontación entre candidatos en las réplicas. Comparado con otros actos de campaña donde no existe la confrontación de ideas a tiempo real, sabemos que estos debates van a mediatizarse con más facilidad. El formato cara a cara también supone una situación extrema para los políticos, exponiéndose a momentos de incertidumbre y examen por parte de los MM.CC. y la ciudadanía.

Los estudios de comunicación política y liderazgo dan importancia a la realización de estos debates a la hora de proyectar credibilidad, transmitir confianza, cercanía, así como mostrar el uso de las habilidades dialécticas y de comunicación no verbal de las candidaturas. Son todos ámbitos cruciales que se examinan al detalle en televisión, así como en debates en sede parlamentaria, donde todo se analiza y todo comunica (Casado, 2012).

A la hora de analizar empíricamente los debates electorales se suele prestar atención al contenido discursivo de las exposiciones. Se analizan minuciosamente los temas o bloques mediante los que se abordan las problemáticas actuales. En el ámbito estadounidense, estos se clasifican en un marco general y posteriormente en algunos temas concretos que se

abordan. Dentro del marco general, los temas que tradicionalmente agrupa son: la *situación económica*, el *empleo*, la *sanidad*, la *educación*, entre otros. Se pueden abordar de forma superficial otros temas más concretos que pueden responder a la coyuntura actual del país, además de introducir temas seleccionados por los espectadores a través de preguntas para los candidatos, pudiendo llevar al debate temas de interés público que no han sido pactados previamente.

Esta es otra de las funciones y oportunidades que ofrecen los debates, dar a conocer a los candidatos, pero también buscan aportar valiosa información al electorado sobre su agenda programática, sus posiciones políticas al respecto de determinados temas e *issues*, así como información sobre sus aptitudes de liderazgo (Lagares, Jaraiz y Castro, 2020).

Esta reflexión parte del entendimiento de los electores como personas que necesitan economizar sus recursos a la hora de tomar decisiones, y que buscan basarse en ser racionales. Los debates les ofrecen, por tanto, un escenario de amplia información sobre la oferta política para conformar sus preferencias y tomar una decisión de voto. Cumplen, la función de ser atajos cognitivos que les exponen, de forma resumida y compacta, toda la información relativa a la oferta política, los programas, las candidaturas, etc.

A nivel de producción discursiva, los debates también nos dan mucha información sobre las estrategias de campaña y los estilos discursivos de cada candidato. Esto depende no solo de los temas que elijan abarcar, así como la fortaleza o debilidad de su liderazgo. También van a depender de la posición de la que parte su partido. Por tanto, se han detectado tres categorías de contenido a la hora de diseñar una estrategia discursiva en este tipo de debates (Fernández, 2008):

- ❖ Por un parte, existe la crítica al adversario, llevando a cabo una consideración crítica hacia su persona, sea enmarcando a su formación política, su entorno, su gestión, las propuestas, etc. Se produce un discurso crítico que emplea sobre todo el tono negativo.
- ❖ Otro estilo es la defensa de las políticas o logros realizados, así como resaltar nuevas propuestas a futuro. Busca poner en valor la acción y gestión pasada, ya sea del propio partido o de anteriores dirigentes, ideas defendidas hasta el momento, promesas electorales o las acciones futuras. Se busca promover una visión positiva del propio orador y del partido al que representa, con relación al cargo que ocupe.
- ❖ El tercer estilo sería la utilización de la contraposición del nosotros versus ellos. Este tipo de argumentario conjuga las dos anteriores formas de enfocar un discurso de forma simultánea, pero a la vez contrapuesta. Ejecuta de forma paralela la puesta en valor de las propias posiciones, a la vez que efectúa ataques al adversario.

Con base a estos tipos de estrategias que se pueden observar en los discursos, la recopilación empírica ha observado que en la mayoría de las ocasiones el líder de la oposición realiza ataques constantes a la gestión del gobernante, entendiendo que una buena estrategia y campaña de desgaste puede proporcionarle beneficios electorales a corto plazo (Fernández, 2008).

Pero en política no solo se tienen en cuenta el corto plazo, como tampoco son solo importantes los debates electorales oficiales que se establecen durante la campaña electoral, 15 días en nuestro país. Hemos comprobado que cada vez más están cobrando importancia los contextos preelectorales, ya que sientan las bases a los temas que serán claves en las campañas electorales, o el tino o estrategias discursivas que los contrincantes van a desenvolver. Se conocen comúnmente como los efectos que tiene la campaña permanente en la que se ha instalado la política en nuestros días (Casado, 2012).

El objetivo de los debates electorales no es llegar a una posición de acuerdo o consenso sobre un tema, sino todo lo contrario, resaltar las diferencias y presentar alternativas que atraigan y convencan a los electores. Si tenemos en cuenta la acepción de la palabra debate a nivel conceptual, según la Real Academia Española (RAE) implica términos de contienda, de lucha o combate dialéctico. Es un concepto impregnado de un fuerte componente bélico y de enfrentamiento. Otros autores incluso lo definen como una confrontación ideológica en la cual la polémica y el enfrentamiento aparecen desde el inicio (Herrerros, 1995; citado en Froufe, Froufe, 2010).

Pero las conclusiones de la literatura y análisis empírico defienden que el uso de las estrategias negativas y de ataque excesivo, puede producir efectos no deseados y de rechazo. Incluso puede tener como resultado una mala valoración de la intervención y el discurso del candidato. Mientras que la exposición de ideas formuladas de forma positiva, basadas en la defensa de ideas y propuestas propias, tienden a generar un mayor efecto e impacto en el destinatario (Luengo, 2011).

Los debates electorales han supuesto, por tanto, un acercamiento de la política al electorado, de forma que el traslado de mensajes se produce a través de tres niveles de interacción (López, 2017): a nivel cognitivo, afectando al grado de conocimientos o información que tengan sobre los temas y la actualidad política; a nivel afectivo, sobre las emociones o interés que despierten estos procesos en ellos; y a nivel actitudinal, se concreta con el grado de influencia que tengan sobre el comportamiento electoral.

Su popularidad y expectación reside en que logran concentrar la atención de la campaña en un espacio concreto, generando mucha información añadida (García et al, 2018). Los espacios que generan los debates electorales están diseñados según el análisis previo de las necesidades específicas del contexto en el que se enmarca, así como de las necesidades de los candidatos y del electorado. De ahí que despierte interés analizar el diseño estratégico del discurso que se da en estos espacios concretos.

El uso estratégico del discurso y de los mensajes que se utilizan, en el caso de los mensajes negativos y de ataque, se utilizan no solo para tratar de dañar la imagen del adversario, sino que también con el objetivo de tener que defenderse. Buscando restar parte del tiempo al adversario en su exposición y argumentario, teniendo que responder a los ataques lanzados por el contrincante. Por lo que cabe esperar que el político en posición de poder, como el caso de un presidente del Gobierno que se presente a la reelección, que se le plantee un tipo de preguntas y ataques sobre los que tenga que rendir cuentas, a la vez que presentar y defender sus acciones y políticas pasadas, en relación a la experiencia empírica tienden a ser mucho más propositivos.

Por tanto, se debe de entender el empleo de unas u otras estrategias discursivas como una herramienta para tratar de persuadir o de seducir al elector mediante el uso de la palabra. A través del poder del lenguaje y la palabra se activan denominados lugares comunes en el subconsciente y del empleo de apelaciones emotivas. Que van a hacer referencia a afirmaciones abstractas o ambiguas, que formulan objetivos o valores sociales genéricos comúnmente aceptados por la mayoría de la ciudadanía (Luengo, 2011). Los conocidos como marcos interpretativos de la realidad.

Antes de sumergirnos en la teoría del *framing* es necesario entender cómo se construyen los problemas políticos y como estos llegan a establecerse en la agenda política. Todo englobado dentro del proceso de la construcción de la agenda *setting*.

Sobre el posicionamiento de los temas en la agenda pública y mediática existe toda una corriente de investigación al respecto. La teoría sobre la agenda *setting* estudia el proceso por el cual se someten los temas a una batalla por ocupar el centro del debate público. Para poder posteriormente ser absorbidos por la agenda política y mediática, logrando convertirse en un tema que se perciba como importante y que pase a estar incluido en la agenda programática de algún partido. Pero en este fenómeno intervienen múltiples actores, no solo los políticos y la ciudadanía, también influyen los medios de comunicación dentro del proceso de construcción de la agenda. Poseen un poder relevante, como es decidir sobre que piensa la gente, establecen qué temas son importantes.

Una máxima de los estudios de comunicación política a la que se ha llegado durante el proceso de observación del comportamiento humano, es que, ante un estímulo los electores producen una determinada respuesta. Por ello, la producción de los discursos está pensada para provocar una respuesta concreta.

En la década de los años 50, con la llegada de un nuevo medio de comunicación de masas como es la Televisión, se produce una gran transformación de la comunicación política. A través del uso de técnicas y estrategias de marketing en la competición, donde se le concede un peso crucial tanto al lenguaje y el poder de la palabra como a la imagen del candidato. Esas respuestas de los electores se traducen en un cambio o un comportamiento específico, actitudes políticas que remiten a la existencia de valores que se vuelven uniformes y crean tendencias y corrientes de opinión generalizadas. Llegan a ser tan potentes debido a que se relacionan de forma directa con determinados símbolos, y con la utilización que hacemos de los significantes y los significados.

Las bases fundamentales de esta teoría buscan estudiar cómo se establece la agenda pública, la forma en que los temas llegan a formar parte del debate político. Autores como McCombs la definen como un fenómeno que analiza la capacidad de influir de los medios para que determinados temas obtengan más o menos relevancia en el debate público y social, cuyo objetivo final es establecerse en la agenda política (Maxwell, López y Llamas, 2020).

Existen varios niveles de efectos que genera el establecimiento de la agenda temática. En primer lugar, en el primer nivel de definición de la agenda se le asigna importancia y relevancia a un tema, haciendo que la ciudadanía tome conciencia de que existe. En el segundo nivel del establecimiento de la agenda se procede a destacar un aspecto concreto sobre ese tema, para lograr captar la atención del público. Es aquí donde entran en juego los marcos

interpretativos que buscan destacar qué pensar sobre el mismo, ofreciendo una perspectiva a la hora de abordarlo y entenderlo.

Son múltiples los factores que intervienen en el proceso de formación de la agenda pública. El ciclo de atención que se les da a los temas públicos, la forma de establecer la agenda y los efectos que se pueden generar para un posterior cambio cultural de la sociedad (Carrillo, Tamayo y Nuño, 2013). Las agendas y los temas que las conforman evolucionan, por ello debemos distinguir aquellos temas que se constituyen como crónicos presentes en la agenda por largos periodos de tiempo, de aquellos temas que aparecen y desaparecen con rapidez denominados como intermitentes o de crisis. Paradójicamente, los temas intermitentes, cuando aparecen en la opinión pública y se sitúan en el centro de debate, son los que despiertan mayor atención de la ciudadanía.

Los MM.CC. así como la televisión, tienen una alta capacidad para establecer los problemas que gozan de prioridad dentro de la agenda (García et al 2018). Sobre todo, en periodos de campaña electoral o pre campaña, que se convierten en momentos comunicativos intensos donde los tres actores principales de la comunicación política (la agenda política, mediática y pública) junto con el sistema político, interactúan (Castromil, Rodríguez y Garigós, 2020).

Mientras que las teorías de la agenda *setting* o del *priming* se centran en la accesibilidad de los temas dependiendo de su relevancia, la teoría del *framing* lo que resalta es la aplicación que se les da a esos temas, la conexión interpretativa que se hace sobre ellos. Por ello se ha generado una teoría propia e independiente como el *framing*, que construye la realidad socialmente a partir de cambios de significado en los discursos políticos (Mariño y Rabadán, 2009). La agenda *setting* nos indica sobre qué pensar, y el *framing* establece el cómo pensar sobre ese tema. Como resultado final del proceso mediante el *priming*, adquirimos los argumentos que se nos presentan para decidir qué pensar al respecto.

2.2 La Construcción de Marcos Interpretativos: Teoría del *Framing*

Dentro de este proceso no solo compiten los temas por ser relevantes, sino que sobre un mismo tema compiten las perspectivas y enfoques a la hora de abordarlos. En ese segundo nivel que se conoce como el *framing*. Existe una batalla discursiva y política por imponer las perspectivas sobre esos temas para que consigan establecerse de cara al futuro como visiones dominantes de la realidad social.

Los marcos interpretativos, por tanto, añaden objetos y atributos al tema central, definen cómo pensar sobre ese tema en ese segundo nivel de construcción de la agenda *setting*. Los objetos son los temas concretos que se pueden asociar a esa gran idea general que los engloba, mientras que los atributos hacen referencia a los aspectos clave en los que queremos que reflexionen a la hora de abordar ese tema en cuestión. Son estos atributos los que van a diferenciar el argumentario y discurso entre los actores que participan en la conversación pública.

Dentro de nuestra disciplina, la Ciencia Política, la teoría de *framing* se ha consolidado como una de las más importantes y relevantes de la segunda mitad del siglo XX. En dicha rama de estudio coexisten aportaciones de diversas disciplinas entre sí, como la sociología o la

psicología, ente otras. Pero a partir del año 2000 este paradigma sufrió una reorganización teórica que aportó una gran cantidad de desarrollo empírico (Mariño y Rabadán, 2009).

A pesar de ser objeto de estudio de numerosas investigaciones, no existe una teoría única y consolidada que muestre de una forma sistemática cómo funcionan los marcos. Ni cómo se manifiestan en los distintos objetos de estudio, como puede ser en los discursos, mucho menos de los múltiples efectos que provocan a nivel social y político (Entman, 1993).

Pero sí que se han alcanzado acuerdos sobre las implicaciones de los marcos, y es que todos los estudios llegan a la conclusión de que su función es la de seleccionar determinados aspectos de la realidad percibida, para destacarlos sobre otros en nuestro imaginario sobre la realidad. Los marcos sitúan un tema, lo evalúan, diagnostican el problema y prescriben soluciones para resolverlos. Un esquema mental fácil de reproducir y comprender para la ciudadanía, esto favorece su asunción como un razonamiento propio y argumentado, normalmente asentados y asociados a valores culturales-sociales comunes, que favorecen la interiorización de estos argumentos.

Lakof definía los marcos interpretativos, más conocidos como *frames*, como una estructura mental que se construye según las vivencias y los roles sociales establecidos, una forma de ver y entender la realidad (Degani, 2015).

Entman así como Glitin, precisamente destacaban sobre los marcos los efectos de resaltar determinadas partes de la realidad y oscurecer otras (Maxwell, López y Llamas, 2000). De esta forma, un marco nunca agota todas las posibilidades que existen a la hora de abordar un tema en específico. Por lo que se pueden entender los marcos como sesgos sociales o estructurales, a través de los que observamos la realidad desde una determinada perspectiva que puede no ser compartida por los demás.

Una definición más abstracta ligada a los estudios psicológicos los definen como grandes estructuras mentales que nos permiten organizar nuestros pensamientos para lograr comprender la realidad. Una realidad que se encuentra en constante construcción social, mediante categorías que asimilamos.

Esa definición de los marcos como esquemas mentales, tiene que ver con que los entendemos como estructuras de pensamiento que ayudan al individuo a reducir la complejidad de la información y de los múltiples temas que residen en la esfera social. El procesamiento de tanta información diaria complica su razonamiento e interiorización, por ello emplean estos mecanismos para procesar esa información, asimilarla de la forma más sencilla posible e interiorizarla sobre la base de conocimientos previos y valores socialmente aceptados.

La ciencia cognitiva ha comprobado que las personas estructuramos nuestro conocimiento y opiniones sobre la base de los marcos. Las nuevas visiones que los políticos quieren darle a los problemas solo encajarán en las ideas preconcebidas de los electores si estos nuevos hechos que se les presentan encajan en los marcos previos asimilados. Si lo hacen, el marco prevalece en su subconsciente, pero si no, esos hechos rebotan y se rechaza esa nueva visión sobre el problema (Lakoff, 2017). Debido a que una vez que estos marcos se interiorizan, estos van a ser muy difíciles de borrar o modificar del subconsciente del individuo.

Una tercera acepción de los marcos, tiene que ver con el diseño estratégico de los discursos. Entendiendo los marcos como espacios de competición por dar significado y construir la realidad. Así como por conseguir atraer la atención de los medios hacia aquellos temas que se desean tratar en los debates (Rodríguez, 2012). La influencia de estos procesos de definición de los temas se puede observar en los debates, en televisión o en las cámaras de representantes. Establecen el escenario en el que los partidos van a competir por situar sus temas dentro de la agenda pública y mediática, de manera que serán los que protagonicen en su mayoría el desarrollo del debate.

Pero es cierto que existen diferentes formas de conceptualizar los marcos para su posterior análisis empírico (Braun, 2015):

- ❖ Por una banda contamos con aquellos estudios que entienden los marcos como un factor explicativo posterior de la toma de decisiones políticas. Cuyo objetivo sería el de observar cómo la definición de las cuestiones políticas afecta a la elaboración de la agenda, las políticas públicas, los debates y al funcionamiento de las propias Instituciones.
- ❖ Otra visión entiende los marcos como narrativas, su objetivo es producir una explicación interpretativa de la resolución pragmática de conflictos. En este proceso los actores dan sentido a una situación determinada mediante la denominación, selección, categorización y narración del mismo. Entendiendo que existe una conexión entre las historias que transmiten los mensajes. Por tanto, los marcos se explican dentro de un tipo de relatos que dan pautas sobre como asociar los hechos con los valores y creencias previamente seleccionadas, aportando una conducta para actuar al respecto. Esta forma de entender los marcos se utiliza sobre todo para analizar cómo se definen los problemas a través de los relatos en las interacciones políticas.
- ❖ Otra forma de acercarse al concepto de los marcos es desde la visión de los marcos como recursos o una herramienta estratégica, visión que adopta esta investigación. El objetivo de aplicar esta noción es relatar la evolución de un relato o discurso a través de la competencia y la redefinición del marco en un contexto institucional específico. Se concibe el encuadre como una actividad estratégica, donde mediante una lucha por posicionar un marco como dominante sobre un tema, se relatan líneas de conflicto e interacción a través del uso de la palabra. Esta noción analiza en profundidad los esquemas que subyacen al relato y las categorías establecidas, según el peso que tengan en un determinado contexto.
- ❖ Finalmente, otras visiones entienden los marcos como una ideología en sí mismo. Que reproducen las relaciones de poder diferenciales de la realidad que se trasladan al ámbito comunicativo. El objetivo de análisis es político, buscan detectar en los marcos patrones de ideología, la crítica social, a las desigualdades y las dinámicas de poder establecidas.

La perspectiva dominante y con más aportaciones empíricas es la noción de los marcos como herramientas estratégicas en los discursos. Entman entiende el *frame* como una acción estratégica que genera consecuencias en el discurso: da una definición de un problema concreto, le atribuye una causalidad, aporta un juicio moral a ese problema y una

recomendación de tratamiento o solución para paliarlo (Mariño y Rabadán, 2009). Podemos entender los marcos, por tanto, como una herramienta de comunicación política.

“Enmarcar es seleccionar algunos aspectos de una realidad percibida y hacerlos más importantes en un contexto de comunicación, de tal forma que se promueva determinada definición del problema, la interpretación causal, la evaluación moral y/o la recomendación de tratamiento para el tema descrito” (Entman, 1993; citado en Rodríguez, 2012: pag. 5).

Un aspecto clave para comprender el funcionamiento de los marcos es entender que dentro de su definición activa no solo se delimitan unos determinados problemas, al mismo tiempo se invisibilizan otros. Cada vez que se da un mensaje o se pronuncia un discurso, se utilizan estos marcos como forma de atraer la atención del oyente, a la vez que se busca asociar sobre un determinado tema una serie de conceptos y símbolos culturales que se encuentran asimilados de antemano por el individuo.

Las funciones clásicas de la noción del marco o encuadre son, entre otras, las de poder construir socialmente la realidad, dar forma a la opinión pública, influir en el proceso de toma de decisiones, articular la acción colectiva y la forma de socialización política (Mariño y Rabadán, 2009).

Pero no todos los marcos son iguales, existen categorías como los marcos denominados de superficie, intermedios o profundos. Los marcos de superficie hacen referencia al uso que establecen que adquieran las palabras y los mensajes. Los marcos catalogados como profundos, remiten a valores y principios sociales que están mucho más arraigados en el subconsciente de cada individuo y son más complejos de cambiar o modificar en las estructuras mentales. Mientras que los marcos catalogados como intermedios, son aquellos que definen a los temas, creando el enfoque o perspectiva a la hora de abordarlos.

Como en todo proceso de construcción de un tema o problema, las fases de construcción son fundamentales, así que en la construcción de un marco también podemos detectar partes fundamentales que dan forma a esa visión final que se aporta sobre un tema. La teoría del *framing* o de marcos han realizado múltiples análisis empíricos para observar los enfoques transmitidos durante los debates. Han llegado a la conclusión de que tanto los medios como los candidatos, de forma consciente, proyectan un encuadre mental de la realidad a la que hacen referencia (Rodríguez, 2012). Privilegiando en sus mensajes una definición del problema sobre un tema de una forma determinada, con su correspondiente solución o evaluación, que no tienen que ser las que se presenten sobre el mismo tema por parte de sus contrincantes o el resto de la sociedad.

Enmarcar un tema por tanto no solo es definirlo, sino que también busca involucrar a otros actores en ese proceso. En este ámbito se aportan perspectivas sobre varios elementos claves cuando hablamos de marcos interpretativos. Por una parte, se efectúa una definición de ese determinado tema o problema, a la vez que se identifican los roles y responsabilidades de otros actores, ya sea como culpables, como víctimas o como personalidades encargadas de solucionar ese problema, etc A la vez que se presenta una solución y una motivación por el cual ese tema es importante en ese momento y necesita de la atención pública y política.

La producción empírica ha identificado tres partes fundamentales a la hora de identificar y analizar un marco. Por una parte, tenemos la *diagnose*, que analiza en primera instancia y

define cuál es el problema concreto, que es lo que esos actores perciben que está mal a la vez que identifican a un responsable de ello (Máiz, 2018).

En la segunda parte se identifica la *prognose*, que establece todo lo necesario para remitir y cambiar esa situación que esos actores definen como problemática. A la vez que se presenta la solución que ese grupo de actores ofrecen como sello distintivo a ese problema identificado. Pudiendo aportar al final una solución ideal a ese tema concreto, además de dictar quién debe de llevarla a cabo para revertir el problema (Máiz, 2018).

La tercera parte fundamental es la motivación por la que se intenta atraer la atención del electorado hacia ese tema concreto, aportando la necesidad de abordarlo por parte de la sociedad y la agenda política. Utilizando los marcos interpretativos para conectarlos con valores y creencias socialmente aceptados.

La noción del encuadre se encuentra también muy relacionada con la idea de atribuir responsabilidades. Establecen en el relato una conexión entre un comportamiento o resultado observado y la consideración de que alguna persona u organización son responsables de esa acción (Aruguete, 2017). Encuadrar algo es sugerir el origen de un conflicto, esta es la esencia de la aparición de los *frames*. Los marcos, por tanto, no solo actúan a nivel temático, también están presentes en el nivel estructural, sintáctico, secuencial y retórico de los discursos políticos. Se plantean en relación a la fórmula sobre cómo pensar acerca de algo, y se operacionaliza normalmente en términos de componentes afectivos.

La tarea del análisis de marcos es discernir cómo se representa el problema y someter esta representación del problema al escrutinio público, de forma que identifiquemos las siguientes claves en los relatos (Bacchi, 2012):

- 1) ¿Cuál es el problema representado?
- 2) ¿Qué presuposiciones o supuestos sustentan esta representación del problema?
- 3) ¿Cómo se ha llegado a esta representación del problema?
- 4) ¿Qué queda sin problematizar en esta representación del problema? ¿Dónde están los silencios? ¿Se puede pensar en ese problema de forma alternativa?
- 5) ¿Qué efectos produce esta representación del problema?
- 6) ¿Cómo/dónde se ha producido, difundido y defendido esta representación del problema? ¿Cómo ha sido o podría ser cuestionada, perturbada o sustituida?

Para ello deberemos de buscar las siguientes claves en los discursos (Bacchi, 2012).

- ❖ Buscar la representación implícita del problema en el discurso.
- ❖ Reflexionar sobre las premisas subyacentes en la representación del problema concretos que analicemos.
- ❖ Considerar las prácticas y los procesos contingentes a través de los cuáles ha surgido esta comprensión del “problema”.
- ❖ Realizar un examen de las lagunas o limitaciones de esta representación del “problema” y de las posibles alternativas.
- ❖ Llevar a cabo una evaluación ponderada de las representaciones del problema, lo que se nombra como relevante.
- ❖ Tener presente el contexto que rodea a los debates y a los temas que se introducen en cada momento temporal.

En estos discursos se manifiesta la presencia o ausencia de terminadas palabras clave que describen el problema, el uso de frases hechas, las imágenes estereotipadas que se pueden transmitir, las fuentes de información que se usan para conformar juicios de opinión a la hora de reforzar una temática concreta (Entman, 1993). Esto permite que los receptores, en este caso el electorado, perciba la información, la distinga de una forma sencilla, y la almacenen en su memoria de forma asociada a símbolos y constructos sociales, asentados en su subconsciente, creando esquemas mentales. Todos estos factores y partes del discurso son necesarios identificarlos, en el análisis empírico, para lograr desengranar la lógica de los marcos al completo, a la hora de analizar cómo se aborda un tema concreto.

Pero la utilización de los marcos interpretativos tiene consecuencias en las estrategias discursivas de los candidatos políticos y en general para la sociedad. La experiencia empírica ha observado como los partidos y los candidatos están interesados en que las campañas giren en torno a dos o tres temas principales, que introducen en el centro del debate y que tratarán de monopolizar. El objetivo principal es que la agenda temática de la campaña general se parezca lo máximo posible a la agenda política y temática de cada uno de los partidos (Castromil, Rodríguez y Garigós, 2020).

Las campañas electorales deben de entenderse como un juego continuo por posicionar en el centro ciertos temas procedentes de diversos contextos políticos, mediático o públicos. Que resultan de la interconexión entre las diferentes agendas y los temas que finalmente construyen el centro del debate de la campaña (Castromil, Rodríguez y Garigós, 2020).

Las agendas tienen una gran influencia sobre la ciudadanía, ya que necesitan que sus necesidades se cubran, y que las decisiones políticas estén orientadas a cubrir esas necesidades e intereses. Por ello terminan participando de forma directa o indirecta en la formación de la agenda debido a múltiples influencias que podemos observar (Maxwell, 1999). Como pueden ser los intereses individuales, buscar concordar con una opinión mayoritaria o los llamados efectos de deseabilidad social. Así como la influencia de las emociones, y reacciones psicológicas a cuestiones de interés público. La búsqueda de identificación personal con el candidato y su imagen, reflejada en los valores individuales. O la influencia de los pares con lo que se comparten unos valores o creencias y un contexto en el que convive, que les lleva a la hora de adquirir posicionamientos concretos sobre un tema, buscar asemejarse a la agenda del grupo.

A cerca de qué tipo de temas prevalecen en los debates electorales y sobre los cuales se establecen esos marcos de interpretación una vez finalizada esa competición temática. Antes es necesario entender que las propias campañas electorales establecen un marco estratégico concreto. El formato de estos encuentros permite presentar un mayor peso cuantitativo y cualitativo de información, favoreciendo una discusión amplia y diversificada de los temas políticos que se traten (Marlen, Muñiz y Ramírez, 2011). La evidencia empírica ha demostrado que, en los debates, a diferencia de otro tipo de espacios donde se comunica sobre política o se hace publicidad sobre ella, se discuten en mayor proporción los temas políticos que los referidos a la imagen (Marlen, Muñiz y Ramírez, 2011).

En estos espacios los candidatos, por su parte, buscan aprovechar la exposición que les brinda el debate televisado para transmitir sus mensajes estratégicamente y posicionarse como el preferido del electorado (Marlen, Muñiz y Ramírez, 2011).

Pero también existen otros enfoques no tan aclamados que han aportado otras conclusiones interesantes sobre los discursos en campaña, como es el caso de la Teoría Funcional del Discurso de Campaña Política. Que tiene su origen desde el campo de la comunicación, nutrida por estudios persuasivos relacionados con la reparación de la imagen pública y los discursos de éxito. Esta aproximación reconoce que los candidatos buscan presentarse positivamente ante las audiencias a través de aclamaciones, a la vez que muestran negativamente a los oponentes por medio de ataques y buscaban reparar el daño ocasionado por los contrincantes mediante defensas (Marlen, Muñiz y Ramírez, 2011).

Está relacionado con la teoría de marcos, ya que se ha observado que en los discursos en los debates los candidatos construyen su mensaje de acuerdo a ciertos campos de identidad, la estructura de sus discursos se basa en representar ciertos encuadres o marcos (Marlen, Muñiz y Ramírez, 2011).

Esta teoría ha logrado identificar patrones de discursos donde existen partes fundamentales que se repiten con frecuencia. Presentan un marco de protagonista, donde el candidato se define y presenta así mismo, el de antagonista, donde define y califica al contrincante y realiza un diagnóstico, para señalar los problemas centrales que el candidato considera necesario afrontar. Los dos marcos de protagonista y antagonista, se vinculan con el uso de las estrategias de aclamación y de ataque (Marlen, Muñiz y Ramírez, 2011).

La Teoría Funcional del Discurso de Campaña Política, define que los discursos son persuasivos en los debates electorales porque se orientan a un fin específico, por ello adquiere el adjetivo de funcional. Ese objetivo no es otro que ganar el debate y por ende las elecciones, a la vez que de forma indirecta lo que busca es que gane el marco que se le presenta al público, por lo que es necesario que el político se presente como la mejor opción para el votante y busque presentar a sus oponentes como las alternativas menos deseables (Marlen, Muñiz y Ramírez, 2011).

Para lograrlo, los candidatos se sirven de tres estrategias como son la aclamación, el ataque y la defensa. Las aclamaciones hacen referencia a las cualidades positivas del candidato o del partido al que pertenece, siendo precavidos para no caer en la presunción. Los ataques tienen el fin de presentar negativamente al oponente o al partido, enfatizando sus debilidades. Aquellos ataques exitosos permiten aumentar el grado de preferencia del candidato emisor, reduciendo las oportunidades del opositor. Mientras que las defensas están orientadas a evitar el daño adicional de previos ataques y restaurar la preferencia del candidato (Marlen, Muñiz y Ramírez, 2011).

Los argumentos expuestos sobre estas tres estrategias de discurso representan para elector un espacio de análisis conjunto de coste-beneficio de cada uno de los candidatos. Donde las aclamaciones resaltan los beneficios y los ataques y las defensas, los costes que deciden resaltar o reducir dado el caso (Marlen, Muñiz y Ramírez, 2011).

Cabe recordar las consecuencias de cada tipo de estrategia discursiva. Las aclamaciones representan la función discursiva a la que se le puede sacar más provecho y que presenta un menor riesgo, lo que puede explicar que sean las que más abundan en este tipo de espacios. Mientras que los ataques pueden perjudicar no solo a quién van dirigidos, sino también a

quién los emite, debido a que los votantes pueden llegar a sentirse disconformes con las campañas negativas. Mientras que la función de defensa implica ciertos riesgos: recordar las debilidades señaladas por el contrincante, perder tiempo propio y espacio, mostrándose más reactivo que propositivo (Marlen, Muñiz y Ramírez, 2011).

Esto pone de manifiesto la importancia de los debates como un instrumento de acercamiento mediático de los líderes políticos, así como un instrumento informativo para los electores y los medios sobre sus posicionamientos (Rodríguez, 2012). Por ello, analizar las estructuras narrativas de dos candidatos en situaciones opuestas de la contienda electoral, aporta riqueza a la investigación, a la hora de observar las diferencias y similitudes en sus estrategias y contenidos discursivos.

Lo que nos dice la literatura es que existe una concordancia entre los temas más tratados en los discursos y las estrategias más usadas que se han observado empíricamente. Contrariamente a lo que podríamos pensar, las nuevas narrativas de los MM.CC. no han supuesto cambios significativos en cuanto a la selección tradicional de los bloques temáticos en los discursos electorales, ni sobre la estrategia preferida, el de confrontación y ataque al adversario (Pérez y Curiel, 2020).

Lo que nos demuestran los marcos es el poder del lenguaje en los discursos y en la política. A nivel político, el uso de los marcos interpretativos tiene consecuencias dentro del proceso democrático, ya que normalmente son las élites políticas y mediáticas las que controlan la forma en que se enmarcan los temas, determinando la formación de la opinión pública (Entman, 1993).

El análisis de discursos y las estrategias de los candidatos y los partidos en los debates han sido objeto de estudio de numerosas investigaciones, inicialmente centradas sobre todo en el ámbito de la televisión (Pérez y García, 2020). Pero nosotros exploraremos otros campos y espacios donde se ha llevado a cabo una pre campaña electoral, como está siendo el caso excepcional del Senado y los cara a cara del presidente con el líder de la oposición y otras formaciones políticas. Nuestro interés es observar si las nuevas tendencias actuales discursivas basadas en el uso de las falacias, la propaganda electoral, como estrategia central en la que pesan más el uso de las emociones de la ciudadanía que el cuidado de una argumentación racional, se puede observar ya en un discurso parlamentario como es el caso del Senado. Pudiendo hablar ya en nuestro contexto de una ampliación del espacio dedicado a este tipo de comunicación política más mediatizada, pudiendo darnos nuevos espacios de análisis empírico que hasta entonces solo se recurría a ellos para estudiar aspectos programáticos de los discursos, agenda institucional, etc.

La visión constructivista de los discursos defiende que el propio discurso representa una acción colectiva, ya que a través de ellos se construye la realidad y se representa. Los discursos representan las relaciones de poder que se establecen en los diversos ámbitos de la política. La concepción que debemos de aplicar sobre los discursos es de un proceso de enunciación de mensajes por el que se establece un locutor encargado de transmitir el mensaje que es un oyente o destinatario que es el elector. La clave reside en el que el primero tratará de influir en el segundo a través del discurso (Otaola, 1989). Debido a esto, la finalidad del análisis del discurso es descubrir las regularidades que se produzcan en los resultados que se estudian y describirlos.

La teoría de los marcos sobre los marcos interpretativos nos habla del modo en que se enmarcan los asuntos, fenómenos y hechos de nuestro contexto. Debemos de entender que por sí mismos estos hechos carecen de significado intrínseco, somos nosotros y la sociedad en general los que les proporcionamos un significado. Ya que compartimos un conjunto de interpretaciones sobre los fenómenos sociales. Por ende, la agenda pública está en constante transformación y construcción, donde se lleva a cabo una batalla por darle significados a los sucesos y que estos imperen en el imaginario colectivo.

2.3 El Giro Afectivo de la Investigación Política

Si hablamos de los discursos y de las estrategias empleadas en las campañas electorales, no se puede obviar la importancia y la presencia de las emociones en política. La apelación emocional en procesos como las campañas electorales es fundamental a la hora de transmitir mensajes y apelar al electorado.

El papel del estudio de las emociones en política y sus investigaciones, se han enfocado sobre todo en tratar de observar cómo influye y cuál es su papel en el comportamiento político. Desde diversos ámbitos de estudio, como pueden ser: los efectos que tienen en la construcción de la identidad nacional, el uso del nacionalismo en los discursos, la construcción de liderazgos, su empleo como una herramienta de comunicación política, o en el marketing político y las campañas electorales.

Múltiples estudios empíricos han llegado a la conclusión de que existen muchos elementos que condicionan actualmente el voto de la ciudadanía, que están relacionados con los ámbitos afectivos. Ya sean las emociones que despierta la ideología de un partido (el fenómeno de la identificación partidista), las emociones hacia un candidato político (el liderazgo) o la respuesta emocional hacia las propuestas o posiciones programáticas de una candidatura (los *issues*). Pero la apelación emocional también está presente en la política cotidiana, por ejemplo, a la hora de apelar al electorado o dar un discurso político, sea en un acto de campaña o en sede parlamentaria.

Este estudio se centrará, por tanto, en analizar cómo se usan de forma estratégica las emociones en un discurso político, a la hora de enfatizar ciertos temas o marcos sobre un conflicto concreto. El uso de la apelación emocional en los discursos, busca como fin último, persuadir y convencer a través del lenguaje y generar una conexión directa entre el político y el votante a través de las emociones. Brader (2006) define la apelación emocional como un instrumento más en la comunicación política que se utiliza para activar y realizar una conexión a través de las emociones, entre el político y el elector, a través de un mensaje. El empleo de las emociones en un discurso es fundamental a la hora de analizar una estructura narrativa, debido a ello se debe de tener en cuenta a la hora de analizar cualquier discurso político y su estrategia.

Pero las investigaciones de las emociones en política, son relativamente recientes debido a que, en un primer momento, la disciplina sufrió una deriva en sus investigaciones a solo contemplar los efectos basados en factores racionales. No tenían en cuenta el papel tan importante que desde sus inicios han tenido y siguen teniendo las emociones cuando hablamos de la política, sea en el comportamiento electoral, en un discurso político, o como marketing en las campañas.

Esto responde a que, durante un gran periodo de tiempo durante el siglo XX, la perspectiva que dominaba el estudio de la Ciencia Política era el estructuralista y behaviorista. Que se centraba sobre todo en tratar de comprender el comportamiento humano y político.

Con la aparición de un cierto debate sobre hasta qué punto la política no estaba impregnada por emociones, se generó todo un debate teórico en el cual distintos puntos de vista defendían que la razón precedía a la emoción en política. Otros postulados, por el contrario, afirmaban que las emociones por producirse en el subconsciente prevalecían, así como otro grupo de teóricos llegaron a la conclusión de que ambos procesos se complementaban y retroalimentaban.

Fue a partir de los años veinte, desde Norteamérica, partiendo de la escuela de pensamiento político de Chicago, donde un grupo de investigadores, entre ellos Merriam, empezaron a incluir en sus estudios sobre comportamiento político la perspectiva de los efectos de la psicología a la hora de votar. Más tarde, desde la escuela de Columbia, en los años cuarenta, es cuando investigadores como Lazaresfeld comienzan a realizar investigaciones y trabajos empíricos para tratar de incluir ese enfoque psicológico al comportamiento político, buscando la forma de poder cuantificarlo para observar esos posibles efectos. Pero sería tiempo después, de la mano de la escuela de Michigan, cuando se introducirán de la mano de Campbell las primeras variables que tratasen de medir la influencia de las emociones en el comportamiento electoral (Otero, Jaráiz y López, 2020; citado en Crespo et al, 2020).

Estos grandes proyectos dejaron claro de antemano que la razón y emoción van de la mano cuando queremos estudiar los efectos en política. Por lo que no podemos obviarlas, de lo contrario, nos llevaría a caer en observaciones y conclusiones ligadas a una visión desapasionada de la política que no se corresponde con la realidad.

Todos estos avances llevaron a la disciplina a adoptar un cambio de paradigma significativo por el cual el estudio de la política, pero también del marketing político, la comunicación y las estrategias de campaña, cobrarán más interés si cabe a la hora de investigarlos, añadiendo el nuevo foco de las implicaciones de las emociones a estos procesos. Se denominó como el giro afectivo de la Ciencia Política, mediante el cual una gran producción de investigaciones se centraron en estudiar los efectos de la apelación emocional en el comportamiento político. Este paradigma nos advierte Arias Maldonado (2017) que va a tener un gran impacto más allá del mero comportamiento electoral, por ejemplo, a la hora de articular la opinión pública o definir las demandas políticas.

Una vez asumido como necesario y de alto interés la aplicación las emociones a los estudios e investigaciones políticas, se acotaron a tres tipos de escuelas que se dedicaron a estudiarlas de forma sistemática. Por una parte, la escuela de los modelos discretos de las emociones, en segundo lugar, la escuela que apostaba por los Modelos de Valencia de las emociones y en tercer lugar los modelos multidimensionales (Castro, 2020).

La teoría de los modelos discretos se basa en identificar y observar un conjunto de respuestas emocionales de forma individual, sin relacionarlas con un contexto específico y sin tener en cuenta que se produzcan relaciones entre distintas emociones a la hora de experimentarlas.

Fue uno de los postulados más utilizados en las investigaciones para tratar de observar los efectos de cada emoción de forma individual.

Mientras que la teoría sobre los Modelos de Valencia reducía el conjunto de emociones a una línea continua bipolar, que las clasificaba entre negativas o positivas, siendo mutuamente excluyentes entre sí (Castro, 2020).

Será la tercera escuela la que defiende la multidimensionalidad de las emociones (Castro, 2020), entendiendo que se pueden experimentar varias emociones al mismo tiempo y estando relacionadas e interconectadas entre sí, rompiendo con los esquemas anteriores establecidos.

Es cierto que algunas corrientes de pensamiento van más allá y defienden la prevalencia de las emociones sobre lo cognitivo. Como es el caso de la Teoría de la Inteligencia Afectiva, investigadores como Marcus defendían la prevalencia de la emoción sobre la cognición, atribuyéndoles a las emociones la noción de prerrequisito para el ejercicio posterior de la razón (Castro, 2020; Marcus, 2000). Creó unos nuevos modelos definidos como multidimensionales, que se encuentran influidos por múltiples factores y estímulos que activan varias emociones al mismo tiempo. Marcus con sus investigaciones buscaba entender cómo procesábamos los individuos las emociones a través de las experiencias previas adquiridas. Por lo que funcionarían como un condicionante que conlleva que cada individuo no le adquiriera el mismo significado y no experimente de la misma forma las emociones.

La segunda gran perspectiva es aquella que entiende que la razón prima sobre las emociones, es la Teoría de la Evaluación Cognitiva, apoyada por investigadoras como Nussbaum (Rodríguez, 2012). Por la que defienden que los elementos cognitivos, es decir, la razón, priman en la toma de decisiones políticas de los individuos. Esta teoría generó los primeros modelos discretos de las emociones, que reconocía los distintos estados emocionales que podían experimentar las personas.

Actualmente, otras nuevas ramas de investigación que se están abriendo camino cada vez más fuerte son, por ejemplo, el caso de la neurociencia en nuestro ámbito. Que investiga las relaciones entre los procesos emocionales y los cognitivos, que se interpelan entre sí según a razonamientos superiores a través de los cuales los seres humanos buscan comprender la realidad. Esta nueva perspectiva defenderá, por tanto, la colaboración y necesidad entre ambas dimensiones, la racional y emocional, que son interdependientes y están conectadas a la vez con el comportamiento humano y político (Castro, 2020; Jaráiz et al. 2020). Rompiendo así con la idea preconcebida de que mente y cuerpo están separados y no actúan de forma conjunta en la toma de decisiones.

Es cierto que debemos de tener en cuenta que todavía, pese a los grandes avances y descubrimientos, el ámbito de estudio de las emociones en política, no ha conseguido llegar a acuerdos teóricos o consensos sobre las aplicaciones de las emociones y sus efectos en el comportamiento político.

