

# **El Discurso Social en España**

Autor:

Francisco Leslie López del Castillo Wilderbeek

Tesis Doctoral UPF 2018

Director:

Carlos A. Scolari

Departamento de Comunicación



*A mi esposa y mis hijos*



## Agradecimientos

A mi familia.

A mi director Carlos A. Scolari por ser el mejor guía para una travesía de cuatro años.

Al ingeniero Alejandro Fonteboa por volcar su enorme talento en la parte técnica.

A todos los trabajadores de Acceso Group por ser tan extremadamente buenos en lo que hacen cada día.

Al Sr. Romo Asenjo por sus sabios consejos hace ya una década.

## **Fe de erratas**

### **Página 17**

En el párrafo quinto donde dice: “Alsina, M. R.”, debe decir “Rodrigo Alsina, M.”

### **Página 24**

En el párrafo primero donde dice: “(McCombs y Valenzuela, 2014, p.2)”, debe decir “(Valenzuela y McCombs, 2014, p.635)”

### **Página 29**

En el párrafo cuarto donde dice: “Kayser (1965) afirma”, debe decir “Kayser, Mouton y Yebra (1965) afirman”

### **Página 295**

En el párrafo sexto donde dice: “Alsina, M. R.”, debe decir “Rodrigo Alsina, M.”

## Resumen

Esta investigación se ha propuesto la comprensión de todo el flujo discursivo de una sociedad en un tiempo determinado. Semejante esfuerzo ha tomado como referente los trabajos del historiador de las ideas Marc Angenot que en su obra *El discurso social* (2010) se fijó como objetivo interpretar toda la materia escrita en la Francia de 1889.

La dimensión de producción de contenidos actual ha obligado a la extensión de los campos discursivos en los que observar la voz de una sociedad. Este cambio cuantitativo ha supuesto la aplicación de metodologías diversas desde modelos para el procesamiento de grandes volúmenes de textos hasta el análisis semio-discursivo de muestras significativas obtenidas computacionalmente.

El resultado final tanto por las conclusiones obtenidas como por el trayecto realizado supone el intento de trasladar un concepto de límites extensos a un método definido y fructífero.

## Abstract

This research has proposed the understanding of the entire discursive flow of a society in a given time. Such effort has taken as reference the work of the historian of ideas Marc Angenot who in his work *The social discourse* (2010) intended to interpret all the written material in the France of 1889.

The dimension of current content production has forced the extension of discursive fields in which to observe the voice of a society. This quantitative change has involved the application of diverse methodologies from models for the processing of large volumes of texts to the semio-discursive analysis of significant samples obtained computationally.

The final result both by the conclusions obtained and by the path taken is the attempt to transfer a concept of extended limits to a concrete and fruitful method.

## Prefacio

La comprensión de todo lo que habla una sociedad supone un reto complejo para un investigador. Resulta evidente que la amplitud de las formas y espacios donde este relato se configura supone un obstáculo insalvable sin el uso de la tecnología, pero no sólo esta es necesaria.

El contexto en que se produce el conocimiento científico relacionado con el fenómeno *Big Data* se encuentra en plena sintonía con el paradigma positivista. Sin embargo, y teniendo en cuenta que la aproximación a las ciencias computacionales resulta un requerimiento para poder manejar una cantidad inabarcable de textos, es el ámbito de las *Digital Humanities* el que puede dar comprensión por encima de los simples resultados numéricos.

La comunión de la tecnología con la voluntad inequívoca de trascender la mera observación estadística es un espacio que puede ser escrutado desde diferentes perspectivas. En este trabajo el análisis semio-discursivo y la visualización de representaciones gráficas han sido herramientas útiles para coordinar el esfuerzo único de interpretar un fenómeno que ya ha sido observado en otros escenarios.

Un intento que espera servir de humilde ejemplo sobre las opciones que ofrece el presente al interés investigador.

# SUMARIO

---

Resumen .....	1
Prefacio .....	2
<b>1. Introducción .....</b>	<b>7</b>
<b>2. Objetivos y preguntas de investigación .....</b>	<b>9</b>
<b>3. Marco teórico .....</b>	<b>13</b>
3.1 Análisis del Discurso Social .....	13
3.2 Enfoque cuantitativo .....	14
3.2.1 Procesamiento de Lenguaje Natural .....	14
3.2.2 <i>Digital Humanities</i> .....	17
3.3 <i>Agenda Setting</i> .....	22
3.4 Análisis semio-discursivo .....	27
<b>4. Metodología .....</b>	<b>39</b>
4.1 Introducción .....	39
4.2 Corpus de textos para la investigación .....	40
4.2.1 Criterios .....	40
4.2.2 Universo .....	41
4.2.3 Descarga de contenidos .....	41
4.2.4 Determinación de los objetos del discurso .....	45
4.2.5 Primer test parcial de metodología .....	45
4.3 Plataforma para el procesamiento textual de noticias y UGC (PPTNU) .....	48
4.3.1 <i>Tokenización</i> .....	49
4.3.2 Palabras excluidas en el procesamiento ( <i>stop-words</i> ) .....	50
4.3.3 Algoritmo de recuento simple .....	51
4.3.4 Test de confiabilidad de plataforma .....	55
4.3.5 Test de procesamiento y de metodología de delimitación discursiva .....	56
4.4 Criterios de procesamiento para la obtención de combinaciones .....	67
4.5 Cuadro de criterios para la validación de <i>trending topics</i> .....	68
4.6 Cuadro de criterios para la validación de combinaciones .....	71
4.7 Jerarquización de las combinaciones que se han aceptado en la investigación .....	78
4.8 Criterios para conversión de combinaciones o <i>trending topics</i> en objetos del discurso .....	79
4.8.1 Filtrado de mensajes de Twitter por localización .....	82
4.9 Cuantificación y selección de franjas de análisis .....	85

4.10 Determinación del objeto del discurso tomando como referencia la franja de mayor actividad .....	88
4.10.1 Duplicación de textos .....	91
4.11 Diagrama de flujo.....	92
4.12 Análisis semio-discursivo .....	93
4.12.1 Variables interdiscursivas .....	93
4.12.2 Entidades del discurso .....	94
4.12.3 Elementos semióticos.....	97
4.12.4 Recursos retóricos .....	101
4.13 Visualización .....	105
4.13.1 Dendrogramas de conceptos .....	105
4.13.2 Líneas de tiempo .....	107
4.13.3 Hipergrafos.....	108
<b>5. Análisis .....</b>	<b>111</b>
Introducción.....	111
5.1 Bloque Política.....	114
5.1.1 Pacto de Gobierno PSOE – Ciudadanos.....	114
5.1.2 La no derogación de la reforma laboral tras el pacto PSOE - Ciudadanos .....	126
5.1.3 Negociaciones entre PSOE – IU – Compromís – Podemos.....	128
5.1.4 David Cameron acuerda un estatus especial del Reino Unido dentro de la UE.....	138
5.1.5 Celebración de la cumbre <i>Plan B</i> contra las políticas de austeridad .....	145
5.1.6 El Ayuntamiento de Madrid cambia el nombre de la Semana Santa .....	149
5.2 Bloque Corrupción .....	154
5.2.1 Rita Barberá acusada de financiación ilegal en el Ayuntamiento de Valencia ...	154
5.2.2 Juicio contra Iñaki Urdangarin y Diego Torres por el caso Nóos .....	161
5.3 Bloque Movimientos Sociales .....	169
5.3.1 Campaña del Frente Juvenil Hogar Social de Madrid contra la discriminación positiva.....	169
5.3.2 Presentación del informe anual de Amnistía Internacional.....	171
5.3.3 Alejandro Sanz detiene un concierto para recriminar una agresión sexista .....	174
5.3.4 El periodista Jordi Évole anima a conocer el origen de la ropa que se compra en Europa .....	177
5.4 Bloque Personajes públicos .....	182
5.4.1 Fallecimiento del intelectual Umberto Eco .....	182
5.5 Bloque TV .....	191

5.5.1 Emisión del programa <i>En tu casa o en la mía</i> con la participación del futbolista Iker Casillas .....	191
5.5.2 Emisión del primer capítulo de la nueva temporada de <i>El príncipe</i> .....	194
5.5.3 Emisión del programa 24 del espacio televisivo <i>Volverías con tu ex</i> .....	195
5.5.4 Emisión del programa 29 del espacio televisivo <i>Volverías con tu ex</i> .....	196
5.6 Bloque Acontecimientos .....	199
5.6.1 Celebración del <i>Mobile World Congress 2016</i> en Barcelona.....	199
5.6.2 Celebración de la entrega de los premios Oscar .....	206
5.6.3 Celebración del congreso Comunica2 en Gandía.....	214
5.7 Bloque Tecnología .....	219
5.7.1 Presentación del teléfono móvil Samsung Galaxy S7 .....	219
5.7.2 Presentación del teléfono móvil Xiaomi Mi5.....	219
5.8 Bloque Deportes .....	221
5.8.1 Celebración del partido de fútbol Real Madrid – Atlético de Madrid .....	221
5.8.2 Celebración de la semifinal de la Copa del Rey de Baloncesto Real Madrid – Baskonia .....	226
5.8.3 Celebración del partido de fútbol U.D. Las Palmas – FC Barcelona .....	230
<b>6. Conclusiones</b> .....	<b>235</b>
6.1 La delimitación del Discurso Social.....	235
6.1.1 Temas y discursos principales expresados dentro del Discurso Social .....	236
6.1.2 Las hegemonías discursivas.....	240
6.2 La interpretación del Discurso Social.....	255
6.2.1 Entidades del discurso .....	256
6.2.2 Personificaciones, hipérboles, eufemismos, metáforas .....	257
6.2.3 Temas .....	260
6.2.4 Motivos .....	262
6.2.5 Isotopías.....	263
6.2.6 Oposiciones.....	264
6.2.7 Analogías.....	270
6.3 Ideas y discursos transversales .....	277
6.3.1 Ideologema: las representaciones del poder .....	279
6.3.2 Ideologema: los estereotipos de género .....	282
<b>7. Trabajos futuros</b> .....	<b>289</b>
7.1 El Procesamiento de Lenguaje Natural como base para la obtención de muestras relevantes .....	289

