

El encuadre de conflicto en los titulares de la prensa española sobre el aumento del gasto en Defensa en los inicios de la guerra en Ucrania (2022)

The conflict framing in Spanish press headlines on the increase in defence spending at the outset of the war in Ukraine (2022)

<https://doi.org/10.56418/txt.19.1.2025.5>

Sira Hernández Corchete

 <https://orcid.org/0000-0002-8704-3112>

[shernan@unizar.es]

Centro Universitario de la Defensa de Zaragoza (España)

Recibido: 24-03-2025

Aceptado: 11-06-2025

Esta obra se publica bajo la siguiente licencia Creative Commons:
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)



Resumen

La invasión rusa de Ucrania en 2022 activó en España un debate político (y mediático) largamente pospuesto sobre la financiación de la defensa nacional. Aunque este continúa abierto, la presente investigación examina, mediante la combinación del análisis de contenido y del discurso, el encuadre de conflicto que caracterizó a la amplia cobertura periodística sobre el aumento del gasto en Defensa en los inicios de la actual guerra ruso-ucraniana. A partir del estudio de 237 titulares de noticias de ocho periódicos nacionales, se concluye que dicho *framing* mermó la calidad democrática de las informaciones y pudo enquistar la polarización social en torno a la inversión militar, ya que los diarios no solo priorizaron el cruce de declaraciones entre los representantes públicos, sino que también avivaron la controversia entre las fuentes a través del uso preferente de las citas indirectas y mixtas y de los verbos introductores del discurso más subjetivos.

Palabras clave: encuadre de conflicto, gasto en Defensa, prensa española, titulares declarativos, estrategias discursivas

Abstract

The 2022 Russian invasion of Ukraine prompted a long-overdue political (and media) debate in Spain regarding national defence funding. While this debate remains ongoing, the present study employs a combination of content and discourse analysis to examine the conflict framing in extensive media coverage of the increase in defence spending at the outset of the current Russo-Ukrainian war. Based on the study of 237 news headlines from eight Spanish newspapers, it is concluded that such framing diminished the democratic quality of information and may have reinforced social polarisation regarding military investment. This is attributable to the media's emphasis on the exchange of statements between public representatives and its amplification of controversy among sources through the predominant use of indirect and mixed quotations, as well as more subjective reporting verbs.

Keywords: conflict framing, military spending, Spanish press, declarative headlines, discursive strategies

Sumario: 1. Introducción y estado de la cuestión. 1.1. Marco teórico. 1.2. Objetivo y preguntas de investigación. 2. Metodología. 2.1. Instrumento. 2.2. Selección del corpus. 3. Análisis y resultados. 3.1. Dimensión del encuadre de conflicto. 3.2. Relevancia de los conflictos. 3.3. Intervención periodística en la construcción de los encuadres de conflicto. 3.3.1. Estrategia de intertextualidad. 3.3.2. Estrategia de afiliación. 3.3.3. Estrategia intencional. 4. Discusión y conclusiones. 5. Referencias.

1. *Introducción y estado de la cuestión*

La guerra en Ucrania ha confirmado, definitivamente, a la Unión Europea (UE) y la Organización del Tratado del Atlántico Norte (OTAN) que el *soft power* que venían practicando con Rusia no es una herramienta de política exterior suficiente frente al afán imperialista de Vladimir Putin. La consecuencia más inmediata de la invasión rusa del segundo país más grande de Europa fue un aumento generalizado del gasto militar mundial, que creció en 2022 por octavo año consecutivo, en un 3,7 %, hasta un máximo histórico de 2 240 000 millones de dólares (Tian *et al.*, 2023).

España, como la mayoría de los países europeos, comunicó a los pocos días del estallido de la contienda la voluntad de retomar el compromiso de elevar el gasto en Defensa hasta el 2 % del PIB alcanzado en la Cumbre de la OTAN de Cardiff de 2014. Si bien las amenazas externas a la seguridad nacional e internacional, tanto en forma de enfrentamientos armados como de ataques terroristas, se han revelado como tradicionales potenciadores de las inversiones militares en todas las regiones del planeta (Haunstein *et al.*, 2021; Hunter, 2021; Nordhaus *et al.*, 2012), dicha resolución abrió un debate político largamente pospuesto en este país —y aún inconcluso— sobre los recursos económicos que se deben dedicar a defender los intereses nacionales. Como explica Santé Abal (2022, p. 1064), la razón de dicha postergación es que los políticos españoles «entienden que existe un riesgo inherente a plantear el problema de los gastos en Defensa, especialmente si la idea que se va a sostener es la de su incremento», a diferencia de los norteamericanos, cuyas decisiones sobre el gasto militar están menos influenciadas por la opinión pública (Hartley y Russett, 1992).

El soslayo del «componente económico de la defensa» en favor de «otros factores que integran la cultura de seguridad y defensa, considerados más fácilmente asumibles por la opinión pública» (Bernal Gutiérrez, 2011, p. 53) puede explicar que, desde hace varios años, según los estudios del Centro de Investigaciones Sociológicas (2015, 2017, 2021), las Fuerzas Armadas lideren, junto a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, las clasificaciones de las instituciones más valoradas por los españoles; al tiempo que, paradójicamente, muchos de ellos discrepan sobre la adecuación de los presupuestos del

Estado a las necesidades de la Defensa. No obstante, el hecho de que, tras varios meses en los que el aumento del gasto militar acaparó la discusión política y, por ende, la agenda mediática, la opinión pública estuviera tan fracturada como al comienzo de la crisis ruso-ucraniana (CIS, 2022a, 2022b), parece más difícil de justificar. A este respecto, la hipótesis que sirve como punto de partida de este artículo es que la cobertura periodística sobre la decisión del Gobierno español de elevar progresivamente el citado gasto para cumplir con el compromiso atlántico pudo contribuir, a través de un notorio encuadre de conflicto, a perennizar la fisura de la opinión pública acerca del aspecto más controvertido de la Cultura de Seguridad y Defensa en España (Moreno Izquierdo, 2009).

En este sentido, la presente investigación se propone reflexionar sobre la inversión en Defensa desde una perspectiva diferente a la que viene siendo habitual en el ámbito académico y profesional de la seguridad y la defensa. Hasta el momento, la economía de la defensa y las investigaciones para la paz han concentrado la mayoría de las aportaciones. En el primer caso, las reflexiones que comenzaron con las aportaciones realizadas por Hitch y Mckean (1960), Ram (1995) o Deger y Sen (1995) han ido dirigidas a determinar la relación existente entre el gasto militar, el crecimiento económico y el bienestar social. Por su parte, las investigaciones para la paz, concebidas para dilucidar las condiciones que permitieran disminuir la posibilidad de la guerra (Galtung, 1969; Galtung, 1996; Martínez Guzmán, 2001), han tratado de ahondar en el vínculo directo o indirecto entre dicho gasto y los conflictos armados, es decir, a través del comercio de armas o las carreras armamentísticas. Sin embargo, este trabajo se alinea con un número muy reducido de publicaciones que analizan cómo los medios de comunicación influyen en la percepción ciudadana de las necesidades de financiación de la defensa (Lewis, 2008; Lewis y Hunt, 2011).

1.1. Marco teórico

El papel desempeñado por los medios de comunicación en la configuración de la opinión pública, sobre todo en lo que respecta a la realidad política, ha sido objeto preferente de los estudios de comunicación. De entre las diversas teorías que lo han abordado, la del *framing* o encuadre (Entman, 1993; Goffman, 1974; Iyengar, 1991) resulta particularmente interesante para los propósitos de esta investigación, porque, a diferencia de la teoría de la *agenda-setting* —que se limita a la identificación de la particular jerarquía o prevalencia que los medios le otorgan a determinados temas—, permite ahondar en el modo en el que estos moldean desde un punto de vista cognitivo la percepción e interpretación de las informaciones ofrecidas mediante la selección, el énfasis o la exclusión de hechos y/o palabras (Nelson *et al.*, 1997).

En las investigaciones sobre comunicación política que parten de dicha teoría, el denominado «encuadre de conflicto» es uno de los marcos más utilizados (Vliegenthart *et al.*, 2011), puesto que el conflicto es un elemento central de la actividad política desarrollada en los sistemas democráticos y este encuadre se caracteriza, precisamente, por enfatizar la tensión, el desacuerdo o la división entre individuos, grupos o instituciones para captar el interés del público (Cappella y Jamieson, 1997; Semetko y Valkenburg, 2000). En este contexto, Schuck *et al.* (2016) precisan que las noticias que poseen dicho *framing* cumplen alguno de los siguientes criterios: 1) plantean dos o más perspectivas sobre un asunto o problema; 2) muestran cualquier discrepancia o desacuerdo; 3) incluyen un ataque personal de un rival político o 4) albergan una crítica explícita del periodista.