Pese a todo, entendemos que existen unos mínimos acuerdos que nos ayudan a poder observar e investigar la aplicación de las emociones en la política. El paradigma del giro afectivo sí que aportó ciertos consensos sobre las emociones, como que su experimentación y presencia es universal, las emociones impregnan todos los ámbitos de nuestra sociedad. Si

es cierto que no se experimentan de igual forma para todos, no cuentan con el mismo significado en todos los contextos, dependerán del contexto cultural en el que se estudien.

Los posteriores hallazgos sobre las emociones se basan en investigar cómo se activan en nuestro cerebro. Se observa que existen dos sistemas emocionales que serán los responsables de que los individuos reaccionen a las emociones y a los estímulos, ya sean sobre circunstancias nuevas o familiares. Por una banda contamos con un sistema de disposiciones que es el encargado de evaluar los comportamientos y reacciones aprendidos por el ser humano en su día a día. Este sistema es el encargado de activar las emociones relacionadas con el entusiasmo y la aversión. Que van a activar respuestas emocionales ante estímulos políticos que le resulten familiares al individuo, sean positivos o negativos.

El segundo sistema es el de vigilancia, encargado de dar respuesta a todos aquellos estímulos o situaciones nuevas, que requieren de actuaciones de supervivencia y de estado de alerta del individuo. Por lo que activan emociones relacionadas con el miedo o la ansiedad. Provocan que el individuo busque más información y se encuentre en un estado de alerta constante.

La complejidad de entender el funcionamiento de las emociones reside en entender que a pesar de que se experimentan de forma individual y subjetiva, estas están construidas en un contexto social amplio en el que se comparten ciertos valores y creencias que les dan un significado compartido y aprendido como sociedad (Algarra y Noble, 2015; Zaragoza, 2012).

De igual forma, existen muchas complejidades metodológicas a la hora de conceptualizar y operacionalizar las emociones, debido a que son un objeto de estudio abstracto y subjetivo. Cuando hablamos de emociones se ha conseguido llegar al consenso de que estas se diferencian y caracterizan de forma diferente a otros conceptos que se utilizan como sinónimos, pero que no referencian lo mismo. Hablamos del caso de los sentimientos, los estados de ánimo o las pasiones. Las emociones se definen por estar conformadas por una fuente explícita, un motivo o razón por el cual los individuos las experimentan logrando activarse de forma inconsciente por un corto periodo de tiempo.

Las emociones implican un estado psicológico complejo que pone en relación tres componentes claves: la experimentación de una experiencia subjetiva, la estimulación por la que se produce una respuesta fisiológica, además de que se pueda transformar en una respuesta que modifique un determinado comportamiento. Las emociones son multifactoriales, no solo tienen consecuencias en el ámbito psicológico individual, sino que también van a verse reflejadas en el ámbito físico. Estos cambios fisiológicos pueden incluir múltiples respuestas, cambios en la actividad cognitiva de la persona, activándola o preparándola para actuar...

En un primer momento, se concibieron las emociones como bipolares, es decir, se clasificaban dentro de dos polos opuestos como negativas y positivas. Como apoyaba la teoría sobre los Modelos de Valencia, que abordaban los efectos de las emociones de forma bidimensional, basándose en dos polos de valencia positiva o negativa. Esta clasificación permite agrupar las emociones para poder observar posteriormente de forma agrupada cuáles son las emociones de forma general que predominan, por ejemplo, en un discurso, facilitándonos la comprensión del tono general del mismo.

Dentro de las dimensiones de emociones positivas se encuentran el orgullo, la esperanza, el entusiasmo y la tranquilidad. Mientras que la dimensión de las emociones negativas incluye el miedo, el enfado, el odio, la preocupación, el resentimiento, la amargura o el asco.

Se debe tener en cuenta que aplicar esta clasificación va a tener implicaciones metodológicas sobre los resultados obtenidos. Uno de los principales inconvenientes de usar las dimensiones bipolares es la sobrerrepresentación que les da a las emociones negativas, cuentan con más categorías que las emociones positivas definidas. Por lo que es normal que se detecten en más cantidad en todos los resultados de antemano. Este fenómeno viene explicado porque desde el inicio en las investigaciones de psicología, las emociones positivas han sido las menos estudiadas y, por tanto, se han generado menos categorías sobre ellas. No ocurre lo mismo con las emociones negativas que debido a su importancia, a las situaciones novedosas y de peligro que representan, se han dedicado más recursos a desarrollarlas en profundidad, produciendo nuevas tipologías y categorías. Por ello, a la hora de realizar un análisis emocional del discurso se debe partir de la consideración de que existen más categorías y códigos sobre emociones negativas que distorsionarán y tendrán un efecto en los resultados obtenidos.

Debido al problema metodológico que estas implicaciones conllevan, otros investigadores como Marcus (Marcus, 2000) nos ofrece una nueva categorización de las emociones en tres dimensiones clave para poder trabajar con ellas de forma empírica, aportando más detalles y enriqueciendo los resultados como son las dimensiones de: emociones relacionadas con el entusiasmo, con la ansiedad o con la aversión.

La dimensión entusiasmo engloba a todas aquellas emociones como la tranquilidad, el entusiasmo, la esperanza y el orgullo. Todas ellas responden ante el sistema disposicional, y se activan cuando detectan estímulos políticos familiares, que han sido experimentados y conocidos de antemano. Los efectos de estas emociones en el comportamiento político son claves, pudiendo llegar a modular las convicciones previas, así como los sentimientos de identificación de los individuos. Sobre todo, se han observado sus efectos a la hora de conseguir aumentar la movilización social y política, y en un contexto de elecciones incluso la intención de voto.

En cuanto a las emociones ligadas a la dimensión ansiedad, incluye desde el disgusto, el asco, el miedo, la preocupación y el enfado. Todas ellas se activan con el sistema de vigilancia, logrando mantenerse alerta gracias a nuevos estímulos inesperados. Estudios empíricos han demostrado que las emociones como el miedo y la ansiedad llevan a que se rompan los apegos políticos habituales, llegando incluso a reconsiderar creencias previas establecidas fomentando el contraste y búsqueda de información (Wolleback et al., 2019).

Mientras que las emociones ligadas a la dimensión aversión, agrupa el odio, el desprecio, el resentimiento, la ira y la amargura. Estas se experimentan en el sistema disposicional del cerebro del individuo, que se activa bajo estímulos políticos conocidos. Pese a esto, los estudios hasta el momento indican que son las que menos se experimentan por parte de los individuos cuando hablan de política. Debido a que cuentan con una alta carga emocional negativa. En el caso de experimentarse, tienden a provocar efectos de retrotraer el comportamiento de los individuos al provocar un rechazo entre sus creencias previas con el

contexto actual o algún acontecimiento concreto. Tenderán a protegerse y a adoptar las normas vigentes que aseguren comportamiento político previo.

Sobre la base de todo lo anterior, se puede afirmar que las emociones están presentes en todos los ámbitos de la política, pero es cierto que estas son más notables en contextos de competición, como lo son las campañas electorales. Siendo fundamentales a la hora de diseñar relatos y transmitir mensajes que consigan ser efectivos. En contextos de competición política, tanto los candidatos como los partidos políticos tienden a combinar el uso estratégico de argumentos racionales, como puede ser la gestión del gobierno retrospectiva o prospectiva, con recursos emocionales como la alusión a la esperanza, el miedo o la ira (Crespo, Garrido y Rojo, 2022).

Pero es cierto que la experiencia previa alerta de que basar enteramente una campaña electoral en contenidos emocionales supone concurrir en un riesgo potencial, las emociones son efímeras y están muy relacionadas con los climas de opinión de un contexto muy concreto (Crespo, Garrido y Rojo, 2022). Por otra banda, por sí mismas, las emociones no consiguen establecer una alteración de las preferencias electorales ancladas, pero sí consiguen afectar en mayor medida a los electores indecisos y volátiles en su comportamiento político.

Para que esos procesos sean duraderos a largo plazo, necesitan convertirse en sentimientos en el individuo, siendo más perdurables porque logran asentarse en conceptos sólidos previos como la identidad o la pertenencia a un grupo. Por ello, en el discurso las emociones a la hora de ser empleadas estas se ligan a un relato, para lograr que se identifiquen con un candidato o partido y logren consolidarse a largo plazo en el comportamiento electoral.

En la literatura sobre las estrategias y tipos de campaña se ha distinguido dos tipos de campañas electorales que evocan a emociones opuestas (Crespo, Garrido y Rojo, 2022). Como son las campañas negativas, de indignación o de ira. Las campañas negativas estimulan la atención de los votantes, y provocan que presten más atención a las causas que llevan a generar ese clima de confrontación. Las emociones negativas activan sus sistemas de vigilancia, que los empuja a buscar más información y a estar pendientes de la contienda electoral. El empleo de emociones negativas, como la ira o el enfado, son cruciales en una campaña electoral para generar motivación y movilización personificados en la figura del candidato o en el partido, que serán los canalizadores de esos relatos e imaginarios políticos.

El segundo tipo son las campañas positivas, que suelen estar orientadas al cambio político, usando emociones como la esperanza o la alegría. Suelen emplear muchas referencias al futuro, con promesas genéricas de cambio, ya sea en el ámbito político, económico o social. Apelan al deseo individual y colectivo presentando la idea de un futuro mejor, las emociones positivas como la esperanza buscan activar a los electores desmovilizados y reforzar a los ya activados, situándolos como protagonistas del cambio. Activando el sistema de predisposiciones individual, reforzando así su voto y comportamiento electoral (Crespo, Garrido y Rojo, 2022). Buscando a la vez de forma indirecta provocar el rechazo sobre el contrario, se refuerza el sentimiento negativo hacia el opositor.

Un tercer tipo son las campañas negativas, pero que utilizan el miedo, necesitan que previamente el contexto o la arena electoral se defina en un entorno de competición que privilegia la confrontación, el antagonismo y la exclusión (Crespo, Garrido y Rojo, 2022). Requiere de un alto contexto polarizado a nivel político, pero también a nivel social. Donde los

adversarios son denominados como enemigos, por lo que se define de forma específica quienes forman parte del grupo vencedor. Todas las demás opciones políticas se presentan a los electores como una amenaza potencial y real, generando una sensación real de peligro a la que deben reaccionar y a la que ese proyecto político y líder ofrece una alternativa segura.

Por tanto, el uso de emociones y estos tipos de campañas generan un relato, que va a emplear los marcos de interpretación o *frames* discursivos. Van a estar relacionados con sucesos del contexto político actual, generando niveles de polarización afectiva que van a aumentar más si cabe las brechas entre la sociedad, pudiendo conllevar grandes cambios de votos. Este tipo de campaña activa el sistema de vigilancia de los electores, a la vez que ante el escenario de miedo que se les plantea, el elector tiende a conservar posiciones políticas conservadoras, que benefician al *status quo*, a los grandes partidos mayoritarios del panorama político.

Existe también otro tipo de campaña ligada al empleo de las emociones, son las campañas identitarias o de identificación (Crespo, Garrido y Rojo, 2022). A diferencia de las anteriores, explotan el empleo de los sentimientos, perdurables a largo plazo que logran crear un vínculo entre el individuo y su pertenencia e identificación con un grupo concreto. Se basan en rasgos prepolíticos y estables como los grandes *issues* de la política, sea la clase, el nacionalismo, la identificación partidista, o la apelación a nuevas identidades... Utilizando las emociones, en este caso como atajos cognitivos, que facilitan la decisión del voto del elector, apelando al sentimiento de pertenecer a un grupo en concreto y asumiendo sus comportamientos. Existen numerosos tipos de campañas que están dentro de las estrategias de la identidad, como pueden ser las campañas de identidad territorial, de la identidad étnico-cultural, etc.

Para transmitir todos estos tipos de campañas que hacen una utilización exhaustiva de las emociones es fundamental el relato, analizarlo será nuestra prioridad. El relato o el discurso político busca presentar el receptor una historia que le movilice, que consiga evocar símbolos y sentimientos que conoce de antemano, seduciéndolo para conseguir en última instancia activarlo a la hora de modular su comportamiento político.

Los relatos buscan despertar la identificación afectiva utilizando las técnicas de *storytelling* creando así relatos persuasivos que logren establecer vínculos emocionales, a través del antagonismo o incluyendo valores sociales. Se presenta una historia y relato que usa las emociones y los símbolos compartidos por ese grupo al que busca apelar (Crespo, Garrido y Rojo, 2022). En todo relato se necesitan identificar de forma clara a los protagonistas y personajes que forman parte de él, por lo que se presentan las figuras políticas de forma antagónica definidos como buenos o malos, como unos héroes o villanos del relato político.

Un tipo de relato específico que se ha encontrado que recoge todas estas características es el que relata la lucha personal de un líder, o a la victimización o desafío que implican un alto contenido emocional. Donde el objetivo es que ese enemigo que se define refuerza los sentimientos de pertenencia al grupo, tras haber generado primero rechazo o miedo sobre el contrario. Las partes más importantes del relato son los símbolos que se emplean que nos transmiten sensaciones y valores, la trama y hechos que se presentan que nos mantiene atentos y activos durante la campaña, y la identificación de un líder o héroe que se convierte en un modelo aspiracional a seguir para los identificados (Crespo, Garrido y Rojo, 2022).

Las emociones son fundamentales a la hora de analizar el uso de la palabra en un discurso, por tanto, deben de formar parte del análisis del cualquier discurso o estrategia política.

3. CONTEXTO PRELECTORAL ESPAÑA (2022-2023): LIDERAZGOS EN EL PP Y EL PSOE

Centrándonos ahora en el escenario de estudio que presenta esta investigación, analizaremos a los dos principales partidos políticos del panorama español, el partido en el Gobierno, el PSOE, a través del discurso de su líder Pedro Sánchez, así como el partido líder de la oposición, el PP con su candidato Núñez Feijóo. El período temporal que se someterá a análisis abarca desde septiembre de 2022, primer debate cara a cara en el Senado entre los dos políticos, hasta abril de 2023, por ser el último debate entre ambos antes de las elecciones municipales del 28 de mayo. A continuación, se desarrollará una breve cronología de los hechos más importantes que han afectado a las dos formaciones políticas y que explican los dos liderazgos y candidaturas actuales. Así como un breve repaso al contexto actual del país.

Ambos partidos han sufrido grandes cambios dentro de sus organizaciones, además de transiciones en sus liderazgos, una merma de apoyos electorales, pérdidas de gobiernos y nuevos competidores que afrontar. Pero según las últimas encuestas¹, desde la pandemia de COVID-19 han sabido recuperarse y prepararse de cara al escenario electoral que nos presenta este 2023.

Han sido múltiples los escenarios de competición electoral en el pasado 2022, desde elecciones autonómicas en varias regiones que ha marcado un clima de precampaña electoral, a elecciones locales el pasado 28 de mayo de 2023, finalmente se han adelantado las elecciones generales esperadas para noviembre de este año al futuro 23 de julio. Por lo que resulta de relevante y de interés analizar la última etapa de 2022 ya que nos presenta un contexto preelectoral donde se han dibujado y adelantado las estrategias de campaña de cada uno de los candidatos y partidos de cara a las próximas elecciones generales.

La situación estratégica que atraviesan los dos candidatos, que se enfrentan por la presidencia del gobierno por el PSOE y el PP, son radicalmente opuestas. Uno de ellos cuenta con un liderazgo consolidado, se presenta a la reelección habiendo ocupado el cargo en el gobierno con una legislatura que le avala. Lo que es cierto es que cuenta con un partido cohesionado internamente y sin un liderazgo que le dispute su candidatura.

Mientras que, por la otra banda, el candidato de la oposición del PP acaba de estrenarse y aterrizar, en un contexto completamente distinto del que procedía, del gobierno de una arena autonómica a presentar su candidatura a las Cortes Generales del Estado. Después de una disputa interna entre dos liderazgos dentro de su partido. Lo que es indiscutible y se puede observar es que estos cara a cara en el Senado han sido muy mediatizados, algo que no se corresponde con la cobertura mediática que se le daba a la cámara baja de representantes. Así como los temas que han introducido reflejan el debate público y social que dejarán entrever la futura agenda temática de las elecciones municipales y generales. Antes de profundizar en el contexto actual, se debe de realizar un breve repaso a la consolidación de los dos liderazgos, los conflictos y disputas internas que han sorteado, etc.

¹ Rodríguez, A. (12 de junio, 2023). Así están las encuestas para las elecciones generales. Feijóo ganaría el 23J y Sánchez no lograría reeditar una coalición de izquierdas. El Confidencial.

3.1 Contexto y del liderazgo en el PSOE de Pedro Sánchez

Al hablar en la actualidad del liderazgo consolidado del que goza Pedro Sánchez, actual Presidente del Gobierno y del PSOE, primero tenemos que entender cómo se ha construido y qué dificultades sorteó por el camino.

El primer partido en escenificar una crisis de liderazgo y debilidad de una candidatura interna fue el PSOE en noviembre de 2014, después de la pérdida de Gobierno de Rodríguez Zapatero. La pérdida de popularidad se venía produciendo lentamente desde el estallido de la crisis económica en el 2008 hasta el 2015, el PSOE sufrió una gran pérdida de apoyo electoral, a la vez que padecía una crisis de liderazgo entre sus candidatos políticos que tuvo efectos negativos sobre la intención de voto (Delgado y Cazorla, 2017).

En ese momento de debilidad organizativa es cuando Pedro Sánchez se presenta al proceso de las primarias para ser el próximo secretario general del partido. Conseguirá ganar y convertirse en el Secretario General del PSOE, con apoyo de la militancia socialista, en la primera convocatoria de primarias de la historia del partido. Con un apoyo de un 48,7% de los votos, donde se enfrentaba a Eduardo Madina y José Antonio Tapias². Desde el inicio su candidatura se enfocó como un cambio del partido, representando un liderazgo fresco y joven, que quería escuchar a la militancia y defendía una agenda programática progresista. Todo ello se manifestaba en sus discursos, donde supo emplear también nuevos estilos comunicativos. Declaraba que representaría un modelo de partido ganador, con una agenda y políticas que mirase hacia la izquierda y que representase a las bases del partido, liderando un proyecto que iba a redefinir ideológicamente al PSOE y cambiaría sus líneas discursivas.

Uno de esos grandes cambios afectaba a la estructura interna del partido, con la promoción de la participación activa de la militancia en formato de democracia interna, mediante la celebración de elecciones primarias para elegir al secretario/a general del partido. En el contexto español fueron los socialistas los primeros en emplear este método para elegir a su máximo/a dirigente. Uno de los principales motivos se cree que fue la necesidad de renovación interna, y que esa renovación estuviese apoyada y lograrse integrar a las bases del partido en ese momento desmotivadas políticamente después de la pérdida del Gobierno (Delgado y Cazorla, 2017). Desde el inicio de su candidatura, Sánchez buscó reforzar y legitimar su liderazgo sobre la militancia, siendo consciente de que esto le permitiría asegurar su continuidad en el futuro frente a la oposición inicial de la cúpula del partido y a las tensiones internas que se generaron con el PSOE andaluz, sobre el cambio discursivo y programático que Sánchez representaba.

El contexto en el que se presentaba el candidato no era prometedor, el escenario electoral para el PSOE era bastante negativo tras perder varias elecciones generales de forma consecutiva contra Mariano Rajoy y el PP, candidato que gozaba de una muy buena popularidad. Después de los malos resultados del sucesor de Zapatero, el socialista Pérez Rubalcaba, el proceso de elegir al candidato para las próximas elecciones generales de 2015 se apresuró y la necesidad de ofrecer un cambio atractivo para los electores era prioritario (Delgado y Cazorla, 2017).

² Diez, A. (13 de julio de 2014). Sánchez promete la victoria al PSOE. *El País*. Madrid.

Otro factor clave en su candidatura pudo haber sido el no haber pertenecido nunca a la Ejecutiva ni al Comité Federal del partido, presentándose como una cara nueva y un nombre que no sonaba a las bases. Transmitiendo una imagen de político joven que personificaba una nueva oportunidad que podría dar el paso para un nuevo cambio y rumbo a un partido en decadencia electoral.

Pero las adversidades no provenían solo del contexto interno del partido, sino que el panorama político español en 2016 sufrió grandes cambios que afectaban a la construcción de imagen y liderazgo de Sánchez. Hablamos de la aparición de un nuevo partido en el eje ideológico de la izquierda, Unidas Podemos (UP). Así como del salto del partido de Ciudadanos de Cataluña, al escenario nacional que disputaba el centro ideológico.

En los resultados de las elecciones de 2015, el partido solo consiguió ser segunda fuerza política, con un máximo de 90 escaños en el Congreso de los Diputados. La investidura de Rajoy no llegó a realizarse, pero el acuerdo de gobierno entre PSOE y el nuevo partido político de centro derecha Ciudadanos, tampoco llegó a término en el Congreso. Por lo que se convocaron de nuevo elecciones en el 2016 tras no haberse otorgado la confianza del Congreso a ninguno de los candidatos a la presidencia del Gobierno. Los resultados de los nuevos comicios fueron peores para el PSOE, perdiendo apoyos y consiguiendo sus peores resultados en las elecciones de su historia. En el lado opuesto el éxito del PP fue rotundo, consiguiendo revalidar la mayoría simple y logrando la investidura gracias al apoyo de Ciudadanos.

Estos sucesos llevaron a que internamente se forzase la dimisión de Sánchez después de varios intentos fallidos de remontar el partido³ (López, 2017). Quien entregaría su acta de diputado antes de la investidura del nuevo presidente, poniendo de manifiesto la pérdida de poder orgánico y apoyo del candidato dentro del partido. Por ello decidió buscar el respaldo desde fuera de las estructuras del partido, precisamente con la militancia con la que quiso ser legitimado, para ello visitó diferentes bases territoriales por el país, estableciendo una ronda de contactos. Finalmente, conseguiría el apoyo necesario para volver en 2017 y presentar su candidatura a las primarias y recuperar la secretaría general⁴. Consiguiendo imponerse a las candidaturas de Susana Díaz, líder de Andalucía, y Patxi López, con más de un 50% de votos. Pero se debe tener en cuenta que esas primarias dejaron a su paso un debate y lucha de liderazgo entre Pedro Sánchez y Susana Díaz, dividiendo a la militancia y poniendo en jaque la unidad en el mismo (Palomar, 2022).

Se inicia, por tanto, la segunda etapa del liderazgo de Pedro Sánchez en el PSOE. Uno de los grandes cambios fue el discurso con el que arrancó su candidatura, que marca el inicio de una nueva etapa que respondía también a un nuevo escenario político en España. A la hora de emplear estrategias de persuasión propias del discurso populista con una alta carga emocional, a través de narraciones con estilo épico, buscando reescribir su salida y vuelta al partido y motivar a su electorado. Este hecho visibiliza como los políticos son conscientes del uso estratégico del discurso y lo emplean a través de las metáforas y los relatos de *storytelling*

³ Díez, A. (2 de octubre, 2016). Pedro Sánchez dimite como Secretario General del PSOE. *El País*.

⁴ Díez, A. y Marcos, J. (30 de octubre, 2016). Pedro Sánchez deja el escaño y lanza su candidatura a la Secretaría general. *El País*.

(López, 2017). Sánchez creó una narrativa donde se erigió como el máximo defensor del mecanismo de las primarias, como instrumento para elegir al líder del partido (frente a la elección indirecta anterior a través de delegados en los Congresos del partido), logrando que se implantase en los estatutos.

Este empleo estratégico del discurso populista desde el eje político de la izquierda, lleva al PSOE a establecer un cambio en su discurso a la hora de presentarse como un partido de izquierdas posibilista, empleando nuevas estrategias propias de la izquierda utópica. A través de señalar enemigos externos (en ese momento era la posible coalición del PSOE con el núcleo duro del partido, las empresas del IBEX35, o el fantasma del fascismo en auge en Europa), o usando emociones negativas como el miedo a una amenaza real o potencial. El hecho de identificar un enemigo común del candidato y que la militancia lo asuma como propio, fue fundamental para reforzar la ideología y crear procesos de identificación con su candidatura, buscando provocar una reacción contra esa amenaza, votar a Sánchez para convertirlo en candidato a la presidencia del PSOE (López, 2017).

Una vez consolidado el liderazgo actual del candidato con perspectiva, se ha podido observar que las claves de su candidatura fueron representar un cambio discursivo y construir una imagen vencedora de un político fuerte, siguiendo estos pasos: lograr identificarse como el candidato de la militancia, legitimado en relación con las primarias; presentar esas primarias como un plebiscito; y utilizar estrategias discursivas propias del populismo (López, 2018).

Después de conseguir establecerse como el principal líder del partido en la segunda etapa, comienza la tercera, de vuelta con un nuevo panorama político nacional. En el ámbito nacional, el gobierno del PP estaba atravesando una grave crisis sobre casos de corrupción que salpicaban la financiación del partido político y a cargos del Gobierno, entre ellos al propio presidente⁵. Sobre estos acontecimientos, la oposición liderada por el PSOE lanza una moción de censura contra el Gobierno, que logran sacar adelante y que establece a Sánchez como presidente en funciones⁶.

Pese a su voluntad inicial de agotar la legislatura en funciones hasta 2020, la oposición forzó la convocatoria de elecciones en abril de 2019, después de no sacar adelante en sede parlamentaria los Presupuestos Generales del Estado. En esos comicios el PSOE consiguió convertirse en la fuerza más votada, pero no consiguió formar acuerdo ni coalición de gobierno con UP, lo que forzó la primera repetición de las elecciones generales en noviembre del mismo año. Finalmente, se produciría acuerdo para generar el primer gobierno de coalición en España con UP.

Los temas principales y medidas políticas más importantes que se han llevado a cabo durante la legislatura y que se han vinculado directamente con el partido y el candidato son: la política energética, la reforma laboral, el sistema de cotización de los autónomos, la política fiscal y los impuestos, los peajes públicos en autopistas, los bonos culturales a los grupos jóvenes, la nueva ley de vivienda, la modificación del código penal y los delitos de agresiones sexuales, la política de consumo y medio ambiente, la nueva ley de regulación de la eutanasia, el cambio

⁵ López, O. (25 de mayo, 2018). La sentencia cuestiona la "credibilidad" del testimonio de Rajoy. *El País*.

⁶ Alberola, M. (1 de junio, 2018). Pedro Sánchez, presidente del Gobierno tras ganar la moción de censura a Rajoy. *El País*.

de postura sobre el conflicto marroquí con el Sáhara occidental, la subida del salario mínimo, etc. Queremos observar cómo trata el candidato estos temas en el Senado y a cuáles les da más importancia, logrando obtener así unos resultados que nos presenten, cuál es el balance que hace de la legislatura y su estrategia de campaña de cara al 23 de julio.

Lo que queda claro en la actualidad es que la legislatura ha conseguido agotarse, a escasos meses de antelación convocadas las elecciones. La figura de Pedro Sánchez se ha consolidado dentro del PSOE y entre su electorado, a pesar de que es un liderazgo que polariza en otros sectores ideológicos y que no está valorado positivamente por amplios sectores de la sociedad española. No ha conseguido librarse, por tanto, de la batalla y de la forma mediante la que consiguió volver a la secretaría del partido (Gil, 2016), los costes que le ha supuesto haber desempeñado un gobierno en coalición con la formación política de Unidas Podemos, también mal valorada y percibida por amplios sectores de la población española.

3.2 Contexto del PP y Cambio de Liderazgo: Fin de la Era Casado Comienzo Era de Feijóo

En el lado opuesto, el Partido Popular también tuvo que enfrentar situaciones complejas en los últimos años que terminaron por debilitar internamente al partido y cobrarse a los dos últimos presidentes nacionales, primero forzando la dimisión de Mariano Rajoy y abandono de la Moncloa de su Gobierno en 2018. Y posteriormente el fracaso del liderazgo y candidato que se planteó para recuperar el poder ejecutivo, el candidato Pablo Casado, el pasado 2022.

Después de perder el gobierno del país, los resultados en las elecciones de 2019 fueron los peores del partido en su historia. A esto se le suma la aparición de un segundo y tercer competidor, en 2016 Ciudadanos en el centro derecha y en 2018 en el eje de la extrema derecha VOX.

En este caso los dos liderazgos eran diferentes entre sí, de un político con experiencia como Mariano Rajoy destituido por casos de corrupción que se vincularon a su partido durante su mandato, se lanzaba la candidatura de un joven político como Pablo Casado que buscaba regenerar el partido y competir con Ciudadanos por el centro-derecha ideológico. Las circunstancias acabaron desencadenando la llegada de un partido de extrema derecha a las instituciones, que modificó las reglas de la competición y la actualidad política. Un escenario donde ni el candidato ni el partido, pudieron frenar la sangría de votos en las elecciones de abril, cuyos resultados solo empeoraron en la repetición electoral de noviembre.

Sumado a esto se empezaron a desarrollar movimientos internos de disputa al liderazgo de Casado, sobre todo motivados por controlar el partido en Madrid. Estos conflictos internos se personificaron en la figura de la presidenta de la Comunidad de Madrid, Díaz Ayuso. Un liderazgo que se centra actualmente en confrontarse con el gobierno nacional de Pedro Sánchez. En medio de esta crisis se desataban los rumores de que el presidente autonómico de Galicia, Núñez Feijóo, con numerosas mayorías absolutas a su espalda, podría esta vez sí sustituir a Casado. Después de múltiples rumores de que en algún momento de su carrera daría el salto a la política nacional por ser una figura muy valorada dentro del partido. Estos dos liderazgos cuentan con una gran popularidad y valoración dentro de sus contextos, e

incluso fuera en otros territorios presididos por el PP. Algo que Casado no logró conseguir desde la oposición al gobierno en el Congreso (Palomar, 2022).

Esta situación desembocó en fuertes tensiones internas por la competición entre los máximos liderazgos en activo Ayuso, Casado como líder actual del partido y José Luis Martínez Almeida, el alcalde del PP de la ciudad de Madrid (Rienda, 2022). Sumado a la inclusión en el mismo momento de rumores sobre el salto de Feijóo al ámbito nacional. Estos sucesos evidenciaron que el partido estaba sumergido en una fragmentación total de sus simpatizantes y afiliados, así como de su cúpula directiva. Cuyo final fue la imposición del liderazgo de Díaz Ayuso que terminó con la dimisión de Pablo Casado (Rienda, 2022). Fue tal su impacto que ocupó la actualidad mediática, llegando a elevarse y trasladarse al debate social.

El detonante del conflicto público fue la investigación que se quiso abrir contra Ayuso sobre unos contratos de compra de mascarillas a una empresa vinculada a su hermano, se mediatiza la noticia de que se creó una trata de espionaje contra Ayuso desde dentro de la dirección nacional del PP liderada por Casado (Rienda, 2022). Se produce una declaración pública de Ayuso de esas relaciones comerciales con la empresa de su hermano a raíz de un expediente informativo para analizar la causa. Esto produce la confrontación directa entre el líder del partido a nivel nacional, que reprocha esas actuaciones como no ejemplares, y la líder de la comunidad de Madrid, que declara sentirse atacada y perseguida. En base a estos acontecimientos se realiza una concentración espontánea en la sede Génova en Madrid de simpatizantes de Ayuso que piden la dimisión de Casado (Rienda, 2022). Con todo el revuelo mediático y las presiones internas, finalmente Casado y su círculo cercano presentan su dimisión y no se presentan a la celebración del próximo Congreso del partido.

En ese Congreso se elegiría la nueva candidatura para el partido. En este caso el PP cuenta con un mecanismo distinto para elegir al presidente. Sus estatutos contemplan la regulación interna y la celebración de elecciones primarias, pero con matices. En el caso del PP desde que se fundó su elección se ha actuado en base a la centralización de poder. Pero en los nuevos estatutos de 2017 decidieron impulsar un nuevo sistema de elección, aumentando la participación de los afiliados para que voten por los candidatos de forma directa, pero con un modelo basado en los compromisarios territoriales. Creando un sistema de elección a doble vuelta asimétrico, en la primera vuelta votan los afiliados, y en la segunda los compromisarios. Con este sistema, que aparentemente busca democratizar el sistema de elección de candidaturas, observamos como los militantes siguen teniendo una menor capacidad de decisión, siendo los compromisarios, afines en su mayoría a las líneas mayoritarias del partido, quienes gestionan la elección final (Rienda, 2022).

La batalla por el liderazgo del partido que se llevó a cabo también era una pelea por conseguir el control del partido en Madrid. En la que a nivel comunicativo y político terminó ganando Ayuso, al crear un marco narrativo de conspiración en su contra, logrando desacreditar y dañar la imagen del líder en ese momento, por lo que el partido le retira su apoyo y fuerza su dimisión (Rienda, 2022). La estrategia comunicativa se centra en sacar al debate público el conflicto interno, para escenificar una crisis de liderazgo y lograr establecer una lucha en la que solo uno de ellos podrá salir bien parado. No busca desviar la atención del problema que se supone, le perjudicaría, todo lo contrario, lo relaciona con una cuestión de liderazgo y ataque hacia ella por parte del partido (Rienda, 2022).

Pero la tercera parte de este conflicto que no despertó tanto revuelo, eran los rumores de la llegada de una nueva figura al ámbito nacional Núñez Feijóo, para liderar el partido. La clave de su llegada fue que logró aparecer en un momento de alta crispación interna en el partido, y malos titulares en prensa, donde el gestor gallego llega para postularse como la solución al conflicto entre las partes. Como un candidato externo que viene a poner paz al partido y a recobrar el sentido dentro de la organización, con su experiencia y trayectoria política que le respalda en la Xunta de Galicia. Una victoria para un actor que no estaba vinculado en la batalla en primera instancia (Rienda, 2022).

Lo que es cierto es que con el cambio de liderazgo y de la cúpula dirigente del partido, las encuestas han dado poco a poco mejores resultados de intención de voto al PP de lo que se venían produciendo hasta ese momento. La clave a esta pronta recuperación puede residir en la rápida solución que se buscó al conflicto, logrando que no se prolongase demasiado. De lo contrario quizás esto sí que hubiese logrado erosionar profundamente la imagen del partido. Tan solo un mes después de la dimisión de Casado se celebró el Congreso para elegir un nuevo líder, así como un nuevo equipo dirigente y dirección estratégica de cara a la nueva etapa y los futuros comicios de 2023. La realidad es que las encuestas aportaban datos que demostraban que la candidatura de Casado no lograba ser competitiva, mientras que Feijóo contaba con una imagen y liderazgo ya consolidados, no solo a nivel autonómico, sino también a nivel nacional se trata de una candidatura que se venía preparando desde hace tiempo desde la marcha de Mariano Rajoy. Así como las características de su liderazgo e imagen también estaban predefinidas y eran conocidas, como un buen gestor, político serio y maduro que ha ganado muchas mayorías absolutas en el gobierno Autonómico (Rienda, 2022).

Dentro del Partido Popular se presentan a las próximas elecciones con un nuevo liderazgo político, con todo lo que esto conlleva en términos de trabajo previo para consolidar esa candidatura. Así como las oportunidades que ofrece en términos de frescura y renovación del partido. Su anterior trayectoria representa un liderazgo imbatible, con una imagen recreada en la marca de un político gestor, dedicado a la Administración Pública, que moviliza recursos con un estilo político serio, poco carismático y moderado. Un tipo de liderazgo y candidatura que es atractivo en momentos de crisis económica o inestabilidad política, donde los votos tienden a economizarse y a replegarse hacia los partidos tradicionales.

Siendo además una figura política dentro del partido con autoridad, apoyo interno desde la estructura, además de reconocimiento de su labor por parte de los militantes. Fue tras los sucesos de conflicto interno de los liderazgos de Casado y Ayuso cuando decide dar un paso al frente y en 2022, después de ganar otra vez las elecciones en Galicia, presentarse a presidir el partido a nivel nacional. Después de que el 2 de abril de 2022 se celebrase el Congreso Nacional Extraordinario ya suspendido, fue proclamado presidente del partido por casi mayoría absoluta, al no presentarse ninguna candidatura competidora.

Al no haberse presentado a unas elecciones generales no podía formar parte del Congreso de los Diputados, solamente encontraron un mecanismo para poder participar en la cámara del Senado. Fue designado senador por designación autonómica por el Parlamento de Galicia con el objetivo de poder asistir a los plenos del Senado como senador y mantener debates contra el presidente del Gobierno. De ahí la importancia que han cobrado los debates en el

Senado en esta última fase de la legislatura para el PP. Es el único espacio donde su candidato puede confrontarse cara a cara con el Presidente y su máximo rival, el PSOE⁷.

3.3 Contexto Nacional y un Nuevo Espacio de Debate Prelectoral en el Senado

Sobre el contexto político nacional destacar que el panorama español ha sufrido grandes y rápidos cambios en los últimos años. Desde la celebración de la primera repetición electoral de la historia de España en noviembre de 2019, a la entrada de la extrema derecha en las instituciones democráticas de la mano del partido VOX, cambios de liderazgo en los principales partidos políticos, el primer gobierno nacional de coalición... Entre muchos otros acontecimientos como la pandemia sanitaria del Covid-19, que ha dejado a su paso consecuencias sociales y económicas que todavía son palpables. O la guerra entre Rusia y Ucrania, que ha generado una crisis energética en Europa y subida de precios en bienes de consumo generalizados a su paso. Todos estos acontecimientos han marcado la legislatura y van a suponer un condicionante en la competición política, como ya han demostrado los resultados de las elecciones municipales de mayo y que, por tanto, también se espera que afecten en las próximas elecciones generales.

Dentro de la competición política, en estos dos últimos años se ha experimentado un cambio de caras visibles y liderazgos de los partidos políticos. Sobre todo, dentro del Partido Popular, como ya hemos relatado. La construcción de un liderazgo fuerte como hemos visto es primordial a la hora de enfrentar cualquier proceso electoral, en la política contemporánea los candidatos son fundamentales, no solo como rostros visibles que personifican a los partidos, sino como canalizadores y transmisores de mensajes estratégicos clave.

En los nuevos procesos que marcan el ritmo político actual, estamos situados en un estado de campaña permanente, donde las campañas electorales están presentes en el día a día de la política, en las sedes parlamentarias, en los MM.CC., en las RR.SS., etc. Este suceso obliga a los partidos y a los políticos a conocer y estar pendientes, de forma constante de la opinión pública, a doblar los esfuerzos de estrategia para enfocar los temas en relación con los objetivos electorales. Por lo que enriquece los discursos que se pueden ofrecer fuera de campaña electoral, pero también los mediatiza o puede llegar a vaciarlos de contenido, en busca de darle una función más propagandística que política.

En este escenario, al final de la legislatura del Gobierno, coincidiendo con la llegada del nuevo candidato del PP, cobraron importancia los plenos en el Senado. Por parte del PP y de su candidato, Feijóo pasó a ser el único método por el que podía enfrentarse cara a cara contra el Presidente del Gobierno en sede parlamentaria. Pero desde la presidencia del Gobierno y desde el PSOE también se entendió como una oportunidad política y estratégica para prepararse de cara a la futura campaña electoral para los comicios generales. En España los debates electorales en periodo de campaña no son obligatorios, estos se realizan previo consenso y acuerdo entre los partidos políticos que participen, y suelen celebrarse desde el año 2016 entre las fuerzas políticas con representación mayoritaria, siendo los más comunes de cuatro contrincantes.

⁷ Martín, O. (25 de mayo, 2022). Feijóo, elegido senador autonómico, podrá medirse ya con Pedro Sánchez en el Parlamento. *El Español*.

Recientemente, han vuelto a manifestar el interés porque se establezcan debates electorales a dos políticos de cara a julio⁸, entre el presidente del Gobierno y el líder de la oposición. Por lo que observamos que existe un interés porque regresen los debates electorales televisados tradicionales de la etapa del bipartidismo español, entre los dos líderes del PP y PSOE, los partidos mayoritarios. Este es el motivo por el que de pronto los plenos y debates efectuados en la cámara baja de representantes, han cobrado el interés de los MM.CC. siendo anteriormente un espacio de reducida expectación política, frente al Congreso.

Para el actual Presidente del Gobierno es un espacio más donde presentar sus medidas políticas y enfrentarse a su máximo rival, el líder de la oposición. Los plenos donde se convocan al Presidente se establecen al menos una vez al mes. Lo que ofrece una fórmula atractiva y la única arma para ejercer oposición con su candidato al presidente del gobierno, en pleno año electoral y con la necesidad de consolidar el cambio de liderazgo que han llevado a cabo en el PP. Así les ayuda a llevar a cabo un entrenamiento en los debates parlamentarios en sede nacional, un escenario político que no era del que provenía ni estaba familiarizado su candidato.

El formato de estos plenos celebrados en el Senado varía, y es que existen fechas en las que el Presidente acude en caridad de comparecencia que serán las que analizaremos, donde se aborda un problema concreto que decide llevar a discusión en el pleno y que se somete a debate entre los principales miembros de cada formación política. Las cuales analizaremos las intervenciones y réplicas por el Grupo Parlamentario Popular. Mientras que existen otras fechas en las que los grupos parlamentarios son los que le trasladan al Presidente preguntas, estos debates cuentan con una menor duración y por ello, al no responder a los mismos tiempos ni lógicas que las comparecencias, se ha decidido no analizarlas debido a la distorsión que provocaría en los resultados.

Las cuatro ocasiones que se ha producido un debate cara a cara entre Feijóo y Pedro Sánchez han abordado los siguientes temas que el Presidente ha expuesto. En primer lugar, el primer debate se propició en septiembre de 2022 con el tema central sobre las medidas del plan de ahorro energético aprobado por el Congreso antes, así como debatir acerca de la situación económica y social del país. Este es uno de los temas claves que ha ocupado la parte final de la legislatura por parte del PSOE.

En octubre, el segundo cara a cara versó sobre las medidas económicas y fiscales realizadas por el Gobierno y el papel de las CC.AA. a la hora de implementar y mantener el Estado de Bienestar en el país. Vuelve a poner en el foco temas económicos y fiscales, pero introduce el papel de otros niveles de gobierno como el caso del nivel autonómico, que cuentan con la gestión de grandes competencias sobre políticas sociales. Este debate puede traer a colación grandes conflictos a la hora de señalar a otros gobiernos autonómicos de diferentes colores políticos, para atacar la gestión del adversario.

La tercera ronda en enero de 2023, el debate tuvo como protagonista la defensa de las medidas económicas del Gobierno para hacer frente a las consecuencias económicas y sociales de la guerra de Ucrania, y el papel de las Administraciones Públicas.

⁸ Hernández, M. y Ruiz, J. (5 de junio de 2023). Sánchez reta a Feijóo a seis cara a cara para darle la vuelta a las encuestas. *El Periódico*.

El cuarto y último debate que se someterá a análisis, celebrado en abril antes de las elecciones municipales, tenía como tema central debatir acerca de los planes implementados por el Gobierno en el ámbito económicos y social para paliar las consecuencias de la guerra de Ucrania y el papel de las Administraciones.