7.2	Twitter como fuente de datos geolocalizados .....	291
7.3	Geolocalización y privacidad en Twitter.....	292
<b>8.</b>	<b>Bibliografía.....</b>	<b>295</b>
	Anexos.....	311
	Anexo 4.1 Parrilla de TV que ha servido de universo.....	311
	Anexo 4.2 Parrilla de radio que ha servido de universo .....	312
	Anexo 4.3 Resultados cuantitativos obtenidos mediante Elastic Search.....	313
	Anexo 4.4 <i>Stop-lists</i> empleados en la investigación .....	316
	Anexo 4.5 Noticias analizadas para verificar confiabilidad de plataforma.....	320

# 1. Introducción

¿Cómo aparecerá España en los libros de historia de las próximas décadas o en el siguiente siglo? Seguramente los temas de interés, la *doxa* repetida por los medios y por las redes se recordará dentro de una cadena lógica de acontecimientos. También posiblemente alguna visión reduccionista podría comprimir el maremágnum discursivo en un titular de prensa o en un *trending topic* de origen cuantitativo.

Difícilmente la totalidad de lo que ha sido dicho y especialmente lo que estaba en condiciones de decirse por parte de una sociedad se puede comprimir en un único lema. Por muy convincente que este sea y por muy hegemónico que parezca.

Esta meta en sí misma: estudiar la producción discursiva de una sociedad más allá de la evidencia de los acontecimientos interpretados a posteriori ha sido el objetivo del historiador de las ideas Marc Angenot, cristalizado en su obra *El discurso social* (2010<sup>1</sup>). En ella el estudioso escoge un momento y un lugar para abstraer y extraer las relaciones lógicas discursivas tanto en lo expresado como en lo que no puede enunciarse, simplemente por ser inconcebible dentro de una sociedad.

El **Discurso Social** se puede definir como todo aquello editado, emitido o hecho público en una sociedad; tanto en su dimensión material como los argumentos e ideas profundas que lo hacen posible y admisible.

El proyecto que se va a desplegar en las siguientes páginas pretende retomar y avanzar un paso más en esta idea de análisis: la interpretación de todo lo que se dice en sociedad. Se intentará añadir, dentro de su sentido exploratorio, un haz de conocimiento, por tenue que este sea, a un fenómeno extenso y no suficientemente estudiado.

Para ello, se tratará la integración de aproximaciones semiótico-discursivas con metodologías de carácter cuantitativo, siempre desde la cautela del que hace camino en terreno inhóspito, sin arrogarse facultades propias del positivismo como la extrapolación o la generalización de los resultados.

---

<sup>1</sup> Publicado originalmente en francés: Angenot, M. (1989). *1889: un état du discours social*. Longueuil, Québec: Le Préambule.

¿Qué se dice en España tanto en sus medios como en sus plataformas sociales? ¿De qué hablan los españoles en esos entornos mediáticos? ¿Qué discursos “tienen un precio, se demandan, se ofrecen y se intercambian”? (Angenot, 2010, p. 78)

Si por su parte Angenot recogió la materia escrita de finales del siglo XIX esta propuesta tendrá en cuenta los cauces del multimedia digital en el tiempo presente. Si Angenot manifestó sus conclusiones de manera lineal haciendo uso del conocimiento interiorizado de un erudito este proyecto se esforzará en elevar una estructura metodológica lo más detallada posible, basada en la replicación y amparada por herramientas tecnológicas que permitan el análisis y la interpretación de ingentes cantidades de información. Esta aproximación a la técnica, inevitable ante el tamaño de la empresa emprendida, se tratará con las mayores precauciones posibles intentando que no sea impedimento para alcanzar conclusiones que lleguen más allá de la evidencia de los números y que tampoco sean rehenes de estos.

## 2. Objetivos y preguntas de investigación

- 1) Describir, identificar y jerarquizar el Discurso Social en España.

La interpretación de Discurso Social, como concepto de límites extensos y difusos al mismo tiempo, obliga a un ejercicio de concreción sobre el tiempo y el espacio en el que se va a indagar su existencia.

Como resultado de los avances en la capacidad productiva de los medios de comunicación institucionales y por la reciente importancia de los usuarios individuales como actores reconocibles resulta necesario, no sólo marcar una franja temporal, sino también los espacios relevantes y los canales que componen del Discurso Social.

Por tanto esta investigación se pone como primer objetivo enumerar los canales representativos que actualmente son pilares para la comprensión del todo discursivo, identificar como señala Angenot “un cuadro de los temas” (2010, p. 22) y poner en común con una metodología precisa los asuntos detectados y su posición en el Discurso Social.

La constitución del repertorio de asuntos esenciales, tanto señalados por medios institucionales como por los usuarios en medios sociales, representará una base sólida desde la que iniciar el estudio de la voz de una sociedad en un tiempo. Este objetivo resulta en sí mismo una contribución investigadora pues se basará en criterios completamente objetivos y replicables capaces de generar un corpus de análisis pertinente y relevante.

Además, la determinación de los temas preponderantes puestos en discurso, será señal inequívoca e indicadora de los intereses en una sociedad en su dimensión más superficial y evidente. Intereses que pondrán ponerse en relación para la averiguación de ciertos lugares comunes.

- ¿Cuáles son los temas y discursos principales expresados dentro de ese Discurso Social?

Por un lado se pretende la determinación mediante técnicas cuantitativas de los temas o asuntos más importantes dentro de un universo amplio. Esta primera observación permitirá la construcción de modelos que incluyan las características definitorias de cada discurso relacionado con ese tema.

Además la confrontación de los temas discursivos preeminentes permitirá una comprensión parcial sobre las tensiones generadas dentro de la agenda mediática que establece cada medio y con especial importancia en relación a su fuente de origen (institucional o de usuarios individuales).

Desde una perspectiva operativa se tomarán las siguientes consideraciones:

Como **tema** u **objeto del discurso** entenderemos un asunto informativo o núcleo fundamental tratado por medios de comunicación o hecho público por otras vías que se ha deducido y delimitado a través del procesamiento del universo de origen.

Como **discurso** entenderemos todos aquellos textos correspondientes a las características delimitadas por cada tema observado en todo el universo. Todos los discursos serán referentes a un tema (p. ej. discurso sobre el pacto de Gobierno PSOE – Ciudadanos).

- 2) Identificar y analizar los elementos del significado de estos discursos además de las interdiscursividades subyacentes y la consiguiente estructuración de formaciones discursivas.

El escrutinio de las muestras textuales más significativas de cada discurso se llevará a cabo con la voluntad de definir elementos concretos de cada texto que puedan ser aislados para su estudio y que a su vez posean una vis expansiva.

La observación de estas unidades usando criterios de significación y preponderancia será el fundamento sobre el que elaborar mapas de coincidencia respecto el sentido interno de los asuntos del discurso delimitados con anterioridad. Esta comparativa, basada en elementos relevantes dotados de significado, permitirá la obtención de una visión global sobre el campo de significación inserido en los temas mediáticos representativos.

- ¿Cómo se dispersan dentro del Discurso Social los elementos generadores de sentido? (entidades del discurso, categorías semióticas, recursos retóricos)

Superando la mera acumulación de fenómenos del significado se pretende la observación de sus lógicas de repartición entre textos y especialmente entre discursos o agrupaciones de discursos. De esta forma se esperan comprender las posibles dinámicas hegemónicas que nutren de sentido a los diferentes discursos que han sido delimitados llegando incluso a

formular discursos independientes, resultado de interdiscursividades recurrentes en estratos no superficiales. Estos patrones ineludibles y autónomos representan una dimensión del Discurso Social de enorme relevancia para la comprensión global de este ya que son el reverso oculto una vez superada la simple observación temática.

- ¿Cuáles son los discursos transversales que atraviesan diferentes temáticas y diferentes discursos?

Una cuestión tratada por Angenot en su perspectiva del Discurso Social es la existencia de discursos que sólo pueden encontrarse a niveles profundos y cuya visibilidad no corresponde con acontecimientos identificables por su características externas o por vincularse a temáticas consensuadas. El Discurso Social se sustenta eminentemente por las ideologías comunes en una sociedad, incuestionables en la psique colectiva y que luchan por emerger discursivamente mediante fenómenos del significado.