Dada la naturaleza discursiva de la política, una de las principales formas de enmarcar conflictivamente esta información especializada es a través de la reproducción del cruce de declaraciones entre los representantes públicos. El privilegio del enfrentamiento verbal entre la clase política ha sido percibido por algunos autores como nocivo para el funcionamiento de la democracia, porque puede promover la

polarización ciudadana (De Ridder, 2021; McLaughlin 2018) e incluso erosionar la confianza en la función gubernamental (Mutz y Reeves, 2005; Thorson *et al.*, 2000). Por el contrario, otros piensan que subrayar las diferencias entre sus puntos de vista no solo favorece que los ciudadanos tomen conciencia de la importancia de la toma de decisiones públicas (Gutmann y Thompson, 2004; Schuck *et al.*, 2016), sino que aumenta su apoyo a ciertas políticas (Vliegenthart *et al.*, 2008) e incentiva la participación electoral (Min, 2004). Por otra parte, aunque hay quienes sostienen que dar cuenta de las opiniones divergentes de los representantes políticos es necesario para alcanzar la objetividad periodística (Neuman *et al.*, 1992), la gran mayoría coinciden en afirmar que este «periodismo de declaraciones» constituye un «vicio de la prensa» para reclamar la atención de la audiencia (Bezunarte, 1998), no en vano, como apunta Munive (2016, p. 51), «provocar la esgrima retórica de políticos en conflicto es la vía más rápida para obtener titulares de impacto». De hecho, en el actual ecosistema digital, las narrativas de confrontación abundan en los encabezados sensacionalistas o *clickbait* que están alimentando la denominada política del espectáculo —*politainment*— y alejando a los medios de comunicación de su responsabilidad de fomentar una ciudadanía crítica e informada sobre los asuntos que afectan al bien común (Redondo García y Campos-Domínguez, 2017).

Las diferencias señaladas por los académicos acerca del impacto de los encuadres de conflicto han llevado a Bartholomé *et al.* (2017) y Van der Goot *et al.* (2022) a realizar análisis de contenido basados en los diferentes tipos de *frames* existentes. Tanto unos como otros coinciden en distinguirlos, en primer lugar, atendiendo a la envergadura de los temas en torno a los que giran los conflictos, ya que, de acuerdo con varias investigaciones previas, los efectos sobre los ciudadanos difieren dependiendo de si se centran en asuntos políticos (Hänggli y Kriesi, 2010), aspectos estratégicos (Adriaansen *et al.*, 2010) o ataques personales (Mutz y Reeves, 2005; Forgette y Morris, 2006).

En concreto, Van der Goot *et al.* (2022, p. 30) discriminan los conflictos sustantivos de los no sustantivos, englobando entre los primeros los que versan sobre ideologías políticas, asuntos políticos o políticas concretas, y entre los segundos, los producidos por ataques o críticas a un representante político, un partido o coalición o una institución. Dentro de los sustantivos, estos autores consideran dos subdimensiones: la superficialidad o profundidad del conflicto, según se origine este o no en torno a principios morales/epistémicos subyacentes; y su carácter normativo o fáctico, en función de si concierne a ideales o valores o, por el contrario, a hechos o preferencias. Además, estos autores sugieren clasificar los encuadres teniendo en cuenta también el estilo civil o incivil de los conflictos tratados. Por su parte, Bartholomé *et al.* (2017) añaden como segundo criterio diferenciador la intervención periodística, entendida esta como la participación del periodista en la construcción del citado *framing*, es decir, la visibilidad que adquiere en los textos en función de si adopta el papel de observador o vigilante de los políticos o de evaluador e incluso atacante de estos.

1.2. Objetivo y preguntas de investigación

Tomando como base los fundamentos teóricos reseñados, el estudio tiene como principal objetivo determinar la calidad democrática de la cobertura periodística sobre el aumento del gasto en Defensa en España anunciado por Pedro Sánchez tras la invasión rusa de Ucrania, es decir, calibrar si favoreció el debate público y responsable al respecto. Con tal fin, se examinan los titulares de las noticias publicadas por ocho diarios nacionales en los primeros meses de la contienda.

En concreto, las próximas páginas tratan de dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿En qué medida los medios analizados hicieron uso del encuadre de conflicto en la cobertura sobre el aumento del gasto en Defensa en los inicios de la actual guerra en Ucrania?
2. ¿Qué tipo de encuadre predominó en cada uno de los periódicos atendiendo a la relevancia de los conflictos abordados?
3. ¿Qué grado de intervención periodística se advierte en la construcción del encuadre de conflicto por parte de las distintas cabeceras y a través de qué estrategias discursivas se lleva a cabo?

2. Metodología

El estudio utiliza una metodología mixta, que combina el análisis de contenido, de corte cuantitativo, y el análisis del discurso, de naturaleza cualitativa. Dicha simbiosis resulta no solo enriquecedora sino también necesaria, ya que, como indica Mariño (2009, párr. 30 y 43), si bien el primero constituye «una de las técnicas de investigación más consolidadas en el campo de la comunicación [...], aísla el contenido del mensaje del resto de los elementos del proceso comunicativo», por lo que los resultados resultan «más significativos si se completa con una revisión de los procesos lingüísticos que acontecen a su alrededor». La aplicación de ambos métodos la lleva a cabo íntegramente la autora del artículo.

2.1. Instrumento

El análisis de contenido se emplea, sobre todo, para dar respuesta a las dos primeras preguntas de investigación. En concreto, la dimensión del encuadre de conflicto se aborda mediante la comprobación del cumplimiento, en los encabezados, de uno o más de los cuatro criterios definidos por Schuck *et al.* (2016) que previamente se detallan en el marco teórico. Respecto a la trascendencia de los conflictos, se analiza a través de la dicotomía entre conflictos sustantivos y personales establecida por la literatura sobre comunicación política. Además, siguiendo la clasificación de Van der Goot *et al.* (2022), se disecciona también su profundidad. No obstante, debido a la brevedad que caracteriza a dichos enunciados, esta última se estima valorando únicamente si hacen referencia explícita (profundos) o no (superficiales) a los motivos que suscitan la discrepancia o el desacuerdo.

Por su parte, el análisis del discurso se superpone al de contenido para precisar el grado de intervención periodística en la construcción del *framing* de conflicto al que hace referencia la tercera y última pregunta de investigación. En concreto, se opta por el modelo de análisis de encuadre discursivo formulado por Gallardo Paúls (2021, p. 83), que distingue en los tres niveles pragmáticos —enunciativo, textual e interactivo— varios «recursos estratégicos con los que cuenta el emisor para construir su texto según su intención comunicativa» que le permiten «orientar cognitivamente la interpretación de cierto mensaje».

Como el grueso del corpus está compuesto por «titulares de actos de habla o titulares declarativos» (Hurtado González, 2009, p. 192), el estudio se centra en las estrategias de intertextualidad y afiliación que la autora propone en el nivel interactivo y en la estrategia intencional del nivel enunciativo. Las dos primeras permiten identificar la participación del periodista a la hora de introducir el discurso ajeno en el propio y su discrepancia ideológica de las palabras citadas. En este nivel, las categorías de análisis son las principales formas de discurso referido (directo, indirecto o mixto) y aquellos elementos lingüísticos que, como las metáforas, están presentes en el marco de dicho discurso y orientan su interpretación. La tercera estrategia sirve para evaluar la fuerza ilocutiva de los actos de habla que contienen los enunciados

reproducidos. La categoría de análisis en el nivel enunciativo son los tipos de verbos de habla o *verba dicendi* utilizados.

2.2. Selección del corpus

Como se ha indicado, el análisis se realiza exclusivamente sobre los titulares de las noticias seleccionadas. La importancia de este elemento del texto periodístico para el estudio del encuadre reside en su «doble función de informar y atraer» (Gómez Mompart, 1982, p. 9). En este sentido, el titular es la principal ventana a través de la que el lector accede al contenido de la noticia, tanto en el caso de que rehúse leer el cuerpo, puesto que resumirá los aspectos más destacados, como en el de que opte por continuar hasta el final, porque su decodificación la completará en función de dicha síntesis. Sin embargo, en los últimos años, el objetivo de captar la atención parece haberse impuesto a la finalidad informativa, especialmente en los titulares *clickbait* de los diarios digitales, en los que los periodistas transgreden las mencionadas convenciones periodísticas para conseguir beneficios económicos (García Orosa *et al.*, 2017), aprovechando que estos han adquirido una tercera función, la hipertextual, y se han convertido en el único acceso al contenido noticioso (Salaverría, 2005).

Respecto a la construcción del corpus, en primer lugar, se seleccionaron los periódicos objeto de estudio, todos ellos españoles y de carácter generalista. Se utilizó como criterio los datos de audiencia de GFK DAM de 2022, el año en el que fueron publicadas las noticias. A pesar de que las piezas informativas se extrajeron de las ediciones digitales, se eligieron tanto de entre cabeceras históricas, es decir, con edición en soporte papel, como de nativas digitales. En concreto, se seleccionaron las que en cada caso ocupaban las cuatro primeras posiciones del *ranking*: *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Vanguardia*, por un lado, y *El Español*, *Okdiario*, *El Confidencial* y *elDiario.es*, por el otro.