Estos debates comenzaron siendo alabados y propiciados por el PP, consiguieron que se mediatizasen al presentarlos como un debate ya no parlamentario, sino como un debate preelectoral televisado. Una vez que adquirieron todo el foco mediático, no estuvieron conformes con las normas que dictan este tipo de debates en sede parlamentaria⁹. Por ejemplo, los tiempos establecidos son mayores para el Presidente que comparece por petición propia, y los tiempos de réplica para el resto de partidos del Senado son menores, algo que no les beneficiaba al Partido Popular. Así como en este tipo de comparecencias es el Presidente el que escoge el tema del que se debate e inicia el debate en el pleno. Al final, la crítica desde la oposición se enfocaba en que estos debates eran un espacio más donde Sánchez exponía sus logros de Gobierno y no se dedicaba a debatir los temas que quería el líder de la oposición, que prefería debatir sobre los impuestos, la inflación, la deuda pública temas macroeconómicos que el PP en esta campaña preelectoral quería llevar a colación junto con otros temas sociales y de actualidad política en formato de crítica al Gobierno central, pero que solo podía introducir en las réplicas.

Lo que nos ofrece este espacio tradicional de debate como es la sede parlamentaria son las nuevas estrategias discursivas que dos candidatos van a esbozar de cara a las elecciones municipales, pero también para las próximas elecciones generales. Para poder de esta forma como en una precampaña confrontar los modelos políticos en una especie de debate electoral. Qué temas deciden resaltar, que tonos predominan, qué marcos discursivos presentan ante la sociedad, cuál es la estrategia de campaña de un candidato de la oposición y un presidente que se enfrenta a una reelección, entre muchas otras claves que dejarán entrever el análisis de discursos.

Desde la Moncloa hacen declaraciones a los MM.CC. se ha afirmado que estos duelos parlamentarios con el líder de la oposición, sirven para reforzar al presidente del gobierno y ahondar en su estrategia de evidenciar que el líder del PP no tiene proyecto político, pierde credibilidad que se refleja posteriormente en las encuestas¹⁰.

Mientras que se espera que la estrategia de Feijóo sea la de remarcar el contexto polémico que sufre el ejecutivo, la división interna entre los miembros del Gobierno producida por el debate sobre la reforma de la ley del solo si es si, que salió adelante con los votos de PP y PSOE y contrario del UP. De la misma forma los miembros del PP declaran que estos debates son comparecencias de precampaña de cara al escenario electoral del 28M. (Ambos partidos concuerdan en esto por eso trataremos estos debates y discursos de esta forma como un debate cara a cara entre los dos principales líderes del país de cara a un escenario electoral). El PP se opone a la nueva ley de vivienda del gobierno.

⁹ Recuperado de: (30 de agosto de 2022). Feijóo pide un debate con Sánchez en el Senado, este acepta el cara a cara y ahora el PP pone pegas por ser un debate limitado. *Huffingtonpost*.

¹⁰ (25 de abril de 2023) Así le hemos contado el cuarto cara a cara de Sánchez y Feijóo en el Senado. El País. URL: <https://elpais.com/espana/2023-04-25/el-cara-a-cara-de-pedro-sanchez-y-alberto-nunez-feijoo-en-el-senado-en-directo.html>

4. METODOLOGÍA

Este proyecto busca llevar a cabo un análisis de marcos interpretativos en varios discursos parlamentarios de los partidos y líderes más relevantes del panorama español actual. Por una banda, someteremos a análisis el primer caso de estudio, que son las comparecencias del Presidente del Gobierno y líder del PSOE Sánchez, y el segundo caso de estudio serán las réplicas pronunciadas por el líder de la oposición y candidato del PP Feijóo. Ambos se han sometido a debates en sede parlamentaria en varias ocasiones que han sido tratados y percibidos mediática y socialmente, como debates cara a cara entre ambos líderes. Por ello surge el interés de observar cómo se han desarrollado esas confrontaciones parlamentarias dentro de un contexto de campaña preelectoral.

Este escenario nos permitirá observar cómo abordan los temas ambos partidos políticos debido a que no solo son antagonistas en el espectro ideológico, sino que ocupan posiciones completamente opuestas, uno como partido en el gobierno y otro como líder de la oposición. Por lo que se espera de antemano, como ya nos ha prevenido la literatura, que los temas y estrategias sean completamente opuestas.

En este caso, los puntos de interés para la investigación se centrarán en la identificación de tres partes fundamentales en un debate o discurso, las cuales son: primero, identificar qué temas y bloques temáticos prevalecen en los debates; cómo se enmarcan esos temas, qué marcos discursivos se emplean para definirlos y observar si existen diferencias a la hora de abordar esos temas en cuestión; en tercer y último lugar analizar las emociones que predominan en los discursos, aportando indicios sobre las estrategias discursivas empleadas.

La periodicidad con la que se llevaron a cabo estos cara a cara permite poder realizar un análisis comparativo de los *frames* que usan en cada tema en los discursos pronunciados por ambos candidatos. Pudiendo observar su evolución temporal en un período de tiempo de ocho meses. En cada una de esas convocatorias se abordaron temas diferentes, lo que facilita la comparación. También nos permitirá observar el tono que se emplea en estos debates.

En primer lugar, con el presente estudio se quiere dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación.

P1: ¿Qué tipo de cuestiones o temas prevalecen en los discursos del Presidente del Gobierno durante los debates producidos en el Senado? ¿Y en el discurso del líder de la oposición?

P2: ¿Existe una coincidencia en los temas a tratar, pero empleando diferentes marcos interpretativos entre ambos candidatos?

P3: ¿Existe una estrategia discursiva diferenciada entre el candidato a la presidencia del gobierno y el actual Presidente del Gobierno? ¿El candidato en la oposición utiliza más estrategias de ataque, así como emociones negativas? ¿El actual presidente adopta una estrategia más propositiva?

Las hipótesis que se pondrán a prueba en la investigación asociadas a cada una de las preguntas anteriores son respectivamente las siguientes:

H1: Cabe esperar que el Presidente del Gobierno y candidato del PSOE opte por tratar temas relacionados con la defensa y medidas políticas que haya realizado durante su legislatura. En el caso del líder de la oposición, los temas a tratar serán en su mayoría críticas directas a la gestión del gobierno, así como temas de actualidad política y el estado de la economía del país por ser un partido conservador.

H2: Según los resultados obtenidos en otros estudios, pensamos que ambos líderes van a coincidir en enmarcar temas como la economía o el empleo, como primordiales, pero el enfoque será distinto. No compartirán ni las soluciones, ni la raíz del problema, ni a los culpables.

H3: Por tanto, la estrategia discursiva del Presidente del Gobierno será de defensa y de presentar los logros de la legislatura, utilizando más emociones positivas como el entusiasmo. Mientras que el líder de la oposición realizará una estrategia de ataque con un gran uso de las emociones negativas.

En lo relativo al período temporal que analizaremos, este consta de ocho meses, desde la primera comparecencia del Presidente del Gobierno en el pleno del Senado y su posterior cara a cara con el candidato Feijóo en septiembre de 2022, hasta a abril de 2023, antes de que se produjesen las elecciones municipales de mayo.

Tabla 1: Tabla resumen sobre las unidades de análisis de discurso del Senado.

Discurso / debate	Fecha	Temática	Interlocutor principal	Réplicas
Comparecencia del Presidente del Gobierno en el pleno del Senado	6 septiembre 2022	Informar sobre el plan de ahorro y gestión energética y su perspectiva territorial, así como el contexto económico y social del mismo.	Pedro Sánchez (PSOE)	Senador del GPP Núñez Feijóo
Comparecencia del Presidente del Gobierno en el pleno del Senado	18 octubre 2022	Informar sobre el alcance de las medidas económicas y fiscales adoptadas por el gobierno y el papel de las CC.AA. en su implementación y en el mantenimiento del Estado de Bienestar.	Pedro Sánchez (PSOE)	Senador del GPP Núñez Feijóo
Comparecencia del Presidente del Gobierno en el pleno del Senado	21 enero de 2023	Informar sobre las medidas adoptadas por el Gobierno para hacer frente a las consecuencias económicas y sociales de la guerra en Ucrania, y el papel de las Administraciones.	Pedro Sánchez (PSOE)	Senador del GPP Núñez Feijóo
Comparecencia del Presidente del Gobierno en el pleno del Senado	25 abril 2023	Informar sobre los planes implementados por el Gobierno en el contexto económico y social de la guerra de Ucrania y el papel de las Administraciones.	Pedro Sánchez (PSOE)	Senador del GPP Núñez Feijóo

Fuente: elaboración propia.

Analizaremos los discursos del PSOE y del PP y sus comparecencias en el Senado en varios momentos temporales distintos. A través de la aplicación de una metodología mixta según nuestros objetivos, empleando un análisis cuantitativo y cualitativo. Para posteriormente poder comparar los resultados obtenidos para cada uno de nuestros casos de estudio. Buscando así analizar los encuadres sobre los temas principales que se han sometido a debate entre los candidatos, desengranando sus estrategias discursivas.

Por tanto, analizaremos tres dimensiones que están destinadas a identificar los principales *issues* de los debates, posteriormente los marcos interpretativos que definen sobre esos temas en cada debate, y las emociones que utilizan y evocan en los discursos que forman parte de la estrategia que han empleado.

Nuestro interés analizando los cara a cara en el Senado, inéditos hasta esta legislatura, se sustenta en que facilita el análisis de contenido sistemático, pudiendo observar hasta qué punto estos espacios de debate conservan su función como foros para el debate de políticas sectoriales y discusión sobre políticas públicas. Frente a la tendencia actual de la gran mayoría de los espacios de debate derivados a establecer una comunicación política cuyo fin es buscar la mediatización (López-García, et al 2018; Paterson 1980 citado en García, 2018).

Se someterán a estudio finalmente cuatro comparecencias del Presidente del Gobierno en el pleno del Senado con las respectivas réplicas del líder de la oposición (ver Anexo, Tabla 2). Una aclaración metodológica que se debe de tener en cuenta es que han debatido en más ocasiones en el pleno del Senado, pero a través de otros formatos como son las preguntas al presidente¹¹. No se han incluido en este análisis al no aportar temas nuevos diferentes a los ya recogidos en estos documentos, o preguntas de relevancia emitidas por el líder del grupo parlamentario popular. Además, no responden a las mismas normas y lógica que las comparecencias del Presidente¹², y tampoco cuentan con la misma duración en las intervenciones pudiendo distorsionar los resultados del análisis.

Cada comparecencia cuenta con un tema principal propuesto a debate por el Presidente del Gobierno. En el primer cara a cara, el tema central que se pretende abordar es el *Plan de ahorro energético y su perspectiva territorial, así como el contexto social y económico*. Se trata de un tema que le beneficia a priori, al ser una de las políticas y temas actuales de la legislatura, la crisis energética y la subida de precios de la luz que tuvo lugar con el estallido del conflicto de Ucrania, que ocupó la atención social y de los MM.CC.

En el segundo debate introduce otro tema como es la economía, a través de la presentación de las *Medidas económicas y fiscales adoptadas por el Gobierno y el papel de las CC.AA. en su implementación y en el mantenimiento del Estado de Bienestar*. En este caso, al ser el Senado una situación en la que se pretende representar la diversidad territorial, introduce en el debate el papel de un segundo nivel de las admiraciones públicas, cómo es la gestión de

¹¹ No se han tenido en cuenta las preguntas al Presidente celebradas en plenos con fechas de 22/11/2022, 20/12/2022, 21/02/2023, así como la comparecencia en mayo posterior a los comicios municipales por estar condicionada por los resultados postelectorales, algo que podría distorsionar el análisis.

¹² Un aspecto que debemos de tener en cuenta que afecta a los resultados que obtengamos es que el tiempo de intervención no es el mismo en las comparecencias del presidente, para el propio presidente que es ilimitado incluso en las respuestas. Que para los portavoces de los grupos políticos que cuentan con un máximo de 35 minutos de intervención según la normativa del pleno del Senado.

las CC.AA. en este caso para evaluar cómo estas han podido aplicar o no las medidas económicas y fiscales promovidas por el Gobierno. Debido a que acumulan muchas competencias para gestionar políticas públicas sectoriales, este tema podría abrir una línea de conflicto en el debate al contar con numerosos gobiernos autonómicos de diversos colores políticos, por lo que puede provocar la confrontación entre las dos partes.

El tercer debate se produce a comienzos de 2023, para *Informar sobre las medidas adoptadas por el Gobierno para hacer frente a las consecuencias económicas y sociales de la guerra de Ucrania, y el papel que juegan las administraciones*. El conflicto bélico en Ucrania en ese momento y desde su estallido en 2022, fue una de las principales preocupaciones sociales, además después de conocerse las consecuencias económicas y de subida de precios de alimentos básicos, de la energía, combustibles... Desencadenó que ocupase también la preocupación y las principales líneas de actuación del Gobierno durante la etapa final de su legislatura. Por lo que el Presidente quiere defender sus actuaciones y logros, así como presentar la gestión que ha llevado a cabo de las consecuencias sociales y económicas.

El último debate, que se ha recopilado en abril de 2023, antes de la celebración de los comicios municipales, tiene la intención de *Informar sobre los planes implementados por el Gobierno en el contexto económico y social de la guerra de Ucrania y el papel de las administraciones*. Esta comparecencia se realizó un mes antes de que diese inicio la campaña electoral de las elecciones municipales del 28 de mayo y autonómicas en otros territorios. Por lo que será de vital interés dilucidar qué temas prioriza cada candidato y cuál es su estrategia en un ambiente de precampaña política.

El tratamiento y los pasos metodológicos que aplicaremos a cada documento y debate serán los mismos, constarán de las siguientes fases de análisis de los discursos.

En primer lugar, llevaremos a cabo una identificación cuantitativa de los temas que se abordan en cada uno de los debates, agrupándolos en grandes dimensiones temáticas que abordarán las categorías de los temas políticos tradicionales que la literatura ha identificado, que son propios de los debates y/o discursos políticos que se definen en la siguiente tabla.

Tabla 2: Tabla resumen de las dimensiones temáticas para el análisis de discursos.

Dimensiones temáticas	Temas
<p>Policy issues (asuntos sobre políticas públicas)</p>	<p><i>Incluye a todos aquellos códigos y temas que hacen referencia a cuestiones que tienen que ver con las políticas públicas sectoriales, por ejemplo, la sanidad, la educación, etc.</i></p>
<p>Political issues (problemas políticos)</p>	<p><i>Incluye a todas las cuestiones relativas a la esfera más abstracta de la confrontación parlamentaria y preelectoral, ejemplo, la ideología de los partidos políticos, los candidatos, las posibles alianzas de gobierno, relaciones con la sociedad civil, poderes fácticos...</i></p>
<p>Campaign issues (cuestiones de la pre-campaña)</p>	<p><i>Hacen referencia a aspectos concretos de las campañas electorales, como puede ser resultados anteriores, encuestas preelectorales, actos específicos, configuración de listas electorales, presentación de candidaturas...</i></p>

Personal issues (aspectos personales de los candidatos)	<i>Agrupar todos aquellos temas detectados que traten cuestiones relativas a la vida privada y a la actividad de los candidatos, su carácter, sus habilidades y aptitudes de liderazgo...</i>
---	---

Fuente: Elaboración propia a través de la revisión de literatura García et al., 2018.

La anterior clasificación define las dimensiones temáticas, o *issues frame* que nos presentan el grupo de investigadores de García et al (2018) que se identificarán en los discursos de los debates del Senado. Distinguen en primera instancia en los debates aquellos temas que tratan sobre políticas públicas, de los argumentos que abordan temas políticos, las cuestiones que hacen referencia a la campaña o precampaña electoral en sí misma, y por último aquellos temas que hacen referencia a los aspectos y cualidades de los candidatos. La literatura avanza que los temas que suelen ocupar más espacio en estos debates son los *policy issues*, seguidos de los *political issues* planteamientos programáticos más específicos. Las referencias a la propia campaña o precampaña suelen ser menos notorias (García et al, 2018).

Posteriormente, llevaremos a cabo una identificación de los bloques temáticos que hayan cobrado más importancia, de esta forma identificaremos temas concretos que necesitan también de una categorización propia e individual debido a la importancia que cobran en los debates. Como ha sido el caso de todos aquellos temas relacionados con la guerra de Ucrania, que debido a su alta frecuencia y ser considerado un tema en sí mismo no se ha agrupado bajo el bloque de política exterior, sino que se ha categorizado de forma individual. Ocurre lo mismo con el Covid-19 que sigue estando muy presente en los debates.

Así como se ha generado una categoría nueva que hace referencia a las referencias al liderazgo y habilidades del contrincante, debido a la alta confrontación y apelación directa entre los candidatos. De la misma forma se le ha asociado una categoría propia a la política fiscal y de impuestos debido a la alta frecuencia de aparición de ese tema en concreto.

Para el resto de bloques temáticos se empleará la clasificación que nos presentan Pérez y Curiel en la siguiente tabla, para definir qué temas se encuentran en cada uno de ellos para facilitar la codificación de los discursos.

Tabla 3: Tabla resumen de los bloques temáticos y su codificación para el análisis de discursos.

Bloques temáticos (Códigos)	Temas
Políticas económicas	Empleo, paro, salario, gasto público, deuda, crisis económica, emprendimiento, contratos, autónomos, inversión, presupuestos generales...
Políticas social	Educación, sanidad, pensiones, Estado de Bienestar, justicia social, igualdad de género, violencia de género, política de vivienda, inmigración, atención a la dependencia...
Modelo Territorial del Estado	Organización territorial, CC.AA., Independentismo, Nacionalismo, Constitución...
Propuestas programa electoral	Promesas electorales, programa político...
Populismo	Presencia o nombrar a partidos de extrema derecha o izquierda en las instituciones, referencias al Gobierno de forma despectiva, pactos con las extrema derecha, soluciones sencillas a problemas complejos...

Política exterior	Unión Europea, comercio exterior, política internacional, Brexit, Trump...
Clase política	Corrupción política, medidas de transparencia...

Fuente: Elaboración propia a través de Pérez y Curiel, 2020.

Por lo que la codificación de las dimensiones temáticas y los códigos (bloques temáticos) quedaría compuesta y definida de la siguiente forma: dentro de los *policy issues* (política económica, política exterior, política fiscal/impuestos y políticas sociales); dentro de los *political issues* (la clase política, el modelo territorial, populismo/extrema derecha); dentro de *campaign issues* (referencias al programa electoral o medidas pasadas); y dentro de *personal issues* (referencia al liderazgo de los adversarios o sus capacidades).

Esta primera fase nos abrirá camino y está relacionada con la segunda fase de análisis, que es el análisis de marcos sobre aquellos temas que hayan ocupado el foco de cada uno de los debates y que por su importancia resulte de interés observar si existen diferencias de interpretación de los temas, a través de los marcos interpretativos. Comparando, así como abordan un mismo problema desde visiones opuestas, los dos candidatos, en base al mismo esquema de análisis de esos marcos.

Para facilitar la codificación se han dividido las partes fundamentales a la hora de construir un marco, como es la definición del problema, la aportación de la solución y la motivación que se le aplica en las siguientes dimensiones sobre los marcos (Máiz, 2018). Se presenta en este estudio una combinación entre estas fases y las preguntas que se hace la investigadora Bacchi (2012) a la hora de identificar los marcos en los discursos. Por una parte, la *diagnose*, que implica la definición del problema, la situación que se considera que se debe cambiar y el responsable/es de ese problema. La segunda dimensión y parte es la *prognose*, que incluye la solución si se da a ese problema, lo que es necesario remitir o cambiar, y el responsable/es de llevar el cambio y solución a delante. Y la tercera y última dimensión, sería la motivación o justificación del tema que se ha querido enmarcar, dando respuesta a las preguntas de qué actuaciones previas enmarcan ese tema, por qué se considera que es de relevancia o actualidad, en qué valores sociales aceptados y compartidos se arraiga esa motivación para entender que es necesario entender esa situación como un problema.

Tabla 4: Tabla de dimensiones y códigos de los marcos interpretativos.

Dimensiones de los frames	Preguntas sobre los marcos interpretativos que debemos observar en los discursos (Bacchi, 2012)
Diagnose	¿Cuál es el problema, definición? ¿Qué está mal? ¿Quién es el responsable/es? ¿Quiénes son las víctimas de ese problema?
Prognose	¿Cuál es la solución? ¿Qué es necesario cambiar para mejorar la situación? ¿Quién debe de ser el responsable/es de la solución?
Justificación / Motivación	¿Qué actuaciones previas enmarcan actuaciones previas relacionadas? ¿Por qué es relevante y actual este tema / problema?

Fuente: Elaboración propia a través de la revisión de literatura.

En lo que se refiere a la anterior tabla propuesta se identificarán de los principales problemas clave que aborden los dos candidatos, cómo cada uno los enfoca de forma diferente, y buscan responder estas preguntas en sus discursos para la posterior comparación. Aplicaremos el mismo esquema en todos los temas concurrentes para observar las diferencias a la hora de definir el problema o las soluciones que aportan.

A nivel de análisis, el uso de este método de investigación llevando a cabo un análisis sistemático y formalizado de un discurso o texto puede arrojar resultados fiables y válidos en términos e identificación, mediación o valoración de los marcos (Braun, 2015).

La tercera fase está ligada a explorar más en detalle la estrategia discursiva y política de cada candidato, versaría sobre observar qué emociones predominan en ambos discursos. Nos permitirán desgranar el tono general de la estrategia y estilo de cada candidato, así como qué emociones emplean con mayor frecuencia, y cuál será la estrategia por la que apuestan en un contexto de precampaña política y tan polarizada como el actual.

Para los códigos de las emociones primero dividirlas en las emociones por sí solas, luego las agrupamos en las tres grandes dimensiones, posteriormente poder observar cuáles prevalecen más. Esto nos ayudará a detectar el tono y a vislumbrar en líneas generales cuál es la estrategia de precampaña que han seguido cada uno de los partidos y candidatos.

En cuanto a las emociones que trataremos de identificar, corresponden a las siguientes dimensiones que identifica Marcus (2000) son tres: la dimensión *entusiasmo*, que engloba las emociones de la *tranquilidad*, *el entusiasmo*, *la esperanza* y *el orgullo*; la dimensión *ansiedad*, que incluye *el asco*, *el miedo*, *la preocupación* y *el enfado*; y la dimensión que provocan las emociones que generan *aversión*, como es el caso del *odio*, *el resentimiento* y *la amargura*.

La conceptualización de los códigos de las emociones se define en base a las siguientes definiciones que se han consultado con la literatura previa, para poder identificar las emociones de forma individual al mismo tiempo.

Tabla 5: Tabla definiciones de los códigos emocionales.

Emociones (Códigos)	Definiciones
Orgullo	<i>Adopta el significado de experimentar una satisfacción hacia algo propio o cercano a uno, que se considera meritorio.</i>
Esperanza	<i>La entendemos como la confianza de lograr una cosa u objetivo, que se realice algo que se desea.</i>
Entusiasmo	<i>Expresará esa emoción intensa de exaltación del ánimo producto por la admiración apasionada de alguien o algo, que se manifiesta a la hora de hablar o de actuar.</i>
Tranquilidad	<i>hace referencia a un estado emocional de calma, serenidad o paz, que experimenta una determinada persona.</i>
Miedo	<i>Esa emoción que despierta angustia en el individuo provocada por la presencia de un peligro real o imaginario.</i>
Enfado	<i>Expresa esa emoción de disgusto y mala disposición hacia una persona o situación que generalmente se produce por una causa de algo que es contrario a los intereses del individuo o que le perjudica de forma directa o indirecto, o que así lo percibe.</i>
Odio	<i>Esta emoción se activa al experimentar aversión o repugnancia, incluso a veces de forma violenta hacia una cosa o persona que nos provoca rechazo.</i>

Preocupación	<i>Se experimenta como un estado emocional de desasosiego, inquietud o temor producido ante una situación complicada o un problema.</i>
Resentimiento	<i>Esa emoción que va más allá y que se reproduce de forma persistente al experimentar disgusto o enfado hacia una persona o situación por considerarlo como causante de cierta ofensa personal o daño sufrido, y que en muchas ocasiones viene acompañado de la manifestación con actos o palabras hostiles.</i>
Amargura	<i>Es una emoción más duradera que se activa con la frustración, el resentimiento o la tristeza especialmente por haber sufrido una desilusión o injusticia.</i>
Asco	<i>Aquella reacción generada por una profunda aversión hacia algo que nos resulta especialmente desagradable o repugnante.</i>

Fuente: elaboración propia a partir de Oxford University Press dictionary¹³.

El análisis de los datos y de los debates parlamentarios se llevará a cabo a través de la codificación sistemática de todos los códigos de interés que se emplean en la investigación a través del software de Atlas.Ti 9 que nos permite efectuar un análisis de contenido de los discursos cualitativo a la vez que nos ofrece la presentación de los códigos en datos cuantitativos, así como observar las posibles relaciones de co ocurrencia que se establezcan entre ellos.

Los códigos se establecerán de antemano sobre la literatura previa y a la metodología empleada y consensuada por otros grupos investigadores para aplicarlos en nuestras unidades de análisis. Los temas serán definidos de antemano, así como las emociones y las partes fundamentales de la construcción de un marco interpretativo. Esto no implica que, si dentro de estos discursos se detectan nuevos temas relevantes no contemplados previamente, los tendremos en cuenta y los incorporaremos creando nuevos códigos si fuese necesario y si los datos indican que es un tema relevante a tener en cuenta para la presentación de los mismos.

¹³ Todas las definiciones de los códigos sobre las emociones se basan en una revisión sobre las acepciones que adquieren en el diccionario oficial de Oxford University Press (OUP). (s. f.). *Definitions, Meanings, & Spanish Translations | Lexico.com*. Lexico.Com. <https://www.lexico.com/es/>

5. ANÁLISIS DEL OBJETO DE ESTUDIO

En este apartado de análisis de resultados se procederá, a través de la metodología propuesta, a presentar los resultados que se han obtenido del análisis de los objetos de estudio, los cuatro debates en el Senado entre Pedro Sánchez y Núñez Feijóo. Para conseguir dar respuesta a nuestras preguntas de investigación iniciales y las hipótesis planteadas. Observando qué temas han ocupado el debate en este espacio institucional, cómo han enmarcado esos temas cada candidato y qué emociones han empleado y marcado el tono general de estos cara a cara.

5.1 Resultados Primer Debate Senado: Política Energética y Contexto Económico.

Respecto al primer cara a cara entre el Presidente del Gobierno y el líder de la oposición celebrado el 6 de septiembre de 2022, la comparecencia del Presidente se realizó bajo la temática y orden del día de *Informar sobre el plan de ahorro y gestión energética y su perspectiva territorial, así como el contexto económico y social del mismo*.

El análisis de contenido permite identificar cuáles han sido las palabras que más han empleado en sus intervenciones los candidatos. De entre la amplia lista (ver Anexo, Tabla 8) se ha decidido destacar las siguientes palabras más empleadas por Pedro Sánchez en este primer debate: *Gobierno* (112 veces), *país* (101), *España* (95), *nuestro* (77), *Feijóo* (62). Entre otras que tienen menor aparición, pero nos dan información sobre los temas que se van a abordar en este debate, son, por ejemplo: *gas* (46), *crisis* (45), *empresas* (44) y *Putin* (27).

En el caso de las intervenciones del líder de la oposición durante este primer cara a cara, las palabras que más frecuencia han obtenido son (ver Anexo, Tabla 9): *usted* (72 veces), *Gobierno* (29), *España* (26), *energía* (9), *gas* (7), *inflación* (6), *IVA* (5).

Como podemos observar la diferencia de frecuencias es considerable, esto se debe, como ya indicamos en la metodología, pero cabe volver a recordar, a las diferencias en los tiempos de intervención entre los candidatos. Siendo mucho mayor el tiempo de intervención del Presidente, que los tiempos de los candidatos de las demás formaciones políticas. Por ello, en todos los resultados del Presidente gozan de unas frecuencias mayores.

Estas frecuencias nos facilitan y adelantan la comprensión de la que van a gozar los temas en el discurso de uno u otro candidato. Mientras que el gas es una palabra y tema que está muy presente en el argumentario del Presidente del Gobierno, para el líder de la oposición no goza de tanta importancia en su discurso.

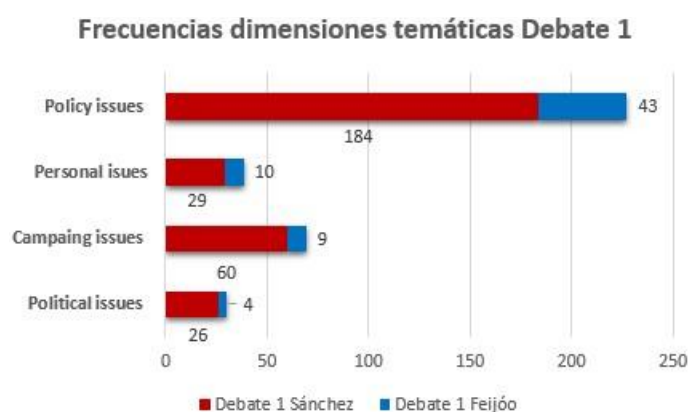
En el discurso de Pedro Sánchez observamos que las apelaciones a la nación, al *Gobierno* y a la idea de *nosotros* son constantes, como veremos más adelante van a tratar de despertar emociones positivas en el receptor. Como el propio asunto de la comparecencia del Presidente en el pleno indicaba, la *energía* será el tema que vertebrará todo su discurso. Además, este va a estar relacionado en concreto con el gas, las subidas de precios y las consecuencias de la guerra de Ucrania y el uso del *gas* estratégico por parte de *Putin*, el

presidente ruso que abastece a Europa. Serán los temas a priori que van a protagonizar el argumentario principal del Presidente en este primer debate.

En el caso de los conceptos más usados en el argumentario de Núñez Feijóo versa también sobre esos temas comunes que se van a abordar en el debate, como la *energía* y el *gas*, aunque con menor frecuencia de la esperada. Incluye otros conceptos que se relacionan con temas nuevos, que buscan realizar una crítica al *Gobierno*, como por ejemplo la *inflación* de precios, o la política fiscal e impositiva a la hora de nombrar el impuesto del *IVA*.

Efectuado un primer análisis cuantitativo acerca de cuáles son las dimensiones temáticas que han cobrado la atención del primer debate en el pleno del Senado, los datos, como se muestran en el siguiente gráfico, indican que predominan en el centro del debate todos aquellos temas relacionados con *policy issues*, es decir, temas sobre políticas públicas.

Gráfico 1: Gráfico de frecuencias de aparición de las dimensiones temáticas en el primer debate en el Senado.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Esta dimensión temática, en el caso de las intervenciones de Pedro Sánchez, llegan a un total de 184 ocasiones en las que se ha detectado que se habla de asuntos sobre políticas sectoriales. Le sigue el uso de los temas que tienen que ver con los *campaign issues*, que hacen referencia a cuestiones en nuestro caso relacionadas con la precampaña política, a través de referencias a resultados electorales anteriores, resultados de encuestas, etc.

En el caso de las intervenciones en este primer debate de Feijóo, coinciden en que predominan ambos discursos sobre asuntos de políticas públicas, pero en segundo lugar por la dimensión de *personal issues*. Que agrupa todas aquellas apelaciones a los aspectos personales de los candidatos, sus cualidades o el cuestionamiento de su liderazgo político. Un ejemplo ilustrativo es la cita presentada a continuación de Pedro Sánchez, donde ataca uno de los atributos principales de su competidor, la imagen de buen gestor de la que goza Feijóo y es fundamental en la construcción de su liderazgo.

“Pero lo cierto es que los meses han pasado y tengo que decirle que, como líder del PP a nivel nacional, las cosas que dice no avalan esa imagen de buen gestor que usted dice tener durante estos últimos 13 años”. (Debate 1 discurso Sánchez)

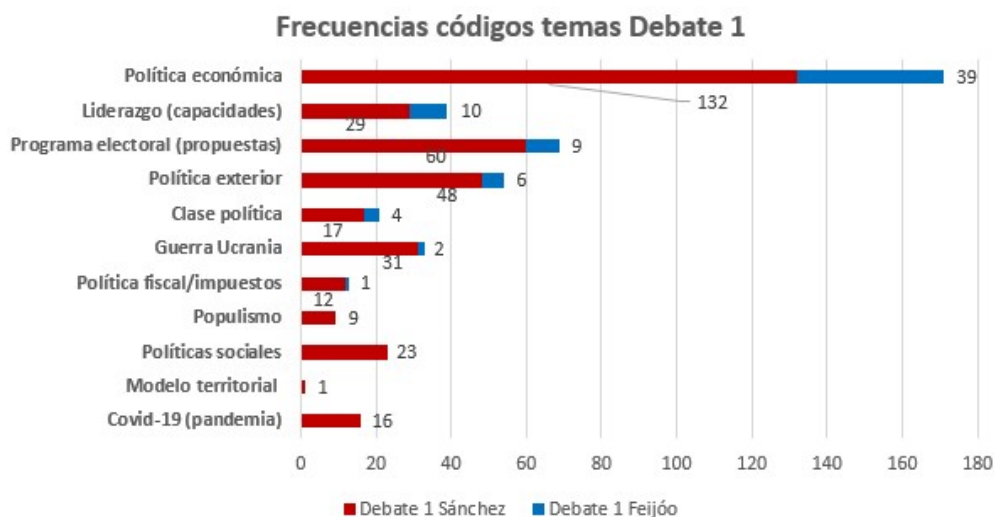
“Una parte del Gobierno alienta públicamente las movilizaciones en la calle. La otra le acusa de hacer propuestas de dudosa legalidad. Hace unas horas, señoría. Y todo esto es una irresponsabilidad, como comprenderán. ¿No hay nadie con autoridad para mandar parar los continuos líos de su Gobierno, señor Sánchez?”. (Debate 1 discurso Feijóo)

En la anterior cita lo que hace Feijóo es cuestionar la autoridad del Presidente del Gobierno y transmitir que no tiene control sobre la toma de decisiones, la autoridad es una cualidad muy importante dentro del liderazgo, más si cabe en la figura de un Presidente. Por lo que los ataques desde la oposición utilizando este método son múltiples.

Si tratamos ahora de desglosar esas dimensiones en bloques temáticos, podemos identificar los temas en el siguiente gráfico que han sido más debatidos, como son todos los que tienen que ver con la política económica. Englobando desde las medidas contra el desempleo, los ERTES, el número de parados, los Presupuestos Generales del Estado... Seguido de las propuestas o medidas programáticas que plantean o que repasan que han conseguido y en tercer lugar estaría el tema de la política exterior y las relaciones con la Unión Europea.

En el caso de las intervenciones de Feijóo sobre la política económica, emplea este tema para hacer oposición al Gobierno y criticar las medidas políticas que ha llevado a cabo relacionadas con la economía o el empleo.

Gráfico 2: Gráfico de frecuencias sobre los bloques temáticos del primer debate del Senado.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

En cuanto a la defensa de esas medidas o del programa electoral, en el caso del actual Presidente del Gobierno, es lógico que sea el segundo tema más empleado, debido a que el propio escenario de comparecencia, el pleno del Senado, cuenta con la función de informar sobre las medidas que el Gobierno que ha realizado. En el caso del líder de la oposición las propuestas son mucho menores, no presenta un discurso propositivo como alternativa de gobierno.

El tercer bloque temático versa sobre temas relacionados con la política exterior de España y las relaciones con la Unión Europea. Este tema es muy importante para el actual Presidente, busca emplearlo a la vez que habla sobre medidas políticas nacionales, para reforzar la

legitimidad y apoyo a su gestión en el Gobierno, a la vez que ayuda a afianzar en el imaginario del electorado su liderazgo y proyección internacional.

Otro tema que ha adquirido mucha importancia es la guerra de Ucrania y las consecuencias económicas y sociales que trae consigo. Se observa como por sí solo adquiere mucha relevancia en el debate, sobre todo en las intervenciones de Pedro Sánchez, el Presidente que ha tenido que gestionar esta crisis.

Sobre la segunda fase del análisis de discursos, que identifica los marcos interpretativos que presenta cada candidato sobre los temas principales de los debates, obtenemos los siguientes resultados. En ese caso, el tema principal, como ya hemos señalado es la política energética, por lo que trataremos de hallar ahora las distintas partes que conforman los marcos discursivos sobre este tema cada candidato (ver Anexo, Tablas 11 y 12).

La política energética y la crisis provocada por la subida de precios de la electricidad y del gas, ha conllevado a que este tema haya sido el más debatido en este primer debate. Y que cada uno de los contrincantes aporte su visión y definición de la situación.

En cuanto al diagnóstico que nos ofrecen sobre la política energética y la subida de precios, encontramos diferencias notables a la hora de definir cuál es el principal problema que requiere de la actuación del Estado y quién es el responsable. Mientras que para las víctimas que lo padecen sí que observamos que ambos candidatos llegan a consenso de que son los ciudadanos españoles en general, las empresas y en el caso de Pedro Sánchez, añadiría la comunidad europea en su conjunto.

En el caso del discurso del Presidente del Gobierno, estamos ante un problema que ha provocado una crisis de suministros energéticos en Europa y por consiguiente ha propiciado un aumento de los precios generalizado. Añade además que la raíz del problema no se encuentra en España, sino en el mercado energético europeo, que no es eficaz, y no está adaptado a las nuevas energías, contando todavía como principal proveedor energético al Estado Ruso, ayudando así a financiar indirectamente la guerra de Putin en Ucrania. Defiende además que la poca regulación del mercado energético europeo conlleva a que las grandes subidas de precios tengan un impacto en las economías familiares y en la productividad de las grandes y pequeñas empresas.

Por lo que señala como claro responsable, además empleando muchas emociones negativas para afirmarlo, a Putin, presidente de Rusia como culpable de la crisis energética actual, y al mercado europeo, por no reformarse.

En el marco que define el líder de la oposición, el problema se encuentra también la subida generalizada de precios, pero relacionado con la inflación de precios que se está generando en todos los ámbitos de la economía española. Pone el foco en la preocupación sobre la economía general de España. Este tema será muy recurrente en el discurso del líder de la oposición a la hora de describir la situación actual como un contexto de crisis. Introduciendo un concepto que no es propio del argumentario del Partido Popular al hablar de energía, como es la *pobreza energética*. Acusa directamente al Gobierno de no hablar de ello y de las dificultades de una gran parte de la sociedad para hacer frente al gasto energético y al incremento de precios. Por lo que responsabiliza en última instancia al Gobierno de España y

al actual Presidente, de la situación de crisis sobre la energía. Sin nombrar la situación que se produce en otros países de Europa o hacer referencia alguna a la estrategia de Putin con el gas.

Como podemos observar, son dos formas diferentes de abordar y poner el foco sobre un problema en el que coinciden ambos que existe, pero que no definen de la misma forma ni van a proponer las mismas soluciones, como vamos a comprobar a continuación.

La segunda parte de los marcos fundamental es la *prognose*, donde los candidatos presentan las soluciones que aportan a ese problema detectado. Aportando información sobre los puntos clave que desean cambiar de las políticas y situación actual, así como quienes deben de ser los responsables de aplicar esas soluciones.

El Presidente centra la atención y presenta como soluciones a la crisis energética el trabajado comunitario y conjunto por parte de todos los EE.MM. y de la comunidad europea para tomar acciones sobre la regulación del mercado europeo de energía a largo plazo. Además de que presenta a corto plazo como solución trabajar sobre el ahorro de consumo de energía, con políticas que fomenten y obliguen a los establecimientos a ahorrar su consumo de energía en espacios públicos, escaparates de empresas por la noche iluminados, etc. Medidas que se mediatizaron y alimentaron polémicas.

Dejando además a la responsabilidad individual y por parte de las empresas, del consumo de cada familia y el ahorro energético que quieran realizar sobre la luz o el gas. En este debate en concreto no se plantean otras soluciones como podrían ser a corto plazo intervenir el mercado y los precios de la energía, pero sí que defienden la medida aplicada del desacople del precio del gas al precio de la electricidad.

La solución a esta crisis energética para Pedro Sánchez va de la mano de proponer medidas en la UE que cambien las condiciones del mercado energético. Por ello defiende la política estrella de la legislatura, que es la excepcionalidad ibérica que otorgó la UE a España y Portugal, que establece un límite al precio del gas que se usa para producir electricidad.

También relaciona, como solución y medida a largo plazo, llevar a cabo una transición energética del país, que no solo va a ayudar a controlar el precio de la energía. Además, ayudará a prepararse de cara al futuro a la emergencia que supone el cambio climático en España y en el resto del mundo.

Por ello, los puntos que define en su discurso como necesarios a modificar la forma en que producimos y consumimos energía, apostando por las renovables y siendo menos dependientes del gas. Para ello es fundamental el consumo que hacen las personas individualmente y los patrones de consumo que deben transformarse por parte de la sociedad.

Esa transición energética debe de estar acordada con la UE y debe de seguir unos patrones comunes entre la península y el resto de Europa para que sean medidas efectivas contra el cambio climático y los problemas en el suministro de energía.

Queda claro que los responsables de implementar esas soluciones y de enfrentar este problema son de forma conjunta la UE y el Gobierno de España. Así como necesitan de la

ayuda y colaboración de la ciudadanía para cambiar esos patrones de consumo. Buscan transmitir una política abierta de diálogo en la que incluir a los sectores económicos y sociales para consensuar estas medidas que buscan cambiar grandes patrones de consumo de forma voluntaria desde la sociedad, aportando la imagen de que se han llevado a cabo sobre la base de grandes consensos, y no de forma unilateral por parte del Gobierno.

Por la otra banda, el líder de la oposición, Feijóo, centra las soluciones en los precios de la energía y en otro tema que es fundamental en el discurso tradicional del Partido Popular, como es bajar impuestos. Presenta como solución a la subida de precios de la energía, bajar los impuestos sobre estas facturas, como en el caso del IVA. No pretende poner el foco en el precio de esa energía y en el mercado, sino en los impuestos que el Estado recauda sobre estos consumos y facturas. Presentando el relato de que los impuestos sancionan a los consumidores que están siendo afectados por esta subida de precios de la energía y además por el Estado.

Utiliza las medidas de ahorro que presenta el Presidente del Gobierno para criticarlas, definiéndolas como imposiciones y restricciones al consumo individual. Un relato que emplean los conservadores en más temas apelando a la idea de que el Estado no debe de interferir ni coartar la libertad individual de cada ciudadano.

Ambos candidatos es cierto que coinciden en la importancia que le dan a las energías renovables y apostar por ellas de cara al futuro. Pero en el caso de Feijóo, apuesta por la energía nuclear, por revisar los planes de cierre de algunas centrales en un momento de crisis de suministros como el actual.