Se pretende por tanto obtener la visión global tanto del repertorio jerarquizado de temas que compone la agenda mediática como de las ideas transversales que aparecen en esta agenda independientemente de formar parte de determinados asuntos. Este ejercicio de exploración y comprensión sobre una parte significativa del todo discursivo espera determinar cuál es la voz de la sociedad en España en un momento determinado, no sólo en su faceta perceptible y agrupable sino también en una dimensión más profunda que no puede desligarse de aquella que se habrá cuantificado.



### 3. Marco teórico

La andadura de este proyecto se inicia desde un conjunto de conocimientos previos. El referente teórico principal proviene de los trabajos del historiador de las ideas Marc Angenot. Especialmente pertinente como base primordial se tendrá en cuenta su obra *El discurso social* (2010).

En este trabajo el investigador aprehende toda la producción escrita en Francia durante 1889 con la voluntad de hallar en ese espacio-tiempo el modo aceptable para la representación de la realidad. Semejante punto de partida supone evitar la mera descripción acumulativa y comparativa entre los temas *de moda* en un momento y lugar. Al contrario, más allá de esto, Angenot prefiere indagar en las zonas de intercambio entre discursos, en el campo ya existente sobre el que se siembran los mensajes y en los intereses sociales creados artificialmente por la hegemonía discursiva.

Además también examina aquello que no puede expresarse, sencillamente porque es impensable dentro del conjunto de reglas dominantes. El Discurso Social busca encontrar los cánones y las ideas legitimadoras que formulan una visión del mundo, no el éxito o preponderancia mediática de un determinado asunto.

Tal como señala Angenot “discurso social” designa tanto la “totalidad de la producción ideológico-semiótica propia de una sociedad” (1998, p. 21) como los mecanismos invisibles que hacen que esta exista. Esta totalidad se expresa en todo lo que se dice, imprime o publica en formato digital, y en la “producción social del sentido y de la representación del mundo” (1998, p. 18). Ahora bien, pese a lo expansivo de la definición, su trabajo se circunscribió a contenidos publicados en medios de comunicación social por las evidentes exigencias de preservación.

#### 3.1 Análisis del Discurso Social

Como señala Angenot (1998, p. 24) el análisis del discurso social debe ser interdisciplinario e integrar (entre otros) métodos del análisis de contenido, de la semiótica y del análisis del discurso.

A su vez, el análisis del discurso stricto sensu es una disciplina transversal sobre la que se establecen tres maneras de aproximarse (Charaudeau, 1995): asumir como única vía de exploración una de las doctrinas existentes, afrontar el riesgo de fundar una nueva disciplina o “tratar de conectar con varias de ellas” (p. 97). Esta última postura, en la que se formula una problemática de conjunto a la que atacar desde varios ángulos, es donde va a instalarse la presente investigación. Un objetivo secundario pero imprescindible en este trabajo es incorporar diferentes métodos y técnicas para la comprensión de un corte en la producción discursiva de una sociedad.

Estos procedimientos serán de aplicación en este proyecto tanto en los relatos informativos como en la expresión de los usuarios en medios electrónicos. Sin importar las diferencias entre los asuntos nucleares de las manifestaciones que se van a agregar, desde los “espacios sublimes de la reflexión filosófica” hasta la trivialidad del “slogan político” (Angenot, 1998, p. 22), desde los artículos de opinión que invitan a la reflexión en la prensa escrita hasta los mensajes espontáneos de una audiencia heterogénea en *internet*.

## **3.2 Enfoque cuantitativo**

### **3.2.1 Procesamiento de Lenguaje Natural**

En primer lugar esta investigación se ha marcado como meta la interpretación del Discurso Social en un entorno actual teniendo en cuenta las condiciones de producción tanto de canales institucionales como de los usuarios en el espacio digital.

La capacidad de generación de contenidos ha crecido exponencialmente desde el marco temporal aplicado por Angenot (1889), muy especialmente desde el advenimiento de *internet*. Por esta razón la traslación del análisis del Discurso Social a un escenario de multiplicidad de fuentes y contenidos requiere de herramientas tecnológicas que permitan la accesibilidad y el tratamiento de grandes volúmenes de textos.

La forma corriente de comunicación tanto oral como escrita entre los seres humanos es el “lenguaje natural” en contraposición al lenguaje de los ordenadores que está codificado en su totalidad (Jackson y Moulinier, 2007). El Procesamiento de Lenguaje Natural (PLN) es una subdisciplina dentro de las ciencias computacionales, de la inteligencia artificial y de la

lingüística cuyo objetivo es la interacción entre el lenguaje natural (humanos) y el lenguaje computacional (ordenadores) (Chowdhury, 2003).

Pese a los grandes avances e inversiones en este campo actualmente los ordenadores no pueden comprender el lenguaje convencional entre otras razones porque “un mismo concepto se puede expresar de formas diferentes mediante modificaciones en la expresión” (Vilares, 2006, p. 57). Sin embargo los ordenadores están preparados para el tratamiento de un volumen de datos (como por ejemplo texto) que está fuera de la capacidad de un ser humano gracias a que pueden realizar tareas simples (como por ejemplo contar y recordar) a niveles que serían inaccesibles para un investigador o grupo de investigadores.

En este proyecto se han aplicado tecnologías propias del Procesamiento de Lenguaje Natural para que una máquina interprete una cantidad enorme de textos correspondiente a una fracción del Discurso Social en España (todo aquello publicado en formato físico o digital).

De esta forma se ha podido aprehender un universo más allá del alcance de un investigador y extraer de este conceptos que fueran susceptibles de corresponder a un asunto o acontecimiento determinado (*event*). La especialización dentro del PLN que se pone como objetivo la detección de temas o asuntos tratados que son desconocidos de origen dentro de un corpus textual (Allan, 2012) se conoce como *TDT (Topic Detection and Tracking)*. De esta forma universos compuestos por muchos textos puede categorizarse en diferentes grupos (*clustering*) usando como referencia las similitudes entre estos textos (Gupta, 2009).

Una vez delimitadas las características textuales de cada tema (en la terminología de este proyecto serán los asuntos tratados por un discurso determinado) se procede al seguimiento de todos aquellos textos que cumplan las características esenciales de cada categoría correspondiente a la primera observación. Como seguimiento se considera la recuperación de la información de todos los textos que cumplan con las condiciones de la primera delimitación dentro del corpus.

El proyecto más importante y a la vez pionero (1996 – 1997) sobre la creación de agrupaciones de textos relacionados con un tema determinado fue el *Topic Detection and Tracking (TDT)* patrocinado por *DARPA* (Agencia de Proyectos de Investigación

Avanzados de Defensa). El cometido de la investigación fue identificar eventos<sup>2</sup> dentro del flujo de información generado por una agencia de noticias y una cadena de televisión. Tras la primera categorización se realizaba seguimiento de estos acontecimientos incluyendo en cada agrupación las noticias nuevas que fueran apareciendo.

Pese a que la misión de ese proyecto está en sintonía con un objetivo parcial del presente trabajo aparecen importantes diferencias entre ambos. La más importante de estas es que el propósito de la investigación impulsada por *DARPA* era detectar, agrupar y acumular textos que siguieran ciertos criterios de manera completamente automática, esta tarea era un fin en sí<sup>3</sup>.

En este proyecto el uso del PLN es una herramienta cuyo único objetivo es permitir el acceso a un universo textual enorme. De esta forma el investigador, aplicando ciertos criterios, puede extraer contenidos del Discurso Social que traten sobre un tema que es común a todos los textos de esa extracción.

Estos acontecimientos, cuya preponderancia puede ser determinada cuantitativamente, y que deberán ser confirmados, representarán los discursos hegemónicos en cada uno de los canales incluidos en esta investigación (prensa, Twitter, TV, radio, blogs y prensa *online*).

Concretamente en este trabajo los resultados ofrecidos por las técnicas de PLN servirán de base para definir manualmente las características que debería tener un texto para formar parte de un acontecimiento o tema determinado. Estos temas serán, una vez superados ciertos criterios de selección, analizados para convertirse en discursos sobre un asunto determinado.

El uso del PLN en este trabajo está circunscrito de forma exclusiva a la orientación sobre los textos que serán analizados, no a la predeterminación de resultados.

---

<sup>2</sup> Que coincide en el presente estudio con la definición de objeto del discurso como un acontecimiento único “que sucede en algún momento” (Allan, 1998, p. 38)

<sup>3</sup> Este objetivo se considera una línea de investigación específica dentro del PLN que emplea diferentes técnicas estadísticas para la categorización de textos (Wartena y Brusse, 2008; Kalmegh y Deshmukh, 2014; Atefeh, y Khreich, 2015).

### 3.2.2 *Digital Humanities*

Para englobar y dar coherencia a todo el proyecto el modelo de investigación se guiará por el enfoque de las *Digital Humanities* ya que existe una clara voluntad de conjuntar el estudio social con las posibilidades tecnológicas.

Si bien en los albores esta disciplina se dirigía hacia la “automatización del análisis de cualquier forma de expresión humana” (Schreibman, Siemens y Unsworth, 2008, p. xvi) tanto de proyectos digitales de origen como de aquellos recodificados desde un formato analógico, las *Digital Humanities* como manera de aproximarse a la investigación debe entenderse en un sentido amplio.