La búsqueda y descarga de los textos se realizó a través de la base de datos MyNews, a la que se tuvo acceso desde la biblioteca virtual de la Universidad de Zaragoza. Se introdujeron como términos de búsqueda las palabras ‘gasto’, ‘inversión’ y ‘presupuesto’ combinadas en cada caso con ‘defensa’ y ‘militar’ mediante el operador booleano ‘AND’, para recuperar únicamente los encabezados en los que aparecieran las parejas de términos simultáneamente. El rastreo se llevó a cabo en los tres elementos que pueden formar parte del titular periodístico —antetítulo, título y subtítulo— a lo largo de un periodo temporal que se extendió entre el 24 de febrero de 2022 —fecha en la que Rusia comenzó el bombardeo del este del Donbás que precedió a la invasión de Ucrania—, y el 14 de julio del mismo año —día en el que el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) y el Partido Popular (PP) pactaron el aumento del gasto en Defensa en las conclusiones del Debate sobre el Estado de la Nación—. Tras el pertinente proceso de revisión y depuración para evitar duplicidades, la muestra quedó conformada por 237 titulares, cuyas frecuencias y porcentajes se detallan en la Tabla 1:

Tabla 1. *El aumento del gasto en Defensa en los titulares de las noticias de la prensa española (febrero-julio 2022).*

Periódico	Frecuencia	Porcentaje
ABC	49	20,67
El Confidencial	18	7,59
elDiario.es	43	18,15
El Español	17	7,17

Periódico	Frecuencia	Porcentaje
El Mundo	26	10,97
El País	9	3,8
La Vanguardia	50	21,1
Okdiario	25	10,55
Total	237	100

Fuente. Elaboración propia.

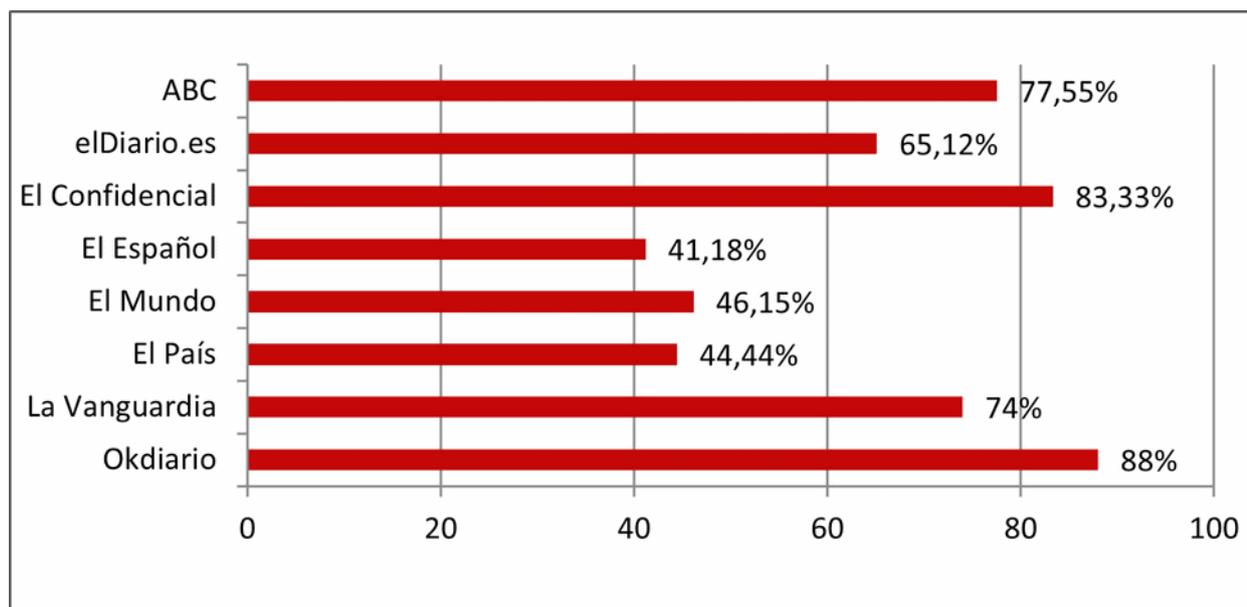
3. Análisis y resultados

Partiendo del tratamiento dispar que los diarios seleccionados otorgaron en sus noticias al anuncio realizado por el presidente Pedro Sánchez en 2022 de aumentar el gasto en Defensa en España, en este apartado se exponen los resultados del análisis de tales encabezados, siguiendo el orden en el que se han enunciado las preguntas de investigación.

3.1. Dimensión del encuadre de conflicto

La investigación confirma que los ocho periódicos informaron preferentemente en términos de conflicto sobre el aumento del gasto en Defensa en España durante los primeros meses de la guerra en Ucrania. De los 237 titulares analizados, 162, es decir, un 68,35 %, se adscriben a uno o más de los cuatro supuestos de Schuck *et al.* (2016). No obstante, existen diferencias significativas entre unas cabeceras y otras, puesto que, si bien *Okdiario* y *El Confidencial* encuadran conflictivamente cuatro de cada cinco encabezados y *La Vanguardia* y *ABC*, tres de cada cuatro, *El Español*, *El País* y *El Mundo* no emplean este *framing* ni en la mitad de sus rótulos (figura 1).

Figura 1. Encuadre de conflicto de los titulares sobre el aumento del gasto en Defensa (febrero-julio 2022).



Fuente. Elaboración propia.

3.2. Relevancia de los conflictos

A pesar del generalizado encuadre de conflicto advertido en los titulares analizados, predominaron en ellos los conflictos sustantivos. En particular, estos suponen un 80,25 % (130) y acogen, sobre todo, a aquellos que cumplen el primer o el segundo criterio de Schuck *et al.* (2016), es decir, plantear dos o más perspectivas sobre un mismo problema o, como sucede en los ejemplos 1, 2 y 3, mostrar desacuerdo o discrepancia.

[1] Belarra critica que el Gobierno «se pliegue» a «imposiciones externas» al aumentar el gasto militar (*El País*, 01/06/2022)

[2] Los socios de Sánchez se oponen al gasto en Defensa: «Más tanques es igual a menos hospitales» (*ABC*, 8/06/2022)

[3] Yolanda Díaz discrepa sobre la decisión de Sánchez de aumentar el gasto en Defensa (*El Confidencial*, 15/03/2022)

Por su parte, los encabezados que contienen conflictos no sustantivos representan únicamente el 19,75 % (32) y se atienen, por lo tanto, al tercer y al cuarto criterio, esto es, o bien incluyen ataques personales entre rivales políticos, como el ejemplo 4, o como el 5 contienen críticas explícitas de los periodistas a los representantes públicos.

[4] El PP amaga con no apoyar el aumento del gasto militar: «Ya veremos si salvamos al soldado Sánchez» (*El Mundo*, 02/07/2022)

[5] Belarra rechaza un aumento del gasto militar, pero no dimitirá para no perder el sueldo de 74.858 € (*Okdiario*, 16/03/2022)

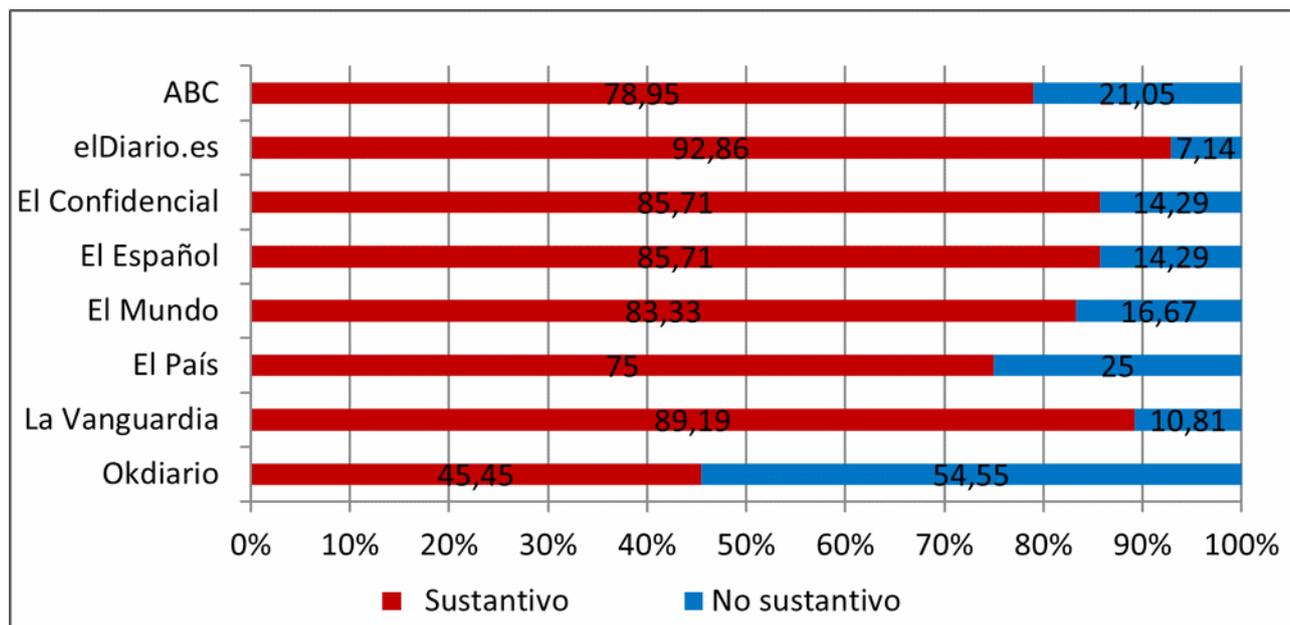
Es preciso señalar que, como muestra la figura 2, *Okdiario* es la única cabecera en la que los conflictos no sustantivos (54,55 %) superan a los sustantivos (45,45 %). Este dato viene, de algún modo, a validar las investigaciones que sugieren que los periódicos de calidad tienden a centrarse más en noticias sustantivas que los de corte sensacionalista (Norris, 2000). En cualquier caso, la relevancia de estos no resulta explícita en el 45,38 % de los titulares analizados (59), debido a la omisión, como en los ejemplos 6 y 7, de las razones que motivan las desavenencias entre sus protagonistas.