El candidato en la oposición identifica que es necesario cambiar la política energética del país y las relaciones con los proveedores principales, como el caso de Rusia y el gas. Y que, por tanto, los responsables de aplicar las soluciones a este problema será el Gobierno de España, pero también la oposición, es decir, su partido. Deja claro que está abierto a llegar a un acuerdo para tomar soluciones conjuntas a un problema actual urgente con el Gobierno de Pedro Sánchez.

La tercera parte fundamental de un marco y su relato es la motivación o justificación que se hace del problema que se esté tratando, justificando la necesidad de actuar y que la sociedad lo identifique como un problema actual. En el caso del Presidente, relaciona la política energética con el apoyo y respaldo de la comunidad europea a las medidas políticas que el Gobierno ha llevado a cabo para darles credibilidad y justificarlas.

Al respecto de la motivación que emplea para justificar las medidas y la necesidad de actuar, sobre todo se centran en la necesidad de ser independientes energéticamente, remarcando la excepcionalidad ibérica, el potencial de nuestra península para emplear más energías renovables y así no depender de grandes Estados exportadores energéticos como el caso del gas ruso. Plantea la necesidad de cambiar los patrones de consumo de forma paulatina, para no tener que enfrentar escenarios peores a largo plazo a medida que empeore la situación del cambio climático, la escasez de suministros, etc.

Otra técnica que usa para justificar estas medidas es basarlas en la afirmación de que existe un consenso social en el que los españoles mismos son conscientes de que está produciendo

un consumo y desperdicio continuo de energía, utilizando argumentos que conectan con afirmaciones sociales como las que representamos en la siguiente cita:

“Los datos nos dicen que, en España, como en el resto de Occidente, si lo pensamos bien, se desaprovecha una importante carga de energía generada. Ustedes mismos, todos, seguro que los españoles y españolas, si comparten esta reflexión con nosotros, pueden tener múltiples ejemplos: electrodomésticos encendidos sin que nadie los use; vagones o grandes superficies de nuestro país convertidos en auténticos congeladores para los usuarios, consumidores y por supuesto también trabajadores y trabajadoras; edificios y carteles publicitarios iluminados a las tantas de la madrugada cuando no hay nadie ni dentro ni fuera en la calle.” (Debate 1 discurso Sánchez)

En el caso del argumentario y marco que nos presenta Feijóo, no encontramos una motivación clara más allá del interés de proteger a los individuos de estas medidas, y que no repercutan estos precios en sus economías familiares.

Sobre la solución que proponen, encontramos desde la rebaja de impuestos en las facturas de la luz, a la reducción del consumo individual y colectivo de la energía. Este argumento trata de aportar la idea de la aceptación social por la que cualquier ciudadano de a pie está a favor y premia a aquellos gobernantes que les rebajan los impuestos, por ser una medida popular. Así como la idea de rechazo que supone que el Gobierno les diga a los consumidores el consumo máximo de energía que deberían de hacer, son argumentos que apelan a la defensa de la libertad individual y a un menor control del estado que un gran sector de la población va a apoyar, al presentar las medidas como coercitivas.

Como vemos son dos marcos que comparten una preocupación común, cómo afecta la subida de precios de la energía a las familias y las empresas, pero que emplean marcos diferentes para señalar a los culpables o aportar soluciones. Desde la solución para unos de un cambio a largo plazo, a otros de un parche a corto plazo, los culpables o las motivaciones por las que este tema preocupa.

Se trata de un problema que, a pesar de ser preocupar a ambos, la realidad es que durante el debate se emplea para realizar ataques mutuamente. Por parte del Presidente reprochando al líder de la oposición y su partido no apoyar estas medidas políticas energéticas. Lo ataca por posicionarse en contra las directivas europeas y de mentir definiéndolas negativamente como racionamiento en vez de ahorro. Esto ejemplifica de forma muy clara esa batalla por establecer los marcos sobre un tema, no es lo mismo definir una política como ahorro que como medida de racionamiento.

“Ustedes han votado en contra de un decreto para ahorrar energía; insisto, señoría, para ahorrar, no para racionar energía; en contra de lo que pedían los aliados europeos, planes de ahorro que han copiado prácticamente en su literalidad otros gobiernos europeos y que han sido aplaudidos por la Comisión Europea, que dirige, una mujer que pertenece a su familia política y que no es socialdemócrata”. (Debate 1 discurso Sánchez)

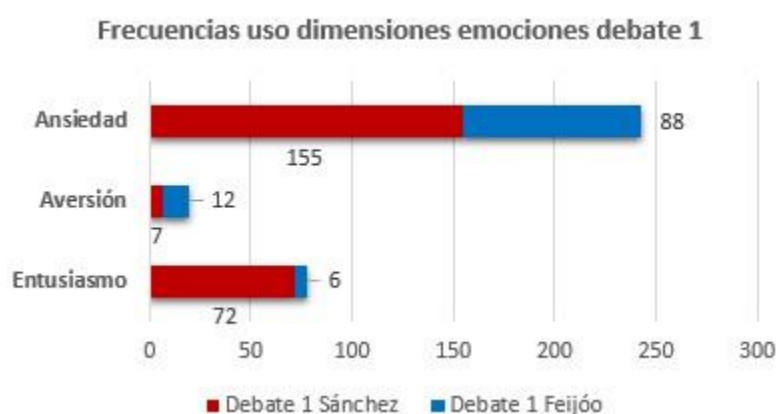
El contenido emocional es fundamental y como algunos resultados anteriores nos dejaban entrever, las emociones han jugado un papel fundamental en estos debates cara a cara. Por ejemplo, al abordar temas de actualidad que generan preocupación entre la sociedad sea el conflicto en Ucrania, las consecuencias económicas de la pandemia o los ataques hacia el

liderazgo y capacidades del adversario político. Todos estos mensajes están cargados de un alto contenido emocional.

Por ello, en esta tercera fase del análisis se presentarán los resultados obtenidos de analizar emocionalmente el discurso. De forma global en base a las tres dimensiones emocionales podemos observar en el siguiente gráfico como la que más predomina en este primer debate es la ansiedad. Una dimensión emocional altamente usada por ambos candidatos políticos. Seguida de la dimensión que genera entusiasmo, que sobre todo es la más empleada por Pedro Sánchez, al ser el candidato que ocupa la presidencia del Gobierno y que por tanto necesita establecer en el imaginario del electorado un balance positivo de la legislatura.

Respecto a la tercera dimensión emocional, la que genera aversión con sus mensajes, es la menos empleada por ambos candidatos debido a la alta carga emocional negativa que despierta y las consecuencias políticas que conlleva.

Gráfico 3: Gráfico de frecuencias de las dimensiones emocionales en el primer debate en el Senado.



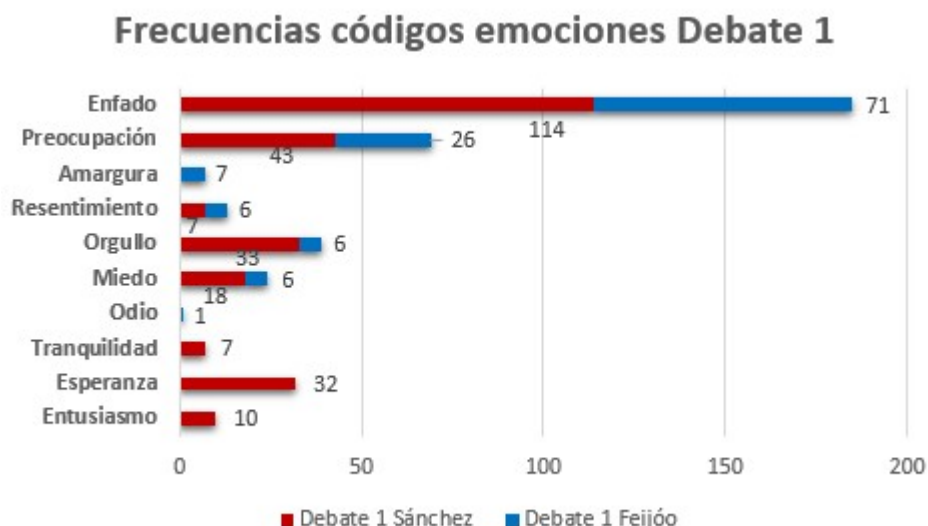
Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Teniendo presentes estos datos, la gran diferencia que se puede observar responde a que el candidato de la oposición utiliza más emociones negativas en sus discursos que el actual Presidente, a pesar de que este también las emplee. De hecho, en la dimensión emocional negativa de la aversión es el PP el que las emplea con mayor frecuencia.

En términos agregados, las emociones que más se han empleado en este primer debate en el Senado por parte de ambos candidatos y sus discursos (ver Anexo, Tabla 13) son en primer lugar el *enfado* con diferencia sobre el resto (276 ocasiones), seguido de la *preocupación* (121) y el *orgullo* (102).

Buscando ampliar ahora la concreción en el análisis, las emociones se han identificado también de forma individual, como se muestra en el siguiente gráfico.

Gráfico 4: Gráfico de frecuencias de los códigos emocionales empleados en el primer debate del Senado.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Confirmando así que las emociones más empleadas por ambos candidatos son las negativas, cuyas principales emociones empleadas son el *enfado*, la *preocupación* o el *miedo*. Para ejemplificarlo se han seleccionado estos extractos de ambos candidatos representativos del uso que hacen de las emociones, en este caso negativas.

“Habrà que hacerlo porque, aunque nuestro país tenga un suministro asegurado, que lo tenemos, nuestros hermanos europeos no lo tienen. Y si Putin corta el grifo del gas a Alemania, a Polonia, a los países del este y del norte de Europa, nosotros tendremos que auxiliarles.” (Debate 1 Senado Intervención de Sánchez).

“Ustedes en la crisis financiera no aplicaron los ERTE, aplicaron despidos masivos a la clase trabajadora de este país. Eso es lo que hicieron. Lo hicieron con una contrarreforma laboral que despidió a millones de trabajadores/as, aprobada solamente por su mayoría absoluta parlamentaria” (Debate 1 Senado Intervención de Sánchez).

“Señor Sánchez la crisis energética es un tema muy serio. Por ello, lo mínimo es hablar, primero, con propiedad, segundo, con humildad, y tercero, con prudencia. Con propiedad.” (Debate 1 Senado Intervención de Feijóo).

“Comparto la inquietud por el suministro energético, pero me preocupa mucho más el precio que pagamos por la energía y por todo, así como cuestiones graves que no entiendo cómo no tiene más presentes.” (Debate 1 Senado Intervención de Feijóo).

Pero también encontramos un empleo de emociones positivas, cabe destacar la frecuencia con la que emplean el *orgullo*. Se debe matizar que el actual Presidente sí que hace un mayor uso de las emociones positivas variadas, como el caso de la *esperanza* o el *entusiasmo*. Como se puede observar en los siguientes extractos.

“Hemos concedido una ayuda directa de 20 céntimos de euro para la compra de carburantes a todos los españoles y un cheque adicional de 200 euros para las personas, para los colectivos

más vulnerables, y estoy pensando, por ejemplo, en muchos desempleados de nuestro país”. (Debate 1 Senado Intervención de Sánchez). Entusiasmo

“Porque eso es poder de mercado de la Unión Europea, la negociación con terceros países. También la creación de una reserva estratégica de gas para el conjunto de la UE”. (Debate 1 Senado Intervención de Sánchez).

“Lo hacemos, como he dicho antes, para defender nuestra soberanía, no solamente la nacional, sino también la europea, del chantaje de Putin, para combatir el autoritarismo que está desplegando en Ucrania y para ayudar a nuestros hermanos y hermanas europeos en su lucha contra el frío, contra la desaceleración económica y por la libertad y la democracia en Ucrania.” (Debate 1 discurso Sánchez)

De forma conjunta, la emoción que predomina en este primer debate es el *enfado*, relacionado con la situación económica y social del país. Es la emoción que emplean tanto el Presidente como el líder de la oposición, lo que puede dejar entrever el tono de los siguientes debates que se someterán a análisis, así como del contexto social y político actual de España.

5.2 Resultados Segundo Debate Senado: Medidas Económicas y Fiscales del Gobierno.

Respecto al segundo debate en el pleno del Senado celebrado el 18 de octubre de 2022, la comparecencia del Presidente del Gobierno tenía como objetivo *Informar sobre el alcance de las medidas económicas y fiscales adoptadas por el Gobierno y el papel de las CC.AA. en su implementación y en el mantenimiento del Estado de Bienestar.*

Las palabras que con mayor frecuencia han protagonizado las intervenciones de ambos candidatos en este segundo cara a cara son las siguientes. En el caso de Pedro Sánchez (ver Anexo, Tabla 14): *Gobierno* (94 veces), *España* (77), *país* (58), *guerra* (42), *pandemia* (41), *Europa* (40) y *crisis* (32). En el caso de las intervenciones de Núñez Feijóo (ver Anexo, Tabla 15): *usted* (111 veces), *España* (54), *Gobierno* (42), *deuda* (18) e *inflación* (9).

Esto indica que los ejes temáticos del segundo debate, en el caso del discurso del Presidente del Gobierno, girarán en torno a la presentación de medidas establecidas por el ejecutivo para hacer frente a las consecuencias económicas y sociales de la guerra de Ucrania, así como de la pandemia. Además, utiliza en muchas ocasiones el concepto de *crisis*, para hablar de la situación y contexto que tuvo que enfrentar durante la pandemia y actualmente las consecuencias de subida de precios generalizada y la economía con el conflicto de Ucrania.

En el otro bando, Feijóo se centra en hablar de temas diferentes como la política fiscal o la economía, pero enfocada a las consecuencias presupuestarias como la deuda pública y el estado de las cuentas del Gobierno o la inflación de los precios. Estos temas están enfocados en generar críticas a la gestión del Gobierno durante la legislatura, a través de un alto contenido emocional negativo que traslade un clima de preocupación sobre el estado de la economía actual.

En el caso del Presidente y las medidas que decide resaltar, entre ellas se encuentra la nueva política energética implementada y avalada por la UE, como es la apuesta por la Transición

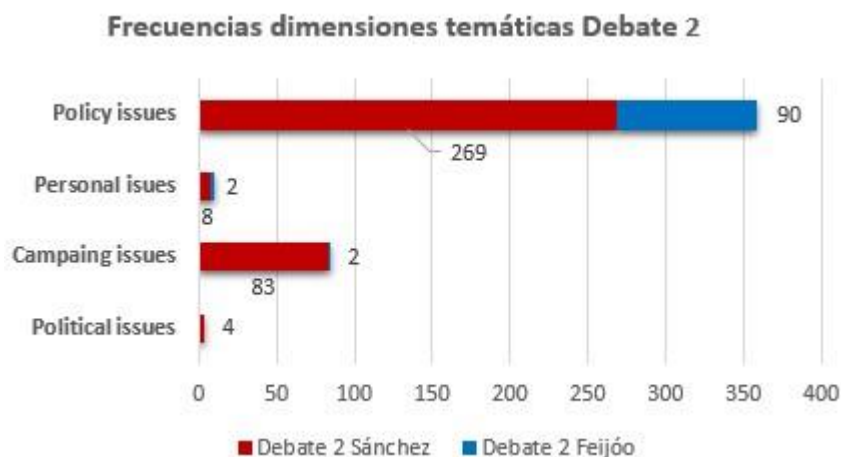
Ecológica y el reto global al que nos enfrentamos con el cambio climático. Utiliza este tema y el de las actuaciones frente a las consecuencias de la guerra de Ucrania, para resaltar el peso europeo e internacional del que goza España después de las actuaciones durante su legislatura.

Además, hay que destacar que emplea un concepto nuevo que es el de la *mayoría social*, para hacer referencia al antiguo electorado al que hacía apelación directa el PSOE, que era la *clase media trabajadora*. Ahora trata de ampliar esa base de electorado a la que quiere llegar mencionando el concepto de mayoría social. Buscando transmitir consenso y transversalidad en sus medidas y proyectos, así como la visión de futuro que quiere presentar en estos debates.

De forma conjunta, en este segundo debate en el Senado los temas que han sido protagonistas por ambos candidatos (ver Anexo, Tabla 16) son, en primer lugar, la *política económica* con gran diferencia (262 veces), seguido por las *propuestas programáticas* (85) y la *política exterior* y relaciones con las UE (67).

En la primera fase de análisis identificamos las dimensiones temáticas que han protagonizado el segundo cara a cara, como vemos en el siguiente gráfico, son temas que abordan asuntos sobre políticas y servicios públicos que ocupan la gran mayoría del debate institucional de ambos candidatos. Algo que ya venía ocurriendo en el primer debate analizado y que solo aumenta su frecuencia en este segundo cara a cara.

Gráfico 5: Gráfico de frecuencias sobre las dimensiones temáticas del segundo debate del Senado.

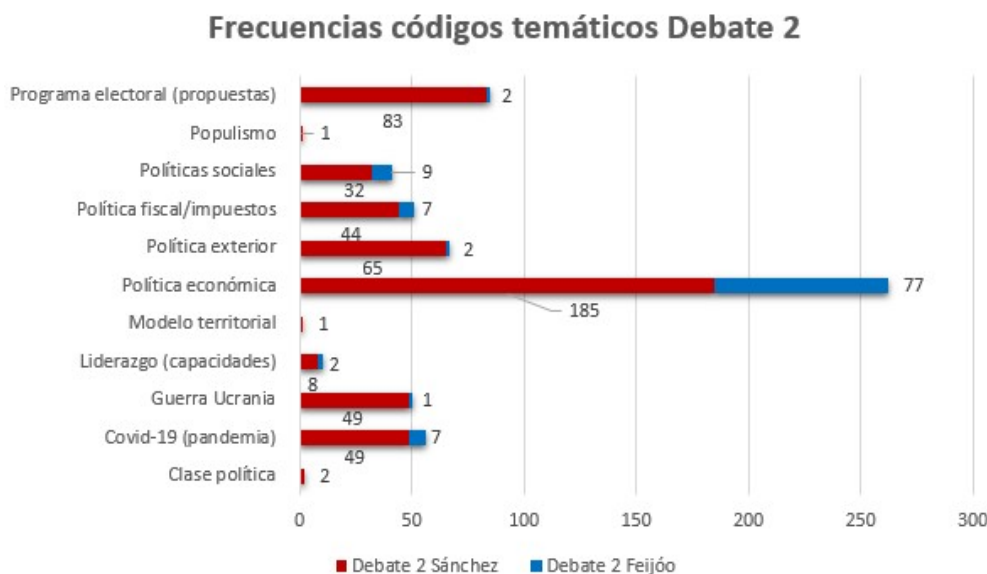


Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Si comparamos estos resultados con los obtenidos en el primer debate, disminuyen de forma considerable las referencias en ambos discursos sobre los problemas políticos en general o los ataques a aspectos personales de los candidatos.

Analizando ahora de forma pormenorizada qué temas en concreto se han abordado en esta segunda ronda de confrontación parlamentaria, nos encontramos con los siguientes resultados.

Gráfico 6: Gráfico de frecuencias bloques temáticos en el segundo debate en el Senado.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

El bloque temático por excelencia es la política económica en ambos candidatos. En el caso del Presidente de Gobierno, se aprecia que introduce más temas además de la economía en este segundo debate, como la política exterior y las relaciones con la UE, la gestión de la pandemia y la situación actual de la guerra de Ucrania. Todo ello haciendo un balance de las medidas políticas del pasado y su programa electoral de cara al futuro.

“En el mes de septiembre se crearon en España 29.000 nuevos empleos, 900.000 más que antes de que nos golpease la pandemia de la Covid-19 y, además, de mayor calidad, gracias a una reforma laboral que está consiguiendo que 4 de cada 10 contratos sean indefinidos, elevando por encima del 80% el porcentaje de contratos indefinidos en nuestro país.” (Debate 2 discurso Sánchez)

“La inflación española cayó, por cierto, en aquellos sectores de la economía intervenidos por el Gobierno, la vivienda, la energía, el transporte, y subió en aquellos en los que no se ha producido una intervención, lo que demuestra la eficacia de las medidas que está impulsando el Gobierno de España”. (Debate 2 discurso Sánchez)

En el otro bando el contenido del líder de la oposición en su mayoría se centra en la política económica, con ataques al gobierno, ya que las propuestas propias son escasas. Al contrario que en el caso de Sánchez, sí que intenta abrir el debate a otros temas como las políticas sociales que tengan que ver con el Estado del Bienestar, la gestión de la pandemia o la política fiscal y de impuestos.

“Señoría, ha cargado la mayor parte de los nuevos impuestos sobre las familias y lo va a seguir haciendo, abandonando lo que han hecho otros grandes países de la UE, que es aligerar los

impuestos a las grandes familias, como en Francia, Alemania, Italia, Países Bajos...” (Debate 2 discurso Feijóo)

“Usted habla de servicios públicos como si usted los defendiera, y resulta que es el presidente que está negando a las comunidades autónomas ofertas extraordinarias de MIR para que podamos contratar médicos, señor Sánchez, para que en España se puedan contratar médicos”. (Debate 2 discurso Feijóo)

En este segundo debate se puede observar en los resultados que el candidato de la oposición no presenta casi ninguna propuesta o medida como suya. Utiliza este debate como un espacio para hacer repaso de la legislatura y criticar las políticas del contrincante, no utiliza este espacio de forma propositiva para mostrar cuáles serían sus medidas de cara a presidir el futuro Gobierno.

Vuelve a tratar de introducir temas que no están dentro del marco del debate que quiere establecer Pedro Sánchez en su comparecencia, que le pueden llegar a resultar incómodos o que han sido muy criticados durante su legislatura. Como puede ser el conflicto catalán y sus relaciones de pactos o acuerdos con el sector independentista de Cataluña o del País Vasco. El líder de la oposición los saca a colación en el debate para cuestionar sus decisiones y situar al Presidente en un debate incómodo.

Ahora pasaremos a analizar en profundidad cuáles son los marcos que cambios candidatos nos ofrecen en este segundo debate, a cerca de la situación actual de crisis económica y la política fiscal en España (ver Anexo, Tablas 17 y 18).

En cuanto a la definición del problema, en el caso del argumentario del presidente del Gobierno se define la situación económica y fiscal en España como incierta y ligada a la inflación de los precios fruto de la guerra de Ucrania. A cerca de la política fiscal, no comparte la postura de su adversario político, defiende conceptos como la responsabilidad fiscal, el reparto de riqueza y la justicia social, donde señala directamente a las empresas y grandes multinacionales del sector privado como responsables de la desigualdad social y económica en el país.

“Un aparte del sector privado, la que se está beneficiando de manera extraordinaria de los efectos de la guerra –y para eso simplemente tenemos que ver la evolución de las cotizaciones y de los márgenes empresariales de las grandes empresas energéticas o de las grandes entidades financieras- tiene ahora el deber moral de devolver a la sociedad, en momentos de dificultad, una parte de lo que recibió durante la pandemia”. (Debate 2, discurso Sánchez).

Además, se refiere a que la inflación de precios ha afectado a la calidad y el modo de vida de las familias. Define el problema como económico, pero también social y estructural, de necesidad de modificar muchos sectores de la economía y fiscalidad española. A cerca de la fiscalidad y los impuestos, en España no comparte la postura del Partido Popular, de aplicar como medidas contra la crisis las bajadas generalizadas de impuestos. Al contrario, defienden que estos impuestos son necesarios, como ocurrió durante la pandemia, para fortalecer el Estado de Bienestar y los servicios públicos que ofrece.

En cuanto a los responsables o culpables de esta situación, vuelve a señalar a Putin y al conflicto de Ucrania como el causante de esta crisis de precios y de la economía. Pero también

señala al sector privado por no repartir de forma justa los beneficios que han conseguido en momentos anteriores de crisis, sean durante la pandemia o ahora durante la guerra de Ucrania. Al mismo tiempo, responsabiliza a la anterior administración del gobierno, en este caso de Mariano Rajoy, con el Partido Popular, de las consecuencias económicas que afirma que tienen que seguir gestionando en la actualidad.

“Deprimieron la economía, porque hicieron ajustes al Estado del Bienestar, aumentaron los impuestos a la clase media y trabajadora, al tiempo que aprobaban una contrarreforma aboral que expulsó amillones de trabajadores al paro y aumentaron también la deuda pública” (Debate 2, discurso Sánchez).

De esta forma, sitúa como víctimas de esta situación económica a los ciudadanos y ciudadanas españolas, a las familias, pero también a las industrias, pequeñas y medianas empresas, así como a los/as trabajadores/as autónomos/as.

En cuanto a las soluciones que promueve, se basan en unos ejes concretos como la defensa de la intervención de los mercados y sectores económicos estratégicos, medidas que el Gobierno ya ha realizado y que defiende durante el debate. Como las medidas para facilitar el uso del transporte público con descuentos, la intervención del precio del gas, etc. Todo ello fomentando y apostando por el trabajo en conjunto con Europa y los fondos europeos. Generando un plan de respuesta económica y social para enfrentar las consecuencias de la guerra de Putin en Ucrania, que tiene por objetivo reformar, proteger y repartir las cargas de forma justa entre la población y los países europeos. Esas reformas que defiende están se basan en la idea de ser transversales y estructurales, estableciendo cambios desde el sector empresarial del país, reformas laborales, sobre los salarios, etc.

Hace referencia en múltiples ocasiones a un plan nacional de ahorro y de eficiencia energética vinculando así, la situación de la economía con la energía, tema que ya hemos desarrollado en el primer debate. Relaciona la nueva transición energética como una oportunidad para generar nuevos sectores económicos estratégicos y mejorar las inversiones en el país. Haciendo referencia a la necesidad de proteger a una parte de la ciudadanía que denomina como la mayoría social. Que equipara y quiere hacer referencia a la clase media trabajadora, a quienes apela de forma directa.

La propuesta que presenta relacionada con la política fiscal es la corresponsabilidad fiscal, se refiere, a la necesidad de que las grandes fortunas sean solidarias y realicen el pago de los impuestos requeridos, siendo reacios a las bajadas de impuestos.

Por tanto, destaca como necesario proteger la política fiscal para así fortalecer el Estado de Bienestar. Con la ayuda de la reforma del tejido industrial se busca reforzar la financiación de las políticas y servicios públicos del Estado. Los responsables de revertir esta situación económica son el Gobierno de España con la ayuda y el trabajo comunitario de Europa y el conjunto de las empresas del país. Debido a que es una situación que afecta a toda la comunidad europea no solo a los españoles, es un problema económico internacional. También como motivación para enfrentar la situación económica actual se centra en defender la gestión que el Gobierno hizo de la crisis de la pandemia para defender la gestión en la que se encuentra sobre la crisis económica y subida de los precios. Así como la postura a favor

de mantener la política fiscal de impuestos apoyándose en otros países europeos a los que imitar.

En el caso de Feijóo define el problema actual de la situación económica poniendo el foco en la inflación y la deuda pública, aumentando la preocupación sobre la gestión del gobierno al respecto. Así como la falta de inversión en la economía e industrias españolas, que genera un aumento preocupante del desempleo y de fuga de talentos del país.

Vuelven a sacar el tema de la energía y el aumento constante de los precios, a la vez que acusa al gobierno de crear los presupuestos sobre la base de datos erróneos que llevan a aumentar la deuda pública en España de cara al futuro.

“A mí me preocupan 4 cosas: primero, la situación en la que va a dejar usted a las clases medias y humildes; segundo, renunciar a afrontar los grandes problemas estructurales de España; tercero, su incremento irresponsable y exponencial de la deuda pública de todos los ciudadanos y, por últimos, la desventaja competitiva en la que mete usted a España”. (Debate 2, discurso Feijóo)

Por lo que pone el foco de la responsabilidad de la situación, en el Gobierno central y la figura del presidente de España actual. Cuyas víctimas son el conjunto de la población española.

Las soluciones que, por tanto, proponen son aumentar las inversiones y la riqueza en España, además de que el Presidente reforme la política fiscal y genere un pacto de rentas. Tomando de ejemplo a otros países europeos como Portugal, que busca aumentar las inversiones en el Estado, aplicando rebajas fiscales a las grandes empresas que favorezcan su proliferación. No deja claro quién o quiénes serían los responsables del cambio, pero indirectamente podría ser su partido presidiendo el Gobierno después de las próximas elecciones generales.

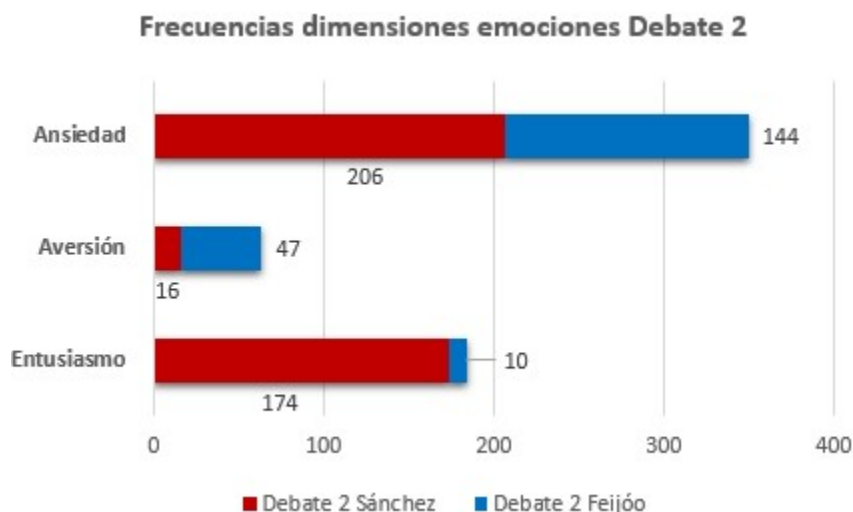
Como se puede observar sobre la política fiscal, el Partido Popular tiene más clara la postura y es totalmente contraria a las medidas del Gobierno, sobre la política económica proponen menos soluciones. Mientras que el Gobierno tiene las actuaciones claras y se apoya sobre todo en las medidas europeas. Por tanto, los relatos que presentan sobre la situación de la economía son opuestos miembros que el gestor actual alaba los logros, el contrincante y aspirante a la presidencia emplea un relato más crítico y catastrofista sobre las cifras actuales relacionadas con el empleo, la economía o la deuda pública.

En cuanto a las emociones que de forma conjunta han protagonizado este segundo debate en el Senado (ver Anexo, Tabla 19) en primer lugar tenemos el *enfado* (276 veces), seguido de la *preocupación* (121) y el *orgullo* (102).

Vemos que los resultados no varían en exceso respecto del primer debate, el tono sigue siendo el mismo. La *ansiedad* es la dimensión emocional más utilizada por ambos candidatos con diferencia, como se puede observar en el siguiente gráfico.

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Gráfico 7: Gráfico de frecuencias sobre las dimensiones emocionales empleadas en el segundo debate del Senado.



Le siguen las emociones recopiladas en la dimensión *entusiasmo* que, respecto del primer debate, sí que cuenta con una mayor frecuencia de aparición y uso por parte de ambos candidatos. Sobre todo, en el caso concreto del Presidente del Gobierno se puede observar como trata de emplear de forma casi equitativa tanto emociones negativas ligadas a la ansiedad, como por otra banda trata de generar emociones positivas de entusiasmo en los receptores.

Un ejemplo sería la siguiente cita sobre la guerra de Ucrania, donde Sánchez juega con utilizar en el mismo tema emociones positivas y negativas que ya empleó antes y que funciona para despertar emociones contrarias en el receptor, primero enfado y luego tranquilidad.

“No se van a adoptar medidas drásticas, no va a haber apagones ni racionamientos ni ninguna de esas escenas apocalípticas que pronostican los creadores de bulos. A ningún hogar español le va a faltar energía para iluminarse, para calentarse y para cocinar este invierno” (Debate 2 discurso Sánchez)

Llama la atención como en el segundo debate han aumentado la frecuencia de aparición de las emociones que despiertan aversión en los discursos de ambos candidatos. Por lo que nos puede indicar que el debate conforme pasa el tiempo se tensiona y se endurece en este espacio y contexto concreto.

“Yo nunca hablaré de pufos, señoría, nunca hablare de pufos, pero, sin me permite, si diré que ustedes nos dejaron una herencia envenenada, nos dejaron unas cuantas”. (Debate 2 discurso Sánchez) amargura y enfado

“Deprimieron la economía, porque hicieron ajustes a Estado de Bienestar, aumentaron los impuestos a la clase media y trabajadora, al tiempo que aprobaban una contrarreforma laboral

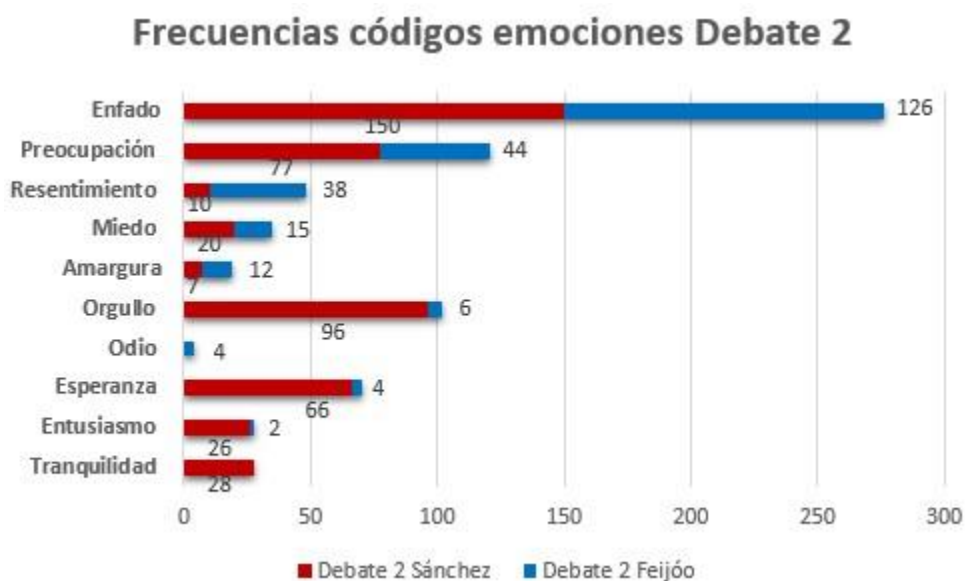
que expulsó a millones de trabajadores al paro y aumentaron también la deuda pública”. (Debate 2 discurso Sánchez) amargura enfado políticas sociales ataque Feijoo

“Se niega la vahada del IVA a los productos básicos en alimentación para las familias humildes, pero luego regala 400 euros a quienes cumplen 18 años “. (Debate 2 discurso Feijóo) enfado resentimiento sobre las políticas sociales y de impuestos

“No nos venga a decir aquí que esto va bien, que España es un país que va a liderar el crecimiento económico, cuando estamos a la cola; que España va a liderar la creación de empleo, cuando tenemos el doble de paro de la UE”. (Debate 2 discurso Feijóo) amargura, enfado sobre la política económica

Las emociones desglosadas que se han empleado en el segundo debate del Senado, como vemos en el gráfico a continuación, son en primer lugar el enfado por ambos candidatos en proporciones similares.

Gráfico 8: Gráfico de frecuencias sobre las emociones que predominan en el segundo debate en el Senado.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Mientras que la segunda emoción más empleada es la preocupación, debido a que se incluyen nuevos temas de actualidad como la economía o la inflación, ligados al contexto económico actual.

“Viéndole defender sus medidas contra la inflación, pensé que era usted el presidente de la República francesa, que tiene un 40% menos de inflación que España; usted tiene dos puntos de inflación subyacente por encima de la media de toda la UE”. (Debate 2 discurso Feijóo) preocupación sobre la inflación

La tercera emoción más empleada es positiva en este caso, es el orgullo sobre todo empleado por el Presidente a la hora de hablar de las medias llevadas a cabo por el Gobierno, a la proyección internacional, etc.

“Gracias a esa insistencia, España consiguió, junto con nuestros hermanos y vecinos portugueses, o que se ha venido en definir como la solución ibérica, es decir, desvincular el precio del gas de la conformación del precio de la electricidad”. (Debate 2 discurso Sánchez). Orgullo política exterior y económica medidas del gobierno.

También se observa como el resto de emociones positivas son empleadas en su gran mayoría por el PSOE, como en el caso de la tranquilidad, el entusiasmo o la esperanza. Mientras que en discurso del PP predominan todo emociones negativas como el resentimiento, el miedo y la amargura.

En cuanto al tono que emplea el Presidente del Gobierno, comienza, como en el anterior debate, con un tono sereno, hablando de los logros y políticas que han caracterizado su legislatura, centrándose en esos temas de la economía, la guerra y la energía. Pero en la segunda intervención cambia el tono a atacar al líder del PP. En este caso hace muchas más referencias de ataque y crítica al anterior gobierno del PP liderado por Mariano Rajoy que al actual líder Feijóo. Lo que nos indica que hay un cambio de estrategia y de tono a partir del segundo cara a cara por parte del Presidente del Gobierno.

5.3 Resultados Tercer Debate Senado: Gestión de las Consecuencias Económicas de la Guerra de Ucrania.

En esta ocasión, el tercer debate en el pleno del Senado celebrado el día 21 de enero de 2023, el orden del día de la comparecencia del Presidente tenía el objetivo de *informar sobre las medidas adoptadas por el gobierno para hacer frente a las consecuencias económicas y sociales de la guerra en Ucrania, y el papel de las Administraciones.*

En el caso de las palabras que más ha utilizado Pedro Sánchez en su intervención en este tercer encuentro en el Senado (ver Anexo, Tabla 20) nos encontramos con las siguientes palabras que queremos destacar: *Gobierno* (71 veces), *Feijóo* (66), *España* (62), *partido* (56), *trabajadores* (24), *mayoría* (20), *inflación* (15), *impuestos* (14) y *VOX* (14).

Resaltamos la inflación, los impuestos y el nombre de la formación política de extrema derecha, porque en los anteriores debates estas palabras no eran tan relevantes. Sin embargo, es cierto que las palabras *inflación* e *impuestos*, eran más frecuentes en el discurso del candidato de la oposición. Por lo que se podría estar produciendo un cambio en los temas que el Presidente quiere abordar, asumiendo los temas que el candidato de la oposición quiere posicionar dentro del debate y del marco de los problemas que tiene el país primera instancia.

El nombre del rival y líder de la oposición aparece con mucha frecuencia, por lo que sí que podemos entender que en este tercer cara a cara los ataques han sido más directos del Presidente al líder de la oposición.

Las palabras que queremos destacar usa con mayor frecuencia el candidato Feijóo son (ver Anexo, Tabla 21): *Gobierno* (30), *Presidente* (27), *europea* (11), *impuestos* (6), *PIB* (5). Las apelaciones directas al Gobierno y al Presidente actual del país son constantes, también habla de los impuestos, pero incluso en menor medida que el Presidente, introduce datos sobre el

Producto Interior Bruto del país que tienen que ver con la creación de riqueza. Así como las relaciones con Europa.

Llama la atención como lo que quiere hacer el Presidente es un repaso de la legislatura y saca a colación, esta vez él el tema del conflicto catalán y del independentismo, haciendo bandera de la gestión positiva que ha conllevado comparado con la gestión del anterior Gobierno.

Realiza también muchas referencias al auge de la extrema derecha en Europa y en España. Pero además introduce temas que nutren el discurso de este partido político como es la inmigración y cómo se ha gestionado desde Europa. O sobre el modelo territorial que está implantado en España, donde las CC.AA. gestionan los principales pilares del Estado de Bienestar, los servicios y políticas públicas prioritarios.

Sobre el Estado de Bienestar incluye un debate que tienen la derecha y la extrema derecha sobre el gasto y su reparto, a su juicio desproporcionado. El Presidente que lidera un partido político socialdemócrata defiende la importancia del Estado de Bienestar y del reparto de la riqueza a través de la política fiscal. Frente al modelo de estado de despilfarro que denuncia la extrema derecha.

Lo que se puede observar en este tercer debate es el cambio de tono que se produce ya en la primera intervención del Presidente que, frente a los anteriores debates, donde comenzaba con un tono sosegado explicando sus propuestas y medidas. Ahora decide empezar su intervención con un tono más duro y de ataque directo y crítica a los Gobiernos anteriores presididos por el PP que han sido muy cuestionados e impopulares, sobre todo para el electorado de izquierdas español.

Además, tiene que dar respuesta al tema que introduce a debate su adversario, como es el tema actual de los efectos de la aplicación judicial de la Ley del Solo si es si aprobada en las cortes generales del Estado. Este es un tema que le perjudica a su imagen y logros durante la legislatura, a pesar de que está ligado a una formación política que no es de su partido, Podemos es el responsable de las políticas del Ministerio de igualdad. Pero parte de la estrategia de su rival, que saca a colación ese tema, es vincular esas medidas y sus efectos directamente con la imagen del Presidente. Lo enmarca como un tema primordial de actualidad a corregir, generando y asociando a él un estado de alarma y preocupación directa.

Feijóo por su parte, ataca al Presidente del Gobierno cuestionando las capacidades y liderazgo del mismo, esto es algo que ambos hacen en la misma proporción cuestionando al rival personalmente como no apto para el cargo político.

“En fin, señorías hemos visto que el señor Feijóo como gestor económico no da mucho más de sí; como reformador institucional, pues tampoco es que dé mucho más de sí y, bueno, pues ya que me habla de la faceta internacional, pues nos queda la última faceta del señor Feijóo, que es la del estadista internacional.” (Debate 3 discurso Sánchez).

“Señor Sánchez, un Gobierno puede equivocarse –es inevitable, es de humanos-, sin embargo, la Ley del solo sí es sí no es el fruto de un error, es el resultado de su insensibilidad y de su irrelevancia como presidente”. (Debate 3 discurso Feijóo).

Además de la ley del solo si es sí, introduce nuevos temas que perjudican a la imagen de Pedro Sánchez, como son las relaciones con Marruecos y el cambio de opinión respecto al conflicto con el Sahara Occidental.

Otro tema que introduce que no saca a colación el Presidente y que no tiene relación directa con el marco del debate, es la necesidad de realizar un nuevo plan en caso de que se produzca un atentado terrorista, lo equipara a la necesidad y actualidad del conflicto de Ucrania. Este tema no está en la agenda social y política del país, pero él lo quiere situar como de urgencia y necesidad.

Otro tema que usan para atacarse mutuamente es la gestión de la empresa pública de envíos postales, Correos. En el caso de Pedro Sánchez para atacar la presidencia de Feijóo gestionando durante el gobierno de Aznar esa empresa que fue designado por el presidente en ese momento afín del partido. En el caso de Feijóo denunciando que el actual Presidente del Gobierno hace un uso partidista de Correos.

En cuanto a las dimensiones temáticas que han protagonizado el contenido de este tercer cara a cara entre Sánchez y Feijóo, observamos en el siguiente gráfico que los debates institucionales siguen abordando sobre todo por parte de los candidatos, aquellos temas relacionados con las políticas públicas y los servicios.

Pero es cierto que aumentan las referencias a temas que tienen que ver con la precampaña.