Las *Digital Humanities* representan el alineamiento de prácticas y herramientas tecnológicas para la comprensión del conocimiento expresado en el arte, las humanidades y las ciencias sociales.

Semejante intersección a priori compleja entre objeto de estudio y forma de aprehenderlo se encuentra focalizada en sus investigaciones hacia una caracterización de corte cualitativo e interpretativo. Por esta razón la postura de esta disciplina debe sobrepasar una tentadora y simplista cuantificación superficial de términos textuales (Ramsay, 2007) carente de observación analítico-crítica (Trumpener, 2009). Tal exigencia corresponde, como podrá verse más adelante, con las instigaciones resultantes de operar con *Big data* y que este proyecto pretende trascender.

Las *Digital Humanities* dotan de coherencia a una nueva forma de enfrentarse a las diferentes formas de la realidad, aceptando la mediación tecnológica como herramienta decisiva para la comprensión pero no como principio y fin único. Este trabajo toma como referente el redimensionamiento que está permitiendo los nuevos sistemas de recopilación y gestión de datos, pero el fruto resultante no será un saber presumiblemente predictivo sino un conocimiento consensuado. Esta diferenciación supone un abismo que separa definitivamente el paradigma interpretativo en el que se acomoda esta investigación, en contraposición al paradigma positivista (Alsina, 2001).

A su vez, esta investigación adoptará de manera natural las dos orientaciones incluidas en las *Digital Humanities*: por una parte las técnicas que se fijan en este ámbito de estudio aportarán objetividad y precisión metodológica a las ciencias sociales (frecuentemente atacadas por falta de sistematización), por otra la tecnificación como efecto multiplicador trae consigo la capacidad de extender los límites de las preguntas de investigación.

Además de estos principios que sirven de guía los proyectos que forman parte de las *Digital Humanities* se estructuran en diferentes actividades que van a tener correspondencia en esta investigación como puede ser la curación de contenidos, el análisis, la edición y la modelización de los resultados del proyecto (Burdick, Druker, Lunenfeld, Presner y Schnapp, 2012).

- ***Big data***

Captar, agrupar, categorizar y analizar todos aquellos discursos relevantes expresados en TV, radio, prensa. Twitter, blogs y prensa *online* supone una misión compleja sólo factible si se dispone de una estructura tecnológica a la altura del reto planteado. Ya de inicio es evidente que los documentos que se van a disponer son del todo heterogéneos, por otro lado su recolección viene condicionada por un flujo de generación constante, extendida en el tiempo, dificultando así única extracción. Además de ello se presenta como ineludible satisfacer importantes requisitos de almacenamiento y de gestión de la información.

Este conjunto de circunstancias en que el volumen y complejidad de los contenidos que se van a analizar superan la capacidad de las herramientas tradicionales de gestión de datos se encuentra plenamente integrado en el escenario del llamado *Big data*<sup>4</sup>.

Una explicación simplificadora del *Big data* pone el foco en las características y tamaño de los datos que se manejan. No obstante algunos augurios advierten que representa, además de un cambio de escala, un cambio cualitativo en la comprensión de las cosas. Tal como señalan Boyd y Crawford (2011) la naturaleza del *Big data* podría significar una modificación

---

<sup>4</sup> Aunque el *Big data* representa un término de límites ambiguos es posible enumerar tres magnitudes institucionalizadas conocidas como las 3V del *Big data* (Russom, 2011): Volumen, Variedad y Velocidad, que son la referencia básica para la comprensión del *Big data* y que se vinculan de manera necesaria con este proyecto.

profunda similar a la que produjo el sistema de producción *fordista* ya que señala la dirección hacia una nueva forma de entender el conocimiento en una sociedad informacional. De esta forma la expansión de la escala con la que se accede a una parte de la realidad conlleva un cambio del estado del análisis al existir la posibilidad de advertir nuevas facetas desde la distancia.

Es indudable que semejante atribución de capacidades transformadoras está impactando en los mercados, en las organizaciones, en las formas de generación de valor y en las relaciones entre los elementos de una sociedad. Por tanto la visión sobre este fenómeno se aproxima más a la determinación de una “coyuntura histórica” (Coriat, 2000, p. 17) que no a la aplicación de una herramienta tecnológica más. No obstante, absteniéndonos de las presuntas implicaciones globalizadoras, si bien el *Big data* puede alzarse como una oportunidad investigadora también puede ser un obstáculo ante los objetivos de un trabajo de orden interpretativo.

Por una parte, y especialmente, el *Big data* dota a las ciencias sociales de una nueva dimensión epistemológica. No sólo alecciona una forma distinta de atribuirse la capacidad para el análisis cuantitativo sino que cambia la orientación hacia la objetividad metodológica y la misma manera en que se genera el saber investigador.

Sin embargo, por otro, el *Big data*, puede invitar a interpretaciones libres de contexto, dentro de algún tipo de enfoque empirista o de conocimiento obtenido por los datos tomando a estos como única guía, sin necesidad de conocimientos específicos o de teorías fundamentadas (Kitchin, 2014). Resulta llamativo que en algunos casos se ha considerado que esta característica del *Big data* sea una ventaja inherente<sup>5</sup>.

No obstante, en cierta forma el científico de datos, como referente de esta mitificación de los datos, puede ser acusado de buscar el sentido de los datos pero no la razón de su origen. Esta percepción podría degenerar en un conocimiento formulado supuestamente por su propia existencia y no por una hipótesis o teoría que le antecede, sin una visión que dejaría paso, paradójicamente, a la arbitrariedad.

---

<sup>5</sup> En el afamado artículo de Anderson (2008) se defiende que es posible analizar los datos obviando las hipótesis sobre lo que podrían mostrar.

En este marco de actuación, es pues verosímil caer en la producción de interpretaciones falsamente objetivas (Crawford, 2011), “triviales, auto-evidentes o viciadas” (Burdick, Druker, Lunenfeld, Presner y Schnapp, 2012, p. 107), pese a gozar de una pátina de neutralidad fruto de la convención. No se puede obviar que en toda exploración en un entorno *Big data*, a cada fase, en cada gestión de los datos se toman decisiones trascendentales y se asumen como referencia ciertas bases en detrimento de otras. Usando otros términos, es factible la predeterminación de los resultados sobre los que se van a alzar las interpretaciones sin apartarse de la senda presumiblemente carente de mácula de los datos.

Ahora bien, semejantes amenazas gravitan sobre las investigaciones que emplean el *Big data* como objeto y objetivo, no cuando este es materia prima y sustento para la observación (Frías y González, 2014) el desarrollo de metodologías o la construcción de herramientas de visualización de resultados. No es casual que, tal como advierte Kaplan (2015) la actitud de las *Digital Humanities* ante el *Big data* se base en la extracción desde inmensas colecciones de datos con la voluntad de reformular y dar sentido a la información. Esta organización de los procesos y esta concienciación epistemológicas evitará un riesgo palpable en las instigaciones megalomaniacas del *Big data* según las cuales “aparentemente se pueden producir resultados más abundantes y relevantes, en detrimento de la calidad” (Flis, Steinová y Wouters, 2016, p. 348).

La visión de las *Digital Humanities* reclama que se pregunte qué es posible extraer de esas inmensas colecciones de datos y cuáles son las interpretaciones que pueden formularse.

Esta dualidad, entre las nuevas dimensiones de la investigación y la complacencia de una objetividad considerada consustancial convivirá a lo largo del presente proyecto, con una firme voluntad de alcanzar conclusiones relevantes y no preorientadas de origen, manteniendo un rigor sustentado no sólo en los datos sino también en la fidelidad ética.

- **Visualización**

La aproximación a un escenario de datos masivos conlleva también una complicación añadida sobre las formas en que, como se ha dicho anteriormente, es posible formular interpretaciones de estos datos.

Un método firmemente asentado en las *Digital Humanities* para la generación de conocimiento desde los datos es la visualización de información. En las *Digital Humanities* esta herramienta tiene como objetivo hacer la información más comprensible y accesible (Saito, 2010).

Una definición genérica de visualización afirma que es “la capacidad, el proceso y el producto de la creación, interpretación, uso y reflexión sobre retratos, imágenes, diagramas, en nuestras mentes, en el papel o con herramientas tecnológicas, con el propósito de representar y comunicar información, pensar y desarrollar ideas previamente desconocidas y comprensiones avanzadas” (Arcavi, 2003, p. 217). Esta concepción de orden general se materializa para las *Digital Humanities* en la aceptación de un conjunto de modos de representación gráfica que tendrán cabida en esta investigación como las líneas de tiempo, hipergrafos o dendrogramas.

Dentro de este contexto el sentido de la visualización para las *Digital Humanities* se traduce en lo que se ha venido a denominar *distant reading* (Moretti, 2005). El *distant reading* se considera la observación para la detección de patrones y formas características en representaciones de datos cuantitativos de manera que sea posible alcanzar interpretaciones inaccesibles de otra forma. Esta actividad, se encuentra contrapuesta aunque no excluyente (Jänicke, Franzini, Cheema y Scheuermann, 2017) respecto el llamado *close reading*, en que el análisis se realiza de manera secuencial de texto a texto (El-Assady, Gold, John, Ertl, y Keim, 2016).

