

Universidad de Granada, Francisco José Sánchez, se dispuso a analizar todas las noticias publicadas en los principales periódicos españoles acerca de los debates del Estado de la Nación, con el objetivo de descubrir sus estrategias de manipulación y, sobre todo, por qué son tan eficaces. El lingüista, experto en comunicación política, tras firmar este estudio basado en más de 2.500 titulares -el más extenso analizado hasta la fecha en España- asegura que para los medios "es imposible conciliar neutralidad e ideología" y que la única salida que le queda" />

- NUESTRA RED:
- [elEconomista.es](#)
- [EcoDiario.es](#)
Actualidad general
- [EcoTrader](#)
Cómo invertir
- [Ecomotor.es](#)
Actualidad del motor
- [Ecoaula.es](#)
Formación y empleo



Ecoaula.es Buscar

- [elEconomista.es](#)
- [Edición impresa](#)
- [Masters](#)
- [Primer empleo](#)
- [Universidad](#)
- [Foro de Ecoaula](#)
- [Blog Cuestiones Vitales](#)
- [elEco del Mercado](#)

"En los medios actuales, es imposible conciliar neutralidad e ideología"

María L.Moratilla | 3/02/2010 - 13:01



Cualquier ciudadano informado sabe que los diarios tienen líneas editoriales diversas y que los medios de comunicación manipulan". Con esa base tan clara, el profesor del departamento de Lengua Española de la **Universidad de Granada**, Francisco José Sánchez, se dispuso a analizar todas las noticias publicadas en los principales periódicos españoles acerca de los debates del Estado de la Nación, con el objetivo de descubrir sus estrategias de manipulación y, sobre todo, por qué son tan eficaces. El lingüista, experto en comunicación política, tras firmar este estudio basado en más de 2.500 titulares -el más extenso analizado hasta la fecha en España- asegura que para los medios "es imposible conciliar neutralidad e ideología" y que la única salida que le queda a la prensa es "aliarse con ciertas corrientes ideológicas para hacerse un hueco en el mercado".

P Casi 9 de cada 10 titulares de prensa están manipulados. ¿Qué explicación da usted a esto?

R Influyen factores de muy distinta naturaleza: en unos casos el redactor busca solo pulir y organizar la declaración del líder político, eliminando incongruencias o repeticiones. Normalmente, un titular no debe ocupar más de 12 ó 13 palabras, de manera que muchas declaraciones se acortan para poder ser encajadas en dicho espacio, y aunque formalmente no coincidan con las palabras del emisor, el contenido no sufre alteraciones significativas. En cambio, en muchos titulares del corpus estudiado sí que he hallado una intención tendenciosa, bien mediante el empleo de verbos que aportan una imagen negativa del político (criticó, amenazó, advirtió), o alterando directamente las palabras originales del emisor para enfatizar aquello que más interesa al medio en cuestión. Esta tergiversación deliberada sí obedece a razones ideológicas.

P Además de en el titular, ¿qué recursos ha descubierto que emplean los periodistas para 'manipular' o transmitir opinión?

R En los titulares, destaca, aparte de la manipulación de las declaraciones políticas, la inclusión de contenidos implícitos, que no son expresados de forma directa, por lo que la responsabilidad de su reconstrucción corresponde al lector. Naturalmente, los medios se valen de otros recursos para acomodar las informaciones a su línea editorial, que tienen más que ver con el contenido mismo de las informaciones y con su visibilidad en el medio. Así, por ejemplo, las noticias positivas relativas al partido afín al diario suelen tener un tratamiento más extenso y destacado, al igual que los aspectos que perjudiquen al partido contrario; del mismo modo, aquello que perjudique al partido afín o los éxitos del partido contrario será minimizado.

P Su estudio deja patente que no existen diferencias en el lenguaje que emplean los políticos de izquierdas o derechas, pero sí entre Gobierno y oposición.