[6] El PSOE rechazará blindar el gasto militar por ley como plantea Vox (*elDiario.es*, 29/03/2022)

[7] Los ministros de Podemos salen en tromba a avisar a Sánchez de que no apoyarán más gasto en Defensa (*Okdiario*, 30/06/2022)

En este punto las diferencias vuelven a ser notables entre los diarios: mientras que en *Okdiario* tal omisión se advierte en el 80 % de los encabezados, en *La Vanguardia* o *elDiario.es* se lleva a cabo en un tercio de ellos y en *El Confidencial* dicha superficialidad apenas alcanza al 16 %.

Figura 2. Relevancia de los conflictos de los titulares sobre el aumento del gasto en Defensa (febrero-julio 2022).



Fuente. Elaboración propia.

3.3. Intervención periodística en la construcción de los encuadres de conflicto

Dado que, según Bartholomé *et al.* (2015, 2017), los encuadres de conflicto en las noticias no vienen determinados solo por la necesidad de los políticos de presentar puntos de vista divergentes para ganar atención mediática, sino que también son el resultado de la participación activa de los periodistas, en este apartado se analiza hasta qué punto estos contribuyeron a configurar de forma conflictiva la cobertura sobre el aumento del gasto en Defensa en España en los albores de la guerra en Ucrania.

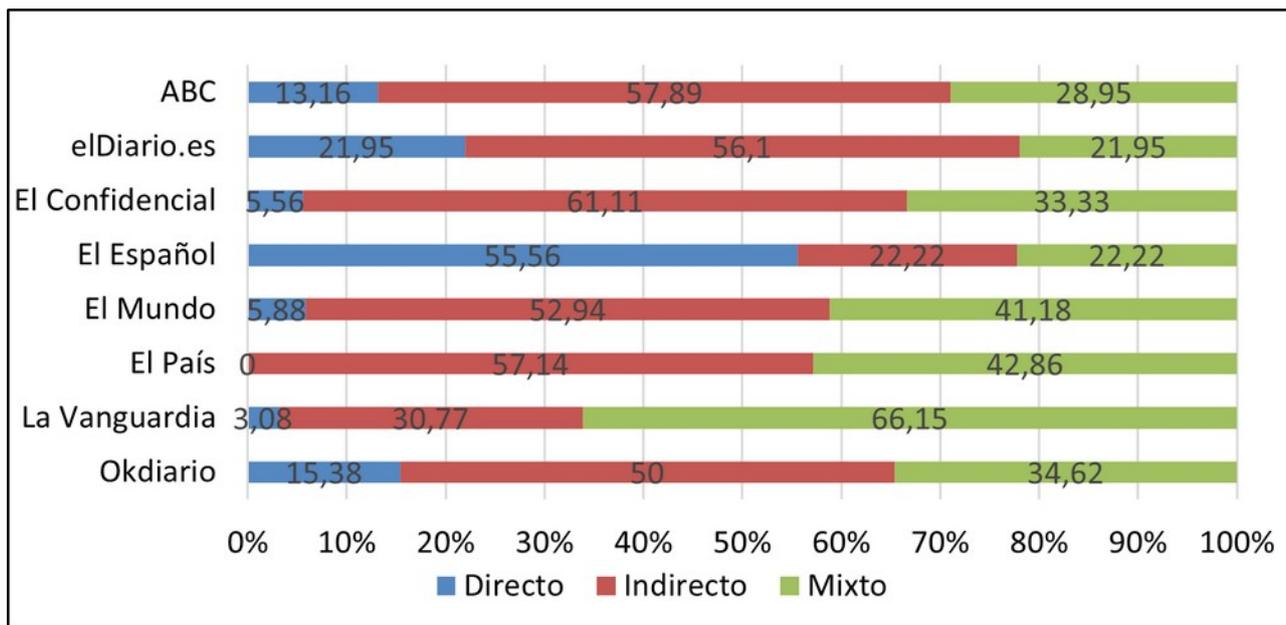
Como la mayor parte de los titulares identificados con encuadre de conflicto contienen declaraciones, en concreto, 142 (87,65 %), y tan solo 20 (12,35 %) se erigen como encabezados factuales o de datos, el análisis de la intervención periodística se centra exclusivamente en los primeros. Por este motivo, y tal y como se explicó en el apartado metodológico, se abordan las estrategias de intertextualidad y afiliación del nivel interactivo, así como la estrategia intencional del nivel enunciativo, según el modelo de encuadre discursivo propuesto por Gallardo Paúls (2021). No se profundiza en otras posibles estrategias que, como la omisión de cifras comparativas, han sido utilizadas por los periodistas para promover el aumento del gasto militar en Estados Unidos y el Reino Unido en las últimas décadas (Lewis, 2008; Lewis y Hunt, 2011).

3.3.1. Estrategia de intertextualidad

La estrategia de intertextualidad permite discriminar los mecanismos mediante los cuales el periodista introduce el discurso ajeno en su propio discurso. En esta investigación se ha contabilizado la presencia de los tres más frecuentes en el discurso periodístico, a saber, los canónicos discurso directo e indirecto y el llamado 'discurso mixto' o 'pseudodirecto', considerado una variante del primero porque comparte sus coordinadas enunciativas, pero cuya organización sintáctica es propia del segundo, es decir, de la integración de un discurso en otro (Méndez García de Paredes, 1999, p. 123). En este caso, las unidades de análisis no son los titulares en su conjunto, sino cada una de las ocurrencias de estos mecanismos que se dan de forma independiente en ellos y constituyen lo que Girón (1989) denomina «enunciados

pluriformes de discurso referido» (citado en Méndez García de Paredes, 1999, p. 107). Teniendo en cuenta este apunte, observamos que el discurso indirecto predomina en seis de los ocho diarios (figura 3), en concreto, *El Confidencial* (61,11 %), *ABC* (57,89%), *El País* (57,14 %), *elDiario.es* (56,1 %), *El Mundo* (52,94 %) y *Okdiario* (50 %). Por su parte, el mixto impera sobre el directo y el indirecto en *La Vanguardia* (66,15 %) y solo en *El Español* el discurso directo (55,56 %) prevalece sobre los otros dos.

Figura 3. Intertextualidad de los titulares sobre el aumento del gasto en Defensa (febrero-julio 2022).



Fuente. Elaboración propia.