A su vez el uso de modos de visualización en las *Digital Humanities* puede formar parte de un proceso interiorizado completamente en la disciplina. Kath, Schaal y Dumm (2015) consideran que el marco de investigación que tiene como objetivo final la visualización para la comprensión de un fenómeno debe entenderse como una unidad completa compuesta por cuatro fases que encajan con el presente proyecto:

- 1) Muestreo de datos
- 2) Análisis algorítmico
- 3) Selección del modo de visualización
- 4) Interpretación hermenéutica de la visualización

Esta perspectiva, denota, por otra parte, la importancia del control en la obtención de los datos que acabarán interpretándose. En las *Digital Humanities* los datos aportados para estos procesos de análisis han sido principalmente grandes volúmenes de textos clásicos (Martínez-Gamboa, 2016) cuyo tratamiento computacional<sup>6</sup> ha ofrecido la detección de relaciones entre autores, géneros, temáticas y épocas (Moretti, 2005; Martínez-Gamboa, 2015; Jockers, 2013).

### ***3.3 Agenda Setting***

Tener la capacidad de acceso y poder gestionar grandes cantidades de textos representantes de todo lo hecho público en una sociedad es requisito necesario pero no suficiente para iniciar la construcción de una metodología sólida para el análisis del Discurso Social en la actualidad. Para dar cumplimiento al primer objetivo de investigación y determinar los discursos y temas hegemónicos es preciso tener en cuenta la teoría de la *Agenda Setting*.

De manera breve la teoría de la *Agenda Setting* se puede definir como el proceso con el que los medios determinan la percepción de la audiencia sobre la realidad a través de las elecciones y omisiones de los productores de noticias. Aunque sea esta una máxima en cierta forma controvertida parece asentada la clásica afirmación de que “la prensa no tiene mucho éxito en decir a la gente qué tiene que pensar pero sí lo tiene en decir a sus lectores sobre qué tienen que pensar” (Cohen, 1963, p. 13).

Este punto de partida ayuda a entender el funcionamiento de la llamada teoría de establecimiento de la agenda o *Agenda Setting* según la cual existe una conexión directa y de causa / efecto entre el contenido de los medios de comunicación y la percepción que tiene el público sobre los acontecimientos más importantes, pues estos serán los presentados por los medios. De esta forma puede que los medios masivos y/o de alcance global no tengan la capacidad de alterar la forma de pensar de la gente respecto la realidad, pero sí la de determinar los temas de esa realidad sobre los que se va a formar la opinión del público.

Desde que en 1972 McCombs y Shaw presentaron sus avances sobre esta perspectiva una abundancia de estudios ha aportado más comprensión al funcionamiento de semejante

---

<sup>6</sup> Desde cuantificación de palabras hasta la aplicación de programas de Aprendizaje Automático.

proceso. Valbuena (1997) señala acertadamente que muchos autores han trabajado en extender la idea a nuevos campos de estudio de manera que se han acabado formando numerosas subteorías e investigaciones sobre aspectos concretos, especialmente en el ámbito de los medios masivos pero también en otros sectores (Johnson, 2013).

Para afrontar la vis expansiva de este proyecto es necesario determinar la validez de la formulación de una agenda temática no sólo en los medios considerados tradicionales sino también en la sociedad en red. Esta investigación propone la comprensión del Discurso Social como una representación del todo mediático. De igual forma que Angenot abarcó todo lo impreso, una traslación a la actualidad obliga a expandir horizontes incluyendo todos los cauces posibles. De manera más concreta la prensa tradicional, radio, TV, prensa *online*, blogs y Twitter.

Si bien la *Agenda Setting* es una teoría asentada en medios tradicionales en el espacio digital algunos investigadores han tomado puntos de vista minimizadores basados en que *internet* permite un acceso directo a fuentes de información eludiendo la mediación de la industria de la comunicación (Bruns, 2005<sup>7</sup>; Lee, G., 2005; Lee, J.K., 2009<sup>8</sup>). No obstante estos criterios se sustentan más en la figura del filtrado de temas (*gatekeeping*) que no en la construcción de una agenda temática a través de “mecanismos macroscópicos” (Scheufele y Tewksbury, 2007) que acaba deviniendo la única realidad existente<sup>9</sup>.

Evidentemente la industria informativa *online* posee en muchos casos puentes de conexión con las estructuras compuestas por los medios masivos cuando no son resultado directo de sinergias internas hacia un modelo *crossmedia* (Siapera y Veglis, 2012). De esta forma, a través de una minimización de costes o aprovechamiento de esfuerzos se acabarían generando agendas temáticas equivalentes (Yu y Aikat, 2005; Groshek, 2008; Boczkowski, 2010). Así pues parece fundamentada la premisa según la cual la prensa *online* mantiene potencialmente una continuidad natural de contenidos respecto sus fuentes madre,

---

<sup>7</sup>Propone la función del *Gatewatching* (en contraposición al *Gatekeeping* de los medios masivos) en que se observan los canales de producción de los medios y no sus *outputs* para identificar el material relevante.

<sup>8</sup>Este autor argumenta que si bien el entorno *online* favorece una exposición selectiva y de fuentes diversas a los acontecimientos la propia actividad *online* promueve la formación de ideas comunes.

<sup>9</sup>Primera fase de la *Agenda Setting* basada en que el público y medios prestan atención sobre los mismos objetos mediáticos.

mientras que estas serían en gran parte estructuras informativas basadas en canales convencionales (prensa, radio, TV).

El propio McCombs (2005, p. 545) argumenta a este respecto que: “*Internet* - al menos los sitios más populares en *Internet* - pueden simplemente añadir otro conjunto de celdas a la matriz de correlaciones altas” además que un repaso a estudios empíricos recientes muestra que los efectos resultantes de la construcción de una agenda mediática “son el resultado acumulativo de los numerosos canales que definen el entorno informativo del público” (McCombs y Valenzuela, 2014, p. 2). Esta mención a los portales de *internet* susceptibles de formar parte de una investigación relacionada con la *Agenda Setting*, deriva, por otra parte hacia una problemática esencial sobre el alcance investigador. La proliferación de portales de noticias web convierte la identificación de la agenda mediática *online* en una “tarea cada vez más hercúlea” (Takashita, 2006, p. 288). La elusión de tal obstáculo es una de las premisas fundamentales de este trabajo gracias a la puesta en marcha de herramientas tecnológicas.

A su vez, y valorando la aportación de una “celda” más en el mapa de fuentes que generan la agenda mediática, está confirmado un evidente influjo entre canales a la hora de determinar los temas que incorpora cada medio. Este fenómeno de correlación potencial en el que la agenda mediática de un medio está condicionada por otro se considera el intermedia *Agenda Setting* (Sweetser, Golan y Wanta, 2008; Meraz, 2009; Johnson, 2013; Guo y McCombs, 2015). Este “intercambio de influencia entre los medios de comunicación de masas” (Du, 2017) representa un elemento significativo dentro de esta investigación por la variedad de canales que componen el corpus analítico.

Por otro lado, y teniendo en cuenta la inclusión de Twitter en esta investigación, se encuentra vigente la disyuntiva sobre si los medios considerados institucionales (prensa, radio, TV y prensa *online*) son los que determinan los temas que son tratados en la conversación de usuarios dentro del espacio digital.

Los llamados *social media* representan un espacio inagotable para la investigación (Sloan y Quan-Haase, 2017) y existe diversidad de opiniones sobre el tipo de vinculación que tienen con la *Agenda Setting*<sup>10</sup>.

Por una parte puede encontrarse una profusión de proyectos que sostienen la influencia que ejercen los medios unidireccionales sobre la opinión pública expresada en la conversación de los usuarios de *internet* tanto por sus mensajes como por los contenidos elaborados por estos (*UGC*<sup>11</sup>) (Herring, Kouper, Scheidt y Wright, 2004<sup>12</sup>; Cornfield, Carson, Kalis y Simon, 2005; Meraz, 2008<sup>13</sup>).

Por el contrario algunos estudios defienden la ruta inversa en el que los canales sociales son capaces de indicar a los medios tradicionales los temas que son de interés (Cornfield, Carson, Kalis y Simon, 2005; Farrell y Drezner, 2008; Krane, 2010; Orihuela, 2011<sup>14</sup>; Vargo, 2011<sup>15</sup>; García, 2014; Alonso-Muñoz y Casero-Ripollés, 2016; Rogstad, 2016).

El concepto de hegemonía discursiva como corriente generada unidireccionalmente podría alterarse pues por miembros de la audiencia al prestar atención e impulsar asuntos públicos de forma que los medios se sientan compelidos a ampliar la cobertura sobre estos. El auge de los denominados medios sociales ha puesto en valor la idea que la esfera pública podría ser capaz de marcar los asuntos de interés a la agenda mediática, este fenómeno se conoce como establecimiento inverso de la agenda (*reversed Agenda Setting*) (Kim, y Lee, 2006;

---

<sup>10</sup> El reciente trabajo empírico de Crespo y Del Barrio (2016) mostró fuertes coincidencias en los asuntos tratados por Twitter respecto su presencia en prensa tradicional.

<sup>11</sup> *User Generated Content*: Contenido generado por los usuarios.

<sup>12</sup> De manera genérica estos autores defienden que el androcentrismo de los medios masivos se puede encontrar inmanente en los blogs.

<sup>13</sup> Particularmente Meraz concluyó la existencia de una influencia directa entre los contenidos de *The New York Times* y el *Washington Post* frente los contenidos de algunos blogs.