“De hecho, les anuncio que vamos a aprobar una nueva subida del salario mínimo interprofesional del 8% para llegar a los 1080 euros, tal y como hemos acordado con los sindicatos”. (Debate 3 discurso Sánchez).

“Usted quiere seguir batiendo records en recaudación; yo quiero bajar el IVA de la carne, del pescado y de la conserva.” (Debate 3 discurso Feijóo).

E incluso han incrementado aquellas citas relacionadas con problemas políticos que se destacan sobre todo hace un mayor uso el Presidente del Gobierno Sánchez.

Gráfico 9: Gráfico de frecuencias de las dimensiones temáticas empleadas en el tercer debate del Senado.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Para profundizar en el detalle, los bloques temáticos concretos que han predominado en este tercer debate se representan en frecuencias de aparición en el Gráfico a continuación.

Gráfico 10: Gráfico de frecuencias sobre los bloques temáticos presentes en el tercer debate del Senado.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

El primer bloque temático que se emplea con mucha más frecuencia y que, por tanto, acapara la discusión en el Senado son todos aquellos temas relacionados con la política económica. En el caso del Presidente Sánchez le siguen el uso de temas como la referencia a políticas sociales como la sanidad o la educación. Donde utiliza estos bloques temáticos para presentar los logros durante la legislatura y las medidas futuras que desea implantar, por ello las propuestas son el tercer código que emplea con más frecuencia. Su discurso es muy

propositivo, se centra en avalar su gestión y presentar proyectos futuros debido al cargo que ocupa.

En el caso del líder de la oposición Feijóo, después de hablar de las políticas económicas, el segundo bloque temático en el que incide son las políticas sociales, y la política exterior y sus relaciones con la UE. Pero no para presentar propuestas o medidas futuras, sino que el siguiente código que utiliza con más frecuencia en este tercer debate, son los ataques y cuestionamiento del liderazgo y capacidades del contrincante, por lo que se centra en estos temas para atacar al rival, sobre todo como se muestra a continuación.

“El tercer mito del sanchismo es la enorme relevancia internacional del Presidente” (Debate 3 discurso Feijóo).

“Sánchez a los consejos europeos, se encuentra con sus homólogos y le preguntan, admirando sus recetas, para saber cómo la economía española es la última en recuperar el producto interior bruto de la pandemia”. (Debate 3 discurso Feijóo).

En este tercer debate celebrado en el Senado, el tema que ha sido protagonista han sido las políticas públicas sociales, y la situación del Estado de Bienestar en el país. Por ello, a continuación, vamos a analizar en profundidad como cada candidato aborda este tema, y qué soluciones aportan (ver Anexo, Tablas 24 y 25).

En el caso de Pedro Sánchez define como problemas relacionados con las políticas sociales, principalmente el Estado de Bienestar corre el peligro de ser recortado, poniendo de ejemplo la gestión de la Administración anterior de Mariano Rajoy del PP. Dentro de las políticas que agrupa el Estado de Bienestar destaca sobre todo el estado de la sanidad pública, aprovechando la preocupación que tiene la ciudadanía después de la pandemia por el sistema de salud. Así como de la educación en el país, los problemas actuales para encontrar y costearse una vivienda en el país, o la necesidad de reforzar las medidas para la ayuda a la dependencia.

Las víctimas, por tanto, de este problema que detecta el Presidente del Gobierno son esa mayoría social que ha definido previamente, que están padeciendo un aumento de la brecha de desigualdad social. Nombra de forma específica a las familias y a la clase media, a la que vuelve a apelar como la mayoría social, o la gente de a pie. Sobre quienes afirma que se juega con sus derechos al privatizar paulatinamente ciertos servicios y políticas públicas y poner en riesgo sus necesidades vitales. Ese es el gran debate que trata de poner en el centro a la hora de abordar este tema.

De estos problemas señala como responsables al neoliberalismo, a partidos y defensores de las políticas neoliberales y liberales-conservadoras, es decir, trata de forma indirecta de culpar al partido de la oposición, el PP. A los que acusa de degradar y disminuir los derechos y servicios sociales, además nombra a la extrema derecha, incluso a quien acusa de no creer en el Estado de Bienestar. A quienes hacen responsables del marco discursivo que trata de transmitir la idea de que las consecuencias de la situación económica actual son culpa de un Estado de Bienestar sobredimensionado con un gasto público desbocado.

De forma añadida también señala como responsables de la gestión de los servicios públicos a las CC.AA., que han generado un debilitamiento de los servicios públicos.

Para estos problemas que detecta, las soluciones que presentan son una lucha activa contra la desigualdad social, invirtiendo más recursos en lo público y haciendo profundas reformas en múltiples ámbitos, desde el económico a lo social, como ya presentamos en anteriores debates. Con la ayuda de estas soluciones, el Presidente defiende su gestión durante la legislatura y las medidas políticas relacionadas con el Estado del Bienestar que ha llevado a cabo. Pero además retoma el debate sobre la fiscalidad y los impuestos, para defender que son necesarios si se quieren mantener los servicios públicos del país.

Por tanto, el marco pone la atención en cambiar las relaciones entre el sector público y privado, en reforzar las partidas que van destinadas a los servicios públicos y a seguir protegiendo los derechos de la ciudadanía. Sitúa el debate en modelos de gestión, uno que potencia los servicios públicos y otro que apuesta por la privatización. Por lo que los responsables de aplicar esas soluciones a las políticas sociales son el Estado, con la ayuda de las CC.AA. con las que comparten competencia de gestión de múltiples servicios públicos esenciales, como la sanidad y la educación.

Para defender esa gestión que han realizado de los servicios públicos utilizan la gestión de la pandemia. Pero también busca llevar al receptor a comparar la situación actual en la que se encuentra y el nivel de vida del que gozaron anteriormente en la década de los años 80 y 90, sus familiares, busca jugar con las emociones y el recuerdo del pasado para que se relativice la situación en la que se encuentra el nivel de vida actual de los ciudadanos y no hacer meramente un análisis negativo. La motivación que trata de despertar empleando emociones como el orgullo, es comparar la situación del país con otros sistemas, haciendo un balance positivo del recorrido desde la crisis financiera del 2008.

Ahora bien, el marco que establece el rival Feijóo es muy diferente, además de que no dedica mucho tiempo de su argumentario a centrarse meramente en estas cuestiones que tiene que ver con el Estado del Bienestar. Aun así, define el problema como una mala gestión de los recursos del Estado. No solo financieramente, sino que van más allá y atacan al Gobierno por hacer una mala aplicación y producir una mala legislación. Para ello sacan a colación un tema muy mediatizado, como fueron las consecuencias de la aplicación e interpretación por parte de los magistrados de la nueva ley sobre los abusos sexuales, más conocida como, ley del solo sí es sí. Con ello buscan también deslegitimar la autoridad del rival político, en este caso el Presidente del Gobierno actual, cuyo mandato aprobó su aplicación. En el caso del discurso de Feijóo señala como responsable político no solo de esta ley en concreto, sino de la situación general en la que se encuentran las políticas sociales del país en la figura del Presidente del Gobierno y el conjunto de su ejecutivo, ministros/as, etc.

Por tanto, las víctimas que señala en primera instancia siguiente ese tema lo saca a colación el líder de la oposición, son las mujeres a las que acusa al gobierno de dejar desamparadas y desprotegidas. Y en segundo lugar a la ciudadanía española en su conjunto sobre quienes cargan su mala gestión de los servicios públicos.

Como vemos, ambos tienen en común que el problema se encuentra en la gestión, pero se señalan y culpan unos a otros de realizar una mala gestión de los recursos del Estado. En el

caso que estamos analizando, del discurso del líder de la oposición, va más allá y reprocha al Presidente del Gobierno de criticar e intentar deslegitimar la gestión y poderes de las CC.AA. a la hora de gestionar servicios públicos como la sanidad.

En cuanto a las soluciones, en el caso del discurso del líder Feijóo no encontramos tantas proposiciones, debido a que en general la tónica de sus intervenciones es más crítica que propositiva. Pero de entre las soluciones generales que deja entrever está la necesidad de un mejor gasto y control del presupuesto general del estado, de una mejor gestión de los recursos públicos. Haciendo hincapié en la necesidad de definir de forma clara una agenda de Estado para el año 2023 para España. Así como exige modificar urgentemente la ley del solo si es sí.

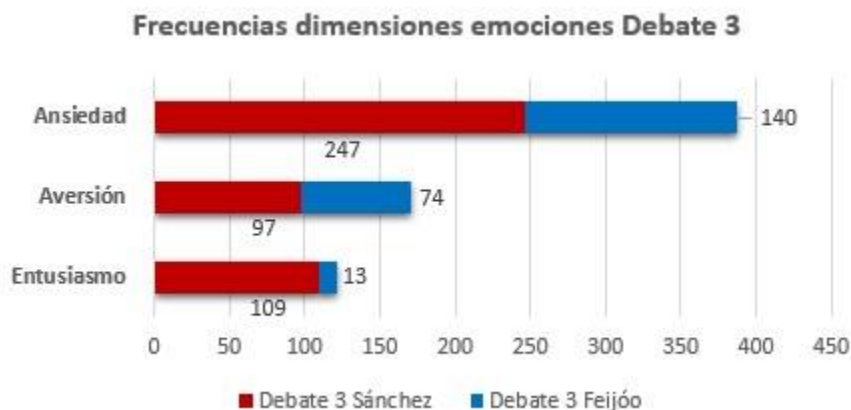
Por tanto, los responsables de aplicar esas soluciones al respecto de la gestión del Estado del Bienestar son ellos mismos, el Partido Popular, además el candidato actual dentro de sus cualidades de liderazgo se destaca por la imagen de buen gestor de los recursos públicos, por lo que ese es el relato que emplean.

De forma general, lo que se observa es que son dos visiones sobre el estado de las políticas sociales en España, y la gestión del Estado del Bienestar, que coinciden en varios puntos, pero que se emplea como un tema de crítica al adversario. Donde las propuestas concretas no son notables, si lo comparamos con otros temas que hemos analizado, pero sí que las visiones generales que defienden cada candidato son diferentes.

Pasando a la tercera parte del análisis del discurso que es el emocional, observando los resultados del empleo de las emociones agregado en el siguiente gráfico, corroboramos que los patrones detectados en los anteriores debates se mantienen. Las emociones negativas siguen siendo de forma agregada las más empleadas por los candidatos. Sobre todo, la dimensión de la ansiedad es la que más se emplea por ambos en este debate.

En el caso del Sánchez observamos el mismo patrón que en anteriores debates usa las emociones negativas en primer lugar con más frecuencia, como la ansiedad. Pero la segunda dimensión que más emplea es el entusiasmo, busca activar en el receptor tanto emociones positivas como negativas. Aun así, es cierto que aumenta bastante respecto a los anteriores cara a cara la dimensión de emociones que genera aversión. Esto nos indica que el debate ha cambiado el tono a más negativo y de ataque conforme pasan los debates.

Gráfico 11: *Gráfico de frecuencias dimensiones emocionales en el tercer debate del Senado.*

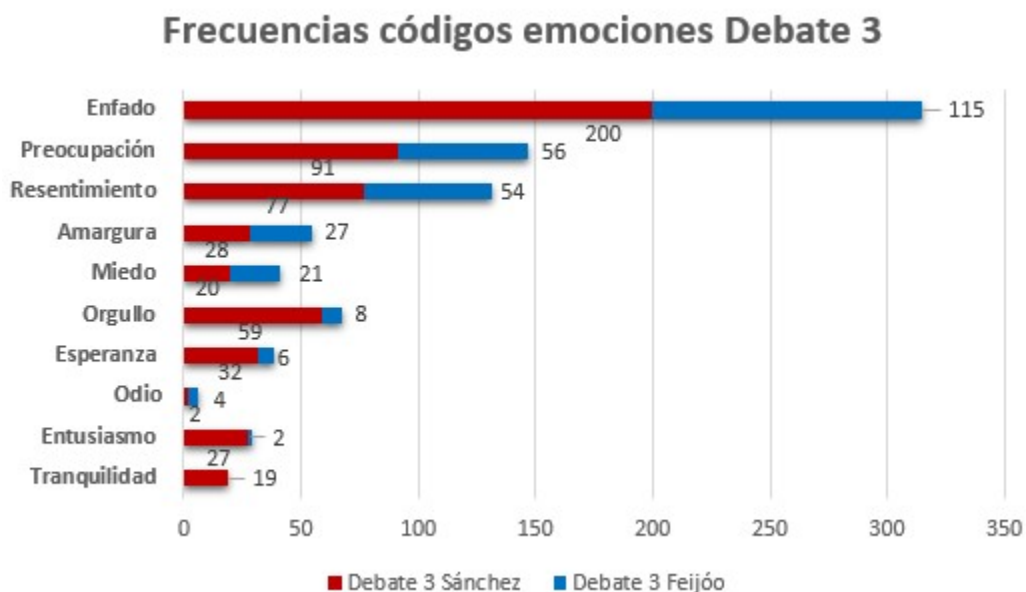


Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

En el caso de las dimensiones en las intervenciones de Feijóo, los datos nos indican que emplea con mucha diferencia las emociones negativas, y apenas las positivas. La ansiedad es la dimensión que se utiliza con más frecuencia seguida de la aversión, a pesar de ser emociones con una alta carga emocional negativa. Esto nos reafirma que el tono de este tercer debate se ha acentuado más hacia la confrontación y el empleo de ataques negativos entre los dos candidatos.

Las emociones en concreto que más se emplean las hemos detectado de forma individual en la siguiente representación de los datos. Que nos confirma el descenso en el uso de las emociones positivas por parte de ambos candidatos y el aumento del empleo de nuevas emociones negativas como el resentimiento, la preocupación o la amargura.

Gráfico 12: Gráfico de frecuencias sobre las emociones presentes en el tercer debate del Senado.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

En el caso de las emociones que más emplea Sánchez, aumenta el uso del enfado y otras nuevas emociones negativas que anteriormente no empleó con esta frecuencia, como el caso de la preocupación y el resentimiento. Pero es que lo que más resalta es el gran descenso

del empleo de las emociones positivas, como el entusiasmo anteriormente explotado en los demás debates, o la esperanza.

En el otro bando por parte de líder de la oposición, la utilización de las emociones negativas es el mayoritario, pero es que también ha aumentado en consideración a los anteriores debates. Sobre todo, el enfado, la preocupación y el resentimiento.

“Le quiero preguntar directamente, señor presidente, ¿qué clase de feminismo justifica, según usted, haber rebajado las penas a centenares de agresores sexuales a sabiendas?” (Debate 3 discurso Feijóo).

“Siga gobernando en su realidad, señor Sánchez, incluso, si quiere usted en la de Tezanos o en la de las decenas y decenas de ministros que ha nombrado, de los que ni siquiera se acuerda de los nombres; si usted me tiene que recitar aquí los nombres de los 40 ministros que ha nombrado y cesado seguro que no los recuerda; y ya, evidentemente, no le pongo en el brete de que me recuerde usted a los asesores eso no es posible.” (Debate 3 discurso Feijóo).

Esta última emoción pertenece a la dimensión que genera aversión, el empleo del resentimiento marca un cambio claro de tono y de contexto en el que se produce este tercer debate en el Senado.

5.4 Resultado Cuarto Debate Senado: Gestión de la Guerra de Ucrania y Política de Vivienda.

El cuarto y será el último debate que se someterá al análisis celebrado el pasado 25 de abril de 2023, antes de las elecciones municipales de mayo, tenía como objetivo por parte del Presidente del Gobierno *Informar sobre los planes implementados en el contexto económicos y social de la guerra de Ucrania y el papel de las administraciones.*

En cuanto a las palabras más empleadas por los candidatos y que nos anticipan los temas claves que se abordarán en este cuarto y último debate en el Senado, obtenemos los siguientes resultados.

En el caso de las intervenciones de Sánchez (ver Anexo, Tabla 26), los conceptos que queremos destacar que más emplea son: *Feijóo* (87 veces), *España* (85), *Gobierno* (74), *vivienda* (70), *país* (69) y *ley* (38).

En este caso lo que nos introduce es un nuevo tema que es la *vivienda*, unos de los principales problemas de este final de legislatura y de la actualidad social. Además, el término de *ley* nos indica que se va a hablar en el debate de propuestas de ley llevadas a cabo o proposiciones de ley a futuro. Por lo que el presidente no renuncia a ese discurso propositivo y de defensa de la legislatura a pesar de que se endurezca el tono del mismo. Ya que el nombre del líder de la oposición se repite hasta en 87 ocasiones, por lo que la confrontación directa e interpelación aumenta con cada debate.

En el caso del discurso de Feijóo (ver Anexo, Tabla 27), queremos destacar el uso que se hace de las siguientes palabras: *Gobierno* (24 veces), *Presidente* (20), *España* (19), *socialista* (15), *viviendas* (12), *Andalucía* (11), *ley* (10), *sanchismo* (9) y *derogar* (8).

El concepto de *sanchismo* he sido muy empleado en los MM.CC. y por la sociedad y más aún por la oposición al Gobierno de Pedro Sánchez, por ello llama la atención que este término que se hace para descalificar y criticar el liderazgo de Sánchez no aparezca hasta el cuarto debate con al menos 9 frecuencias de aparición.

El líder de la oposición entra en el debate de la *vivienda* que también abarca el Presidente del Gobierno, por lo que podemos pensar que este será el tema principal del cuarto debate en el Senado al ser coincidente en los dos candidatos.

Pero también se puede observar como Feijóo introduce nuevos temas, por ejemplo, a la hora de que el nombre de una Comunidad Autónoma como *Andalucía* se repitan 11 veces. Una comunidad gobernada por su partido político.

La aparición del término *socialista*, que interpela de forma directa a la ideología del contrincante al partido político que representa.

Además, queremos destacar dos términos que aparecen con menos frecuencias, pero que os parece necesario destacar por la información que aportan. Es el caso del término *ley*, que podría ser propositivo sobre el proyecto del partido, pero también aparece el término *derogar*, que se asocia a derogar leyes y políticas, lo que nos indica que el tono va a ser negativo y de ataque hacia el contrario. Y la propuesta será derogar las leyes aprobadas hasta el momento.

En el cuarto y último cara a cara que analizaremos, el Presidente del Gobierno vuelve a cambiar el tono en su primera intervención, esta vez mostrando su preocupación con el tema de la guerra de Ucrania que se está agravando por momentos. En todos los debates este tema ha estado muy presente, por parte de Sánchez, destacando su preocupación por la situación en Ucrania y las consecuencias sociales y económicas que deja a su paso. Y por parte del líder de la oposición sobre los efectos económicos que deja a su paso y las medias que se han llevado a cabo sin consultarlas con las cortes generales.

Pero el tema que va a protagonizar este cuarto debate será sobre todo la política de vivienda, donde Sánchez aprovechará para criticar durante una vez más la gestión de anteriores gobiernos presididos por el PP.

Además, cabe resaltar que se interpela de forma directa y personal a sectores de la población muy concretos, como son los jóvenes a los que se vincula con la política de vivienda, las becas para estudiar o las medidas contra el cambio climático. Así como se hace referencia en muchas ocasiones al grupo social de los mayores de nuestro país, a los pensionistas cuando se habla y defiende la medida del Gobierno de subir las pensiones y revalorizarlas según el IPC.

Sobre el cambio climático se le asocia a este tema por parte del Presidente del Gobierno, el apoyo desde los países de la UE a las medias que han llevado a cabo durante la legislatura, por ejemplo, con la excepcionalidad ibérica que defiende ten todos los debates. Pero también vincula a este gran *issue*, un debate y preocupación de la actualidad política como es la sequía en España.

Entrando al conflicto actual que protagonizó el debate principal en las elecciones municipales, como fue la actuación sobre el regadío y parque de Doñana en Andalucía. Un conflicto entre la postura del Gobierno nacional y de Europa y de la postura contraria del Gobierno de Andalucía presidido por el PP. Sobre Doñana lo que Sánchez le reprocha a Feijóo que entra dentro de la pre campaña electoral.

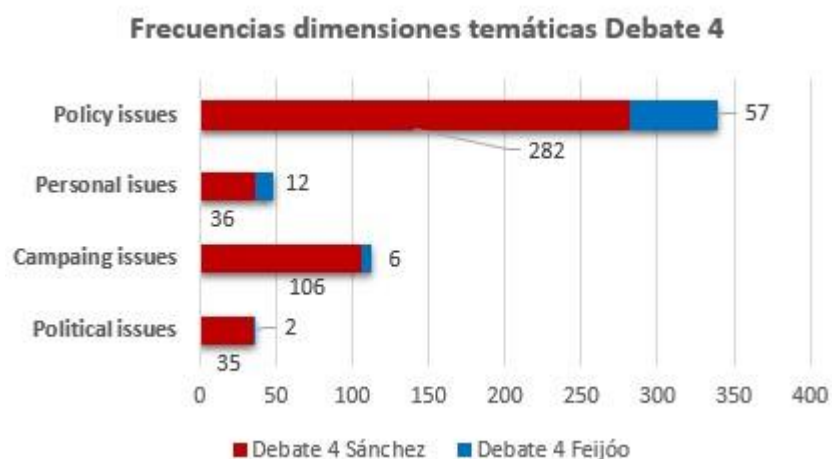
“Esa misma derecha, señorías, nos dice que el Parque Nacional de Doñana es muy valioso – muy valioso-, pero que lo urgente ahora es seguir fomentando los regadíos ilegales que están secando sus acuíferos a pesar de la ciencia, a pesar de la Unesco, a pesar de las advertencias de Bruselas y a pesar de que la fuerte sequía que estamos padeciendo está drenando precisamente esos acuíferos.” (Debate 4 discurso Sánchez).

Sobre el gran tema que es el modelo territorial, sobre todo es el PSOE el que saca a colación la desigualdad que se produce en los servicios que tienen y la calidad de vida en el mundo rural frente a las grandes ciudades dónde se está concentrando la gran parte de la población en las últimas décadas.

En cuanto al tono que marca la tónica general de esta última intervención de Sánchez utiliza mucho la ironía para cuestionar y poner en duda el liderazgo y las capacidades de su adversario político, en este caso Feijóo. Haciendo un repaso a su trayectoria política como presidente de la Xunta de Galicia y a las medidas que llevó a cabo, así como busca criticar y rebatir el principal atributo de su liderazgo y de la imagen que tiene asociada como “buen gestor”. Sacando a colación cuestiones de la política autonómica de Galicia y conflictos que salpican directamente a la figura del presidente del PP, como la denuncia de la televisión pública de falta de independencia y control de las instituciones de la TVG.

Sobre las dimensiones temáticas que protagonizan el cuarto cara a cara entre los candidatos, los temas a los que se le dedica más intervención son aquellos que habla sobre las políticas públicas. Pero le siguen los temas que se relacionan con los asuntos de pre campaña política, en ese caso aumentan las frecuencias de esa dimensión comparándola con los anteriores debates, puesto que ese debate se celebró en abril de 2023 y las elecciones municipales se producirían al mes siguiente el 28 de mayo.

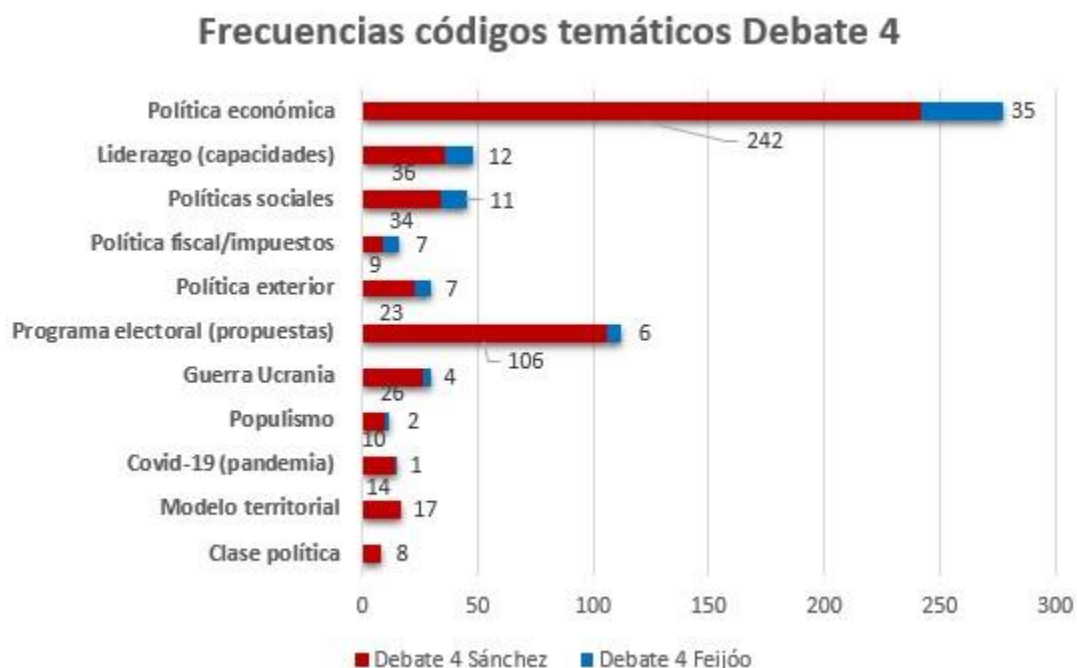
Gráfico 13: Gráfico frecuencias dimensiones temáticas cuarto debate Senado.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Para averiguar en detalles cuáles han sido los temas concretos que se han abordado y copado el interés en este cuarto debate del Senado ahora obtenemos los datos desagregados en bloques temáticos en el siguiente gráfico.

Gráfico 14: Gráfico de frecuencias de los bloques temáticos durante el cuarto debate en el Senado.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Sin duda, los temas relacionados con la política económica copan los discursos de ambos candidatos. En el caso de Sánchez, las propuestas y referencias al programa electoral son muy altas.

En este cuarto debate el tema principal que se debatió novedoso fue la política de vivienda y su situación actual (ver Anexo, Tablas 30 y 31). La forma en que enmarcan ambos candidatos este tema concreto vuelve a ser muy diferente. Por una banda, Pedro Sánchez define que actualmente nos encontramos ante un problema de acceso a poder comprar una vivienda o a vivir de alquiler debido a que la inflación de los precios ha afectado también a este sector. Sobre todo, nombra el incremento del precio de las hipotecas y de los alquileres.

Sobre el incremento exponencial del precio de los alquileres lo relaciona con un fenómeno de falta de oferta y una gran cantidad de demanda. Aumentado a que no se invierte ni se construye vivienda pública.

Mientras que sobre el aumento de las hipotecas responsabiliza a la política monetaria y a los grandes bancos de especular en momentos de crisis con su precio. Que lleva a algo que ya denunciaron anteriormente, a un aumento de la desigualdad social. Precisamente denuncia que una de las principales causas de desigualdad social es no acceso a una vivienda digna de muchas personas.

A estos problemas centrales también añade la despoblación rural que se está dando en las comunidades y provincias de interior del país, y que favorecen esa hiperconcentración en las grandes ciudades y exacerban los problemas para encontrar vivienda en las grandes ciudades.

Como se puede observar, Sánchez hace un análisis exhaustivo de los problemas que rodean a la vivienda y su situación actual en España y detecta varios causantes sobre los que actuar. Dejando claro que el problema de acceso a la vivienda en España es más complejo y necesita que se actúe sobre temas que tienen relación directa con este problema.

Señala, por tanto, como responsables de la situación actual a los anteriores gestores del Estado, el Gobierno de Mariano Rajoy del PP. Y las consecuencias de la crisis financiera de 2008 y los efectos del boom inmobiliario y la crisis de la burbuja de las hipotecas, etc. Les acusa de haber aplicado una política neoliberal de fomentar la construcción masiva de vivienda y la especulación inmobiliaria que ha perjudicado gravemente a la ciudadanía. Dejando a su paso muchas construcciones vacías debido al alto coste de los precios y a muchas personas sin vivienda a pesar de la alta demanda porque no pueden asumir esos precios.

A pesar de atacar directamente al partido de la oposición, también critica de forma directa y personal la gestión autonómica de la política de vivienda en Galicia de Feijóo, criticando que no construye vivienda pública durante su mandato.

Y el tercer responsable indirecto que nombra son las grandes constructoras y los fondos buitres que se dedican a especular con las viviendas haciendo compras masivas para comercializarlas aumentando su precio.

Las víctimas de todos estos sucesos son las familias, y esa mayoría social, a la que se refiere en numerosas ocasiones el Presidente del Gobierno. Haciendo además mención específica al colectivo de ciudadanos jóvenes que buscan su independencia y primer acceso a la vivienda y tienen muchos problemas para lograrlo actualmente.

Sobre el contenido emocional del cuarto debate que se analizará en esta investigación, las dimensiones que han sido más empleadas vuelve a ser la ansiedad en primera instancia, seguida de la aversión. Por lo que el debate ha continuado mantenido ese tono bronco y el uso mayoritario de las emociones negativas. Sobre todo, por parte del candidato a la presidencia del Gobierno y líder del PP, el empleo de las emociones que generan aversión es muy elevado.

En cuanto a las proposiciones que hace para solucionar este problema son las siguientes, apostar por cambiar el modelo de vivienda en España, sacando una nueva Ley de Vivienda para regular este mercado. Invirtiendo y construyendo más oferta de vivienda pública y social. Además, defiende la importancia de que el Estado intervenga en este mercado, este argumento ya ha sido utilizado para otros problemas como hemos visto. Bajo la premisa de que el derecho a la vivienda está reconocido en la Constitución, por lo que debe de ser tratado como un derecho básico y el estado debe de garantizar por todos sus medios que ningún ciudadano no tenga ayudas u opciones para poder tener acceso a una vivienda en dignidad de condiciones.

Otras medidas más concretas son ayudas para el alquiler de los sectores más jóvenes de la población, o controlar la subida de los alquileres en aquellos territorios con más tensión geográfica. También nombra una consecuencia de la situación actual de la vivienda y de aquellas personas que no pueden afrontar estas subidas, y son los desahucios, una de las soluciones al respecto de este tema que propone es mejorar los procedimientos de desahucios para las personas en situación de vulnerabilidad donde sean las administraciones a menos nivel, los ayuntamientos quienes trabajen manos a mano este problema.

Para todo ellos y revertir esas situaciones que define como problemáticas, su discurso se centra en resaltar la necesidad de blindar el derecho a la vivienda como un bien de primera necesidad, que sea el quinto pilar del Estado del Bienestar. Se necesita por parte del estado invertir en suelo público y construcción de viviendas de titularidad pública. Por todo ello, los responsables de implementar estas soluciones son el estado y el gobierno de España, colaborando con distintos niveles de gobierno, desde los ministerios, las CC.AA. a los ayuntamientos. Tratando de emular así a otros países europeos y no seguir con antiguos modelos económicos neoliberales. La motivación implícita es proteger a la ciudadanía y blindar sus derechos fundamentales.

Pero el relato que se aporta desde el otro bando, desde el candidato del PP, es diferente y menos exhaustivo, no es un tema al que se den demasiado peso dentro del discurso, pero sí que definen algunas caves interesantes que nos dan información del marco que quieren establecer completamente opuesto al del Gobierno sobre la situación de la vivienda en el país.

En primer lugar, ponen el foco del problema sobre la vivienda en la gestión de la vivienda a la que culpan directamente al gobierno. Los critica por no tomar medidas serias, y especular con los datos y cifras sobre las viviendas públicas que van a crear en España.

Y el segundo problema que relacionan de forma directa con la vivienda es la ocupación de pisos y viviendas. Acusa directamente al Gobierno de no mencionar este problema actual, y les llega a acusar de dar ayudas para incentivar a este colectivo. Este tema no es habitual que lo nombre la derecha conservadora, es un tema que han abordado en más ocasiones la extrema derecha española, pero que el líder de la oposición trae ahora al debate sobre vivienda al Senado.

Por tanto, como responsables de estos problemas que identifica son el Gobierno central y el presidente Sánchez en particular. Al no dedicarle mucho tiempo a este tema en sus intervenciones no identificamos de forma clara ni las soluciones que propone que no hemos detectado ninguna en concreto, solo hace crítica a la gestión del Gobierno sobre este tema. Sí que señala como responsables a buscar una solución al estado y a los ministerios implicados con la política de vivienda.

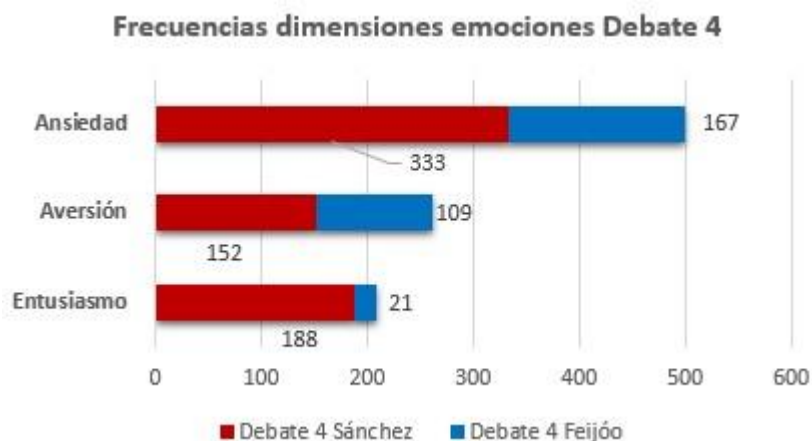
Insta al Gobierno a respetar las actuaciones que a nivel autonómico han llevado a cabo, en su caso particular, desde la administración gallega, creando vivienda pública.

Lo que queda de manifiesto es que ambos presentan de forma muy diferente el peso e importancia que le dan a la política y el problema de la vivienda actual, mientras que el presidente del Gobierno le da una prioridad alta y desarrolla un paquete de soluciones amplio, Para el líder de la oposición es un problema de gestión de recursos y de ocupación ilegal de

viviendas, un relato que emplea la extrema derecha. Por lo que es el tema en que más difieren las percepciones de ambos.

Si analizamos ahora las emociones en el discurso de Feijoo

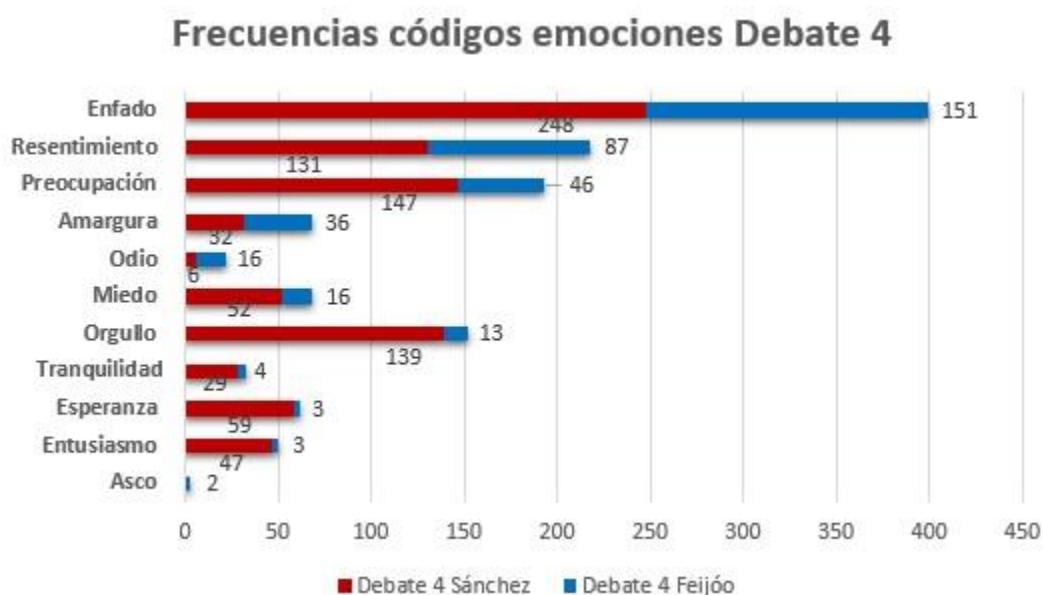
Gráfico 15: Gráfico de frecuencias sobre las dimensiones emocionales presentes en el cuarto debate en el Senado.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Las emociones que han sido empleadas las podemos analizar de forma desagregada a continuación y nos indican los datos que de nuevo el uso de las emociones negativas es muy alto en el discurso del líder de la oposición, sobre todo de emociones como el resentimiento o la amargura.

Gráfico 16: Gráfico de frecuencias sobre las emociones presentes en el cuarto debate del Senado.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

En el caso del discurso del Presidente del Gobierno se observa como trata de recuperar el empleo de emociones positivas como el orgullo o la esperanza.

“Se trata de un escudo social, señorías, dotado con 45000 millones de euros –repito, 45000 millones de euros- y con más de 100 medidas dirigidas a reducir la inflación y a amortiguar las consecuencias del alza de los precios de los alimentos y de las energías a la mayoría de los hogares y a miles de empresas.” (Debate 4 discurso Sánchez).

“Con esto, señorías, lo que quiero decir es que el Gobierno se alegra de la buena marcha de la economía, de la reducción también de la desigualdad a niveles previos a la crisis financiera, y no porque sea un éxito del Gobierno de España, sino porque es un éxito de país; lo es de los empresarios y empresarias, lo es de los trabajadores y trabajadoras, lo es de los autónomos y autónomas, y lo es de las familias”. (Debate 4 discurso Sánchez).

Esta estrategia y técnica de empelar en un mismo discurso emociones negativas y positivas en un mismo tema, a la vez, será empleada y repetida en todos los debates.

6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El análisis de datos se ha centrado en tratar de observar en tres fases en cada uno de los cara a cara cuáles eran los temas claves sobre los que debatieron los candidatos en el Senado, cómo enmarcaron esos temas, qué prioridad les dan y qué soluciones aportan. Y por último qué estrategia han seguido para enfrentarse a estos debates parlamentarios, qué emociones emplean más en sus discursos.

Por ello ahora realizaremos una discusión de los resultados principales que queremos resaltar, así como comparar cuál ha sido la evolución de los cuatro debates y cuáles son las principales diferencias temáticas y estratégicas que hemos detectado en ambos candidatos.

En el caso de los temas que destacan está claro en cada debate que la situación económica y las consecuencias de la guerra de Ucrania son el tema que centra la atención de ambos candidatos y de la opinión pública. Pero dentro de este también abordan temas más concretos que responden al periodo temporal en el que se celebró cada debate, como en el caso del primero al hablar de la política energética y la inflación y subida de precios que ha provocado la guerra de Ucrania. Todos estos temas como abordados la política de vivienda o la situación económica le permiten al Presidente del Gobierno defender las medidas que ha llevado a cabo durante la legislatura. Es algo que la literatura sobre las estrategias que emplean los candidatos en base a su posición política, nos advertía. Aquellos candidatos que se presentan a la reelección y ocupan el gobierno se centrarán en defender sus políticas y medidas.

Pero es cierto y los datos así nos lo corroboran que pese a ser la gran mayoría del contenido del discurso del Presidente del Gobierno propositivo, hablando de sus logros, no renuncia a emplear una gran parte de su tiempo en atacar a su principal rival el líder de la oposición. Por lo que en este caso concreto que hemos analizado a fondo, sí que observamos que el clima y contexto de pre campaña política nos pone de aviso que la campaña electoral va a ser dura en términos de debate y de confrontación entre candidatos.

Mientras que la estrategia que ha empleado el líder de la oposición, Feijoo con el PP, es clara y concuerda con los avisos dados por la literatura. Todo su argumentario se centra en críticas hacia el gobierno y su rival político, usando muchas emociones negativas y estrategias de lingüísticas de ironía, preguntas retóricas, etc. Además de que trata de imponer en las réplicas nuevos temas a debate que saquen de la zona de confort al Presidente, que no haya nombrado, que no le resulten cómodos, que no tengan relación con la orden de la comparecencia...

El tono general de los cuatro cara a cara una vez analizados en profundidad transmite mucha confrontación, sobre todo en los turnos de réplicas entre los candidatos. Por lo que realmente podría afirmar que adquirieron esa noción de debates televisados de pre campaña electoral. Así lo han recogido los medios de comunicación y los partidos al darle importancia, y los datos por sí mismo, así nos lo vuelven a corroborar. A medida que se desarrollan más debates más carga emocional se detecta debido a la mediatización de los mismos entendemos y a la proximidad de las elecciones municipales que se celebraron el pasado 28 de mayo.

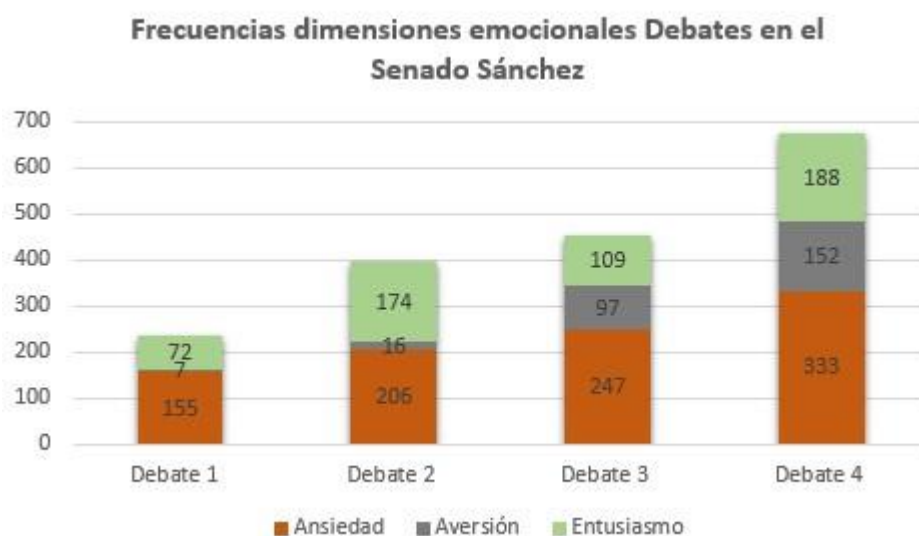
Nuestro segundo objetivo de la investigación era observar si realmente a la hora de abordar un mismo tema, en este caso en sede parlamentaria bajo la convocatoria de una comparecencia

con un orden del día. Se podrían observar claramente los marcos interpretativos que cada partido y candidato construyen y tratan de comunicar a los electores sobre un mismo tema. En efecto hemos observado que en cuatro temas distintos las perspectivas, los problemas y las soluciones no son compartidos por los candidatos, cada uno aporta una visión diferente de un mismo problema.

Otro punto importante que se debe de resaltar es que el escenario de estos debates es parlamentario, por lo que esperábamos que tanto los temas como el tono fuese mucho más institucional y por tanto no incorporase apreciaciones que son propias de los debates. Por ejemplo, pueden ser los ataques directos al liderazgo del contrincante o a sus habilidades, su trayectoria política etc. Pero en el análisis de los discursos hemos podido comprobar que estos ataques sí que son notorios, de ahí que hablemos de que no son meramente debates parlamentarios, sino que podríamos catalogarlos como pre debates electorales.