3.3.2. Estrategia de afiliación

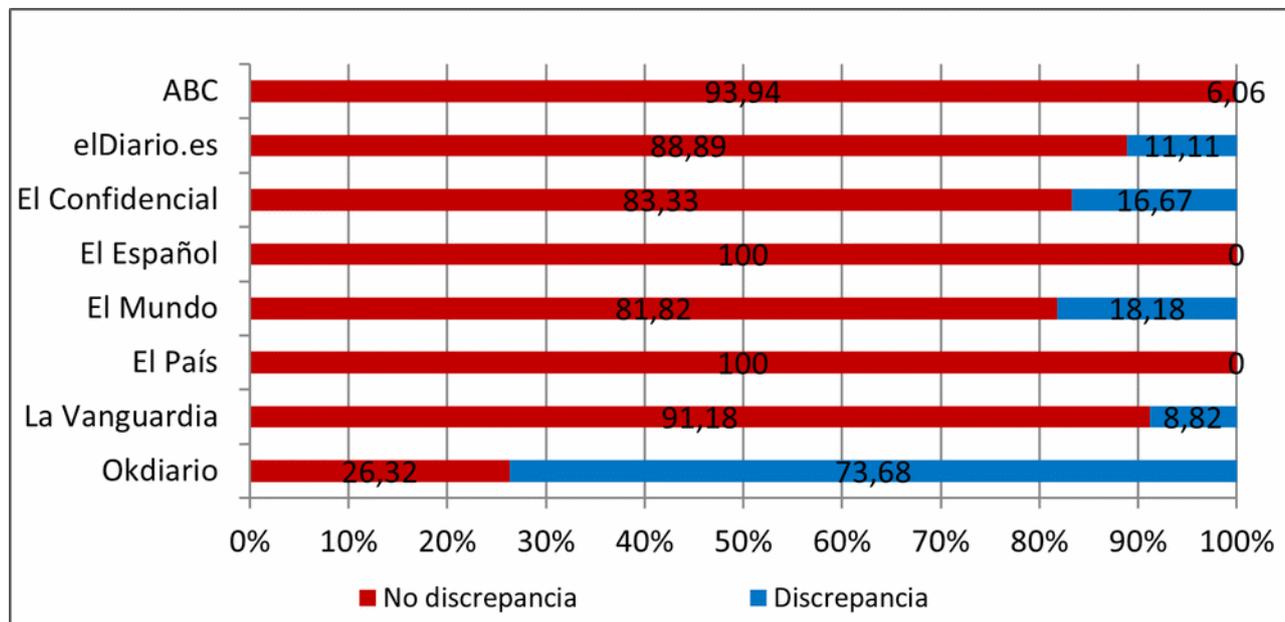
La otra estrategia del nivel interactivo que resulta relevante para desentrañar el grado de intervención periodística en la construcción del encuadre de conflicto en esta cobertura es la de afiliación. De acuerdo con Gallardo Paúls (2021, p. 92), esta implica que el emisor de un texto muestre «concordancia con otro discurso (o inversamente, discrepancia)». En nuestro caso, se trata de dictaminar si los enunciados declarativos ofrecen o no evidencias lingüísticas sobre la disconformidad de los periodistas con los discursos que reproducen, es decir, si estos se erigen en adversarios de los políticos a los que citan y emiten evaluaciones o críticas explícitas sobre ellos (Bartholomé *et al.*, 2017, p. 1692).

Si bien los verbos introductores del discurso reproducido constituyen, según Casado Velarde y De Lucas (2013), uno de los principales recursos evaluadores del discurso ajeno del que disponen los periodistas para legitimarlo o deslegitimarlo conforme a sus principios editoriales, estos no se van a tener en cuenta en este apartado, ya que, al formar parte de la estrategia intencional del nivel enunciativo, serán examinados con detalle en el siguiente. De este modo, el análisis de la afiliación se circunscribe a los llamados por Girón (1989) «indicios externos» del «marco del discurso referido», es decir, a todas aquellas circunstancias que «sugieren la escena que enmarca el acto de comunicación originario» y sirven «para orientarlo [sic.] esto es, interpretar la reproducción y señalar la distancia enunciativa del periodista con respecto a ese discurso reproducido» (Méndez, 1999, pp. 108-109).

Como revela la figura 4, los titulares analizados presentan en el marco escasos indicios lingüísticos —en su mayoría, se trata de metáforas y valores evidenciales de adverbios y tiempos verbales— de la

divergencia ideológica del periodista con respecto a las palabras que cita. No obstante, *Okdiario* vuelve a ser la excepción, porque muestra su actitud disociativa en el 73,68 % de sus encabezados declarativos.

Figura 4. Afiliación ideológica de los titulares sobre el aumento del gasto en Defensa (febrero-julio 2022).



Fuente. Elaboración propia.

3.3.3. Estrategia intencional

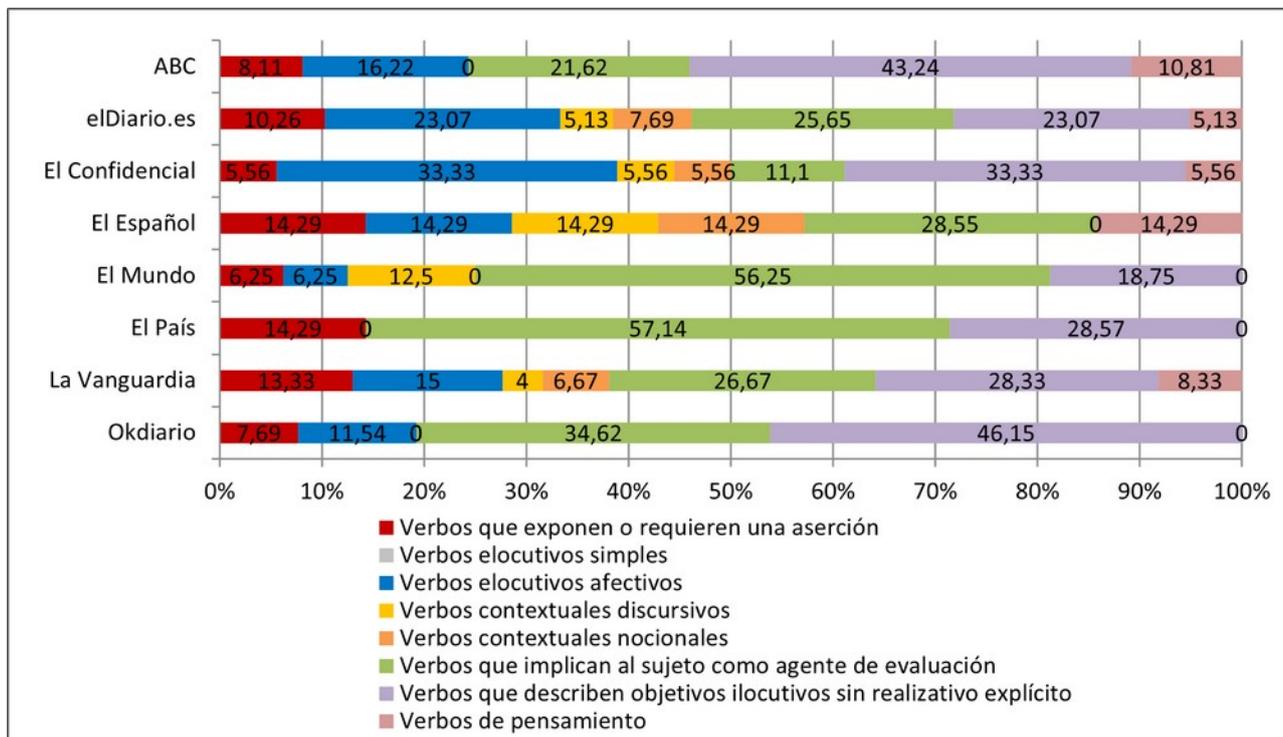
Puesto que «la traducción de un acto de habla en un verbo que lo describe se convierte en una de las operaciones de mayor eficacia para la orientación ideológica por parte del periodista» (Escribano, 2009, p. 18), resulta de interés abordar también en qué medida los redactores intervinieron en la conformación del encuadre de conflicto a través de los verbos de habla escogidos para expresar la fuerza ilocutiva de los enunciados reproducidos.

Con tal fin, se toma como referencia la clasificación de los *verba dicendi* que establece Méndez García de Paredes (2001, pp. 368-369) atendiendo a su comportamiento discursivo y sintáctico y que forman parte de una escala gradual que mide «la mayor o menor objetividad/subjetividad interpretativa del periodista que refiere». En el polo de menor subjetividad se sitúan los verbos declarativos que simplemente exponen una aserción o la requieren de otro; los verbos elocutivos simples y afectivos y los verbos contextuales discursivos y nocionales; a continuación, se encuentran los verbos que en la interpretación del periodista implican al sujeto del enunciado como agente de la evaluación y los que describen objetivos ilocutivos a partir de enunciados sin realizativo explícito y, por fin, en el polo de mayor subjetividad, la autora sitúa los verbos de pensamiento.

A pesar de que los distintos diarios presentan también notorias diferencias en este aspecto, se advierte en todos ellos una tendencia común a usar con mayor profusión verbos que denotan una mayor subjetividad en la interpretación del acto de habla ilocutivo realizado por el sujeto de la enunciación (figura 5). De este modo, el 65,55 % se incluyen en una de las tres categorías más subjetivas, mientras que solo el 26,79 % lo hace en las tres menos subjetivas. Entre los primeros sobresalen los verbos que designan actos directivos como ‘pedir’, ‘reclamar’, ‘exigir’ o ‘urgir’, el compromisivo ‘prometer’ y aquellos mediante los que el periodista convierte al sujeto de la enunciación en agente de evaluación, en

particular, ‘criticar’ y ‘cargar’. Entre los menos subjetivos, que, sobre todo, refieren actos representativos, priman los elocutivos afectivos, como ‘asegurar’ o ‘insistir’, sobre los puramente declarativos, ‘decir’ o ‘afirmar’.

