

## NOTICIA AMPLIADA



Imagen: [www.sxc.hu](http://www.sxc.hu) (Sanja Gjenero)

**Un investigador de la Universidad de Granada ha analizado por primera vez todas las noticias publicadas en los principales periódicos españoles nacionales acerca de todos los debates sobre el Estado de la Nación**

## ESTUDIOS E INVESTIGACIONES

## ¿Los medios manipulan o no son neutrales?

Universidad de Granada

Los medios manipulan, o eso es lo que revela una investigación llevada a cabo por el profesor Francisco José Sánchez García, del departamento de Lengua Española de la Universidad de Granada, y dirigida por la profesora M<sup>a</sup> Ángeles Pastor Milán. Según este estudio, nueve de cada 10 titulares de prensa que "supuestamente" citan palabras textuales de los políticos, presentan algún tipo de modificación.

18/11/2009



Para llegar a esta conclusión, el profesor Sánchez García ha analizado los titulares de prensa relacionados con los **debates del Estado de la Nación celebrados durante toda la Democracia Española**. Lo grave es que, entre sus conclusiones, afirma que **sólo el doce por ciento de los titulares son estrictamente rigurosos**, ya que el resto sufren "amputaciones parciales y alteraciones en palabras o sintagmas enteros".

El investigador se ha apoyado en dos ejes principales para desarrollar este estudio. En primer lugar, examinó los **titulares de prensa de todos los diarios españoles** (*ABC, El Mundo, El País, Diario 16, La Razón, La Vanguardia* y *Ya*) que trataban sobre los debates del Estado de la Nación, desde el año 1983 hasta 2007. Su segundo objeto de estudio fueron todos los **debates originales** que han permitido la publicación de esas noticias.

Sánchez García alerta de la **gran manipulación periodística**, ya que hasta los titulares que emplean el estilo directo están manipulados. No obstante, la adulteración se hace más notable en las **citaciones de estilo indirecto**, ya que en general, los

periodistas "optan por emplear verbos negativos que sirven para dañar indirectamente la imagen del autor de las declaraciones, como *acusar, criticar, rechazar o exigir*".

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**.

### Diferencias entre Gobierno y oposición

Otro de los puntos analizados por el profesor de la UGR es el tratamiento dedicado por los periódicos al partido gobernante o a la oposición. De esta forma, revela las **estrategias** más frecuentes de tratamiento de las informaciones políticas para **favorecer una imagen positiva del partido afín**. En este sentido, las herramientas 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.

La investigación de la UGR ha comprobado por primera vez que "el lenguaje de la izquierda y la derecha no presenta diferencias significativas, pero sí es posible establecer una **divisoria clara entre el lenguaje del Gobierno y el de la Oposición**", o lo que ha denominado Sánchez García como "enfoque vertical" del análisis ideológico. Explica que el lenguaje empleado depende más del rol político desempeñado que de la adscripción partidaria (izquierda-derecha).

De esta forma, el lenguaje del Gobierno es principalmente "**descriptivo, técnico, formal y más personalista**" (se emplea más el pronombre personal de primera persona del singular, 'yo'), mientras que el lenguaje del principal partido de la oposición presenta más rasgos coloquiales, y busca ser más cercano a los ciudadanos "mediante el empleo del pronombre 'nosotros', algo que el Gobierno hace con mucha menos frecuencia".

Un dato complementario es la utilización por parte de la oposición de muchas **más metáforas** en sus discursos que el propio Gobierno. Entre ellas destacan las metáforas estructurales ("la política es una batalla", "la política es un juego", "los problemas son fenómenos meteorológicos", "el Gobierno es un barco", "la nación es un campo"); las metáforas de rumbo y dirección ("la política es un camino"); los conceptos metafóricos (arriba es bueno, abajo es malo, cerca es bueno, lejos es malo), y las metáforas ontológicas de objeto ("el Gobierno es una máquina").

El autor de este trabajo concluye que aunque la prensa española actualmente pueda presumir de ser independiente, "en la práctica **diste mucho de ser neutral**".

Con el  
mecenazgo de



Ciudad Grupo Santander  
Avda. de Cantabria, s/n - 28660  
Boadilla del Monte  
Madrid, España