R En contra de lo que cabía esperar, no son significativas las diferencias entre el lenguaje de la izquierda y la derecha, salvo en que unos y otros usan (o evitan) determinadas voces en sus discursos. Llama más la atención, en efecto, el drástico cambio de lenguaje entre roles políticos, que se puede comprobar si examinamos los discursos antes y después de que tenga lugar la alternancia en el poder. Este es un fenómeno observable en todas las legislaturas en las que

tal alternancia se ha producido; y además, dicha diferencia se manifiesta en todos los niveles lingüísticos, incluyendo el plano retórico y argumentativo. Así, el lenguaje del Gobierno es esencialmente descriptivo, técnico, denotativo y formal, y también más personalista, mientras que la oposición se caracteriza por emplear un registro más connotativo, con mayores rasgos coloquiales y mucho más metafórico.

P ¿Es posible abordar la información política desde un medio y no caer en la 'tentación' ideológica? ¿Existe la objetividad en la información política?

R Creo que la ideología lo impregna todo, y es muy difícil para un medio sustraerse a su influencia. Pero es preciso matizar qué entendemos por ideología: si nos fijamos en la clásica polarización entre izquierda y derecha, convendríamos que la sociedad española va camino de desideologizarse; en cambio, si definimos el término como "sistema de creencias compartidas socialmente", en general, queda claro que la prensa se cobija bajo idearios más o menos complejos, que no tienen por qué coincidir necesariamente con los de un partido concreto, aunque esto último sea lo más frecuente. En la actualidad, la prensa está dominada por intereses económicos más que ideológicos, pero es un hecho que los medios se decantan por uno u otro partido, aunque sea una estrategia para ocupar un determinado nicho de mercado. En cuanto a la objetividad, ese debate está superado: en la prensa, como en la vida diaria, no podemos aspirar a ser objetivos.

P ¿Está reñida la neutralidad de la prensa con la independencia?

R Pienso que es imposible conciliar neutralidad e ideología. Un medio es independiente o no, no puede serlo a medias. Los medios españoles son independientes en la medida en que no están controlados -estrictamente- por ningún órgano de poder; no obstante, eso no quiere decir, ni mucho menos, que la prensa sea neutral, porque el hecho de que no haya control externo no obsta para que deje de ser una parte interesada en la disputa por el poder. En otras palabras, a la prensa no le queda otro remedio que aliarse con ciertas corrientes ideológicas para hacerse un hueco en el mercado. Probablemente, un diario que fuera realmente independiente no tendría mucho que hacer en el panorama periodístico actual.

P De un tiempo a esta parte, la polarización de la sociedad española en torno a los dos partidos mayoritarios es un hecho. ¿Qué papel ha jugado el lenguaje de ambos partidos en ello?

R Esa polarización política es también una polarización lingüística, pero no se explica por razones que tengan que ver con el uso de la lengua, sino más bien con la repercusión de los debates políticos y los diferentes soportes que sirven para transmitir los discursos a los ciudadanos. La retórica parlamentaria española actual tiene poco que ver con la de los dirigentes de la II República, por ejemplo, que siguen siendo un referente por su brillantez retórica. Hoy interesa más construir discursos repletos de frases efectistas, a menudo huecas o falaces, que por su gancho formal garantizan un titular al día siguiente, aparte de su difusión a través de los informativos de televisión y radio. Dicho de otro modo, interesan más las palabras que puedan conmover que el fondo mismo del mensaje.



- [Más leídas en ecoAula.es](#)
- [elEconomista.es](#)
- [Por qué crear una universidad corporativa](#)
- ["En los medios actuales, es imposible conciliar neutralidad"](#)
- [Premio a quien se atreva a montar una empresa](#)
- ["Las empresas valoran la enseñanza práctica de nuestros títulos"](#)
- [Mañana en elEconomista: El Banco de España, dispuesto a intervenir](#)
- [Más noticias](#)



Ley para la Formación Profesional

[¿Qué saben de economía los alumnos de secundaria?](#)

Jóvenes emprendedores

[Un aluvión de becas impulsa la nueva FP](#)

Tecnología que circula en la calle

[El repostaje del coche eléctrico, un negocio](#)

2009 Ecoprensa S.A. - Todos los derechos reservados - [Nota Legal](#) - [Quiénes somos](#) - [Suscripciones](#) - [Publicidad](#) - [Newsletters](#) - [RSS](#) - [Archivo](#)