Figura 5. Clasificación de los verbos de habla de los titulares sobre el aumento del gasto en Defensa (febrero-julio 2022).



Fuente. Elaboración propia.

4. Discusión y conclusiones

Como se desprende de los resultados previamente expuestos, la cobertura periodística sobre el aumento del gasto en Defensa en España durante los primeros meses de la guerra ruso-ucraniana exhibió un marcado encuadre de conflicto. Aunque el tamaño y la composición del corpus están muy acotados, su profuso estudio nos permite inferir que la construcción de este *framing* en los titulares de las ocho cabeceras nacionales estudiadas estuvo determinada tanto por su focalización en los discursos encontrados que generó el anuncio del presidente Pedro Sánchez de la voluntad del Gobierno de retomar, en el nuevo entorno estratégico, el compromiso adquirido con la OTAN de elevar la inversión militar hasta el 2 % del PIB, como por las estrategias discursivas empleadas para reproducirlos.

A pesar de que los desencuentros verbales referidos giraron en torno a aspectos políticos e ideológicos más que personales, el mismo abuso del periodismo declarativo minó el potencial informativo de dicha cobertura. Según Munive (2016, pp. 44, 55), este tipo de periodismo, al situar «las opiniones en el foco de la producción noticiosa» y soslayar «la indagación y el relato de los acontecimientos», suele contribuir a posicionar las agendas de los políticos ante la opinión pública y constituye «un eficaz soporte para transmitir mensajes propagandísticos dentro de una envoltura en apariencia informativa».

Además, como señalan Garde-Eransus y Llamas Saíz (2025, pp. 9-10), la introducción de discurso referido se ha revelado como uno de los recursos lingüístico-discursivos que caracterizan a los titulares

clickbait, debido a que con frecuencia dichas declaraciones «resultan vacías y se limitan a despertar la curiosidad del lector». De hecho, en nuestro corpus, las citadas discrepancias en casi la mitad de ellos no van acompañadas de las razones que las motivan. Esta circunstancia no solo redujo las posibilidades de que los ciudadanos asistieran, a través de este primer nivel de lectura, a un verdadero debate político sobre el factor económico de la defensa nacional, sino que también pudo fomentar el cinismo y la polarización social en torno a él, ya que, como sostienen Van der Goot *et al.* (2022, p. 41), «enfaticar o justificar posiciones políticas es necesario para convencer a los ciudadanos de su importancia».

Por su parte, el encuadre discursivo de los encabezados también dificultó una reflexión social sosegada acerca de la inversión que precisa la defensa de los intereses españoles. El análisis de las estrategias intencional y de intertextualidad y afiliación ha puesto de manifiesto que los periodistas adoptaron un papel activo en la construcción del *framing* de conflicto, enfatizando la rivalidad entre políticos o erigiéndose ellos mismos en adversarios con sus críticas más o menos soterradas.

Este elevado grado de intervención periodística se hizo patente, en primer lugar, en el predominio del estilo de cita indirecto y mixto sobre el directo a la hora de reproducir las declaraciones. Si bien ninguna de estas formas de introducir el discurso ajeno en el propio escapa a la subjetividad del periodista (Lozano *et al.*, 1993; Méndez García de Paredes, 2000; López Pan, 2002), esta aumenta conforme lo hace la distancia que este establece entre el lector y la expresión literal original por él reproducida o, dicho de otro modo, a medida que desaparecen sus propiedades miméticas y se acentúan las diegéticas.

En efecto, como argumenta Méndez García de Paredes (2001, p. 353), en el discurso indirecto «el sujeto que reproduce es el único responsable enunciativo y con respecto a esos parámetros ideológicos hay que medir lo dicho». En este sentido, la completa desaparición en él del discurso original incrementa «la polivalencia significativa de los enunciados», porque, como explica Vicente Mateu (2007, p. 232), esta «se ve condicionada por el locutor reproductor, que dispone de un cierto margen de libertad a la hora de interpretar el acto ilocutivo al tiempo que lo hace formar parte de su propio acto de habla». Los ejemplos 8 y 9 ilustran cómo *La Vanguardia* y *elDiario.es* difieren en la fuerza ilocutiva asignada a un mismo acto de habla y cómo el verbo declarativo elegido por la segunda cabecera acentúa de forma más ostensible que la primera el conflicto entre la oposición y el Gobierno:

[8] El PP pregunta a Sánchez de dónde saldrá el dinero para aumentar el gasto en defensa (*La Vanguardia*, 02/07/2022)

[9] Feijoo cuestiona la solidez del Gobierno para impulsar una subida en el gasto de Defensa (*elDiario.es*, 02/07/2022)

Del mismo modo, en las citas mixtas, la responsabilidad del periodista también es mayor que en las directas, dado que, como indica Escribano (2009, p. 15), «el párrafo citado literalmente se inserta dentro de un texto en estilo indirecto, en el que no es fácil reconstruir de forma objetiva las declaraciones iniciales y separarlas de todos aquellos matices que incorpora con su elaboración el periodista». Como se aprecia mediante la comparación de los ejemplos 10 y 11, tal reconstrucción —y, por lo tanto, una correcta interpretación desprovista de sesgos— resulta más complicada cuanto más fuerte es la extracción de las palabras citadas del texto al que pertenecen, es decir, cuanto menos información posee el lector sobre el momento, el lugar y el contexto en los que fueron emitidas.

[10] Subirats se desmarca de Unidas Podemos y ve «justificado» incrementar el gasto militar (*El Confidencial*, 01/07/2022)

[11] El ministro Joan Subirats se desmarca de Belarra: ve «justificado» el aumento del gasto en Defensa. El titular de Universidades lo aprueba si crecen los riesgos y las amenazas. «Lo que no sé es si exactamente ha de ser del 2% o no», ha matizado (*El Español*, 01/07/2022)

Además, de acuerdo con Maingueneau (2021, p. 28), esas frases sin texto o «aforizaciones» pueden considerarse, en ocasiones, palabras muertas cuyo autor ya no es el hablante que las pronunció, sino el periodista que, al extraerlas de su texto original y destacarlas, las hace regresar del pasado «para hacernos más vivos... o para destruir a los vivos». Precisamente, este último es el propósito que preside el titular 12, en el que *Okdiario* se revela como enemigo acérrimo de Pedro Sánchez al recuperar de la hemeroteca un extracto de las declaraciones realizadas en 2014 cuando era secretario general del PSOE, para criticar su volubilidad e inconsistencia política. Este es, además, un claro ejemplo de *clickbait*, debido a la ambigüedad calculada que supone el uso del infinitivo ‘decir’ para llevar al lector a pensar equivocadamente que las palabras entrecomilladas que introduce son coetáneas a la solicitud de apoyo social al aumento del gasto militar realizada entonces por el presidente del Gobierno.

[12] Sánchez pide a los españoles más gasto militar pese a decir que «sobra el Ministerio de Defensa» (*Okdiario*, 30/05/2022)

Sin embargo, el estilo de cita no fue el único mecanismo discursivo del que se valieron los medios en el nivel interactivo indicado por Gallardo Paúls (2021) para hacer oír sus voces (críticas) y reforzar el encuadre de conflicto. Aunque en menor grado, como ya se ha señalado durante el estudio de la estrategia de afiliación, estos emplearon en el marco del discurso referido algunos recursos lingüísticos para mostrar discrepancia de las declaraciones reproducidas. En concreto, los redactores explotaron el potencial argumentativo y afectivo del lenguaje gráfico para censurar abiertamente, como ocurre en los ejemplos 13 y 14, a los protagonistas de las noticias. Por el contrario, a juzgar por los titulares 15 y 16, se valieron del uso evidencial del adverbio temporal ‘ahora’ y del pretérito imperfecto ‘rechazaba’, para llevar a cabo una deslegitimación discursiva más sutil y sofisticada al compartir con el lector la cautela epistemológica que les suscitaba el anuncio del presidente Sánchez de aumentar el gasto en Defensa a tenor de actuaciones llevadas a cabo u opiniones mantenidas por este en un tiempo anterior.

[13] Pepe Álvarez, al olor de las sardinas: «Somos pacifistas, pero no es contradictorio con defender el gasto en Defensa» (*Okdiario*, 11/05/2022)

[14] Podemos define sus exigencias frente al gasto militar: cheque bebé, topar la gasolina o SMI. Los morados comienzan a digerir el sapo del compromiso con la OTAN, siempre y cuando se cobren por ello su particular peaje. Buscan compensarlo multiplicando el gasto social en los presupuestos (*El Confidencial*, 04/07/2022)

[15] Sánchez anuncia ahora un aumento del gasto militar tras mantener 4 años a España a la cola de la OTAN (*Okdiario*, 12/03/2022)

[16] Sánchez rechazaba subir al 2 % el gasto militar «en el marco de la OTAN» en su plan para liderar el PSOE (*Okdiario*, 02/07/2022)

Por último, los diarios estudiados llevaron a cabo la evaluación de los políticos a través de la estrategia intencional, es decir, de la elección de los verbos introductores del discurso ajeno. En efecto, estos últimos se aprovecharon, además de para subrayar o intensificar el conflicto, para trasladar a los lectores una imagen positiva o negativa, desde el punto de vista de la cortesía, de los sujetos de la enunciación acorde con la línea editorial de cada medio (Escribano, 2009). El ejemplo 17 ilustra cómo *El País*, al

interpretar con la libertad que conceden el estilo indirecto y mixto la fuerza ilocutiva de los actos de habla de los políticos mediante los verbos ‘pedir’, ‘reclamar’ y ‘rechazar’, respectivamente, ofrece una imagen del presidente del Gobierno más moderada, conciliadora y responsable que la de los portavoces del Partido Popular y Unidas Podemos.