<sup>14</sup> Orihuela, J. L. (2011). Los trending topics como el nuevo *agenda setting*. Recuperado 13 febrero 2018, de <http://www.abc.es/blogs/jose-luis-orihuela/public/post/los-trending-topicscomo-el-nuevo-agenda-setting-8123>

<sup>15</sup> La investigación de Vargo detectó el efecto de la teoría de la *Agenda Setting* ejercitada por los medios de comunicación 2.0, mediante el análisis de las conversaciones en Twitter pudo observar que los temas de mayor interés eran trasladados a canales tradicionales.

Groshek y Groshek, 2013; Rogstad, 2016<sup>16</sup>; Russell Neuman, Guggenheim, Mo Jang y Bae, 2014; Jiang, 2014).

Por otra parte la manifestación de este efecto “de abajo a arriba” no se produce de forma automática mediante criterios potencialmente cuantitativos sino que respondería a la superación de diferentes condicionantes. Estos, por ejemplo en el caso del activismo político, son el clima de opinión del momento y la oportunidad mediática concretada incluso como temáticas específicas que tienen más posibilidades que otras a la hora de formular un establecimiento inverso (Casero-Ripollés, 2015).

¿Sería entonces la parte visible del Discurso Social una construcción de carácter unidimensional o las diferentes fuerzas en el espacio discursivo son vasos comunicantes? Esta pregunta nos lleva a imaginar un recorrido plausible desde los medios hasta el público (primer nivel de la *AS*) pero también una influencia horizontal notable entre los propios medios (intermedia *AS*) y una energía de carácter vertical hasta hace poco inapreciable desde la comunidad hasta los productores de noticias (agenda inversa).

La confluencia de diferentes canales dentro del mismo marco temporal, y especialmente la coexistencia de dos campos discursivos diferentes (medios institucionales / *social media*) es una cuestión crucial en este trabajo por la posible manifestación de las tensiones existentes entre agendas mediáticas no del todo independientes.

Así pues, si bien la interpretación de los temas esenciales que componen el Discurso Social supone una fragmentación de audiencias por la amplia capacidad de elección esta sigue formando parte de una dieta de medios que expone las cuestiones relevantes ordenadas jerárquicamente.

Semejante mosaico de temas y asuntos de interés será el eje fundamental sobre el que sostener el análisis del Discurso Social ya que representarán los núcleos fundamentales de los que extraer una comprensión lo más amplia posible.

---

<sup>16</sup> Los trabajos de Groshek y Groshek (2013) y de Rogstad (2016) consideran sin embargo que la manifestación de la *reversed Agenda Setting* forma parte de la intermedia *Agenda Setting* olvidando que el sentido original de la influencia intermedia proviene de los medios masivos entre estos, de forma que presumiblemente omiten el factor audiencia.

### 3.4 Análisis semio-discursivo

Para que este proyecto pueda interpretar el Discurso Social, construido a través de una variedad de temas y canales debe poner en acuerdo los textos generados en formatos diferentes, y especialmente en campos discursivos diferentes.

Por esta razón adquiere especial importancia la semiótica en el momento de alinear contenidos heterogéneos ya que todos estos forman parte de un proceso de comunicación en el que hay significación “a través de reglas subyacentes” (Eco, 2000, p. 24).

De inicio las aportaciones de Verón refuerzan la capacidad para tratar contenidos con un sustrato de origen diverso ya que (1993, p. 126-127) “Siempre partimos de ‘paquetes’ de materias sensibles investidas de sentido que son productos. (...) Cualesquiera que fuera el soporte material, lo que llamamos un discurso o conjunto discursivo no es otra cosa que una configuración espacio-temporal de sentido”. Este punto de vista resalta la indiferencia del “soporte signifiante” (1980, p. 85) cuando este proyecto espera aunar expresiones mediáticas de todo signo y forma.

Siguiendo esta argumentación es pertinente la aseveración de Sosa (2000, p. 114) según la cual “la noticia no es lo que pasa, sino un artefacto semiótico que representa simbólicamente lo que pasa” y no resulta discordante con el uso de los diferentes espacios digitales que están al alcance de los productores de noticias para la extensión de los mensajes informativos o de la continuación de estos mismos asuntos por parte de los usuarios.

Por tanto la semiótica se revela como una disciplina fundamental para el entendimiento bajo los mismos parámetros de un corpus textual cuyos canales de producción son diversos. Para ellos se configurarán categorías sistematizadas en tres grupos.

En primer lugar las aportaciones de Verón (1987) sobre las entidades del discurso. Estas entidades que se reconocerán dentro del corpus textual y que serán analizadas corresponden como función original a la identificación de los actores que forman parte del imaginario político. Aunque el punto de partida de esta teoría partía del discurso expresado por las instituciones del Estado está corroborado que esa actividad identificante es equivalente a la del discurso periodístico pues ambos actúan como “mediadores de

identidades colectivas” (Constantinides, 2011, p. 2).

Por una parte se observarán los **colectivos de identificación** (Bitonte (2002) da como ejemplo ‘compañeros’) como representantes de un “nosotros” en un discurso, su determinación genera una situación de relación entre enunciador y prodestinatario, aquel que es partícipe y receptor ideal del enunciador.

Ya dentro de una dinámica de agrupación estarán las **entidades enumerables** (Delle Donne (2008) da como ejemplo ‘vecinos’), como colectivos ampliados que si bien no se identifican con los actores del discurso son receptores amplios y objetivos de este y los **meta-colectivos singulares** (Suárez del Solar (2013) da como ejemplos: ‘el país’ y ‘la nación’) se entienden como entidades más amplias que las entidades enumerables e incluyen aquellos colectivos cuya identidad ha sido identificada por los enunciadores y que no pueden ser fragmentados.

Finalmente, fuera de la construcción de colectivos para la agrupación de los actores / receptores en el discurso estarán las formas nominalizadas y las formas de poder explicativo.

Las **formas nominalizadas** como mecanismos de comprensión que tienen la capacidad de substituir con una única expresión parte o la totalidad del argumentario ideológico del enunciador o de la corriente política con la que se identifica (Pérsico (2014) da como ejemplo ‘la Patria’). Las **formas de poder explicativo** dan sentido e interpretación (especialmente al destinatario que sintoniza con el enunciador) permitiendo reconocer automáticamente su contenido y significación por simple causalidad (Larrondo (2013) da como ejemplo: ‘los monopolios’).

En segundo lugar la semiótica de Greimas aporta indefectiblemente, en paralelo con las entidades del discurso de Verón (1987), la conceptualización de términos para el análisis de unidades textuales. Su utilidad para la presente investigación es manifiesta desde el momento en que su propuesta construye un análisis semiótico altamente estructurado y configurado desde “elementos mínimos de significación” (semas) (Courtés, Greimas y Vasallo, 1980, p. 50). Tomando como referente este punto de partida, y ciñéndonos a los aspectos necesarios para el presente trabajo, se tendrán en cuenta cuatro elementos clave de la teoría de Greimas: oposiciones, temas, motivos e isotopías.

El análisis de las **oposiciones** en un texto es un fenómeno decisivo para un recorrido narrativo “en el plano del contenido a nivel inmanente” (Cruz, Páez, Prieto, Trigos y Vergara, 1980, p. 3). En cada texto se observará si dentro de este existen estructuras elementales de significación resultado de la relación producida entre dos términos objeto. Estos términos objeto que se identificarán serán, en aras de potenciar la interrelación discursiva, campos semánticos que puedan inferirse de una comprensión global o cuyas unidades (semas) con rasgos de significado comunes puedan aparecer directamente en el texto.

También se categorizará como unidad de análisis el **tema** del contenido, entendido como un objeto textual “caracterizado por su concepción estrictamente conceptual” (Courtés, 1991, p. 163). Es decir, interpretaciones de ideas que no son resultado de aprehender directamente el texto sino que aparecen mediante la observación del contenido abstracto presente en los argumentos vertidos.

El tercer concepto proveniente de la semiótica de Greimas será el **motivo**, considerado como “especies de micro relatos” que pueden “emigrar dentro de relatos diferentes de un universo cultural” (Betancur, 2005, p. 112) y que, al igual que los temas, poseen un componente de estereotipia. La indagación de los motivos corresponderá con la traslación de todo o parte del texto en un enunciado narrativo que pueda reconocerse por considerarse establecido culturalmente.

Respecto la capacidad intertextual de los motivos Kayser (1965<sup>17</sup>) afirma que la reincidencia en la aparición de estas partes de los textos emparentadas con los cuentos puede indicar el clima de opinión de una época. Por tanto estos, a priori, elementos menores “pueden estar presentes en un número incluso elevado” (Segre, 1985, p. 358).

Abundando en la función de tema y motivo como recurso dentro del discurso Segre (1985) indica que ambos ejercen de guías para partes narrativas o ilustrativas del texto o la totalidad de este presentándose como “palabras, frases y grupos de frases del texto; o bien paráfrasis de partes del texto que constituyen un significado autónomo” (Segre, 1985, p. 357).

---

<sup>17</sup> Citado por Betancur (2005).