Si analizamos ahora de forma conjunta cómo han evolucionado los candidatos a medida que se sucedían los debates comenzando por la dimensión emocional en el caso de Pedro Sánchez a la hora de enfrentarse a estos cara a cara.

Gráfico 17: Gráfico de frecuencias sobre el uso de las dimensiones emocionales en los debates por Pedro Sánchez.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

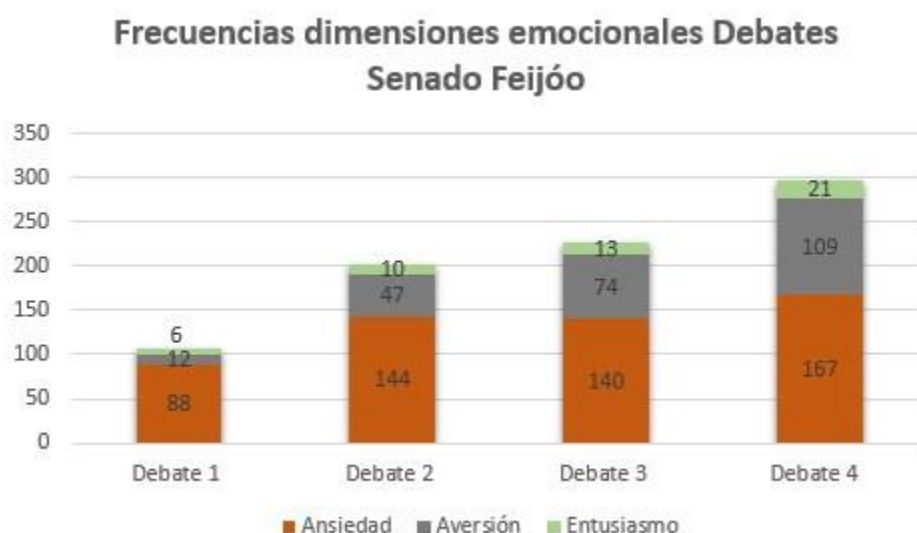
En el anterior gráfico observamos una cierta consistencia y patrón que se repite en todos los debates. Es cierto que en vista general conforme se van siguiendo los debates el empleo de las emociones en los discursos aumenta, ya que la competición aumenta y el periodo electoral se acerca, no solo de las elecciones municipales sino también la convocatoria de las generales. Esto explica el aumento considerable que hace en su discurso en el tercer y cuarto debate de las emociones negativas agrupadas dentro de la dimensión de ansiedad y entusiasmo.

Es cierto que la literatura sobre uso de las emociones en política nos advertía que las emociones que provocan aversión son las menos empleadas en la política y por los

candidatos, debido a la dureza de sus implicaciones. Pero podemos observar que, aunque no sea la dimensión más empleada incluso el Presidente del gobierno la emplea en muchas ocasiones. Dejándonos entrever que la campaña electoral será tensa y estará muy polarizada.

Los mismos datos para el discurso de Feijóo coincide salvo por el menor uso que hace considerable de las emociones positivas agrupadas en el entusiasmo. Su discurso adquiere un tono de crítica constante, donde las medias propositivas que pueden generar y emplear esas emociones positivas son muy pocas como vemos en el siguiente gráfico.

Gráfico 18: Gráfico de frecuencias de las dimensiones emocionales presentes en los debates en el Senado en el discursos de Feijóo.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

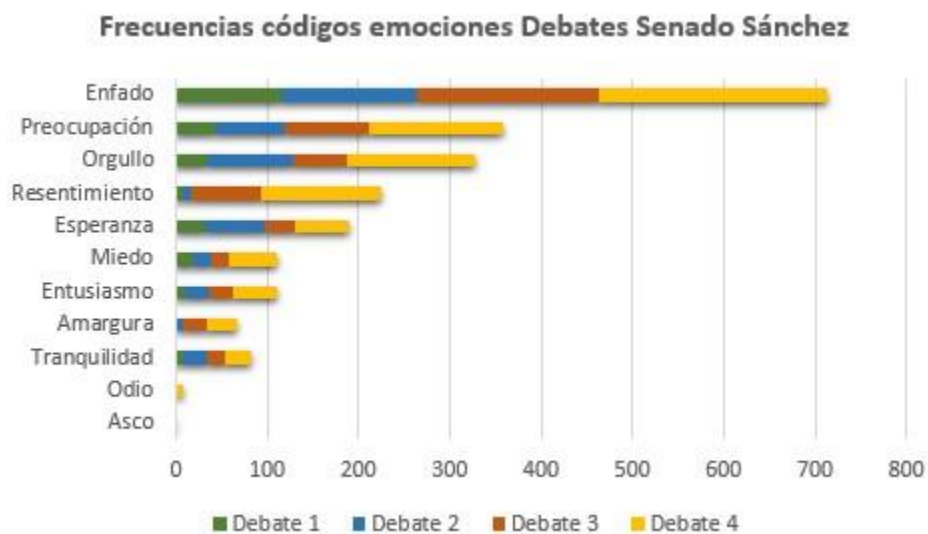
La tendencia de que a medida que se suceden los debates el uso de las emociones aumenta se confirma con los resultados del líder de la oposición. En su caso destaca el gran uso que hace desde el comienzo de los debates de las emociones referentes a la aversión.

Al respecto de las emociones y la estrategia discursiva que dejan entrever cada uno de los candidatos es clara, ambos hacen un uso importante de las emociones que se hacen referencia a la dimensión de la ansiedad que corresponde a un debate del que se prevé que se produzca una confrontación y enfrentamiento dialéctico de los dos máximos líderes políticos que se juegan llegar o mantener la presidencia del Gobierno de España. Los dos últimos debates celebrados ya en el nuevo año de 2023, dentro del año electoral, son los que emplean una mayor cantidad de emociones.

Además, podemos observar más minuciosamente cómo evolucionó el uso de las emociones individuales por los candidatos en cada debate. Donde se observa como a medida que aumentan los debates aumenta el uso que hacen los candidatos el enfado, de la preocupación y en el caso de Feijóo incluso del resentimiento una emoción que genera aversión.

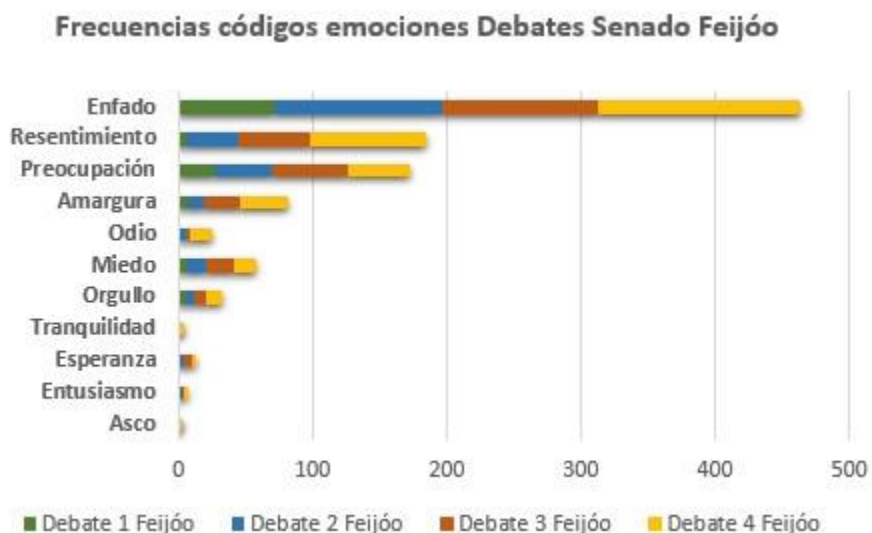
Así como el empleo que hace Sánchez de las emociones positivas disminuye conforme aumentamos los debates menos en el caso del empleo del orgullo que lo usa de forma constante.

Gráfico 19: Gráfico de frecuencias de las emociones empleadas en los debates en el Senado de Sánchez.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

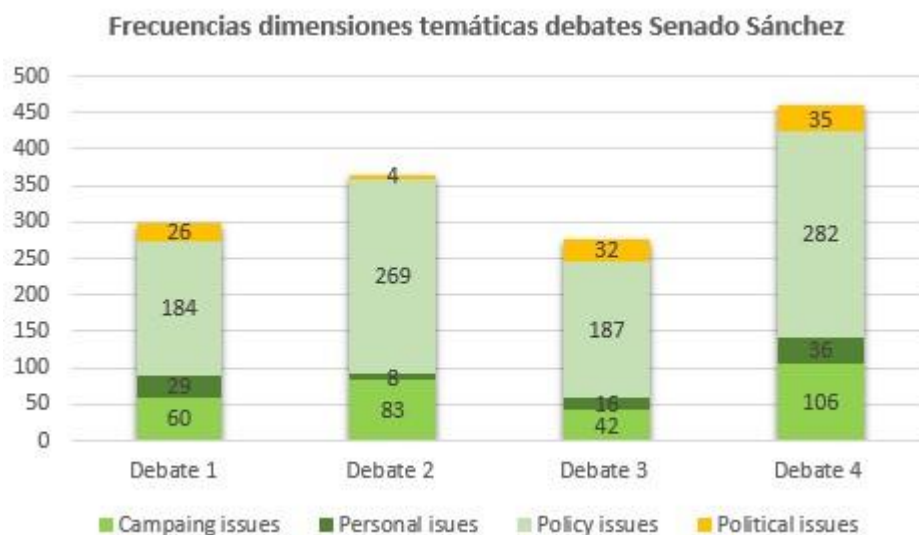
Gráfico 20: Gráfico de frecuencias de las emociones empleadas en los debates del Senado de Feijóo.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

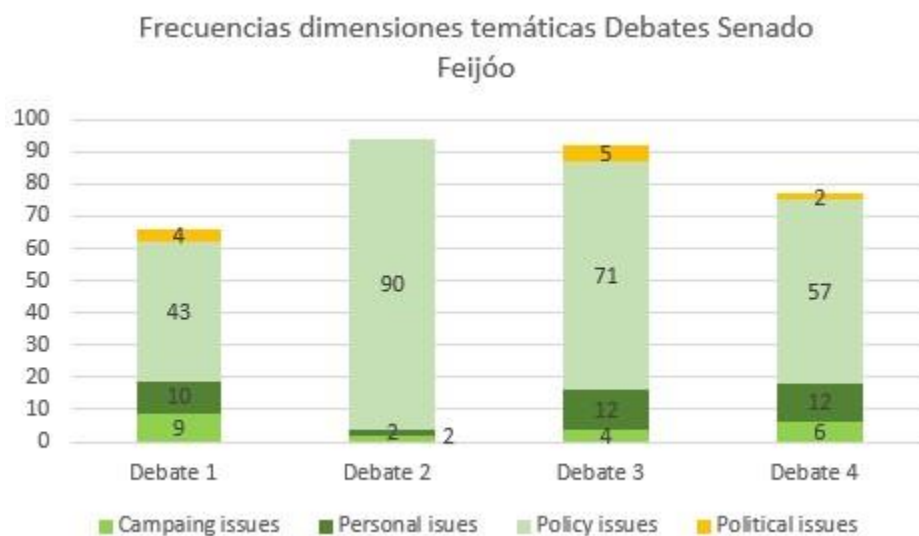
Comparando las dimensiones temáticas que han protagonizado cada debate y qué candidato las empleó en mayor cantidad. Está claro que los asuntos y temas relacionados con las políticas públicas y los servicios públicos son los que ocupan más espacio de intervención en los discursos de ambos candidatos como bien podemos comparar en los dos siguientes gráficos.

Gráfico 21: Gráfico de frecuencias de las dimensiones temáticas en el los debates en el Senado de Sánchez.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Gráfico 22: Gráfico de frecuencias sobre las dimensiones temáticas empeladas en los debates del Senado por Feijóo.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

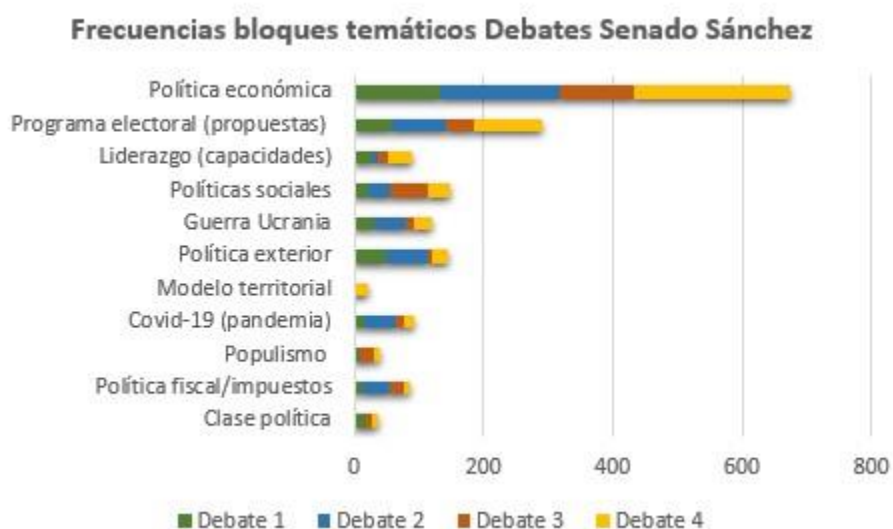
Si es cierto que en el caos del argumentario del presidente del Gobierno existe más variedad de dimensiones temáticas abarcadas, sobre todo cabe resaltar las numerosas referencias que

hace a asuntos que son considerados de precampaña. Mientras que Feijoo apenas hace referencia a ellos. Prefiere centrarse en los asuntos políticos.

Sorprende también que en el caso del tercer y cuarto debate el presidente del gobierno haga tantas referencias a asuntos políticos que tienen que ver con la actualidad. Precisamente aplica la estrategia de hablar de la actualidad política, y de criticar al adversario cuando más próximas están las elecciones.

En concreto los bloques temáticos más empleados y representados en los dos siguientes gráficos. Muestra a simple vista como predomina de forma clara la economía y todo lo relacionada con ella en el discurso de ambos en todos los debates celebrados. Sobre todo, en el caso de los temas dentro del discursos de Feijóo sobresale de forma clara frente a un menor uso del resto.

Gráfico 23: Gráfico de frecuencias de los bloques temáticos de los debates en el Senado de Feijóo.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Es cierto que el argumentario de Sánchez incluye referencias a otros bloques temáticos más diversos como a presentar su propuestas y medias políticas, hablar sobre políticas sociales, sobre la guerra de ucrania y la política exterior las relaciones a futuro con la UE y la proyección internacional de España en materia energética, por ejemplo.

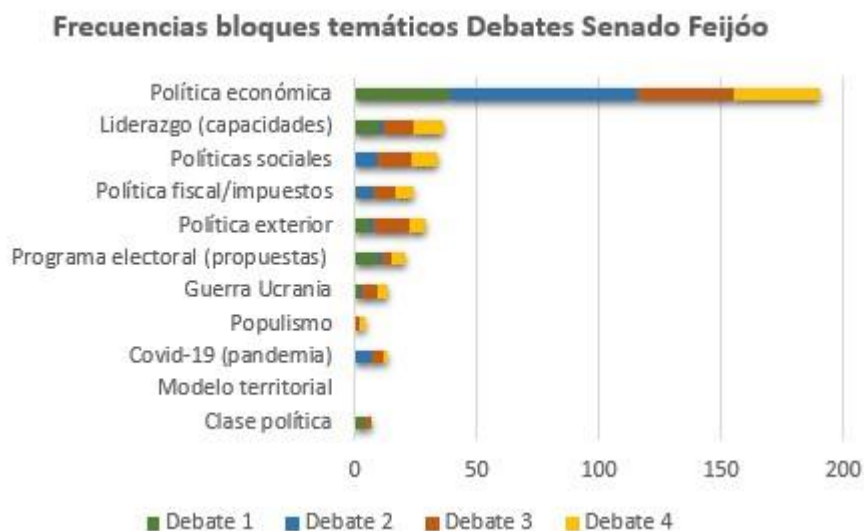
Respondiendo a la lógica de que el candidato que ocupa el cargo de presidente tienen de abarcar más temas que buscan hacer un repaso a su trayectoria durante la legislatura. Sobre todo, en el caso de Sánchez hace mucho uso de los temas relacionados con las relaciones de España con la UE en materia de la energía, sobre la guerra de Ucrania... Esta es una de las claves del liderazgo de Sánchez la imagen que ha conseguido y que insiste en resaltar de las relaciones que ha conseguido establecer entre el país y la UE.

Por el contrario, cabe destacar también aquellos temas que han dejado de tener importancia en el argumentario político y social, como la clase política y los problemas sobre la corrupción

política. Así como ha ocurrido con el conflicto catalán y en modelo territorial del Estado han dejado de ser temas que ocupan el debate político.

Ahora mismo se destacan otros temas como las consecuencias de la pandemia o la guerra de ucrania ocupan la actualidad política.

Gráfico 24: Gráfico de frecuencias de los bloques temáticos empleados en los debates del Senado por Feijóo.



Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

El análisis de discursos a través de Atlas.ti nos permite extraer unos resultados que nos ayudan a poner en relación el uso que se hace de las dos dimensiones que hemos sometidos a análisis. Por una banda las emociones y por otra los bloques temáticos. Mediante unas tablas de co-ocurrencia nos indica en qué medida se relacionan los dos tipos de códigos entre sí. Es decir, en qué medida aparecen ciertas emociones cuando se habla de ciertos bloques temáticos y viceversa. Los resultados obtenidos son lo que presentamos a continuación en la siguiente tabla.

Los códigos que son co-ocurrentes entre sí, vemos que están relacionados con la política económica y el enfado, por la situación actual que atraviesa la economía por ello también se relaciona además con la preocupación o en ocasiones el resentimiento.

Pero también se asocian emociones positivas cuando se habla de política económica, ya conocemos que sobre todo por parte del discurso del Presidente del Gobierno, por ejemplo, la esperanza y el orgullo. Esto es fundamental en los discursos, sobre todo de campaña o pre-campaña electoral, generar emociones positivas que movilicen y generen entusiasmo en los electores sobre todo para el candidato que quiere que su gestión sea percibida positivamente. Además, vemos que se produce una relación entre las frecuencias en que aparecen los códigos sobre las propuestas electorales y la emoción orgullo, en su mayoría pertenecen todas a las intervenciones de Pedro Sánchez. Cuya estrategia es movilizar y generar entusiasmo en base a las medidas políticas que presenta de cara al futuro para así poder revalidar el Gobierno.

Tabla 6: Tabla de frecuencias de los conceptos en el discurso

	Amar gura	As co	Enfa do	Entusia sma	Espera nza	Mie do	Od io	Org ullo	Preocu pación	Resenti miento	Tranqui lidad
Clase política	6	0	33	0	1	1	0	2	8	13	1
Covid-19	3	0	46	6	12	5	0	32	22	10	3
Guerra Ucrania	3	0	54	4	9	28	0	22	60	13	7
liderazgo (capacida des)	13	1	81	0	1	5	1	2	23	30	0
Modelo territorial	0	0	8	1	6	3	0	7	7	3	1
Política económic a	33	0	374	67	124	62	7	185	232	115	44
Política exterior	8	0	64	9	9	20	2	36	61	15	14
Política fiscal/imp uestos	8	0	66	3	8	5	0	18	18	21	5
Políticas sociales	7	0	81	11	22	16	1	55	55	40	9
Populism o	1	0	25	0	0	18	5	0	28	17	0
Programa (propuest as)	1	0	39	45	58	7	0	144	22	8	37

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Sorprende por otra banda que sean co ocurrentes los códigos de políticas sociales y la emoción de enfado. Muchas de estas frecuencias pertenecen al discurso de Feijóo criticando las medidas políticas actuales del Gobierno.

Lo que nos muestra esta tabla de co ocurrencias es que las emociones se usan de forma estratégica para resaltar ciertos temas desde un punto de vista u otro. Y despertar con ese mensaje y emoción un efecto en el receptor, sea criticando al rival o defendiendo las medidas propias.

7. CONCLUSIONES

A continuación, presentaremos los principales aportes y conclusiones que nos ha ofrecido esta investigación. En primer lugar, se valora positivamente el análisis de todos los debates y cara a cara que se han sometido a análisis que han reportado unos resultados satisfactorios y de interés de cara a responder nuestras preguntas e inquietudes iniciales.

Los cuatros debates cara cara en el Senado han permitido discernir las tres grandes dimensiones que se deseaban analizar en profundidad en esta investigación. En primer lugar, identificar la agenda programática y temática que presentan ambos candidatos en un debate institucional, cuáles son los bloques temáticos claves sobre los que se sienten más cómodos debatiendo. Pudiendo ofrecer pistas de la agenda programática y de debate de cara a las próximas elecciones generales de julio de 2023.

Una vez identificados esos grandes temas de actualidad que se han debatido y que responden al programa de cada candidato político, esta segunda fase ha permitido conocer los grandes marcos y visiones que cada uno de ellos, dos de los principales partidos tradicionales de España, aportan sobre temas importantes de la legislatura o de la actualidad política como ha sido el caso de la economía y la fiscalidad en España, la política de la vivienda, el Estado del Bienestar y la política energética.

Se ha logrado además discernir el empleo que han realizado de las emociones de forma estratégica a la hora de abordar los ejes temáticos en estos cara a cara. Así como nos ha aportado información sobre el tono general que ha guiado estos debates, revelado además cuál es la estrategia de cada uno de cara a enfrentar esta pre campaña electoral.

La literatura nos advertía en base a otros casos de estudio previos, y a los roles que suelen desempeñar los candidatos en los debates electorales, que las estrategias comunicativas de ambos serían muy diferentes. Por parte de Núñez Feijóo como líder de la oposición con el Partido Popular, la estrategia que ha seguido es la de ataque directo al contrincante en este caso al Gobierno Central. Además, en nuestro caso Feijoo contaba con la desventaja de que el Senado era el único espacio institucional donde podía debatir cara a cara con el Presidente del Gobierno, al no contar con el acta de diputado.

Mientras que, para el candidato en el Gobierno, caso de Pedro Sánchez por el PSOE, también se presentaba este espacio como una oportunidad comunicativa para poder defender las medidas llevadas a cabo durante su legislatura. Pero además nos ha aportado resultados interesantes de emplear de forma conjunta ataques a su máximo adversario político y poner en evidencia sus dotes de debate y de conocimiento sobre la política a nivel nacional e internacional.

El objetivo que les une a ambos es la luchar por lograr posicionar los marcos interpretativos sobre los temas claves que le interesan a cada uno de ellos, dentro de los medios de comunicación y del imaginario de los electores como las principales preocupaciones actuales del país.

La literatura avanza que los temas que suelen ocupar más espacio en estos debates son los *policy issues*, seguidos de los *political issues* planteamientos programáticos más específicos.

Las referencias a la propia campaña o precampaña suelen ser menos notorias (García et al, 2018). De esta forma se ha comprobado, podemos afirmar que el Senado sigue siendo un espacio institucional donde se abordan en su mayoría asuntos relacionados con las políticas públicas y los problemas políticos. Pero en el contexto en que nos encontramos se observa como poco a poco se introducen temas de actualidad política que buscan la mediatización de los discursos y su repercusión en los MM.CC. Así como se llevan a sede parlamentaria debates de pre campaña política.

Sobre las preguntas que se plantearon y que dieron sentido a esta investigación se ha concluido en una respuesta satisfactoria para ellas en base a los resultados obtenidos. Al respecto de la primera de ellas que se preguntaba ¿Qué tipo de temas prevalecen en los discursos del presidente del Gobierno durante los debates del Senado? ¿Y en el discurso del líder de la oposición?

Los resultados han aportado que los temas de la agenda programática que son los principales bloques temáticos en el discurso de Pedro Sánchez en el Senado son: todas las cuestiones relativas a la política económica, propuestas programáticas y electoral, las políticas sociales junto con la política exterior y las relaciones con la UE.

En el caso del discurso de Feijóo los temas que prevalecen en los cara a cara que ha mantenido en el Senado son: la política económica, las críticas al liderazgo y capacidades de su rival Sánchez, las políticas sociales y la política exterior, seguida de la política fiscal y los impuestos.

La resolución a la segunda pregunta de investigación que se planteaba era sobre si *¿Existe una coincidencia en los temas a tratar, pero empleando diferentes marcos interpretativos entre ambos candidatos?* Como bien muestran los resultados ambos coinciden a la hora de abordar temas y darles la importancia de ser los temas de actualidad política a tratar. Ejemplo de la política energética, o la situación económica, o la política fiscal. Pero como observamos en profundidad mediante el análisis de marcos las perspectivas, soluciones y definiciones del problema son diferentes en todos los casos.

Y sobre la tercera pregunta de investigación que reflexionaba acerca de si *¿Existe una estrategia discursiva diferenciada entre el candidato a la presidencia del gobierno y el actual Presidente del Gobierno? ¿El candidato en la oposición utiliza más estrategias de ataque, así como emociones negativas? ¿El actual presidente adopta una estrategia más propositiva?* Se ha podido demostrar que ambos candidatos juegan y emplean estrategias discursivas diferenciadas, en base a los puestos institucionales y de poder que ocupan. También es cierto que el candidato de la oposición emplea con diferencia más estrategias de ataque que el Presidente del Gobierno usa en muchas más ocasiones las emociones negativas para transmitir sus mensajes. Y por tanto es el candidato en la presidencia el que es mucho más propositivo con diferencia.

Por lo que quedan confirmadas las siguientes hipótesis que se planteaban al comienzo de la investigación:

H1: Cabe esperar que el Presidente del Gobierno y candidato del PSOE opte por tratar temas relacionados con la defensa y medidas políticas que haya realizado durante su legislatura. En

el caso del líder de la oposición los temas a tratar serán en su mayoría críticas directas a la gestión del gobierno, así como temas de actualidad política y el estado de la economía del país por ser un partido conservador.

H2: En base a resultados obtenidos en otros estudios pensamos que ambos líderes van a coincidir en enmarcar temas como la economía o el empleo, como primordiales pero el enfoque será distinto. No compartirán ni las soluciones, ni la raíz del problema ni a los culpables.

H3: Por tanto, la estrategia discursiva del Presidente del Gobierno será de defensa y de presentar los logros de la legislatura utilizando más emociones positivas como el entusiasmo. Mientras que el líder de la oposición realizará una estrategia de ataque con un gran uso de las emociones negativas.

En cuanto a las limitaciones que han surgido en el estudio son varias, en primer lugar, la diferencia de tiempos de intervención de ambos candidatos hace que los resultados sean difíciles de comparar al no contar con un número de frecuencias relativamente similar. Así como la constante repetición de ideas entre los debates, que no fomentaba la introducción de nuevos temas o argumentos que pueden aportar algo más de riqueza a la investigación.

La novedad que aporta la presente investigación es analizar el nuevo papel que se le ha logrado dar a los debates parlamentarios, que ya venían cambiando desde el comienzo de la legislatura. Y que como nos indican las tendencias de la comunicación política buscan mediatizarse, abordar temas de actualidad política y realizar una teatralidad del debate político para conseguir llegar a los electores.

En la actualidad vivimos en una suerte de campaña permanente donde las elecciones se adelantan y por tanto para los candidatos es importante practicar y realizar debates en las cortes que sean reflejo y que logren posicionar sus temas de cara a las elecciones, en la mente del electorado. Cada vez más las caras de representantes dejarán de ser espacios de debate político y público para ser espacios mediatizados de confrontación dialéctica donde se debata sobre la actualidad política y la noticia del día más que sobre el nuevo decreto ley.

Este fenómeno sabemos que tiene consecuencias positivas y negativas, entre las positivas encontramos que esta nueva forma de debatir en las instituciones logra captar la atención e intereses de los electores, al abordar temas que son de su comprensión sobre los que buscan información nueva, etc. Pero a la vez reducirán el debate a la actualidad política y a la búsqueda de la mediatización, reduciendo la riqueza del debate público e institucional. Por lo que deberemos seguir atentos a los siguientes avances y desarrollo de las próximas elecciones y a cuáles son las funciones de las instituciones parlamentarias en el día a día de la política. Por el momento cabe esperar que la próxima campaña electoral sea una de las más polarizadas de la historia del país, donde más que nunca la confrontación de ideas en los debates sea fundamental para la ciudadanía a la hora de conocer las propuestas de cada candidato y medir sus habilidades frente al rival.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Algarra, G., & Noble, A. (2015). Transportamos Sentimientos”: Desafíos para el estudio de las emociones en América Latina. Pretérito indefinido. *Afectos y emociones en las aproximaciones al pasado*, pp. 43-65.
- Aruguete, N. Cap (2017) ¿Paraguas común o teorías independientes? El debate entre la agenda setting, el priming y el framing. Libro *La noticia hoy*. Editorial: Imago Mundi, ciudad de Buenos Aires. pp. 109-121.
- Bacchi, C. (2012). Presentamos el '¿Cuál es el problema representado?' acercarse. En A. Bletsas & C. Beasley (Eds.), *Engaging with Carol Bacchi: Strategic Interventions and Exchanges* (págs. 21-24). Prensa de la Universidad de Adelaida.
- Bosch, A., Díaz, A. y Riba, C. (1985). “Las funciones de popularidad. Estado de la cuestión y principales debates”. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, vol. 99, pp. 171-197.
- Braun, K. (2015). "Capítulo 23: Entre la representación y la narración: analizando los marcos de política". En *Manual de Estudios Críticos de Políticas*. Cheltenham, Reino Unido: Edward Elgar Publishing. URL: <https://doi.org/10.4337/9781783472352.00033>
- Carrera Boleas, Valentín (2015). “La red de confianza de los debates electorales y la mente de los candidatos.” *Revista Marco*, núm. 1, pp. 39-61.
- Carrillo, E., M. Tamayo y L. Nuño (2013). *La formación de la agenda pública. Análisis comparado de las demandas de hombres y mujeres hacia el sistema político en España*. Madrid. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Casado Ruiz, A. (2012). “Debates electorales en televisión: nuevos contenidos para nuevos formatos”.
- Castromil, Antón R.; Rodríguez-Díaz, Raquel; Garrigós, Paula (2020). “La agenda política en las elecciones de abril de 2019 en España: programas electorales, visibilidad en Twitter y debates electorales”. *El profesional de la información*, vol. 29, núm. 2, URL: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.17>
- Castro, P. (2020). *La construcción emocional de VOX*. Universidad Santiago de Compostela. URL: <http://hdl.handle.net/10347/24106>
- Crespo, I. Garrido, A. Rojo, J. (2022). El uso de las emociones en la comunicación político-electoral. *Revista Española de Ciencia Política*. núm. 58. pp. 175-201.
- Degani, M. (2015). *Framing the Rhetoric of a Leader. An Analysis of Obama's 2008 Election Campaign Speeches*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

- Delgado-Fernández, S. y Cazorla-Martín, A. (2017). El Partido Socialista Obrero Español: de la hegemonía a la decadencia. *Revista Española de Ciencia Política*, núm. 44, pp. 247-273. URL: <https://doi.org/10.21308/recp.44.10>
- E. Maxwell (1999). "Personal Involvement with Issues on the Public Agenda". *International Journal of Public Opinion Research*, 11 (2), pp. 152-168.
- E. Maxwell, E. López-Escobar y J. P. Llamas (2000). "Setting the Agenda of Attributes in the 1996 Spanish General Election". *Journal of Communication*, vol. 50, núm. 2, pp. 77-92
- Entman, R. M. (1993). "Framing toward Clarification of a Fractured Paradigm". *Journal of Communication*, vol. 43, núm. 4, pp. 51-58.
- Fernández García, F. (2008). "Los debates Zapatero/vs/Rajoy de 2008: claves discursivas de la victoria". *Linred: revista electrónica de lingüística*, vol. 6, núm. 2.
- Jaráiz, E; Lagares, N. y Pereira, M. (2020). «Emociones y decisión de voto. Los componentes del voto en las elecciones generales de 2016 en España». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, vol. 170, pp. 115-136.
- Rienda Velasco, J. C. (2022). Análisis de la comunicación política en la crisis interna del Partido Popular en 2022. Universidad de Sevilla.
- Lagares Diez, N., Jaráiz Gulías, E., & Castro Martínez, P. (2020). "La percepción de los debates como factor de decisión en el comportamiento electoral en las Elecciones Generales de abril de 2019". *Revista Latina De Comunicación Social*, vol. 76, pp. 39–58. URL: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1436>
- Lakoff, G. (2017). No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político. Editorial Península
- López-García, G., Llorca-Abad, G., Valera-Ordaz, L. y Peris-Blanes, A. (2018). Los debates electorales, ¿el último reducto frente la mediatización? Un estudio de caso de las elecciones generales españolas de 2015. *Palabra Clave*, vol. 21, núm. 3, pp. 772-797. URL: [10.5294/pacla.2018.21.3.6](https://doi.org/10.5294/pacla.2018.21.3.6)
- López Pavón, T. (2018). Del 'No es no' al 'Sí es sí': Análisis del discurso político de Pedro Sánchez durante la campaña de las elecciones primarias socialistas del 21 de mayo de 2017. Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Luengo G., Óscar (2011). "Debates electorales en televisión: una aproximación preliminar a sus efectos inmediatos." *Revista Española de Ciencia Política*, vol. 25, pp. 91-96.
- Máiz, R. (2018). Nacionalismo y federalismo. Una aproximación desde la teoría política. *Siglo XXI de España*.
- Maldonado, M. A. (2017). Emociones adversativas: sobre los efectos políticos del afecto. *Crítica Contemporánea. Revista de Teoría Política*.

- Marcus, G. (2000). Emotions in Politics. *Annual Review of Political Science*, vol. 3, pp.221-250.
- Marlen, N. Muñiz, C. y Ramírez, J. (2011) Estrategias discursivas en los debates de la campaña presidencial mexicana de 2006. *Comunicación, política y Ciudadanía*. pp.199-220
- Mariño, V. y P. López Rabadán (2009). "Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España" ZER. *Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 26, pp. 13-34
- Otaola, C. (1989). El análisis del discurso: introducción teórica. *Revista EPOS*. núm. 5, pp. 81-97.
- Palomar, J. (21 de febrero de 2022) ¿Qué le ocurre al Partido Popular? Asociación The Conversation España. URL: <http://hdl.handle.net/2445/190623>
- Pérez-Curiel, Concha; García-Gordillo, Mar (2020). "Del debate electoral en TV al ciberdebate en Twitter. Encuadres de influencia en las elecciones generales en España (28A)". *Profesional de la información*, vol. 29, núm. 4. URL: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.05>
- Quintas-Froufe, N. y Quintas-Foufe, E. (2010) Cara a cara electoral televisado: análisis audiovisual de los debates presidenciales. *Miguel Hernández Communication Journal*. núm. 1, pp. 20-39.
- Rodríguez Benedicto, R. (2012). Marta Nussbaum: Emociones, mente y cuerpo. *Thémata. Revista de Filosofía*, núm. 46, pp. 591-598.
- Sierra Rodríguez, J. (12 de julio, 2012). "Planteamientos sobre los efectos de los debates electorales en televisión: aplicación al caso español". XXII World Congress of Political Science. URL:<http://hdl.handle.net/10201/36637>
- Van Dijk, T.A. y Atenea Digital (2001). El análisis crítico del discurso y el pensamiento social. Atenea Digital, 1.
- Wollebaek, D. Karlsen, R. Steen-Johnsen, K. Enjolras, B. (2019). Anger, fear, and Echo Chambers: The Emotional Basis for Online Behavior. Vol. 5, núm.2
- 2020: Comunicación política, pandemia y elecciones. Otero, Jaráiz y López. Emociones y política. Cap 5, pp. 87-107

9. WEBGRAFÍA:

Alberola, M. (1 de junio de 2018). Pedro Sánchez, presidente del Gobierno tras ganar la moción de censura a Rajoy. *El País*. Consultado el 2 de junio de 2023. URL: https://elpais.com/politica/2018/06/01/actualidad/1527837969_067262.html

Calleja, M. (2 de abril de 2022). Feijóo ya es presidente del PP y promete un cambio “sin revanchas ni división”. *ABC*. Consultado el 5 de junio de 2023. URL: https://www.abc.es/espana/abci-feijoo-estrena-como-presidente-nacional-pp-cambio-empezado-202204021256_noticia.html

Díez, A. (2 de octubre de 2016). Pedro Sánchez dimite como secretario general del PSOE. *El País*. Consultado el 5 de junio de 2023. URL: https://elpais.com/politica/2016/10/01/actualidad/1475346998_362316.html

Díez, A. (13 de julio de 2014). Sánchez promete la victoria al PSOE. *El País*. Madrid. Consultado el 5 de junio de 2023. URL: https://elpais.com/politica/2014/07/13/actualidad/1405256248_349096.html

Díez, A. y Marcos, J. (30 de octubre de 2016). Pedro Sánchez deja el escaño y lanza su candidatura a la secretaría general. *El País*. Consultado el 5 de junio de 2023. URL: https://elpais.com/politica/2016/10/29/actualidad/1477735635_217414.html

Garea, F. (4 de marzo de 2016). Pedro Sánchez fracasa en la primera votación de investidura. *El País*. Consultado el 5 de junio de 2023. URL: https://elpais.com/politica/2016/03/02/actualidad/1456939315_083157.html

Gil, A. (29 de septiembre de 2016) ¿Cuándo empezó todo? La crisis del PSOE no es de anteaer. *El Diario.es*. Consultado el 5 de junio de 2023. URL: https://www.eldiario.es/politica/empezo-crisis-psoe-anteayer_1_3812611.html

Hernández, M. y Ruiz, J. (5 de junio de 2023). Sánchez reta a Feijóo a seis cara a cara para darle la vuelta a las encuestas. *El Periódico*. Consultado el 10 de junio de 2023. URL: <https://www.epe.es/es/elecciones/20230605/sanchez-reta-feijoo-debate-elecciones-23j-88311581>

López, O. (25 de mayo de 2018). La sentencia cuestiona la “credibilidad” del testimonio de Rajoy. *El País*. Consultado el 5 de junio de 2023. URL: https://elpais.com/politica/2018/05/24/actualidad/1527157659_927701.html

Martín, S. (24 de mayo de 2022). Feijóo, elegido senador autonómico, podrá medirse ya con Pedro Sánchez en el parlamento. *El Español*. Consultado el 10 de junio de 2023. URL: https://www.elespanol.com/espana/politica/20220524/feijoo-elegido-senador-autonomico-pedro-sanchez-parlamento/674932825_0.html

Rodríguez, A. (12 de junio, 2023). Así están las encuestas para las elecciones generales. Feijóo ganaría el 23J y Sánchez no lograría reeditar una coalición de izquierdas. *El Confidencial*. Consultado el 16 de junio, 2023. URL:

https://www.elconfidencial.com/espana/observatorio-electoral/2023-06-12/encuestas-elecciones-generales-feijoo-fuerza-psoe-vox_3434093/

(2 de abril de 2022). Feijóo mantiene la puerta abierta a llegar al Senado, pero lo sigue meditando. *Europapress*. Consultado el 10 de junio de 2023. URL: <https://www.europapress.es/nacional/noticia-feijoo-mantiene-puerta-abierta-llegar-senado-sigue-meditando-20220402153459.html>

(30 de agosto de 2022). Feijóo pide un debate con Sánchez en el Senado, este acepta el cara a cara y ahora el PP pone pegadas por ser un debate limitado. *Huffingtonpost*. Consultado el 10 de junio de 2023. URL: https://www.huffingtonpost.es/entry/sanchez-feijoo-debate-senado_es_630e2fc0e4b065bfc4b2570c.html

(25 de mayo de 2022). Feijóo toma posesión de su escaño en el Senado y defiende un parlamentarismo serio, adulto y sosegado. *RTVE*. Consultado el 10 de junio de 2023. URL: <https://www.rtve.es/noticias/20220525/feijoo-toma-posesion-escaño-senado/2351220.shtml>

(11 de abril de 2023). Sánchez fuerza un nuevo debate con Feijóo en el Senado en plena precampaña. *DEIA*. Consultado el 10 de junio de 2023. URL: <https://www.deia.eus/politica/2023/04/11/sanchez-comparecera-congreso-dia-19-6669826.html>

(15 de junio de 2018). Feijóo: “Lo que más me pesa en mi decisión es ser presidente de la Xunta”. *El Ideal Gallego*. Consultado el 10 de junio de 2023. URL: <https://www.elidealgallego.com/texto-diario/mostrar/2354477/feijoo-pesa-decision-presidente-xunta>

10. ANEXOS

Tabla 7: Tabla resumen sobre las fuentes de los documentos utilizados en la investigación.

Documentos utilizados en la investigación	Direcciones donde se han recabado
Documento 1: Comparecencia del Presidente del Gobierno Sánchez ante el Senado 06/09/2023 y réplicas del senador del GPP Feijóo	Recuperado de https://www.senado.es/legis14/publicaciones/pdf/senado/ds/DS_P_14_99.PDF
Documento 2: Comparecencia del Presidente del Gobierno Sánchez ante el Senado 18/10/2022 réplicas del senador del GPP Feijóo	Recuperado de https://www.senado.es/legis14/publicaciones/pdf/senado/ds/DS_P_14_105.PDF
Documento 3: Comparecencia del Presidente del Gobierno Sánchez ante el Senado 31/01/2023 réplicas del senador del GPP Feijóo	Recuperado de https://www.senado.es/legis14/publicaciones/pdf/senado/ds/DS_P_14_118.PDF
Documento 4: Comparecencia del presidente del gobierno Sánchez ante el Senado 25/04/2023 réplicas del senador del GPP Feijóo	Recuperado de https://www.senado.es/legis14/publicaciones/pdf/senado/ds/DS_P_14_130.PDF

Fuente: elaboración propia.

Tabla 8: Tabla de frecuencias palabras más empleadas en el discurso de Sánchez en el primer debate del Senado.

Palabra	Debate 1 Sánchez
gobierno	112
usted	108
país	101
España	95
señor	81
nuestro	77
señorías	73
Feijóo	62
señoría	61
españoles	58
partido	54
gas	46
crisis	45
empresas	44
ustedes	43
medidas	40
Europa	37
popular	35
economía	34
europea	31
ciudadanos	28
energética	28
Putin	27
españolas	24
energía	22
euros	22

<i> europeos </i>	21
<i> guerra </i>	21
<i> instituciones </i>	21
<i> precios </i>	21
<i> estado </i>	20
<i> millones </i>	20
<i> pasado </i>	20
<i> política </i>	20
<i> presidente </i>	20
<i> unión </i>	20
<i> española </i>	19
<i> oposición </i>	19
<i> energético </i>	18
<i> insolvencia </i>	18
<i> países </i>	18
<i> hogares </i>	17
<i> impuestos </i>	16
<i> democracia </i>	15
<i> intervención </i>	15
<i> renovables </i>	15
<i> debate </i>	14
<i> ibérica </i>	14
<i> pandemia </i>	14
<i> climática </i>	13
<i> emergencia </i>	13
<i> excepción </i>	13
<i> medida </i>	13
<i> mercado </i>	13
<i> nosotros </i>	13
<i> pública </i>	13
<i> públicos </i>	13
<i> ucrania </i>	13
<i> verdad </i>	13
<i> vida </i>	13
<i> clase </i>	12
<i> energías </i>	12
<i> ibérico </i>	12
<i> interés </i>	12
<i> judicial </i>	12
<i> suministro </i>	12
<i> ahorro </i>	11
<i> electricidad </i>	11
<i> europeo </i>	11
<i> financiera </i>	11
<i> Galicia </i>	11
<i> incertidumbre </i>	11
<i> IVA </i>	11
<i> laboral </i>	11
<i> nacional </i>	11
<i> pacto </i>	11
<i> sociales </i>	11
<i> trabajadora </i>	11

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 9: Tabla de frecuencias de palabras más empleadas en el discurso de Feijóo en el primer debate del Senado.