[17] Sánchez pide a derecha e izquierda un «acuerdo de país» para aumentar el gasto en Defensa. El PP reclama una posición conjunta del Gobierno. Unidas Podemos rechaza la idea de subir el gasto (*El País*, 30/06/2022)

En síntesis, conforme al objetivo planteado en la introducción, cabe concluir que, aunque existen notables diferencias entre unos diarios y otros respecto a la magnitud del encuadre conflicto de sus titulares y a la participación de los periodistas en su construcción discursiva, la cobertura informativa sobre el aumento del gasto en Defensa en España en los inicios de la actual guerra en Ucrania careció, en su conjunto, de la calidad democrática que hubiera sido deseable para favorecer un debate ciudadano informado acerca de la financiación pública de la defensa nacional.

Al priorizar y alentar desde sus respectivas posiciones ideológicas el enfrentamiento verbal entre los políticos y soslayar la exposición de datos y hechos contextualizados, los ocho periódicos analizados entorpecieron, en mayor o menor medida, el dimensionamiento por parte de los ciudadanos de la magnitud real de dicho gasto y la comprensión de su destino final, y contribuyeron a perpetuar en el imaginario colectivo el carácter controvertido de uno de los principales exponentes de la Cultura de Seguridad y Defensa en España. A este respecto, *Okdiario* fue, sin duda, la cabecera que más abiertamente favoreció la polarización social, ya que, aparte de primar los conflictos no sustantivos sobre los sustantivos, sus periodistas se convirtieron de modo recurrente en parte de ellos a través de las críticas explícitas a los representantes públicos.

En vista de que el debate político continúa abierto en la actualidad, resulta imprescindible dar continuidad a esta línea de investigación con futuros trabajos que examinen, incorporando el análisis de otras estrategias, la evolución que ha seguido el tratamiento mediático de la inversión en Defensa en España desde el segundo semestre de 2022. Estos estudios adquieren mayor relevancia si cabe en el actual panorama geopolítico, marcado por una creciente inestabilidad internacional, el resurgir de conflictos armados y la redefinición de alianzas estratégicas. En este contexto, tal debate no puede quedar relegado a ámbitos técnicos o políticos, sino que los medios de comunicación deben rehuir el *politainment* y trasladarlo con profesionalidad al conjunto de la sociedad, que tiene el derecho y la responsabilidad de entender en qué se invierten los recursos públicos y con qué objetivos.

5. Referencias

- Adriaansen, M. L., van Praag, P. y de Vreese, C. H. (2010). Substance Matters: How News Content Can Reduce Political Cynicism. *International Journal of Public Opinion Research*, 22(4), 433-457. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edq033>
- Barro, P. (2022, 12 de marzo). Sánchez anuncia ahora un aumento del gasto militar tras mantener 4 años a España a la cola de la OTAN. *Okdiario*. <https://encr.pw/JB5h4>
- Bartholomé, G., Lecheler, S. y de Vreese, C. (2017). Towards A Typology of Conflict Frames. *Journalism Studies*, 19(12), 1689-1711. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1299033>

- Bartholomé, G., Lecheler, S. y de Vreese, C. (2015). Manufacturing Conflict? How Journalists Intervene in the Conflict Frame Building Process. *The International Journal of Press/ Politics*, 20(4), 438-457. <https://doi.org/10.1177/1940161215595514>
- Bernal Gutiérrez, P. (2011). La cultura de seguridad y defensa en España: Sus orígenes y evolución. En Ministerio de Defensa (Ed.), *La cultura de seguridad y defensa, un proyecto en marcha (Cuadernos de estrategia*, 155, pp. 23-64). Instituto Español de Estudios Estratégicos.
- Bezunartea, O. (1998). Uso y abuso de declaraciones: el vicio de la prensa. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 3(5), 225-245.
- Cappella, J. N. y Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and public good*. Oxford University Press.
- Caro, G. (2022, 8 de junio). Los socios de Sánchez se oponen al gasto en Defensa: «Más tanques es igual a menos hospitales». *ABC*. <https://11nq.com/aPbhw>
- Casado Velarde, M. y de Lucas, A. (2013). La evaluación del discurso referido en la prensa española a través de los verbos introductores. *Revista Signos. Estudios de Lingüística* 46(83), 332-360. <https://doi.org/10.4067/S0718-09342013000300003>
- Castro, I. (2022, 29 de marzo). El PSOE rechazará blindar el gasto militar por ley como plantea Vox. *elDiario.es*. <https://encr.pw/rD7a3>
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2022a). *Encuesta sobre cuestiones de actualidad. Marzo 2022* (Estudio nº 3358). <https://www.cis.es/documents/d/cis/es3358marpdf>
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2022b). *Barómetro de noviembre 2022* (Estudio nº 3384). <https://www.cis.es/documents/d/cis/es3384marpdf>
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2021). *Opinión Pública y Política Fiscal (XXXVIII)* (Estudio nº 3332). <https://www.cis.es/documents/d/cis/es3332marpdf>
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2017). *La defensa nacional y las Fuerzas Armadas (XII)* (Estudio nº 3188). <https://www.cis.es/documents/d/cis/es3188marpdf>
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2015). *La defensa nacional y las Fuerzas Armadas (XI)* (Estudio nº 3110). <https://www.cis.es/documents/d/cis/es3110marpdf>
- Chouza, P. (2022, 1 de junio). Belarra critica que el Gobierno «se pliegue» a «imposiciones externas» al aumentar el gasto militar. *El País*. <https://encr.pw/F6jBF>
- Cortizo, G. (2022, 2 de julio). Feijoo cuestiona la solidez del Gobierno para impulsar una subida en el gasto de Defensa. *elDiario.es*. <https://11nq.com/MK3fW>
- Cué, C. E., García de Blas, E. y Chouza, P. (2022, 30 de junio). Sánchez pide a derecha e izquierda un «acuerdo de país» para aumentar el gasto en Defensa. *El País*. <https://11nq.com/yroyB>
- De la Torre, N. (2022, 2 de julio). El PP amaga con no apoyar el aumento del gasto militar: «Ya veremos si salvamos al soldado Sánchez». *El Mundo*. <https://11nq.com/Jnuuu>

- De Ridder, J. (2021). Deep Disagreement and Political Polarization. En E. Edenberg y M. Hannon (Eds.), *Political Epistemology* (pp. 226-243). Oxford University Press.
- Durán, G. (2022, 30 de junio). Los ministros de Podemos salen en tromba a avisar a Sánchez de que no apoyarán más gasto en Defensa. *Okdiario*. <https://encr.pw/l3ZQh>
- Durán, G. (2022, 30 de mayo). Sánchez pide a los españoles más gasto militar pese a decir que «sobra el Ministerio de Defensa». *Okdiario*. <https://encr.pw/6hNuY>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Escribano, A. (2009). *Las voces del texto como recurso persuasivo*. Arco/Libros.
- Europa Press (2022, 1 de julio). Subirats se desmarca de Unidas Podemos y ve «justificado» incrementar el gasto militar. *El Confidencial*. <https://11nq.com/fpznL>
- Forgette, R. y Morris, J. S. (2006). High-Conflict Television News and Public Opinion. *Political Research Quarterly*, 59(3), 447-456. <https://doi.org/10.1177/106591290605900312>
- Gallardo Paúls, B. (2021). El hablar con intención comunicativa. En O. Loureda y A. E. Schrott (Eds.), *Manual de lingüística del hablar* (pp. 79-94). De Gruyter.
- Galtung, J. (1996). *Peace by Peaceful Means. Peace and Conflict, Development and Civilization*. Sage/PRIO.
- Galtung, J. (1969). Violence, Peace, and Peace Research. *Journal of Peace Research*, 6(3), 167-191. <https://doi.org/10.1177/002234336900600301>
- García, L. B. (2022, 2 de julio). El PP pregunta a Sánchez de dónde saldrá el dinero para aumentar el gasto en defensa. *La Vanguardia*. <https://11nq.com/kFrNd>
- García Orosa, B., Gallur Santorun, S. y López García, X. (2017). El uso del clickbait en cibermedios de los 28 países de la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social*, (72), 1261-1277. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1218>
- Garde-Eransas, E. y Llamas Saíz, C. (2025). Estrategias discursivas y marcas lingüísticas en los titulares *clickbait*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 31(1), 1-13. <https://doi.org/10.5209/EMP.99154>
- Gil, I. (2022, 4 de julio). Podemos define sus exigencias frente al gasto militar: cheque bebé, topar la gasolina o SMI. *El Confidencial*. <https://11nq.com/MUYKo>
- Gil, I. (2022, 15 de marzo). Yolanda Díaz discrepa sobre la decisión de Sánchez de aumentar el gasto en Defensa. *El Confidencial*. <https://11nq.com/TmpfY>
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- Gómez Mompart, J. L. (1982). *Los titulares en prensa*. Mitre.
- Gutmann, A. y Thompson, D.F. (2004). *Why Deliberative Democracy?* Princeton University Press.