Finalmente el concepto de **isotopía** se refiere a la relación que establecen las palabras dentro de un contexto y que “permiten la lectura uniforme de una historia” (Greimas, 1971, p. 188<sup>18</sup>). Eco alerta con importancia capital que se trata de un término amplio referido a los fenómenos semióticos que dan coherencia a determinado “trayecto de lectura” (Eco, 1993, p. 132) y que remiten a conclusiones concretas excluyentes. Semejante fenómeno podrá aparecer como colaborador necesario en la formación de otras categorías elaboradoras de sentido sin perder su peso específico como mecanismo discursivo.

A su vez, en pos de la indagación de los elementos básicos constitutivos del discurso que permitan la determinación de los significados de este esta investigación también tomará en consideración la categorización de recursos retóricos entendidos como estrategias discursivas que dirigen “el proceso de interpretación del receptor” (Albelda Marco, 2010, p. 355). Estos recursos retóricos incluirán los elementos de la ornamentación lingüística con voluntad persuasiva más visibles en el corpus, desvíos lingüísticos que pueden ser clasificados semióticamente (Mayoral, 1994).

Esta elección se encuentra en consonancia con el posicionamiento de Angenot según el cual la retórica es: “el estudio del discurso en la sociedad desde el ángulo de la argumentación” (2010, p. 162).

Por otra parte la retórica no supone una disciplina clausurada sino que, siendo un método primordial para dar cuenta de los entresijos de la creación textual (Azaustre, 1997) tiene “gran experiencia” en el tratamiento de la “diversidad discursiva” (Mayordomo, 2005, p. 27). Por este motivo no ha sido ajena a las investigaciones dentro del escenario digital (Burbules, 2002) y concretamente en el ámbito de los *social media* (Berlanga, Mas, Salvador, y Alberich, 2016; Gutiérrez-Sanz, 2016).

Por ello el análisis de los textos constitutivos del corpus incluirá la detección de aquellos recursos retóricos más relevantes como piezas en la construcción de un lenguaje figurado pues estos representan “transformaciones profundas, modos de expresar ideas que están arraigadas en etapas retóricas anteriores” (Capdevila, 2002, p. 198).

---

<sup>18</sup> Citado en Páez Vivanco, S. L. (1986, p. 135).

Esta elección consolida a su vez la voluntad de comprensión de la voz de una sociedad pues la retórica aporta las herramientas para traspasar “la materialidad del discurso” (Angenot, 2010, p. 160) encontrando la “fuerza de nuestras convicciones, los movimientos de nuestra sensibilidad y las imágenes de nuestra fantasía” (Milà i Fontanals, 1848, p. 3).

De forma específica esta investigación incorporará la delimitación de dos recursos retóricos. Por un lado las **analogías** entre campos discursivos como “un símil extendido en que la comparación se da en términos de relaciones” (Galiana y Rigall, 1994, p. 86) como estrategia (Arduini, 2000, p. 56) para facilitar una comprensión determinada (Herrero, 1997<sup>19</sup>) y que funciona como mecanismo de evocación ya que al “suscribir una cierta escogencia de aspectos que importa poner en evidencia en la descripción de un fenómeno” (Perelman, 1998, p. 159).

El procedimiento aplicado en este trabajo observará la aplicación de conceptos enmarcados dentro de campos discursivos diferentes respecto los dos que se han tomado como corpus: contenido informativo o institucional y contenidos generados por usuarios.

Los elementos categorizados como analogías entre campos podrán, por otra parte, pertenecer a categorías diferentes si bien se aplicará un criterio en busca de lo significativo antes que de lo acumulativo.

El segundo de los recursos serán los **eufemismos** que poseen la función de reemplazar un término por otro para suavizar su sentido real empleando en muchas ocasiones para ello metáforas, metonimias y sinécdoques (Albelda Marco, 2010). Este fenómeno puede observarse y tienen abundante presencia en los medios de comunicación para “edulcorar la realidad” y “favorecer los más diversos intereses” (Grijelmo, 2014, p. 529).

Debido a que este recurso puede manifestarse en forma de figuras retóricas como por ejemplo las metáforas esta investigación se basará en la aportación específica de Sánchez (2005) en su análisis de los eufemismos en los medios de comunicación. De esta forma se observarán: perífrasis (expresiones que reúnen las características del término que se quiere evitar pero sin citarlo), circunloquios (rodeos en el uso del lenguaje), lítotes (términos en

---

<sup>19</sup> Citando a Grize (1990).

forma negativa que evitan el uso en positivo que se considera desagradable), términos señalados visualmente (para denotar su uso eufemístico), eufemismos distanciados de la expresión real y que requieren recurrir al contexto, y finalmente desviación total entre el concepto representado y el concepto expresado.

Sin embargo no se aceptarán eufemismos lexicalizados entendidos como términos que pese a ser eufemismos son interpretados con su significado original pues se encuentran completamente incorporados al lenguaje común (por ejemplo: “externalización”).

Esta investigación también procederá a la detección de metáforas e hipérboles como procesos de sustitución de elementos (tropos) y las personificaciones como procesos de modificación del contenido lingüístico (figuras) (Capdevila, 2002, p. 183)<sup>20</sup>.

Por un lado la **metáfora** cuya función es la de sustituir el sentido recto y neutro (grado cero) por otro figurado a través de un término inapropiado pero con similitud conceptual (Galiana y Rigall, 1994). De esta forma, tal como señala Capdevila (2002, p. 237) “se establece una operación de asociación entre dos conceptos que pueden tener algún punto en común” pese a que originalmente no se observaba vinculación entre ellos.

Su poder persuasivo residiría entonces en que la metáfora aporta sentido al mensaje distanciándose del plano racional hacia la subjetividad (Le Guern, 1982) y capacitando la transmisión de “valores macroestructurales” (Capdevila, 2004, p. 156). Serán estos valores de origen metafórico, pertenecientes a la voluntad de comprensión del discurso hacia la audiencia, los que se identificarán y analizarán durante el análisis del corpus.

Por otro las **hipérboles** como elementos de exageración toman un concepto real para sustituirlo por un concepto semejante “cuya equiparación con el primer término resulta, empero, desproporcionada” (Galiana y Rigall, 1994, p. 86). Estos elementos aplicados de

---

<sup>20</sup> El acotamiento del listado de tropos y figuras aceptado en la investigación se determinó tras el Primer test parcial de metodología (ver 4.2.5) basándose en un principio de cantidad (elementos presentes en los textos) y de interdiscursividad (capacidad del elemento para aparecer en otros discursos temáticamente distanciados). Por ejemplo la presencia de metonimias confirmó su uso periodístico pero sin mostrar casos suficientemente particulares que pese a ser recurrentes en géneros concretos (Quintero Ramírez, 2017) fueran susceptibles de trasladarse a otros ámbitos según la muestra observada inicialmente.

forma razonable “pueden llegar a alcanzar un alto grado de credibilidad y fuerza persuasiva” (Cuvardic, 2004, p. 69).

Finalmente las **personificaciones** consisten en dotar a seres inanimados concretos o abstractos de atributos y entidad humana (Galiana y Rigall, 1994). Semejante alteración no es extraña, por otra parte, en los medios de comunicación donde “la sociedad, la economía, las instituciones, los automóviles o los indicadores económicos se constituyen en actores antropomórficos que ejecutan o reciben acciones” (Cuvardic, 2004, p. 69).

Por otro lado, en referencia a la dispersión de la elaboración del sentido, la perspectiva de Verón (1993) sobre la semiosis social será de utilidad en calidad de orientación provisional sobre la influencia que generan algunos discursos sobre los modos de producción de otros (especialmente entre campos discursivos). Para este autor es innegable que “siempre otros textos forman parte de las condiciones de producción de un texto o de un conjunto textual dado, todo proceso de producción de un texto es, de hecho, un fenómeno de reconocimiento” (1993, p. 130) de forma que no existe desligación entre discurso y sus predecesores sino cierta retroalimentación extendida en el tiempo. Este modo de entender la significación de los textos concuerda de manera evidente con las postulaciones de Foucault. De igual manera que el discurso se encuentra vinculado difusamente con un texto previo, al defender Verón (1993) un proceso de semiosis infinito, la investigación no puede representar la búsqueda de, como señala Foucault, la “lejana presencia del origen” (1997, p. 41) del discurso.

De esta forma el análisis de este debe tener claro dónde empieza y dónde termina tal y como este proyecto no espera detectar los ecos en el presente de un objeto textual primigenio sino el aquí y ahora del todo discursivo con aquellos fenómenos semióticos que puedan detectarse dentro de la franja de análisis.

## • Campos discursivos

Dentro de la pretensión de poder estructurar los espacios de producción de los discursos susceptibles de componer el Discurso Social es pertinente tener en cuenta el concepto de campo discursivo. Esto es debido a que esta investigación incorpora dos grandes ámbitos de producción discursiva mientras que Angenot se ciñó a uno por las condiciones históricas de su trabajo.

Este proyecto aunará por un lado aquellos contenidos informativos de origen institucional (prensa, radio, TV y prensa *online*) o unidireccional (blogs) y por otro Twitter como canal de interacción entre usuarios. Pese a que los blogs corresponden en gran parte al ámbito del *UGC* las diferencias con Twitter son notables por el componente social del segundo (Deller, 2011; Murthy, 2013; Guo y McCombs, 2015).

