

Ocho de cada diez titulares de prensa con citas textuales de políticos "están manipulados"

Un estudio de la UGR ha analizado la publicación de los debates del Estado de la Nación celebrados durante la Democracia

REDACCIÓN / GRANADA | ACTUALIZADO 13.11.2009 - 01:00

0 comentarios 0 votos    

Casi nueve de cada diez titulares de prensa que citan palabras textuales de los políticos presenta algún tipo de manipulación y sólo el 12% de ellos son estrictamente rigurosos, según un estudio del departamento de Lengua Española de la Universidad de Granada.

Las manipulaciones a las que se refiere la investigación, llevada a cabo por el profesor de ese departamento Francisco José Sánchez, están relacionadas con "amputaciones parciales" de las declaraciones realizadas y "alteraciones en palabras o sintagmas enteros".

El estudio ha analizado los titulares de prensa generados por todos los debates del Estado de la Nación celebrados durante la Democracia española.

Para llevarlo a cabo, el investigador manejó dos corpus documentales: los titulares periodísticos de todos los diarios nacionales (*ABC, El Mundo, El País, Diario 16, La Razón, La Vanguardia* y *Ya*) que versan sobre los debates del Estado de la Nación desde 1983, cuando se iniciaron, hasta 2007 y todos los debates originales que han dado lugar a dichas informaciones.

El número de encabezamientos analizados en este trabajo (2.557) lo convierte en el corpus de titulares periodísticos más extenso analizado hasta la fecha en España, según la Universidad.

El investigador apunta que si los titulares que emplean el estilo directo están manipulados, "la adulteración es aún mayor cuando la prensa opta por citar de forma indirecta las palabras de los políticos", ya que en la mayoría de los casos los periodistas "optan por emplear verbos negativos que sirven para dañar indirectamente la imagen del autor de las declaraciones", como "acusar", "criticar", "rechazar" y "exigir".

Según la Universidad, el trabajo ha revelado además las estrategias más frecuentes de tratamiento de las informaciones políticas para favorecer una imagen positiva del partido afín. Las estrategias persuasivas más frecuentes son los recursos retóricos (metáforas), la falacia, la tergiversación de las citas directas y, sobre todo, el uso de contenidos ideológicos implícitos en las noticias.

0 comentarios 0 votos    

0 COMENTARIOS

Su comentario

Nombre *

Email (no se muestra) *

Blog o web

Publicar información



Introduce el código de la imagen

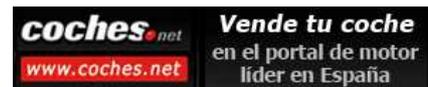
Acepto las cláusulas de privacidad

ENVIAR COMENTARIOS

[Ver todos los comentarios](#)

Normas de uso

Este periódico no se responsabiliza de las opiniones vertidas en esta sección y se reserva el derecho de no publicar los mensajes de contenido ofensivo o discriminatorio.



GALERÍA GRÁFICA



Exposición de taxidermia

En la exposición del Parque de las Ciencias de Granada se muestran 112 grandes mamíferos conservados mediante el arte de la taxidermia.

GALERÍA GRÁFICA



Calor en Granada

La ola de calor mantiene a Granada en alerta naranja.

GALERÍA GRÁFICA



Incendio en el Pub Ganivet 13

Los techos de la discoteca sedesplomaron cuando los bomberos entraron al lugar.



FIESTAS DEL CORPUS 2009
Toda la información del Corpus de Granada 2009

ENCUESTA

¿Cree que el Ayuntamiento debería retirar el monolito dedicado a Primo de Rivera?

Han contestado 2594 personas

Sí