- Hänggli, R. y Kriesi, H. (2010). Political Framing Strategies and Their Impact on Media Framing in a Swiss Direct-Democratic Campaign. *Political Communication*, 27(2), 141-157.
<https://doi.org/10.1080/10584600903501484>
- Hartley, T. y Russett, B. (1992). Public Opinion and the Common Defense: Who Governs Military Spending in the United States? *American Political Science Review* 86(4), 905-915.
<https://doi.org/10.2307/1964343>
- Hurrado González, S. (2009). Algunas peculiaridades de los titulares de actos de habla en la prensa española e hispanoamericana. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 14(27), 189-202.
<https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/2410/2172>
- Iyengar, S. (1991). *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*. University of Chicago Press.
- L.A. (2022, 1 de julio). El ministro Joan Subirats se desmarca de Belarra: ve «justificado» el aumento del gasto en Defensa. *El Español*. <https://11nq.com/W57Tt>
- Lewis, J. (2008). The role of the media in boosting military spending. *Media, War & Conflict*, 1(1), 108-117. <https://doi.org/10.1177/1750635207087631>
- Lewis, J. y Hunt, J. (2011). Press coverage of the UK military budget: 1987 to 2009. *Media, War & Conflict*, 4(2), 162-184. <https://doi.org/10.1177/1750635211406012>
- López Pan, F. (2002). Las citas directas en el periodismo escrito. Literalidad y objetividad a la luz de los estudios lingüísticos. *Comunicación y Sociedad*, 15(2), 79-93.
<https://doi.org/10.15581/003.15.36361>
- Lozano, J., Peña-Marín, C. y Abril, G. (1993). *Análisis del discurso: hacia una semiótica de la interacción textual*. Ediciones Cátedra.
- Maingueneau, D. (2021). Palabra muerta, palabra viva: las frases sin texto. En J. Galván y R. Zafra (Eds. lit.), *Dominique Maingueneau: enunciados extraordinarios* (pp. 11-36). Eunsa.
- Mariño, M.V. (2009). Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso. La necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica. En F. Sierra (Coord.), *Iberoamérica: comunicación, cultura y desarrollo en la era digital*. Universidad de Sevilla.
- Martínez Guzmán, V. (2001). *Filosofía para hacer las paces*. Icaria.
- Mateu, V. (2022, 16 de marzo). Belarra rechaza un aumento del gasto militar, pero no dimitirá para no perder el sueldo de 74.858 €. *OKdiario*. <https://11nq.com/Vw7we>
- McLaughlin, B. (2018). Commitment to the Team: Perceived Conflict and Political Polarization. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications*, 30(1), 41-51.
<https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000176>
- Méndez García de Paredes, E. (2001). Aspectos gramaticales y discursivos de los verbos de comunicación. En E. Méndez, J. Mendoza y Y. Congosto (Eds.), *Indagaciones sobre la lengua: estudios de filología y lingüística españolas en memoria de Emilio Alarcos* (pp. 349-370). Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.

- Méndez García de Paredes, E. (2000). La literalidad de la cita en los textos periodísticos. *Revista Española de Lingüística*, 30(1), 147-168.
<http://revista.sel.edu.es/index.php/revista/article/view/1644>
- Méndez García de Paredes, E. (1999). Análisis de la reproducción del discurso ajeno en los textos periodísticos. *Pragmalingüística*, 7, 99-128.
<https://doi.org/10.25267/Pragmalinguistica.1999.i7.04>
- Min, Y. (2004). News Coverage of Negative Political Campaigns: An Experiment of Negative Campaign Effects on Turnout and Candidate Preference. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 9(4), 95-111. <https://doi.org/10.1177/1081180X04271861>
- Moreno Izquierdo, R. (2009). La importancia de la opinión pública española en la fijación de la política y los presupuestos de defensa y en la percepción de las Fuerzas Armadas. En A. Palomar (Dir.), *Régimen jurídico de la industria al servicio de la Defensa* (pp. 85-114). Aranzadi.
- Munive, M. (2016). Periodismo de declaraciones: Cuando la prensa renuncia a ser el lugar de los hechos. *Conexión*, (6), 42-57. <https://doi.org/10.18800/conexion.201602.003>
- Mutz, D. C. y Reeves, B. (2005). The New Videomalaise: Effects of Televised Incivility on Political Trust. *American Political Science Review*, 99(1), 1-15.
<https://doi.org/10.1017/S0003055405051452>
- Nelson, T. E., Clawson, R. A. y Oxley, Z. M. (1997). Media Framing of a Civil Liberties Conflict and Its Effect on Tolerance. *American Political Science Review*, 91(3), 567-583.
<https://doi.org/10.2307/2952075>
- Neuman, W. R., Just, M. R. y Crigler, A. N. (1992). *Common knowledge: News and the Construction of Political Meaning*. The University of Chicago Press
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle. Political Communication in Postindustrial Societies*. Cambridge University Press.
- Ortín, A. (2022, 11 de mayo). Pepe Álvarez, al olor de las sardinas: «Somos pacifistas, pero no es contradictorio con defender el gasto en Defensa». *Okdiario*. <https://encr.pw/yPKN4>
- Redondo García, M. y Campos-Domínguez, E. (2017). El infoentretenimiento y sus efectos a la luz de la ética periodística. En S. Berrocal (Coord.), *Politainment. La política como espectáculo en los medios de comunicación* (pp. 187-204). Tirant lo Blanch.
- Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. Eunsa.
- Santé Abal, J. M. (2022). El debate sobre el presupuesto de Defensa. La asignatura pendiente. Documento de Opinión 45/2022. *Boletín IEEE*, 26, abril-junio, 1053-1068.
<https://www.ieee.es/Galerias/fichero/BoletinesIEEE3/2022/BoletinIEEE26.pdf>
- Sela, L. (2022, 2 de julio). Sánchez rechazaba subir al 2 % el gasto militar «en el marco de la OTAN» en su plan para liderar el PSOE. *Okdiario*. <https://11nq.com/y73NP>

-
- Semetko, H.A. y Valkenburg, P.M. (2000). Framing European politics: A Content Analysis of Press and Television News. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x>
- Schuck, A. R. T., Vliegenthart, R. y de Vreese, C. H. (2016). Who's Afraid of Conflict? The Mobilizing Effect of Conflict Framing in Campaign News. *British Journal of Political Science*, 46(1), 177-194. <https://doi.org/10.1017/S0007123413000525>
- Thorson, E., Ognianova, E., Coyle, J. y Denton, F. (2000). Negative Political Ads and Negative Citizen Orientations toward Politics. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 22(1), 13-40. <https://doi.org/10.1080/10641734.2000.10505099>
- Tian, N., Lopes da Silva, D., Béraud-Sudreau, L., Liang, X., Scarazzato, L. y Assis, A. (2023). Developments in Military Expenditure and the Effects of the War in Ukraine. *Defence and Peace Economics*, 34(5), 547-562. <https://doi.org/10.1080/10242694.2023.2221877>
- Van der Goot, E., Kruikemeier, S., de Ridder, J. y Vliegenthart, R. (2022). Online and Offline Battles: Usage of Different Political Conflict Frames. *The International Journal of Press/Politics*, 29(1), 26-46. <https://doi.org/10.1177/19401612221096633>
- Vicente Mateu, J. A. (2007). Discurso reproducido e interpretación de la fuerza ilocutiva en la prensa escrita. *Revista de investigación lingüística*, (10), 225-242. <https://revistas.um.es/ril/article/view/4831>
- Vliegenthart, R., Boomgaarden, H. G. y Boumans, J. W. (2011). Changes in political news coverage: Personalization, conflict and negativity in British and Dutch newspapers. En K. Brants y K. Voltmer (Eds.), *Political Communication in Postmodern Democracy: Challenging the Primacy of Politics* (pp. 92-110). Palgrave Macmillan.
- Vliegenthart, R., Schuck, A. R. T., Boomgaarden, H. G. y de Vreese C.H. (2008). News Coverage and Support for European Integration, 1990-2006. *International Journal of Public Opinion Research*, 20(4), 415-439. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edn044>