Palabra	Debate 1 Feijóo
usted	72
gobierno	29
señor	29
España	26
señoría	25
españoles	12
energética	9
energía	9
ministros	9
empresas	8
Europa	8
ciudadanos	7
gas	7
verdad	7
acuerdo	6
inflación	6
nuestro	6
país	6
partido	6
política	6
ayudas	5
elecciones	5
euros	5
IVA	5
millones	5
presidente	5
señorías	5
socios	5
trabajadores	5
ustedes	5

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 10: Tabla de frecuencias de los bloques temáticos empleados por los dos candidatos en el primer debate del Senado.

Bloques temáticos	Debate 1 Sánchez	Debate 1 Feijóo	Totales
<i>Covid-19 (pandemia)</i>	16	0	16
<i>Modelo territorial</i>	1	0	1
<i>Políticas sociales</i>	23	0	23
<i>Populismo</i>	9	0	9
<i>Política fiscal/impuestos</i>	12	1	13
<i>Guerra Ucrania</i>	31	2	33
<i>Clase política</i>	17	4	21
Política exterior	48	6	54
Programa electoral (propuestas)	60	9	69
Liderazgo (capacidades)	29	10	39
Política económica	132	39	171
<i>Totales</i>	378	71	449

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 11: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame de la política energética en el primer debate de Sánchez.

Dimensiones frames	Tema sobre la política energética y subida de precios	Citas Debate 1 discurso Sánchez
Diagnose	Definición del problema	<p><i>“Este Gobierno fue el primero que, ya en el mes de septiembre del año 2021, es decir, hace un año, alertó de que las reglas de funcionamiento del mercado eléctrico no estaban funcionando”.</i></p> <p><i>“Una subida desbocada, disparatada de los precios de la electricidad, impactando en las economías familiares, y en el tejido productivo, alimentando la espiral inflacionista”</i></p>
	Responsable/es	<p><i>“Es posible que Putin, que Rusia, que depende de la venta de ese gas, como también del petróleo, para pagar sus facturas, sobre todo la factura de la guerra, que cada vez es más costosa, mantenga un cierto volumen de exportación a lo largo de todo el invierno con interrupciones intermitentes, como ha hecho hasta ahora, para generar miedo e incertidumbre en el conjunto de la ciudadanía ucraniana y también europea”</i></p> <p><i>“(-) esta no es una mera crisis de desabastecimiento puntual producto de que Putin esté utilizando un arma de guerra, en este caso la energía, contra Europa. (-) El detonante de esta crisis, señorías, es a guerra de Ucrania, sin duda alguna, los cortes de gas de Putin hacia Europa, pero la crisis va mucho más allá, porque se inscribe dentro de algo que han vivido los españoles y españolas durante estos últimos meses de manera particularmente intensa, señor Feijóo, y es la emergencia climática a la que usted ni en su turno de primera intervención ni en su réplica ha dedicado un solo segundo”.</i></p> <p><i>“Es verdad que en ese boicot a los esfuerzos del Gobierno de España no estaban solos, contaban con la compañía, con la complicidad, por así decirlo, de algunas grandes compañías energéticas que también hicieron lobby ante las instituciones comunitarias para que no hubiera un mecanismo ibérico de intervención al mercado energético”.</i></p>
	Víctimas	<p><i>“estamos protegiendo a las familias, a las empresas de nuestro país, con todas las dificultades que están pasando, a la clase media trabajadora, a las pequeñas y medianas empresas y a los trabajadores y trabajadoras autónomos”.</i></p>
Prognose	Solución	<p><i>“lo que estamos haciendo es asegurar e incrementar las importaciones de gas que nos llegan de otras partes del mundo. La seguridad energética también tiene mucho</i></p>

		<p>que ver con la diversificación territorial de esas fuentes de suministro energético”</p> <p><i>“En segundo lugar lo que estamos haciendo es acelerar las energías propias, las renovables, y otras fuentes de energía en todo nuestro país. Yo creo que utilizar más energías renovables también es un síntoma de un mayor fortalecimiento, de una mayor independencia energética frente al chantaje de Putin”</i></p> <p><i>“Porque aquí no estamos hablando de una cuestión bilateral entre la península ibérica y Francia, aquí estamos hablando de cómo reforzar las alternativas de suministros energético al conjunto de la UE y de cómo podemos poner a disposición de la UE ese 30% de regasificación que está en nuestro país y, sin duda, toda la apuesta que están haciendo el Gobierno de Portugal y el Gobierno de España por la energía del presente y del futuro que son las energías renovables y, por supuesto, también el hidrógenos verde.”</i></p> <p><i>“Lo que sí vamos a hacer es emitir una serie de recomendaciones, creo yo que con una implementación que no va a provocar una erosión de la calidad de vida de nuestros ciudadanos y sí les va a ayudar a una cosa bien importante, y es a reducir la factura energética”.</i></p> <p><i>“Si esas medidas de ahorro en hogares, en negocios, en espacios públicos no son suficientes, pues entonces habrá que implementar medidas adicionales y temporales en algunas industrias, que trataremos de que sean compensadas, y a las que vamos a ayudar con toda la fuerza del Estado. De hecho, ya lo estamos haciendo con ayudas directas para las empresas más intensivas en el uso del gas, que van a beneficiar a 4.000 pequeñas y medianas empresas de nuestro país”.</i></p> <p><i>“Desacoplar la evolución disparatada del precio del gas de la evolución del precio de la electricidad, evitando así subidas extraordinarias del precio mayorista dl gas, que marcaban, por desgracia, el precio de toda la electricidad”.</i> Una de las medidas estrella del gobierno.</p>
	Necesario cambiar	<p><i>“Somos uno de los países que menos depende de ese gas ruso, gracias sobre todo a nuestra apuesta, yo diría que inédita y pionera, por las renovables y a nuestras conexiones con el norte de África y también con el continente americano.”</i></p> <p><i>“Podemos cambiar, creo yo, un poco algunos hábitos de vida para defender nuestro modelo de vida. Esta es la propuesta que estamos haciendo a los españoles y españolas.”</i></p> <p><i>“El Gobierno de España viene trabajando desde hace unos cuantos meses en una propuesta integral de reforma del mercado eléctrico y también una reforma del mercado europeo de comercio de emisiones de</i></p>

		<p><i>CO2, que presentaremos durante las próximas semanas ante las instituciones comunitarias”.</i></p>
	<p>Responsables de la solución</p>	<p><i>“Lo está haciendo la vicepresidenta tercera de Transición Ecológica y Reto Demográfico, hablando con los distintos grupos parlamentarios, con las industrias, con los distintos sectores afectados y también con las CC.AA.”</i></p> <p><i>“Ahora que la crisis de la energía se agrava como consecuencia del chantaje de Putin que acabamos de conocer hace poco más de 24h, España va a seguir liderando y aportando de forma activa y constructiva soluciones a escala europea y a escala nacional”.</i></p>
<p>Justificación / Motivación</p>	<p>Respaldo actuaciones previas, consensos sociales</p>	<p><i>“No sabemos qué va a pasar. No lo sabe ni el Gobierno de España, tampoco el Gobierno de Alemania, ni el Gobierno de EE.UU.”</i></p> <p><i>“Fuimos el primer Estado Miembros en defender y poner en marcha medidas de minoración del precio del gas para acortar los beneficios extraordinarios que estaban obteniendo las grandes empresas eléctricas”.</i></p> <p><i>“Señorías, quiero trasladar a los españoles/as que muchas de estas propuestas han sido aceptadas e impulsadas con el Gobierno de España ante la Comisión y ante el Consejo Europeo y ya son una realidad en muchos Estados Miembros”.</i></p>
	<p>Motivación del problema</p>	<p><i>“Si Putin corta el grifo del gas a Alemania, a Polonia, a los países del este y del norte de Europa, nosotros tendremos que auxiliarles.”</i></p> <p><i>“también tenemos que asistir a los demás Estados Miembros de la UE por interés estratégico, tenemos que hacerlo porque su futuro económico también afecta a nuestro futuro económico”</i></p> <p><i>“Los datos nos dicen que, en España, como en el resto de Occidente, si lo pensamos bien, se desaprovecha una importante carga de energía generada. Ustedes mismos, todos, seguro que los españoles y españolas, si comparten esta reflexión con nosotros, pueden tener múltiples ejemplos: electrodomésticos encendidos sin que nadie los use; vagones o grandes superficies de nuestro país convertidos en auténticos congeladores para los usuarios, consumidores y por supuesto también trabajadores y trabajadoras; edificios y carteles publicitarios iluminados a las tantas de la madrugada cuando no hay nadie ni dentro ni fuera en la calle. EN definitiva, nuestra prioridad va a ser trabajar ese derroche, algo que, en el fondo, si lo pensamos todo bien, deberíamos haber hecho como país hace mucho tiempo y que va a beneficiar a los ciudadanos de múltiples formas.”</i></p>

		<p><i>“en primer lugar, nos va a hacer más fuertes frente al chantaje energético de Putin; en segundo lugar, va a reducir la factura energética de los hogares, de las empresas, de las industrias y, en tercer lugar, vamos a hacer frente a ese gran reto, del que aún no he habado, pero de que voy a hablar a lo largo de esta comparecencia, y es la emergencia climática que estamos sufriendo en el planeta y en particular en la península ibérica”.</i></p> <p><i>“Lo hacemos, como he dicho antes, para defender nuestra soberanía, no solamente la nacional, sino también la europea, del chantaje de Putin, para combatir el autoritarismo que está desplegando en Ucrania y para ayudar a nuestros hermanos y hermanas europeos en su lucha contra el frío, contra la desaceleración económica y por la libertad y la democracia en Ucrania.”</i></p> <p><i>Motivación e importancia para todos los ciudadanos de hablar y tomar decisiones sobre este tema que es el precio de la energía</i></p> <p><i>“Hablábamos, señorías, como bien recuerda el presidente del Senado, de cosas muy importantes para los ciudadanos españoles: del precio de la energía que pagan los españoles, voten lo que voten, a la izquierda, a la derecha, sean pensionistas o semipensionistas, voten lo que voten.”</i></p>
--	--	--

Fuente: elaboración propia a partir de las preguntas sobre los marcos interpretativos de Bacci, 2012, y el análisis de discursos y marcos de los debates en el Senado.

Tabla 12: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame de la política energética en el primer debate de Feijóo en el Senado.

Dimensiones frames	Discurso Feiío energía	Citas
Diagnose	Definición del problema	<p><i>“Comparto la inquietud por el suministro energético, pero me preocupa mucho más el precio que pagamos por la energía y por todo, así como cuestiones graves que no entiendo cómo no tiene más presentes. Permítame recordarle algunas de ellas, por ejemplo, las consecuencias que la inflación está teniendo en la actividad industrial de los trabajadores en España.”</i></p> <p><i>“Es tal la demagogia en este tema, que ahora ya nadie habla de pobreza energética. Curioso. Sí, ese es el término que utilizaban ustedes cuando la luz estaba a 60 euros e megavatio/hora. ¿Cuál deberíamos usar ahora, cuando ayer estaba a 389 euros el megavatio/hora? ¿Quizás miseria energética?”</i></p>
	Responsable/es	<p><i>“Usted, que demonizó el gas durante años y ahora es el más gasista de todos. Usted, que proclamó que no iba a racionar la energía y tiene en vigor el plan más restrictivo de Europa.”</i></p>
	Víctimas	<p>Los ciudadanos y las empresas españolas</p>
Prognose	Solución	<p><i>“Pido en abril bajar el IVA de la luz”</i> <i>También pide bajar el IVA al gas o los impuestos a las personas en situación económica y social de vulnerabilidad.”</i></p> <p><i>“Por cierto, le pido expresamente, señoría, que la rebaja del IVA del gas y de la electricidad se prolonguen como mínimo durante el invierno. Estaremos de acuerdo en ello.”</i> <i>regasificadoras en el país que defiende que puso en marcha el PP</i></p> <p><i>“También le pido humildad. Tenemos seis regasificadoras, más la de El Musel, que puede empezar a funcionar. La envidia de Europa, va diciendo usted por ahí. Todas abiertas antes de que usted llegase”.</i></p> <p><i>“Tenemos que seguir impulsando el ahorro, sin duda, lo que no quiere decir imposiciones ni restricciones a familias y empresas, pero sí consejos y recomendaciones”.</i></p> <p><i>“Yo le propongo señoría que no sancione, que premie con descuentos directos en los recibos a los consumidores, familias y pymes, que ahorran, de acuerdo con la propuesta que aquí se señala, un 32, un 5 o un 20% la energía. Prémíelos, no les incremente el recibo. Bájeselo.”</i></p> <p><i>“Apuesta masiva por las renovables, que la burocracia no impida avanzar más rápidamente”.</i></p> <p><i>“Aproveche todas las fuentes de energías disponibles. España es el único de los 13 países con centrales nucleares en Europa que no ha reconsiderado sus planes de cierre”</i></p>

		<p><i>“Lea usted el artículo de El Mundo sobre Cándido Méndez y entenderá que prolongar la vida útil de las centrales nucleares no es una anatema, señoría, es simplemente una reflexión honesta sobre los trabajadores de nuestro país que conviene reiterar”.</i></p> <p><i>“Crear una Airef energética: solo tiene que darle alguna competencia más a ala Airef e inmediatamente se ponen a estudiarlo en rigor; incrementar las auditorías de consumo; un plan de ayudas, señorías, pero de verdad, como las de Alemania, no como este.”</i></p>
	Necesario cambiar	<p><i>“Usted no propone ahorro; ahorrar es conseguir lo mismo con menos. Lo que ha planteado es un racionamiento energético en su real decreto ley”</i></p> <p><i>“Digo que el gaseoducto de Francia lo paralizaron porque dijeron que era, literalmente, una inversión ruinosa, y es preocupante que ni siquiera ahora se le haya sabido explicar a nuestros vecinos la importancia de este asunto. Le pido que promueva un grupo de alto nivel para convencer al señor Macron de que tenemos razón”.</i></p> <p><i>“Las debilidades son que desenchufó energías que otros en Europa mantienen funcionando. Putin desata la guerra y el Gobierno reacciona convirtiendo a Argelia, nuestro primer suministrador, en un enemigo energético – algún día sabremos por qué- y haciendo de España –ojo- el primer país importador de gas licuado de Rusia. Las infraestructuras de almacenamiento las aparcaron”.</i></p> <p><i>“Mientras dure la crisis, Europa tiene que replantear su política energética, y España, en mayor medida. Le solicito formalmente un nuevo modelo energético para nuestro país que asuma los objetivos europeos de manera acompasada y no de manera violenta e improvisada”.</i></p>
	Responsables de la solución	<p><i>“Estoy dispuesto, y lo reiteraré desde la tribuna, a negociar con usted un plan de la energía que debe aprobar España.”</i></p>
Justificación / Motivación	Respaldo actuaciones previas, consensos sociales	<p>Hace referencia a políticas en otros países de la UE como Alemania o Francia.</p> <p>Utiliza como consenso social el que no se racione si no que se premie con rebajas fiscales que son socialmente aceptadas a aquellos que decidan voluntariamente ahorrar nadie quiere que le digan que no debe de gastar más de X consumo.</p>
	Motivación del problema	No se ha encontrado

Fuente: elaboración propia a partir de las preguntas sobre los marcos interpretativos de Bacci, 2012, y el análisis de discursos y marcos de los debates en el Senado.

Tabla 13: Tabla de frecuencias sobre las emociones empleadas por ambos candidatos en el primer debate del Senado.

Códigos emociones	Debate 1 Sánchez	Debate 1 Feijóo	Totales
<i>Amargura</i>	0	7	7
<i>Asco</i>	0	0	0
Enfado	114	71	185
<i>Entusiasmo</i>	10	0	10
<i>Esperanza</i>	32	0	32
<i>Miedo</i>	18	6	24
<i>Odio</i>	0	1	1
Orgullo	33	6	39
Preocupación	43	26	69
<i>Resentimiento</i>	7	6	13
<i>Tranquilidad</i>	7	0	7
Totales	264	123	387

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 14: Tabla de frecuencias de las palabras más empleadas en el segundo debate del Senado de Sánchez.

Palabra	Debate 2 Sánchez
gobierno	94
señorías	93
usted	79
España	77
señoría	72
ustedes	65
país	58
<i>nuestro</i>	44
<i>señor</i>	43
<i>guerra</i>	42
<i>pandemia</i>	41
<i>Europa</i>	40
<i>euros</i>	40
<i>millones</i>	37
<i>crisis</i>	32
<i> europea</i>	29
<i>españoles</i>	28
<i>estado</i>	27
<i>medidas</i>	27
<i>Feijóo</i>	26
<i>social</i>	26
<i>inflación</i>	24
<i>partido</i>	24
<i>gas</i>	23
<i>pública</i>	23
<i>deuda</i>	22
<i>energía</i>	22
<i>popular</i>	22
<i>Putin</i>	22
<i>europeo</i>	21
<i>acuerdo</i>	20
<i>impuestos</i>	20

<i>proteger</i>	19
<i>trabajadores</i>	19
<i>economía</i>	18
<i>empresas</i>	18
<i>ibérica</i>	18
<i>energética</i>	17
<i>ucrania</i>	17
<i>comisión</i>	16
<i>pensiones</i>	16
<i>presidente</i>	16
<i>sociales</i>	16
<i>precios</i>	15
<i>defender</i>	14
<i> europeos</i>	14
<i>hubieran</i>	14
<i>pasado</i>	14
<i>verdad</i>	14
<i>ciudadanos</i>	13
<i>gobiernos</i>	13
<i>nosotros</i>	13
<i>clase</i>	12
<i>económico</i>	12
<i>electricidad</i>	12
<i>energético</i>	12
<i>españolas</i>	12
<i>evolución</i>	12
<i>intervención</i>	12
<i>mayoría</i>	12
<i>países</i>	12
<i>recursos</i>	12

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 15: Tabla de frecuencias de las palabras más empleadas en el segundo debate en el Senado de Feijóo.

Palabra	Debate 2 Feijóo
<i>usted</i>	111
<i>España</i>	54
<i>gobierno</i>	42
<i>señoría</i>	37
<i>señor</i>	28
<i>presidente</i>	27
<i>deuda</i>	18
<i>pública</i>	17
<i>euros</i>	13
<i> europea</i>	11
<i>españoles</i>	10
<i>unión</i>	10
<i>inflación</i>	9
<i>problema</i>	9
<i>autónomas</i>	8
<i>española</i>	8
<i>estado</i>	8
<i>familias</i>	8
<i>millones</i>	8
<i>país</i>	8

<i>presumido</i>	8
<i>partido</i>	7
<i>política</i>	7
<i>presupuestos</i>	7
<i>socialista</i>	7
<i>económica</i>	6
<i>social</i>	6
<i>elecciones</i>	5
<i>impuestos</i>	5
<i>IRPF</i>	5
<i>países</i>	5
<i>pensiones</i>	5
<i>PIB</i>	5
<i>rentas</i>	5
<i>ustedes</i>	5

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 16: Tabla de frecuencias sobre los bloques temáticos empleados por ambos candidatos en el segundo debate en el Senado.

Bloques temáticos	Debate 2 Sánchez	Debate 2 Feijóo	Totales
<i>Clase política</i>	2	0	2
<i>Covid-19 (pandemia)</i>	49	7	56
<i>Guerra Ucrania</i>	49	1	50
<i>Liderazgo (capacidades)</i>	8	2	10
<i>Modelo territorial</i>	1	0	1
<i>Política económica</i>	185	77	262
<i>Política exterior</i>	65	2	67
<i>Política fiscal/impuestos</i>	44	7	51
<i>Políticas sociales</i>	32	9	41
<i>Populismo</i>	1	0	1
<i>Programa electoral (propuestas)</i>	83	2	85
Totales	519	107	626

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 17: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame de la situación económica y fiscal en el segundo debate de Sánchez en el Senado.

Dimensiones frames	Discurso Pedro Sánchez	Citas
Diagnose	Definición del problema	<p><i>“La segunda preocupación, derivada, evidentemente, de esta crisis energética, es la inflación, la evolución del coste de la vida, y aquí el futuro inmediato sigue cargado de enormes incertidumbres que ustedes pueden perfectamente comprender, como también la mayoría de españoles/as, porque nadie sabe con certeza cómo va a evolucionar el coste de la vida, los precios, porque eso va a depender fundamentalmente de cómo evolución la guerra de Ucrania, de qué haga Putin nuevamente con el gas de cómo se comporten los países productores de petróleo y de qué ocurra con las cadenas de suministros procedentes de Asia”.</i></p> <p><i>“soy muy consciente de que esto no es suficiente, de que el problema continua, de que la inflación está erosionando la calidad de vida, los ahorros de millones de españoles/as”</i></p> <p><i>“La tercera incertidumbre que preocupa a los españoles, derivada también del coste de la energía y, lógicamente, del coste de la vida, es la evolución de la economía y la creación de empleo.”</i></p> <p><i>“Esto no es suficiente, sé que todavía hay muchos españoles/as que sufren el desempleo o que sufren precariedad laboral”.</i></p> <p><i>“La pandemia fue el mayor ejercicio de cogobernanza de la historia autonómica de los 40 años de democracia. Celebramos 20 conferencias (-) también medidas, y con una cantidad de recursos financieros sin precedentes, con los fondos COVID, probablemente, como el paradigma de todo ese esfuerzo presupuestario que hicimos en la Administración General del razonable que ese establezca, señorías, y lo digo aquí en la cámara territorial, una suerte de disputa fiscal indiscriminada a la baja, que, a la postre, lo que va a hacer es debilitar lo que con tanto esfuerzo hemos fortalecido y es nuestro Estado de Bienestar”.</i></p> <p><i>“Un aparte del sector privado, la que se está beneficiando de manera extraordinaria de los efectos de la guerra –y para eso simplemente tenemos que ver la evolución de las cotizaciones y de los márgenes empresariales de las grandes empresas energéticas o de las grandes entidades financieras- tiene ahora el deber moral de devolver a la sociedad, en momentos de dificultad, una parte de lo que recibió durante la pandemia”.</i></p>
	Responsable/es	<p><i>“hacer frente a las consecuencias económicas en los precios que la guerra de Putin ha provocado en Europa y también en la economía global”.</i></p> <p><i>“Su propósito, en definitiva, es que levantemos las sanciones que están ahogando ya de manera muy profunda a la economía rusa y que Europa deje de apoyar a Ucrania en su lucha por la libertad”.</i></p>

		<p><i>“significa que los próximos meses, evidentemente, no van a ser fáciles; va a depender, lógicamente, de si Putin decide o no cerrar definitivamente todos los gaseoductos ¡m de cómo de eficaces sean las medidas de ahorro adoptadas y de cuán duro sea el invierno”.</i></p> <p><i>“Puede que se produzcan ciertos retrocesos durante el invierno, pues, como he dicho antes, si Putin decide intensificar su pulso con Europa, evidentemente eso tendrá una traslación sobre el coste de la energía y, en consecuencias, sobre el coste de la vida del conjunto de ciudadanos europeos”.</i></p> <p><i>“No puede ser que algunos obtengan beneficios extraordinarios gracias a la guerra y a costa de los consumidores. Los beneficios deben compartirse y deben canalizarse hacia quienes más lo necesitan”.</i></p> <p><i>“El gobierno de España ha abierto camino en el a reclamación de este tributo y del gravamen de los beneficios de la banca derivados de la subida de tipos como consecuencias de la lucha contra la inflación por parte de los bancos centrales, y lo ha hecho en el marco de un plan mucho más amplio que llevamos defendiendo desde que tengo el honor de ser presidente del Gobierno”</i></p> <p><i>“Señor Feijóo, mire, de verdad, usted, con la experiencia que tiene, no hable de pufos. No utilice esos bulos, no retuerza la verdad de las cosas, porque al final, señorita usted daña su propia imagen. Yo nunca hablaré de pufos, pero, si me permite, sí diré que ustedes nos dejaron una herencia envenenada, nos dejaron una cuantas. Fíjese, ¿sabe que es lo que hemos tendido que contabilizar como deuda pública en estos años que llevo al frente el Gobierno? 35.000 millones de euros del banco malo, Sareb, que ustedes nos dejaron como respuesta a la crisis financiera. 35.000 millones de euros.”</i></p> <p><i>“ustedes crearon un banco malo diciendo a los españoles/as que no nos iba a costar un céntimo de euro y nos dejaron una herencia envenenada –nunca diré pufo- de 35.000 millones de euros que, por cierto, ¡oh casualidad!, es la misma cantidad que nosotros estamos ya desplegando para responder a las consecuencias económicas y sociales e la guerra de Putin en Ucrania.”</i></p> <p><i>“Deprimieron la economía, porque hicieron ajustes al Estado del Bienestar, aumentaron los impuestos a la clase media y trabajadora, al tiempo que aprobaban una contrarreforma aboral que expulsó amillones de trabajadores al paro y aumentaron también la deuda pública”</i></p>
	Víctimas	<p><i>“Ahora estamos movilizando, de aquí al 31 de diciembre, 35.000 millones de euros para proteger a los mismos actores que durante la pandemia: a las familias, a los ciudadanos, a las empresas y a nuestra industria.”</i></p> <p><i>“Ahora como entonces, nuestro norte va a ser el mismo, y es proteger a las empresas, las familias, a los trabajadores, a la</i></p>

		<p><i>industria, a las pequeñas y medianas empresas y también a las trabajadoras/os autónomos”</i></p>
Prognose	Solución	<p><i>“Plan de respuesta a las consecuencias económicas de la guerra que está impulsando desde hace más de 8 meses el Gobierno de España”.</i></p> <p><i>“Hemos aprobado, la semana pasada, un plan complementario de contingencia, que se inscribe dentro, como saben, del Plan nacional de ahorro y de eficiencia energética puesto en marcha el pasado mes de agosto y que nos ha permitido ahorrar ya un 4,7% en nuestro consumo eléctrico hasta la fecha”.</i></p> <p><i>“La inflación española cayó en septiembre por segundo mes consecutivo; hemos pasado de un 10,5% al 8,9%. Cayó, por cierto, en aquellos sectores de la economía intervenidos por el Gobierno, la vivienda, la energía, el transporte, y subió en aquellos en los que nos e ha producido una intervención, lo que demuestra la eficacia de las medidas que está impulsando el Gobierno de España”.</i></p> <p><i>“movilizando los recursos públicos que sean necesarios bajo un potente escudo social, que es el que venimos construyendo desde hace 8 meses”.</i></p> <p><i>“se trata de reformar nuestro sistema energético, acelerar la transición ecológica y hacer una reforma en profundidad, que me han escuchado en muchas ocasiones defender, del propio mercado eléctrico europeo. ¿Para qué? Para garantizar el acceso de la gente a la energía a precios razonables; para reducir nuestra dependencia energética del exterior, sobre todo de autocracias como la rusa que, por desgracia, está chantajeando con la energía a toda Europa para tratar de doblegarnos y abandonar Ucrania, insisto, en su lucha por la libertad; y para responder como he dicho antes, a la emergencia climática y reindustrializar nuestro país”.</i></p> <p><i>“La política energética del gobierno también es una oportunidad para reindustrializar España, para crear empleo, para aumentar la cohesión territorial”.</i></p> <p><i>“lo que queremos es proteger las rentas de la mayoría social de nuestro país, de la clase media, de los trabajadores/as, para paliar los efectos de la inflación, in olvidar lógicamente, a los colectivos que han devenido más vulnerables, ya que, por desgracia, en un país como el nuestro, tan desigual después de una crisis financiera y de la respuesta que se dio, donde se agrandaron y se ensancharon las desigualdades territoriales, sociales, intergeneracionales y de género, la desigualdad continua siendo uno de los aspectos más visibles de la política, de la economía y del debate social”</i></p> <p><i>“Eso es lo que hemos hecho también, señorías, enviando dos escenarios alternativos a Bruselas, guardando un margen fiscal suficiente para que en el año 2023 podamos responder antes las eventualidades que, por desgracia, se puedan suceder de esta guerra y sus implicaciones económicas y sociales”.</i></p>

		<p><i>“He mencionado la analogía con la pandemia contraponiendo los conceptos de escalada y desescalada. La propia cadencia temporal de la respuesta ofrece una dimensión clara de cómo hemos ido escalando medidas para proteger más sectores de forma paulatina, siguiendo una lógica, creo que coherente y centrada en la necesidad de cada grupo, de cada colectivo y, también, de cada sector económico afectando por la evolución de los costes de la energía y de los precios”</i></p> <p><i>“si nos retrotraemos al 24 de febrero de este año, cuando se inició la invasión de Putin en Ucrania, a las 4 semanas de iniciado el conflicto, aprobamos el primer paquete de medidas con ayudas directas a los sectores afectados. Pienso, por ejemplo, en el sector pesquero, en el sector del transporte, en el sector primario, lógicamente. Junto a las ayudas directas, aprobamos rebajadas fiscales, aplazamientos de cuotas de pago a la Seguridad Social, créditos ICO a pequeñas y medianas empresas y también a los trabajadores autónomos.”</i></p> <p><i>“Doce semanas después de ese primer bloque, profundizamos en la respuesta con medidas como la rebaja del IVA de la luz del 21% al 5%, la bonificación de 20 céntimos de euro por litro de carburante, la limitación del precio de los alquileres, los descuentos en el transporte público, los complementos a las rentas más bajas, la elevación en un 15% de las pensiones no contributivas y también del ingreso mínimo vital.”</i></p> <p><i>“Necesitamos tener más justicia fiscal para tener más justicia social. Esa es la filosofía que inspira todas las reformas fiscales implementadas por el Gobierno de España desde el año 2019, y esa es la filosofía que inspira el impuesto de solidaridad a las grandes fortunas, que presentamos hace unos días, y que no es un anacronismo, no es una excentricidad en Europa, porque también hay países gobernados por conservadores y liberales que tienen una fiscalidad semejante”.</i></p> <p><i>“Es un impuesto pensado para que aporten más quienes más pueden, para que las rentas más bajas, las pymes y los autónomos, puedan beneficiarse de las bajadas fiscales sustanciales que está planteando y aprobando el Gobierno de España para proteger a sus familias y sus negocios”</i></p> <p><i>“invertir, luchar y pelear y lograr fondos europeos que nos van a permitir modernizar nuestra economía, ganar en competitividad y productividad para poder elevar el crecimiento potencial y hacer reformas que garanticen la estabilidad laboral, la dignidad salarial, subiendo el salario mínimo interprofesional y reduciendo a mínimos históricos, por ejemplo, la temporalidad de muchísimos de los contratos que tienen los jóvenes de menos de 35 años en nuestro país”.</i></p> <p><i>“se pueden preguntar los españoles por qué estamos reduciendo el déficit público y garantizando la revalorización de las pensiones, y yo les quiero explicar a los españoles por</i></p>
--	--	---

		<p><i>qué es: por el crecimiento económico, por la intensa creación de empleo, por la calidad en el empleo, por la revalorización que se ha hecho con la subida del salario mínimo interprofesional durante todo este tiempo y también, lógicamente, porque se está creando empleo en nuevos sectores mucho más productivos, mucho más competitivos y de una alta remuneración”.</i></p>
	Necesario cambiar	<p><i>“En tercer lugar, lo que debemos hacer es repartir de forma justa los costes de esta crisis para que, a diferencia de la crisis financiera, no recaigan sobre los hombros de los de siempre, que es la gente de a pie; y ello por justicia social, pero también tenemos que hacerlo por justicia histórica porque, si en la crisis financiera fue la gente de a pie la que soportó en mayor medida el peso de los recortes y de los ajustes del Estado de Bienestar, esta vez el ajuste debe producirse más por la vía de los ingresos y no de los gastos y, singularmente, con el compromiso de las grandes fortunas y de las grandes corporaciones que están ahora mismo beneficiándose de manera extraordinaria de los efectos de esta crisis.”</i></p> <p><i>“Señor Feijóo, no ha hablado ni un instante de la desigualdad en nuestro país más que para hacer un reproche al Gobierno que ha aprobado en tiempo récord un ingreso mínimo vital precisamente para proteger a los niños/as que sufren pobreza. Somos un país profundamente desigual y quiero alertar además a aquellos ciudadanos, que hasta incluso son votantes conservadores del PP, sobre lo peligrosos que es identificar la responsabilidad fiscal con el infierno fiscal, sobre lo peligroso que es decir lo que dicen ustedes indirectamente, y es que el dinero está mejor en el bolsillo de los ciudadanos que en el Estado”</i></p> <p><i>“los halcones de la austeridad pliegan velas y solo algún irreductible permanece anclado al mástil del neoliberalismo; otros de mueven en una indefinición calculada, siempre atentos a no desairar a las élites siempre en la ambigüedad calculada, pero siempre, siempre, siempre partidarios de podar en lo único que nos salva, que es nuestro Estado de Bienestar”.</i></p> <p><i>“El debate, señorías, es qué modelo de sociedad queremos, a qué Estado del Bienestar, en consecuencias, aspiramos y, desde luego, los ciudadanos reciben mucho más del Estado del bienestar de lo que pagan con sus impuestos. Esto es así, señor Feijóo, y ahí están los datos”.</i></p> <p><i>“Contamos, además, con la oportunidad de salir más fuertes de este embate, como hicimos también durante la pandemia, con un Estado del bienestar que sea vigoroso y con una agenda de avances y de transformaciones que resuelva muchos de los déficits que secularmente hemos tenido en nuestro país y que han minado nuestra competitividad y nuestra capacidad de crecimiento económico”.</i></p>
	Responsables de la solución	<p><i>“Y yo creo, señorías, que estas analogías no son solamente un truco retórico, sino que esconden una gran verdad, porque no hay mejor metáfora para describir ese deber de</i></p>

		<p><i>solidaridad en los momentos más difíciles. Un deber que siempre voy a agradecer como presidente del Gobierno cuando escucha a quienes, desde el éxito profesional y vital, asumen con serenidad que es su deber arrimar el hombro. Gracias, en consecuencias, a quienes así lo expresan porque son un ejemplo del mejor patriotismo.”</i></p>
<p>Justificación / Motivación</p>	<p>Respaldo actuaciones previas, consensos sociales</p>	<p><i>“El resto de los países, señorías, ha tomado medidas similares y esta colaboración está dando resultados, con toda la complejidad que la guerra está provocando en los precios en la economía europea.”</i></p> <p><i>“También sé que va a haber baches en el camino, que no todos los trimestres van a ser igual de buenos, pero les recuerdo que, hoy día, todos los organismos internacionales proyectan lo mismo, y lo que proyectan es que España va a seguir creciendo y creando empleo en los próximos meses y que lo va a hacer a un ritmo superior al de la mayoría de las economías de la zona euro”.</i></p> <p><i>“Porque vamos a superar esta crisis, y vamos a hacerlo porque nuestros ciudadanos tienen una fortaleza inmensa, tal y como demostraron durante la pandemia; porque nuestras instituciones y nuestras empresas están mejor preparados que en anteriores crisis; y también porque el Gobierno de España tiene una estrategia clara, un plan de respuesta claro, exactamente igual que lo tuvo el Gobierno de España durante la pandemia”</i></p> <p><i>“No sé qué países toman ustedes como referencia cuando dicen que tenemos que hacer rebajas fiscales indiscriminadas y, por tanto, debilitar el Estado del Bienestar, pero lo que sí les garantizo es que no se refieren a esos países, ni a los escandinavos ni a los nórdicos, ni por supuesto a los centrales de nuestro continente”.</i></p> <p><i>“Señoría, yo he llegado a acuerdos con Gobierno del Partido popular en Europa, he llegado a acuerdos con Gobierno liberales en Europa en temas muy importantes, muy difíciles, como han podido ser, por ejemplo, la solución ibérica o el debate y el acuerdo en el Consejo Europeo de los fondos europeos”.</i></p> <p><i>“Se le olvida de que existe la Intervención General del Estado, usted, que tiene tanta experiencia al frente de un gobierno autonómico; se olvida de que hay una Airef que también escrita las cuentas públicas; se olvida de que también tenemos que presentar las cuentas públicas y las previsiones a Bruselas. “</i></p> <p><i>“Llegamos a 16 acuerdos con los agentes sociales, con sindicatos y con empresarios, algunos tan importantes como pueda ser, por ejemplo, el acuerdo de pensiones os la reforma laboral, pero hemos llegado a acuerdos durante los momentos más difíciles de los confinamientos con los agentes sociales para extender los avales ICO, para extender la protección a los trabajadores y el mecanismo ERTE y para extender también la protección a los</i></p>

		<i>trabajadores autónomos. Eso lo hemos pactado con el señor Garamendi”.</i>
	Motivación del problema	<p><i>“En septiembre, en mi última comparecencia ante ustedes, señorías, ya les dije que el contexto internacional era complejo, que no pintaba bien, que era probable que grandes economías occidentales –EE.UU., Alemania- pudieran entrar en recesión y que eso, sin duda, tendría un efecto de ralentización, de desaceleración de la economía en Europa. También les dije que España estaba bien posicionada para afrontar este riesgo”.</i></p> <p><i>“También les dije que España estaba bien posicionada para afrontar este riesgo. Les dije que España iba a sortear la recesión y que iba a seguir creciendo, y eso es precisamente lo que está ocurriendo”.</i></p>

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 18: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame de la política económica y fiscal en el segundo debate de Feijóo en el Senado.

Dimensiones frames	Discurso Feijóo	Citas
Diagnose	Definición del problema	<p><i>“Es moralmente inaceptable que usted cargue sobre las generaciones futuras la mayor deuda pública que jamás ha tenido España”.</i></p> <p><i>“La España que vamos a dejar se resume en menor riqueza y más impuestos, menos poder adquisitivo y menos empresas, más deuda pública y menos clase media, más desigualdad y más pobreza.”</i></p> <p><i>“que el Gobierno haya errado siempre en sus predicciones económicas, que construya sus últimos presupuestos sobre proyecciones desmontadas por falsas en pocas horas, ¿qué será insolvencia o mala fe?”</i></p> <p><i>“A mí me preocupan 4 cosas: primero, la situación en la que va a dejar usted a las clases medias y humildes; segundo, renunciar a afrontar los grandes problemas estructurales de España; tercero, su incremento irresponsable y exponencial de la deuda pública de todos los ciudadanos y, por últimos, la desventaja competitiva en la que mete usted a España”.</i></p> <p><i>“Retire usted las hipotecas generales del Estado para el año 2023, es decir, los presupuestos, rehágalos, tráigalos a las cortes”.</i></p>
	Responsable/es	<p><i>“y si a las mismas clases medias trabajadoras, que dice usted defender, las exprime con el impuesto más invisible, más silencios y más injusto, que es la inflación, señorita, ¿de qué justicia nos habla?”</i></p>
	Víctimas	Los ciudadanos españoles
Prognose	Solución	<p>Crear riqueza Pacto de rentas</p>
	Necesario cambiar	<p><i>“un presupuesto no es bueno por lo grande o pequeño que sea, es bueno si es riguroso, y este no lo es; es bueno si es creíble, y este no lo es; es bueno si sirve para crecer, crear empleo y atraer inversión, y este no lo va a hacer”.</i></p> <p><i>“Señorita, ha cargado la mayor parte de los nuevos impuestos sobre las familias y lo va a seguir haciendo, abandonando lo que han hecho otros grandes países de la UE, que es aligerar los impuestos a las familias, como en Francia, Alemania, Italia, Países Bajos. Sus pocas bajadas afectan a muy pocas familias. ¿Sabe usted por qué? Porque a la mayoría de las familias no les baja los impuestos, se lo sube”.</i></p> <p><i>“Puede volver al discurso del Partido Socialista de que bajar impuestos es de izquierdas y, además, puede decir que copia al primer ministro portugués, que es socialdemócrata. Usted no, él sí.”</i></p>

		<i>“yo creo en una España en la que no es necesario perseguir al que prospera para ayudar al que necesita; yo creo en una España en la que los españoles de hoy no hipotecan a los españoles del mañana y creo en una España innovadora, capaz de generar riqueza, de atraer talento, de desarrollar las inmensas capacidades de nuestro país”.</i>
	Responsables de la solución	No se ha encontrado
Justificación / Motivación	Respaldo actuaciones previas, consensos sociales	<i>“Señoría, ¿por qué no copia usted a ministros socialdemócratas, a primeros ministros de países, por ejemplo, de Alemania o Portugal? Vayamos a Portugal, al señor costa, ha entendido que crear riqueza es la mejor manera de repartirla después y que crear entornos competitivos que atraigan el talento y la inversión es lo apropiado”.</i> <i>“Portugal, 6 puntos % menos de tipo máximo de IRPF que España; 4 puntos menos en impuesto sobre sociedades; un impuesto de transmisiones patrimoniales que es la mitad que el de España, y no tienen impuesto sobre el patrimonio ni de sucesiones ni de donaciones”</i>
	Motivación del problema	No se ha encontrado

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 19: Tabla de frecuencias de las emociones empedadas por ambos candidatos en el segundo debate del Senado.

Códigos emociones	Debate 2 Sánchez	Debate 2 Feijóo	Totales
<i>Amargura</i>	7	12	19
<i>Asco</i>	0	0	0
Enfado	150	126	276
<i>Entusiasmo</i>	26	2	28
<i>Esperanza</i>	66	4	70
<i>Miedo</i>	20	15	35
<i>Odio</i>	0	4	4
Orgullo	96	6	102
Preocupación	77	44	121
<i>Resentimiento</i>	10	38	48
<i>Tranquilidad</i>	28	0	28
Totales	480	251	731

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 20: Tabla de frecuencias de las palabras empleadas en el tercer debate el Senado por Sánchez.

Palabra	Debate 3 Sánchez
<i>usted</i>	94
<i>señorías</i>	93
<i>señor</i>	87
<i>gobierno</i>	71
<i>Feijóo</i>	66
<i>España</i>	62
<i>partido</i>	56
<i>ustedes</i>	54
<i>país</i>	46
<i>señoría</i>	44
<i>nuestro</i>	41
<i>españoles</i>	31
<i>euros</i>	29
<i>popular</i>	29
<i>social</i>	27
<i>presidente</i>	24
<i>trabajadores</i>	24
<i>millones</i>	22
<i>estado</i>	21
<i> europea</i>	21
<i>mayoría</i>	20
<i>pública</i>	18
<i>trabajadoras</i>	18
<i>economía</i>	17
<i>empresas</i>	17
<i>institucional</i>	16
<i>inflación</i>	15
<i>pasado</i>	15
<i>constitución</i>	14
<i>impuestos</i>	14
<i>vox</i>	14
<i>crisis</i>	13
<i>debate</i>	13
<i>guerra</i>	13
<i>oposición</i>	13
<i>ucrania</i>	13
<i>española</i>	12
<i>problema</i>	12
<i>públicos</i>	12

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 21: Tabla de frecuencias de las palabras empleadas en el tercer debate del Senado por Feijóo.

Palabra	Debate 3 Feijóo
usted	78
señoría	32
señor	31
gobierno	30
España	27
presidente	27
política	15
españoles	13
estado	11
europea	11
partido	11
país	9
unión	9
ministros	8
socialista	8
ley	7
impuestos	6
verdad	6
autónomas	5
conseguido	5
ministerio	5
PIB	5
presidencia	5

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 22: Tabla de frecuencias sobre las emociones empleadas por ambos candidatos en el tercer debate del Senado.

Códigos emociones	Debate 3 Sánchez	Debate 3 Feijóo	Totales
<i>Amargura</i>	28	27	55
<i>Asco</i>	0	0	0
Enfado	200	115	315
<i>Entusiasmo</i>	27	2	29
<i>Esperanza</i>	32	6	38
<i>Miedo</i>	20	21	41
<i>Odio</i>	2	4	6
<i>Orgullo</i>	59	8	67
Preocupación	91	56	147
Resentimiento	77	54	131
<i>Tranquilidad</i>	19	0	19
Totales	555	293	848

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 23: Tabla de frecuencias de los bloques temáticos empleados por ambos candidatos en el tercer debate del Senado.

Bloques temáticos	Debate 3 Sánchez	Debate 3 Feijóo	Totales
<i>Clase política</i>	9	3	12
<i>Covid-19 (pandemia)</i>	13	5	18
<i>Guerra Ucrania</i>	14	6	20
<i>Liderazgo (capacidades)</i>	16	12	28
<i>Modelo territorial</i>	2	0	2
Política económica	115	39	154
<i>Política exterior</i>	9	14	23
<i>Política fiscal/impuestos</i>	21	9	30
Políticas sociales	60	14	74
<i>Populismo</i>	21	2	23
Programa electoral (propuestas)	42	4	46
Totales	322	108	430

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 24: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame sobre la fiscalidad y el Estado del Bienestar en el tercer debate de Sánchez en el Senado.

Dimensiones frames	Fiscalidad y el estado del bienestar	Citas debate 3 discurso Sánchez
Diagnose	Definición del problema	<p><i>Preocupación por la sanidad pública (pandemia)</i> <i>“Aparece, además con bastante fuerza, la preocupación por la sanidad pública, con un 17% de menciones de todos los encuestados”.</i></p> <p><i>“Las listas de espera en la sanidad se han disparado; los sanitarios están agotados, en particular después de la COVID-19; hay muchas enfermedades que no se atienden debidamente, especialmente las de salud mental, y no hay más que hablar con los escasos psicólogos y psicólogas que tiene nuestro Sistema Nacional de Salud; nuestros colegios y centros educativos están faltos de material y de una renovación de infraestructuras y de personal docente y de apoyo, por lo que a menudo no pueden prestar la atención personalizada que nuestros niños y niñas merecen, y nuestras residencias y centros de atención de día para mayores están saturados, cuando no infradotados”</i></p> <p><i>“En vivienda social, en el año 2020 España invirtió solo 35 euros por habitante; la media europea se sitúa en 150, es decir, estamos invirtiendo cuatro veces menos en vivienda social. En cuidados a personas dependientes, en el año 2020 España gastó 211 euros, la mitad de la media europea y de los más bajos del continente europeo.”</i></p> <p><i>“Los culpables de la pérdida de poder adquisitivo de la gente no es un supuesto estado de bienestar sobredimensionado; por supuesto, no es la transición ecológica, y, desde luego, no es la inmigración”.</i></p>

		<p><i>“El segundo proceso, junto con esta pérdida de poder adquisitivo salarial de los trabajadores/as, y que contribuye, en consecuencias, al empobrecimiento de la mayoría social de nuestro país, es la erosión del Estado de Bienestar”.</i></p> <p><i>“Hablan, al contrario, de un estado del bienestar que está en retroceso en muchos territorios de nuestro país, y la consecuencia de ese retroceso ya puede verse incluso a nivel nacional.”</i></p> <p><i>“Esta asimetría ha sido especialmente sangrante en ámbitos tan importantes para la emancipación de nuestros jóvenes o para el bienestar de nuestros conciudadanos como es el acceso a la vivienda”.</i></p> <p><i>“de lo que no hablan, es un plan para debilitar, cuando no socavar, el estado del bienestar, un plan para convertir derechos en mercancías. Un plan, señorías, diseñado por ciertas élites económicas con el propósito de maximizar sus beneficios, que es legítimo, pero que está ejecutado por una derecha política que aquí donde gobierna, en los territorios, en las comunidades autónomas donde gobierna, lo que hace con empeño y con esmero es debilitar el estado del bienestar reduciendo su financiación, bloqueando las oposiciones para renovar su plantilla y externalizando funciones que antes correspondían a esos servicios públicos. Y todo ello, señorías, con un objetivo claro: hacer que los servicios públicos se deterioren y que las clases medias, que los trabajadores y trabajadoras, tengan que pasarse a la educación, a la sanidad, a las pensiones y al transporte privados.”</i></p>
	Responsable/es	<p><i>“por supuesto, están estos tres culpables y luego estoy yo, está el señor Sánchez, que es una causa y consecuencia de todos los males, como en su día también fueron Zapatero y González o cualquier otro líder progresista que haya osado gobernar este país, a diferencias de la derecha”.</i></p> <p><i>“Indican que la pérdida de poder adquisitivo de los españoles y españolas no tiene nada que ver, insisto, con la inmigración o con la transición verde. Tampoco con el tamaño de los servicios públicos. Coinciden en que el problema, además, no empezó el año pasado. Indican que se exacerbó hace una década a raíz de la crisis financiera y que ha continuado desde entonces a través de dos procesos que arrancaron con la gestión neoliberal que se hizo de esa crisis financiera”.</i></p> <p><i>“Desgraciadamente, en muchas CC.AA. los servicios públicos hoy ya nada tienen que ver con la calidad de antaño”.</i></p> <p><i>“El neoliberalismo repite una y otra vez, señorías, que tenemos un Estado sobredimensionado, con demasiado gasto público, pero esto es rotundamente falso, y es importante que lo sepamos, señorías, y, sobre todo, que lo sepan los españoles y españolas que sigan este debate.”</i></p>

		<p><i>“El discurso neoliberal de las derechas nos dice: Si nos apoya, le ofrecemos un atractivo ahorro en impuestos. (-) sobre todo, lo que no dicen es lo importante, y es que a partir de ahora, si usted acepta ese contrato, tendrá peor sanidad, peor educación, peor transporte público y peor pensión y peor residencia.”</i></p> <p><i>“Porque lo que debemos tener claro, señorías, es que esta degradación de los servicios públicos no es accidental.”</i></p> <p><i>“Ese es el modelo que a la derecha y a sus socios de ultraderecha les gustaría aplicar a toda España, el del debilitamiento, cuando no el de la no existencia del estado del bienestar, el empobrecimiento de la mayoría para el enriquecimiento de una minoría.”</i></p>
	<p>Víctimas</p>	<p><i>“el problema de todo este trasvase al sector privado de la atención a servicios públicos esenciales, señorías, es que tienen que pagarlo las familias.”</i></p> <p><i>“El problema es que nuestras clases medias, los trabajadores y trabajadoras, la mayoría social de nuestro país, cada vez tienen que dedicar una proporción mayor de sus ingresos a costearse por lo privado unos servicios que antes tenían en lo público, y esto lo que está haciendo es que seamos más pobres y menos libres, porque uno puede dejar un trabajo o lanzarse a un proyecto empresarial si sabe que, en el peor de los casos, él o ella y su familia tendrán las necesidades cubiertas.”</i></p>
<p>Prognose</p>	<p>Solución</p>	<p><i>“Y lo hemos hecho, señorías, mientras avanzábamos en un conjunto de reformas capitales para nuestro país, por ejemplo, la reforma del mercado laboral; también del sistema de pensiones; la reforma educativa; la reforma, ahora mismo en tramitación parlamentaria, de la Universidad y también de la Formación Profesional; el impulso a las políticas de igualdad de género, la transición ecológica, el reto demográfico, la transformación digital y la reindustrialización de nuestro país”.</i></p> <p><i>“Porque la desigualdad extrema, además de ser injusta, acarrea otra serie de consecuencias muy graves para nuestras sociedades, como la violencia, el retroceso y la quiebra social.”</i></p> <p><i>“Hemos reforzado las partidas en sanidad pública, en educación pública, en dependencia y en pensiones, revirtiendo los recortes que perpetró durante la crisis financiera la respuesta neoliberal, y, al mismo tiempo, hemos puesto toda la fuerza del Estado al servicio de la ciudadanía en los momentos más difíciles de la pandemia, y ahora también de la guerra en Ucrania, con ERTE y ayudas que salvaron a más de 3,5 millones de trabajadores y trabajadoras, que beneficiaron a la mitad de las empresas de este país durante la pandemia y con uno de los mayores paquetes de protección social contra la inflación que ha impulsado un Gobierno dentro de la Unión Europea.”</i></p>

		<p><i>“finalmente, con algo importante, y es con justicia fiscal, para que esta vez no paguen los de siempre y que paguen más los que más tienen.”</i></p> <p><i>“Las reformas que, de consolidarse durante los próximos años y no revertirse, llevarán a reactivar eso que queremos, el ascensor social, a reducir las muchas desigualdades que España ha ido acumulando desde esa respuesta neoliberal fallida a la crisis financiera.”</i></p>
	Necesario cambiar	<p><i>“Claro, dirán que estamos haciendo un discurso antiempresarial, pero nada tenemos contra los hospitales ni contra los colegios ni contra las residencias privadas, señorías, y tampoco tenemos nada contra la colaboración público-privada en la gestión de servicios. Está muy bien que existan porque prestan un servicio valioso a la sociedad, yo lo reconozco, pero lo que no vamos a permitir es que exista una sanidad para pobres y otra para todos los demás, una educación para pobres y otra para los demás. “</i></p> <p><i>“Hay cosas que no pueden estar exclusivamente en manos de lo privado porque es imposible ponerles precio.”</i></p> <p><i>“Una España con más derechos y libertades; una España con más oportunidades, sobre todo para nuestros jóvenes; una España en la que los servicios públicos protejan, en la que los servicios públicos funcionen y en la que nadie tenga que esperar un año para ver a un psicólogo o para hacerse una mamografía; una España en la que el futuro profesional de un joven no dependa de la cuenta corriente de sus padres; una España en la que las mayores fortunas y las grandes empresas paguen lo que les corresponde.”</i></p>
	Responsables de la solución	<p><i>“¿sabe usted, señor Feijóo, por qué hemos tenido que transferir 434 millones de euros de los presupuestos generales del Estado a las comunidades autónomas para financiar algo que no es de nuestra competencia y sí de la competencia de las comunidades autónomas, como es la atención primaria? ¿Sabe por qué hemos tenido que hacerlo, señora?”</i></p>
Justificación / Motivación	Respaldo actuaciones previas, consensos sociales	<p><i>“Si en el pasado España logró construir una clase media fuerte –que se lo digan a nuestros padres- en los años 80 o 90, fue en buena medida gracias a la ampliación y a la mejora de los servicios públicos.”</i></p> <p><i>“Con un pequeño porcentaje de nuestros ingresos financiábamos todos estos servicios y, además, podíamos dedicar el resto de nuestro dinero a ahorrar, a comprar una vivienda, a ayudar a nuestros hijos, en definitiva, a vivir bien”.</i></p> <p><i>“El estado del bienestar español no gasta más de lo que corresponde ni más de lo que debiera; al contrario, y les podría dar docenas de ejemplos”.</i></p> <p><i>“Como de hecho ocurre, por cierto, en muchos países del mundo, algunos de ellos muy ricos en renta per cápita, muy por encima de España. Pero afectados de la peor</i></p>

		<p><i>enfermedad que puede aquejar a una sociedad, a muchas de esas grandes economías superiores en renta per cápita a la española, y es una desigualdad extrema.”</i></p>
	<p>Motivación del problema</p>	<p><i>“Los españoles teníamos uno de los mejores sistemas sanitarios del mundo, una educación pública de calidad y un sistema de pensiones fiable y robusto”.</i></p> <p><i>“Señorías, esta es la España por la que estamos trabajando, un país que se reconstruya y que reconstruya el modelo del estado del bienestar que nos hizo avanzar todo lo que avanzamos desde que recuperamos la democracia y que tan buenos resultados sigue dando en países como Alemania, como Dinamarca o como Finlandia.”</i></p>

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 25: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame sobre la fiscalidad y el Estado del Bienestar en el tercer debate de Feijóo en el Senado.

Dimensiones frames	Fiscalidad y estado de bienestar	Citas debate 3 discurso feijóo
Diagnose	Definición del problema	<p><i>“Le propongo tres prioridades: la primera, rectificar inmediatamente la Ley del solo sí es sí;”</i></p> <p><i>“Señor Sánchez, un Gobierno puede equivocarse —es inevitable, es de humanos—, sin embargo, la Ley del solo sí es sí no es el fruto de un error, es el resultado de su insensibilidad y de su irrelevancia como presidente”</i></p>
	Responsable/es	<p><i>“Acaba usted en esta Cámara de deslegitimar el Estado autonómico y la gestión en sanidad, en educación y en servicios sociales que hacen las comunidades autónomas de España.”</i></p> <p><i>“Señoría, que el presidente del Gobierno de España diga que tenemos una sanidad con más listas de espera, con más tensión para las pruebas y las consultas externas y que no tiene ninguna responsabilidad es una falta de respeto.”</i></p> <p><i>“Oiga, pero si ni siquiera cumplen lo que corresponde a la Ley de dependencia, si no le transfieren el 50 % del presupuesto de dependencia a las comunidades autónomas”</i></p> <p><i>“resulta que, de las 17 comunidades autónomas, ustedes gobiernan en 13. ¿Quiere decirse que los presidentes socialistas están debilitando el estado del bienestar?”</i></p> <p><i>“Les dijo a todos los españoles en una radio que tanto ella como el ministro de Justicia habían advertido de las consecuencias de la Ley del solo sí es sí, y pese a todo ello dejaron hacer. ¿Para qué? Para que usted mantenga la coalición.”</i></p> <p><i>“La aprobó a sabiendas de que era perjudicial para ellas. ¿Por qué? Porque antepuso su coalición electoral.”</i></p>
	Víctimas	<p>Señala a las mujeres en primer lugar con víctimas directas de la ley de solo si es si a las que acusa de poner en peligro</p> <p>Y a la ciudadanía en general a la que les mienten sobre el estado de bienestar</p>
Prognose	Solución	Definir una Agenda de Estado para 2023
	Necesario cambiar	<p>Modificar urgentemente la ley del solo si es si</p> <p><i>“Eso no es de un presidente responsable, señoría. Cambien la ley, háganlo lo más rápido posible, cuenten con el Partido Popular si lo necesitan y asuman responsabilidades, señoría.”</i></p>
	Responsables de la solución	<p><i>“Y creo que la política debe unir en torno a objetivos comunes y a metas colectivas; creo que la política consiste en servir, en servir para hacer crecer tu país, para no endeudar a los jóvenes, que además no tienen ni trabajo, para generar bienestar y dar certezas a los ciudadanos; lo</i></p>

		<i>creeré siempre y estoy convencido de que una mayoría de españoles también lo cree.”</i>
Justificación / Motivación	Respaldo actuaciones previas, consensos sociales	<p><i>Ataque en que Sánchez no ha sabido gestionar el estado de bienestar y lo ejemplifica con una de sus medidas más polémicas para desautorizarlo</i></p> <p><i>“Llegó imaginando un Gobierno feminista, pero la realidad es que ha perpetrado el mayor retroceso en defensa de las mujeres de España.”</i></p> <p><i>“El segundo de los mitos, señor Sánchez, es su contrastada e inequívoca capacidad de gestión.”</i></p>
	Motivación del problema	No se ha encontrado

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 26: Tabla de frecuencias de palabras empleadas en el cuarto debate del Senado por Sánchez.

Palabra	Debate 4 Sánchez
señorías	111
señor	108
usted	99
Feijóo	87
España	85
gobierno	74
vivienda	70
país	69
nuestro	63
ustedes	55
millones	41
españoles	38
ley	38
euros	36
social	36
partido	35
européa	34
viviendas	32
política	30
estado	28
pública	27
popular	26
crisis	24
nacional	24
inflación	22
guerra	21
Europa	20
presidente	20
climática	19
fondos	19
economía	18
emergencia	18
nosotros	18

<i>Doñana</i>	17
<i> europeos</i>	17
<i> pensiones</i>	17
<i> unión</i>	17
<i> empleo</i>	16
<i> países</i>	16
<i> públicos</i>	16
<i> económica</i>	15
<i> parque</i>	15
<i> pasado</i>	15
<i> públicas</i>	15
<i> sequía</i>	15
<i> ucrania</i>	15
<i> mayoría</i>	14
<i> problemas</i>	14
<i> público</i>	14
<i> suelo</i>	14
<i> trabajadores</i>	14
<i> agricultores</i>	13
<i> ciudadanos</i>	13
<i> pandemia</i>	13
<i> reforma</i>	13
<i> verdad</i>	13
<i> empresas</i>	12
<i> familias</i>	12
<i> Galicia</i>	12
<i> precios</i>	12

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 27: *Tabla de frecuencias de palabras empeladas en el cuarto debate del Senado por Feijóo.*

Palabra	Debate 4 Feijóo
<i>usted</i>	119
<i>señor</i>	42
<i>partido</i>	27
<i>señoría</i>	26
<i>gobierno</i>	24
<i>presidente</i>	20
<i>España</i>	19
<i>socialista</i>	15
<i>españoles</i>	12
<i>viviendas</i>	12
<i>Andalucía</i>	11
<i>ley</i>	10
<i>país</i>	9
<i>sanchismo</i>	9
<i>vivienda</i>	9
<i>derogar</i>	8
<i>millones</i>	8
<i>ministros</i>	8
<i>oposición</i>	8
<i>señorías</i>	8
<i>verdad</i>	8
<i>guerra</i>	7
<i>acuerdo</i>	6

<i>elecciones</i>	6
<i>junta</i>	6
<i>mayoría</i>	6
<i>política</i>	6
<i>comunidad</i>	5
<i>deuda</i>	5
<i>euros</i>	5
<i>Galicia</i>	5
<i>inflación</i>	5
<i>pensiones</i>	5
<i>reforma</i>	5
<i>ucrania</i>	5
<i>unión</i>	5

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 28: Tabla de frecuencias de empleo de emociones por ambos candidatos en el cuarto debate del Senado.

Códigos emociones	Debate 4 Sánchez	Debate 4 Feijóo	Totales
<i>Amargura</i>	32	36	68
<i>Asco</i>	1	2	3
Enfado	248	151	399
<i>Entusiasmo</i>	47	3	50
<i>Esperanza</i>	59	3	62
<i>Miedo</i>	52	16	68
<i>Odio</i>	6	16	22
Orgullo	139	13	152
Preocupación	147	46	193
Resentimiento	131	87	218
<i>Tranquilidad</i>	29	4	33
Totales	891	377	1268

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 29: Tabla de frecuencias de los bloques temáticos empleados por ambos candidatos en el cuarto debate del Senado.

Bloques temáticos	Debate 4 Sánchez	Debate 4 Feijóo	Totales
<i>Clase política</i>	8	0	8
<i>Covid-19 (pandemia)</i>	14	1	15
<i>Guerra Ucrania</i>	26	4	30
Liderazgo (capacidades)	36	12	48
<i>Modelo territorial</i>	17	0	17
Política económica	242	35	277
<i>Política exterior</i>	23	7	30
<i>Política fiscal/impuestos</i>	9	7	16
Políticas sociales	34	11	45
<i>Populismo</i>	10	2	12
Programa electoral (propuestas)	106	6	112
Totales	525	85	610

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 30: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame sobre la política de vivienda en el cuarto debate de Sánchez en el Senado.

Dimensiones frames	Política de vivienda	Citas debate 4 discurso Sánchez
Diagnose	Definición del problema	<p><i>“El endurecimiento de la política monetaria ha hecho que las hipotecas de muchas familias se hayan encarecido drásticamente en estos últimos meses.”</i></p> <p><i>“una competición que los neoliberales pretenden convertir en el motor de progreso desde los años setenta del siglo pasado en nuestro país y también en el mundo, pero cada vez que se le da rienda suelta a esa competición por la riqueza, según el dogma neoliberal, esa carrera de los de arriba por el enriquecimiento reposa sobre la fractura social, la desigualdad y el empobrecimiento de los de abajo.”</i></p> <p><i>“Lo segundo que necesitan los españoles y españolas, sobre todo la gente joven de nuestro país es poder acceder a una vivienda digna que se ajuste a sus necesidades. Este es un derecho que viene recogido, como saben ustedes, en el artículo 47 de nuestra Constitución, sin embargo, en la práctica la vivienda se ha convertido en un bien de lujo al que cada día pueden acceder menos personas.”</i></p> <p><i>“Los alquileres están por las nubes, la oferta escasea en muchísimas zonas y a la mayoría de nuestros ciudadanos y ciudadanas les resulta cada vez más complicado poder conseguir una hipoteca o un alquiler, ahorrar lo suficiente para pagar una entrada o también una renta de alquiler, y esto, sobre todo, está impidiendo</i></p>

		<p><i>que la gente joven se pueda emancipar a edades homologables a la media europea.”</i></p> <p><i>“El problema de la vivienda, señorías, está segregando a nuestra sociedad por barrios y también por clases sociales, y está provocando, según algunos estudios, que el 70 % de la desigualdad que sufrimos provenga precisamente de esa imposibilidad para poder llegar a acceder a una”</i></p> <p><i>“No puede ser que haya unas pocas capitales que lo absorban todo, que acaparen el grueso de las ofertas educativas y laborales del país, porque esto, en definitiva, no beneficia a nadie, no beneficia a los millones de españoles y españolas que ven cómo sus ciudades medias y pueblos se vacían, languidecen, mientras sus hijos e hijas tienen que emigrar en busca de oportunidades, y tampoco beneficia a los propios habitantes de esas grandes ciudades que sufren problemas cada vez mayores de acceso a la vivienda, de movilidad y de contaminación urbana. El neoliberalismo, señorías, alimenta esa tendencia recentralizadora porque fomenta, cuando gobiernan a nivel nacional, políticas, por ejemplo, de infraestructuras o de inversión centrípetas y fomenta a nivel regional y en las comunidades que gobiernan recortes fiscales para ricos que suponen una competencia desleal con el resto del territorio,”</i></p>
	Responsable/es	<p><i>“Conviene recordar que esta situación no es fruto del azar, sino que nace del fracaso de un modelo inmobiliario que puso en marcha el Partido Popular y que deriva de una filosofía económica que he descrito anteriormente: un modelo neoliberal que consiste, primero, en dejar de construir viviendas públicas y vender a fondos de inversión las escasas viviendas públicas que tiene España y, en segundo lugar, liberalizar terrenos y dar rienda suelta a las grandes constructoras.”</i></p> <p><i>“En definitiva, la cultura del pelotazo que ya conocemos y que generó un vórtice de dolor social, tras el pinchazo de la burbuja inmobiliaria, de corrupción y de especulación, y que, por cierto, señorías, convirtió a España en el país con más vivienda vacía de Europa, el país con menos vivienda de titularidad pública de Europa y uno de los países en los que resulta más costoso comprar o alquilar una vivienda.”</i></p> <p><i>“Señorías, creo que España y los españoles y españolas han aprendido la lección de la burbuja inmobiliaria y de su pinchazo.”</i></p>

		<p><i>“Su modelo es conocido. Usted, en un alarde de rigurosidad, dijo que el problema de la vivienda se resolvía construyendo más vivienda. ¡Cómo no se nos ha ocurrido antes, señorías! Pero el problema es que su modelo es conocido y ya ha sido testado. Hay que liberalizar, dicen ustedes, todo el suelo en España para que se construyan más viviendas.”</i></p> <p><i>“Ustedes pusieron en práctica, como he dicho en mi primera intervención, un modelo en 1998, y el resultado fue la burbuja inmobiliaria, que se llevó por delante millones de empleos, millones de sueños. Y aquella burbuja también generó un tsunami de especulación y de corrupción política.”</i></p> <p><i>“La primera, liberalizar todo el suelo que se pueda para construir vivienda libre. De este modo —dicen los neoliberales— brotaría una oferta tan amplia que resolvería el problema de la vivienda. La segunda, nos dicen los neoliberales que lo que hay que hacer es renunciar a cualquier promoción de vivienda pública, puesto que el mercado ya resolvería el problema. Y, la tercera, privatizar la vivienda social existente porque resulta innecesaria.”</i></p> <p><i>“Como resultado de su política de vivienda en España se llegaron a construir en un año más viviendas que la suma de viviendas en Italia, en Francia, y en Alemania. ¿Y qué sucedía con los precios? Pues que continuaban subiendo.”</i></p> <p><i>“En su primera legislatura como presidente de la Xunta de Galicia, usted jibarizó el presupuesto de políticas de vivienda y pasó de 149 millones de euros en 2009 a poco más de 43 millones de euros en 2014, es decir, que al cabo de cuatro años usted dedicó menos de la tercera parte de recursos a la vivienda pública.”</i></p> <p><i>“no es casualidad, ustedes no creen en la vivienda pública. Ustedes allí donde gobiernan han vendido a fondos buitres esas viviendas públicas y por eso tenemos un 3 % de vivienda pública del total del parque de vivienda.”</i></p>
	Víctimas	Familias y mayoría social del país nombra en concreto a la gente joven
Prognose	Solución	<i>“En cualquier caso, al igual que digo esto, también creo que es justo afirmar que este escudo social de 45 000 millones de euros y las políticas de transformación y reforma que está haciendo el Gobierno de España están funcionando.”</i>

		<p><i>“Hemos creado otras nuevas, como es, por ejemplo, la bajada del IVA a los alimentos; el cheque de 200 euros para las rentas más vulnerables; un escudo hipotecario que, según el Banco de España, va a permitir a 200 000 familias afrontar el alza de los tipos de interés.”</i></p> <p><i>“Creemos que para que la competencia sea realmente beneficiosa debe ser justa, y que ahí el Gobierno tiene mucho que hacer y poco que inhibirse.”</i></p> <p><i>“Tenemos que estimular la innovación, apoyar a las empresas todo lo que se pueda, pero también debemos regular su actividad, evitar que se produzcan abusos, corregir los fallos que tiene el mercado y, sobre todo, pensamos que el Gobierno está obligado a hacer todo lo posible para que la gente viva mejor, ahora y también a medio y largo plazo.”</i></p> <p><i>“Por tanto, demandan al Poder Ejecutivo, y también al Poder Legislativo —a ustedes, en definitiva—, que cambiemos el modelo; un modelo en el que la vivienda no sea un bien de lujo, sino un bien de primera necesidad, un derecho y no un problema, tal y como reconoce nuestra Constitución.”</i></p> <p><i>“En primer lugar, hemos multiplicado por 8 los recursos dedicados a la vivienda en los Presupuestos Generales del Estado; hemos puesto en construcción en estos cuatro años más de 60 000 viviendas públicas —subrayo lo de públicas— y de alquiler asequible; hemos limitado la subida de los alquileres durante la pandemia y ahora también durante la guerra, y hemos dado ayudas por valor de 6000 euros a decenas de miles de jóvenes en nuestro país.”</i></p> <p><i>“También, gracias al Instituto de Crédito Oficial, vamos a poder movilizar unas 93 000 viviendas públicas y de alquiler asequible, sobre todo para la gente joven de nuestro país.”</i></p> <p><i>“La primera de ellas es aprobar, como saben ustedes, la primera Ley de vivienda de la historia de nuestra democracia.”</i></p> <p><i>“La Ley de vivienda da un impulso a la vivienda protegida en alquiler,”</i></p> <p><i>“La Ley de vivienda hace que se dé un impulso a la vivienda protegida, como decía antes, en alquiler o a precio limitado, aumentando los porcentajes de reserva de suelo para vivienda protegida del 30 % al 40 % en el suelo urbanizable y del 10 al 20 % en el suelo no consolidado.”</i></p> <p><i>“construir un parque de vivienda pública semejante al de los países europeos avanzados, para que, de un lado, podamos aumentar las oportunidades de nuestros jóvenes a la hora de poder emanciparse a edades más tempranas y, de otro, contener, porque estamos</i></p>
--	--	---

		<p><i>aumentando la oferta de viviendas con viviendas públicas, el disparado y disparatado precio de la vivienda que sufren nuestros conciudadanos.”</i></p> <p><i>“una ley que ayudará a contener los precios del alquiler en las zonas tensionadas, que fomentará la oferta de pisos en aquellos municipios en los que falta, que eximirá a los inquilinos de tener que pagar una mensualidad extra a las agencias inmobiliarias y que protegerá a los inquilinos y a los pequeños propietarios frente a los abusos de los grandes tenedores y de los fondos de inversión. Con esta ley, señorías, ¿qué es lo que pretendemos? Pretendemos lo que he dicho antes, poner en marcha instrumentos para que desde el Estado —y cuando digo el Estado no solamente me estoy refiriendo al Gobierno de España, sino también a las comunidades autónomas y a los ayuntamientos— podamos garantizar ese derecho a la vivienda que reconoce nuestra Constitución, evitando que un bien de primera necesidad sea un bien de lujo.”</i></p> <p><i>“Junto con esta Ley de vivienda, que espero que podamos aprobar también en esta Cámara, señorías, y además de la renta de 250 euros al mes para la emancipación en el alquiler de los jóvenes, en el Gobierno estamos apostando, lo saben ustedes, por la rehabilitación y renovación de medio millón de pisos en muchas de nuestras ciudades y pueblos.”</i></p> <p><i>“Tenemos cascos urbanos en las principales ciudades con pisos muy antiguos que tenemos que rehabilitar y renovar, y a ello estamos destinando buena parte de los fondos europeos del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana. Además, a ello hay que sumar la mayor ampliación del parque de vivienda pública en régimen de alquiler de nuestra historia democrática.”</i></p> <p><i>“Señorías, el Gobierno va a construir 20 000 nuevas viviendas públicas en terreno propiedad del Ministerio de Defensa a través de la empresa pública Sepes.”</i></p> <p><i>“La ley distingue entre propietarios particulares y grandes tenedores e incentiva la oferta en alquiler asequible, por ejemplo, con un entorno fiscal, que yo creo que favorable para reducir los precios del alquiler modulando las deducciones, que pueden llegar, señorías del Partido Popular, al 90 % en los casos de nuevos contratos en zonas tensionadas que reduzcan el precio en al menos un 5 %. Mejora el procedimiento de desahucio en situaciones de vulnerabilidad con un</i></p>
--	--	--

		<p>sistema de arbitraje donde va a incorporarse también a los ayuntamientos”</p>
	Necesario cambiar	<p>“nuestro compromiso es (-) que los ciudadanos perciban que la vivienda es para los poderes públicos, y singularmente para el Gobierno de España, el quinto pilar del Estado del bienestar.”</p> <p>“Con ello, lo que estamos haciendo es poner fin al modelo neoliberal de la Ley del suelo, aprobada por el Gobierno de Aznar en 1998.”</p> <p>“En cualquier caso, señorías, también sabemos que este compromiso no puede ni debe acabar ahí; para construir vivienda protegida se necesita suelo y el Ministerio de Defensa es uno de los principales propietarios de suelo público en nuestro país.”</p> <p>“De hecho, a lo largo de estos últimos años el Gobierno ha venido poniendo a disposición ese suelo para la construcción de vivienda protegida, y un ejemplo aquí, en la ciudad de Madrid, es el desbloqueo, por fin, ministras, de la Operación Campamento, que va a permitir la construcción de 12 000 viviendas, el 60 % de ellas públicas”</p> <p>“En los próximos cinco años vamos a incrementar en más de un 50 % el número de viviendas de titularidad pública, e impulsadas por la Administración General del Estado, que hay en España con una meta clara, señorías, dejar atrás ese porcentaje indignante y sonrojante que tenemos de menos de un 3 % de vivienda pública en nuestro país para llegar al 9 %, que es la media europea, y para continuar avanzando hacia ese 20 % que registran los países más avanzados de Europa en este ámbito.”</p> <p>“Yo le digo que, frente a su modelo neoliberal, que convirtió la vivienda en un lujo, nosotros vamos a aplicar un modelo progresista que garantice la vivienda como un derecho.”</p> <p>“Esta es una buena ley que deroga la Ley del suelo de 1998, eso sí, es cierto, pero orienta la política de vivienda en nuestro país hacia un nuevo paradigma donde lo que vamos a hacer es reforzar el compromiso de lo público para, como he dicho antes, convertir un bien de lujo en un bien de primera necesidad, en un derecho, tal y como nos marca nuestra Constitución.”</p>
	Responsables de la solución	<p>“La cuestión no es señalar los problemas, para eso cobramos de los españoles con sus impuestos, eso lo entiende cualquiera, la cuestión está en solucionarlos y en avanzar en su superación”</p>
Justificación / Motivación	Respaldo actuaciones	<p>“Señorías, en este punto quiero decirles que, a mi juicio, la crisis es bien perceptible y visible para las familias de</p>

	previas, consensos sociales	<p><i>nuestro país, pero si algo ha cambiado con este Ejecutivo respecto al anterior con otras crisis, como es la crisis financiera, es que el Gobierno actual no se inhibe, ha dejado de ser invisible, no mira hacia otro lado y asume su responsabilidad y el liderazgo que le competen”</i></p> <p><i>“Se trata de un Gobierno que afronta los problemas, que trata de resolverlos, a diferencia de lo que sucedió en la anterior crisis financiera, con la respuesta neoliberal dada por la anterior Administración.”</i></p> <p><i>“Señorías, el neoliberalismo cree que todo lo que un ciudadano puede y debe pedirle al Gobierno es que no moleste, que no entorpezca lo que ellos llaman la competición por la riqueza”</i></p> <p><i>“el camino debe ser el contrario, que debemos construir mucha más vivienda pública. Lo mismo que hacen los países europeos a los que nos queremos parecer. Visto su modelo, entiendo que les parezca mal que impulsemos la vivienda pública y de alquiler asequible.”</i></p>
	Motivación del problema	No se ha encontrado

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 31: Tabla recopilatoria de citas sobre el frame sobre la política de vivienda en el cuarto debate de Feijóo en el Senado.

Dimensiones frames	Política de vivienda	Citas debate 4 discurso Feijoo
Diagnose	Definición del problema	<p><i>“Quédese tranquilo, no le pienso someter a la prueba de la verdad de cuántas viviendas va a hacer. Primero eran 20 000; después, 100 000; después, 50 000; después, 43 000 y hoy, 20 000 más. Esto parece el milagro de los panes y los pisos. Ahora bien, sumadas todas dice que le da 113 000. Es justamente lo que decía el señor Ábalos, cuando era ministro, que iba a hacer 100 000 viviendas más. Supongo que por decirlo usted le cesó y ahora le supera en 13 000 más. “</i></p> <p><i>“Señoría, no ha hablado usted de la ocupación. ¿Y sabe por qué?, porque no le dejan sus socios. Si la ley es tan buena, ¿por qué deja usted que la presente Bildu y Esquerra? ¿No la presentaría usted, señor Sánchez? Mire, los socios no le dejan hablar a usted de ocupación, pero se producen cincuenta ocupaciones cada día. No es aceptable que equipare la ayuda que sí necesitan las familias vulnerables con la ocupación ilegal de las viviendas. Respete el ahorro de miles de españoles, no dé más motivos a los okupas para que añoren cinco años de su Gobierno. Si quiere ser la esperanza de este modo de vida, allá usted, yo no. Tomaré las decisiones que corresponden para que se vayan en tiempo exprés aquellas personas que han ocupado ilegalmente una vivienda sin ningún contrato de alquiler y sin ningún contrato de compraventa.”</i></p>

	Responsable/es	<i>“Señor Sánchez, ha venido otra vez a hablar de vivienda, hablaremos después de vivienda, pero, hombre, ¿de qué presume usted, si no hace viviendas ni las va a hacer? Si las viviendas son competencia de las comunidades autónomas, si el suelo público es competencia de los ayuntamientos, ¿de qué viviendas me habla usted, señor Sánchez?”</i>
	Víctimas	No establecen de forma expresa quiénes son las víctimas pero entendemos que las familias españolas
Prognose	Solución	No san soluciones concretas ni proporciones
	Necesario cambiar	No expresan que es necesario cambiar
	Responsables de la solución	<i>“¿Sabe si las ministras de Hacienda y de Transportes acabaron su discusión sobre los temas de vivienda?”</i>
Justificación / Motivación	Respaldo actuaciones previas, consensos sociales	<i>“He aprobado la Ley de vivienda en el año 2012, he aprobado la primera Ley de rehabilitación que ha tenido Galicia, hemos aprobado el primer Plan gallego de rehabilitación, alquiler y mejora, hemos hecho un pacto social por la vivienda 2021-2025. Señoría, he entregado 2359 nuevas viviendas públicas y he entregado 2281 segundas adjudicaciones de viviendas públicas, usadas con anterioridad. En total, 4640 viviendas, más de las que ha hecho usted durante todo su mandato.”</i> <i>“Hemos hecho 100 000 actuaciones entre viviendas de promoción pública, viviendas de protección pública, alquileres y rehabilitaciones.”</i>
	Motivación del problema	No se han encontrado

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 32: Tabla de frecuencias empleo de las dimensiones temáticas en cada debate del Senado de Sánchez.

Dimensiones temáticas	Debate 1 Sánchez	Debate 2 Sánchez	Debate 3 Sánchez	Debate 4 Sánchez	Totales
<i>Campaing issues</i>	60	83	42	106	291
<i>Personal issues</i>	29	8	16	36	89
<i>Policy issues</i>	184	269	187	282	922
<i>Political issues</i>	26	4	32	35	97
Totales	299	364	277	459	1399

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 33: Tabla de frecuencias empleo de las dimensiones emocionales en cada debate del Senado de Sánchez.

Dimensiones emociones	Debate 1 Sánchez	Debate 2 Sánchez	Debate 3 Sánchez	Debate 4 Sánchez	Totales
Ansiedad	155	206	247	333	941
Aversión	7	16	97	152	272
Entusiasmo	72	174	109	188	543
Totales	234	396	453	673	1756

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 34: Tabla de frecuencias empleo de las emociones en cada debate del Senado de Sánchez.

Emociones	Debate 1 Sánchez	Debate 2 Sánchez	Debate 3 Sánchez	Debate 4 Sánchez	Totales
Amargura	0	7	28	32	67
Asco	0	0	0	1	1
Enfado	114	150	200	248	712
Entusiasmo	10	26	27	47	110
Esperanza	32	66	32	59	189
Miedo	18	20	20	52	110
Odio	0	0	2	6	8
Orgullo	33	96	59	139	327
Preocupación	43	77	91	147	358
Resentimiento	7	10	77	131	225
Tranquilidad	7	28	19	29	83
Totales	264	480	555	891	2190

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 35: Tabla de frecuencias empleo de los bloques temáticos en cada debate del Senado de Sánchez.

Bloques temáticos	Debate 1 Sánchez	Debate 2 Sánchez	Debate 3 Sánchez	Debate 4 Sánchez	Totales
Clase política	17	2	9	8	36
Covid-19 (pandemia)	16	49	13	14	92
Guerra Ucrania	31	49	14	26	120
liderazgo (capacidades)	29	8	16	36	89
Modelo territorial	1	1	2	17	21
Política económica	132	185	115	242	674
Política exterior	48	65	9	23	145
Política fiscal/impuestos	12	44	21	9	86
Políticas sociales	23	32	60	34	149
Populismo	9	1	21	10	41
Programa electoral (propuestas)	60	83	42	106	291
Totales	378	519	322	525	1744

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 36: Tabla de frecuencias empleo de las dimensiones emocionales en cada debate del Senado de Feijóo.

Dimensiones emociones	Debate 1 Feijóo	Debate 2 Feijóo	Debate 3 Feijóo	Debate 4 Feijóo	Totales
Ansiedad	88	144	140	167	539
Aversión	12	47	74	109	242
Entusiasmo	6	10	13	21	50
Totales	106	201	227	297	831

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 37: Tabla de frecuencias empleo de las emociones en cada debate del Senado de Feijóo.

Emociones	Debate 1 Feijóo	Debate 2 Feijóo	Debate 3 Feijóo	Debate 4 Feijóo	Totales
Amargura	7	12	27	36	82
Asco	0	0	0	2	2
Enfado	71	126	115	151	463
Entusiasmo	0	2	2	3	7
Esperanza	0	4	6	3	13
Miedo	6	15	21	16	58
Odio	1	4	4	16	25
Orgullo	6	6	8	13	33
Preocupación	26	44	56	46	172
Resentimiento	6	38	54	87	185
Tranquilidad	0	0	0	4	4
Totales	123	251	293	377	1044

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 38: Tabla de frecuencias empleo de los bloques temáticos en cada debate del Senado de Feijóo.

Bloques temáticos	Debate 1 Feijóo	Debate 2 Feijóo	Debate 3 Feijóo	Debate 4 Feijóo	Totales
Clase política	4	0	3	0	7
Covid-19 (pandemia)	0	7	5	1	13
Guerra Ucrania	2	1	6	4	13
Liderazgo (capacidades)	10	2	12	12	36
Modelo territorial	0	0	0	0	0
Política económica	39	77	39	35	190
Política exterior	6	2	14	7	29
Política fiscal/impuestos	1	7	9	7	24
Políticas sociales	0	9	14	11	34
Populismo	0	0	2	2	4
Programa electoral (propuestas)	9	2	4	6	21
Totales	71	107	108	85	371

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.

Tabla 39: Tabla de frecuencias empleo de las dimensiones temáticas en cada debate del Senado de Feijóo.

Dimensiones temáticas	Debate 1 Feijóo	Debate 2 Feijóo	Debate 3 Feijóo	Debate 4 Feijóo	Totales
<i>Campaing issues</i>	9	2	4	6	21
<i>Personal issues</i>	10	2	12	12	36
<i>Policy issues</i>	43	90	71	57	261
<i>Political issues</i>	4	0	5	2	11
Totales	66	94	92	77	329

Fuente: Elaboración propia a través del uso de Atlas.ti y el análisis del discurso de los debates del Senado.