Si bien una explicación sucinta indica que los campos discursivos son el “terreno discursivo en que acontece la concurrencia de significado” (Spillman, 1995, p. 140), la definitiva aportación de Maingueneau distingue que se trata de una “abstracción necesaria” (1984, p. 28) que sirve de repositorio de las formaciones discursivas. Son, entre otras cosas, un libro de estilo tácito sobre las formas de ser de los discursos, un listado de requisitos para el nacimiento de estos y una herencia existencial sobre sus pares. De igual manera, y recordando la materia prima accesible por Angenot, que un autor se auto-limita en ciertas formas con la producción de una novela de intriga y de otra con los folletines melodramáticos.

Siguiendo esta argumentación tanto Maingueneau (1984) como Angenot (2010) exponen una lista no cerrada de campos discursivos compuesta por el campo político, la filosofía (en los que coinciden Maingueneau y Angenot), el teatro, la gramática (Maingueneau), literario, científico, la prensa y la publicidad (Angenot).

Ampliando semejante enumeración el presente proyecto propone un campo discursivo más. Por un lado el campo informativo institucional entendido en genérico de igual forma que Angenot hablaba únicamente de “prensa” se amplía con la generación de contenidos por usuarios con un enfoque de generación de conocimiento (Ebner y Schiefner, 2008) y ocasionalmente sustentado institucionalmente: blogs. Por otro a este campo discursivo se

sumará otro canal cuya producción de contenidos está basada en una estructura social: Twitter (Deller, 2011; Murthy, 2013).

Ambos campos discursivos formarán parte de la investigación y representan la necesidad de crear un modelo que armonice la comprensión entre dos regiones advirtiendo de las sinergias, los puentes y las correlaciones. Trabajar con dos espacios discursivos diferentes, y relacionado con las variables no visibles en el texto que deben codificarse (Pêcheux y Ezquerro, 1978, p. 24), obliga a atender a sus normas internas de producción o con las palabras de Angenot (2010, p. 57) una “imposición de formas canónicas que aseguran la identidad de los productos”. Tal orientación encaja con la postura de Maingueneau (1984, p. 83) según la cual “cualquier campo discursivo define una determinada manera de citar los discursos anteriores del mismo campo”. Esta continuación ontológica sobre la forma en que se construye sobre cierto terreno se traduce en un decálogo de buenas prácticas y la inspiración de formatos, estructuras e incluso temáticas.

- **Discursos subyacentes y formaciones discursivas**

En relación con el segundo objetivo de investigación será pertinente la observación de las formas de dispersión de los elementos del significado presentes en los discursos. De esta manera se espera la detección ideologemas: discursos subyacentes y transversales, construcciones resultado de la puesta en discurso de ideas fundamentadas. Semejante concepto, esencial en la noción de Discurso Social, permite la comprensión de las ideas concebibles en una sociedad a través de sus representaciones discursivas.

Estas mismas representaciones que serán captadas se espera puedan ser también modelizadas respetando su esencia interdiscursiva. Esta pretensión que gravita sobre la edificación de un repertorio de discursos se encuentra influida con la idea de “formaciones discursivas” de Foucault (1997, p. 50), según la cual es posible seguir el rastro de determinadas influencias entre discursos, observando su forma de repartición.

Foucault sostiene que no se debe indagar en los “principios de individualización” (1997, p. 60) de los discursos sino que deben ser analizados en concomitancia con sus semejantes ya que estos no son “caracteres intrínsecos, autóctonos y universalmente reconocibles” (1997, p. 36). Para él es posible hablar de un sistema de dispersión de los discursos sostenido

sobre ciertas regularidades<sup>21</sup> que están en relación con sus mismas condiciones de existencia.

Por lo cual, pese a lo tentador y accesible que resultaría, este trabajo no partirá en pos de una simple acumulación y cuantificación de temas que conducen a la redundancia. El trayecto que se ha planeado transita por las interdiscursividades ocultas que atraviesan veladamente las diferentes manifestaciones del Discurso Social. De esta manera será factible formular una red de nodos conceptuales y marcar las fronteras de “lo aceptable discursivo de una época” (Angenot, 1998, p. 21). Tanto por los grandes objetos discursivos que se deducen del todo (gracias al Procesamiento de Lenguaje Natural) como por las piezas imbricadas descubiertas en ellos (gracias a la semiótica) y que ejercen un hasta ahora desconocido poder de atracción entre discursos dispares.

Esta influencia pseudo magnética proyectada por Foucault en “formaciones discursivas” se intentará trasladar con la mayor de las prudencias desde la abstracción teórica hasta los métodos de visualización de la información. De nuevo será necesario en este ámbito hacer uso de las ciencias de la computación para realizar una conversión de las relaciones entre discursos en forma de hipergrafo<sup>22</sup> con toda la humildad con la que se puede emprender la representación gráfica de un fenómeno inspirado en el pensamiento de Foucault (formaciones discursivas) y Angenot (ideologemas).

Tales resultados, tanto ideologemas como formaciones discursivas, supondrán desembocaduras de un proceso cuyo nacimiento está arraigado en tres fundamentos teóricos. Una visión de conjunto del total de disciplinas y de conceptos incorporados en esta investigación puede resumirse en un único diagrama que haga cuenta de la diversidad de conceptos a valorar, reflejando sus elementos esenciales.

---

<sup>21</sup>“un orden en su aparición sucesiva, correlaciones en su simultaneidad, posiciones asignables en un espacio común, un funcionamiento recíproco, transformaciones ligadas y jerarquizadas” (1997, p. 62).

<sup>22</sup> Gráfico en que se representan objetos (nodos) y las relaciones existentes entre estos.

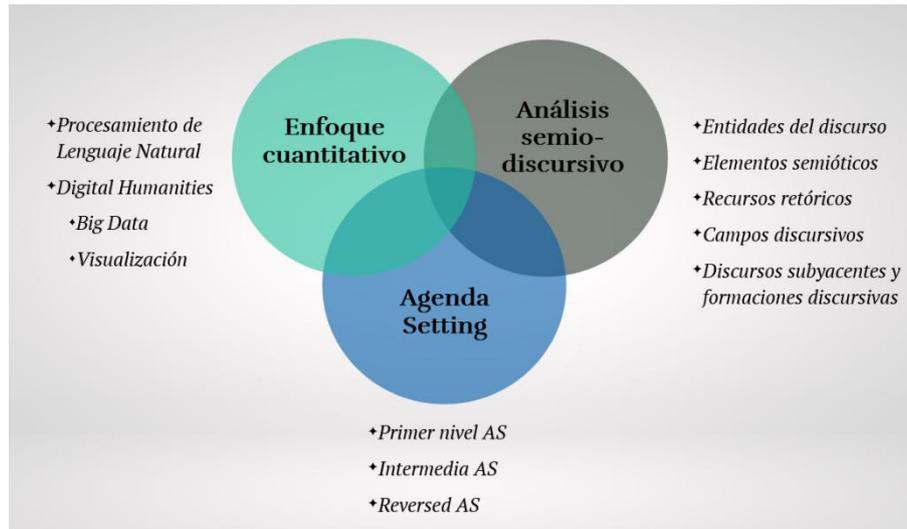


Figura 3.1 Diagrama conceptual del marco teórico de esta investigación para la interpretación del Discurso Social en el entorno mediático actual.

Desde una perspectiva cuantitativa y tecnológica hasta la observación en detalle pasando por teorías previas que están evidentemente relacionadas y que no pueden obviarse, el marco teórico que orienta esta investigación motiva una comunión de métodos con el ánimo de examinar un fenómeno vasto.



## 4. METODOLOGÍA

### 4.1 Introducción

El presente proyecto se encontró con diferentes retos de primer nivel que debió superar de manera secuencial.

En primer lugar existió la necesidad de determinar el corpus de textos que serviría como muestra de análisis. Tal como se detallará se trata de una amplia representación de contenidos informativos y generados por usuarios durante una franja temporal determinada.

El material correspondiente al campo discursivo de medios institucionales o unidireccionales (radio, TV, blogs, prensa y prensa *online*) se obtuvo en su integridad gracias a la base de datos de la empresa de *media monitoring* y de análisis de medios: Acceso Group. Los contenidos del campo discursivo de *social media* se obtuvieron a través de herramientas de consulta y de recuperación de contenidos en Twitter (Trendinalia y Twitter Archiver).

Una vez estuvo accesible esta muestra de importantes proporciones se delimitaron mediante técnicas de Procesamiento de Lenguaje Natural los posibles objetos del discurso predominantes cuantitativamente dentro del universo. Con el señalamiento de las pautas de estos grandes temas del día se descargaron los documentos que cumplieron con las características mostradas por el PLN y se analizaron cualitativamente confirmando su pertinencia.

De las agrupaciones de contenidos efectivamente representativas de un asunto del discurso o tópico determinado se identificaron aquellas categorías semiótico-discursivas. Las formas de dispersión de estos elementos se trasladaron a redes de relaciones que fueran comprensibles visualmente.

## 4.2 Corpus de textos para la investigación

### 4.2.1 Criterios

La elaboración del corpus como fuente representativa de textos se basó en una “serie de criterios selectivos y estructurales esenciales para determinar la validez de los trabajos que se realicen a partir de su explotación” (Casañas, 2009, p. 21). Para culminar los propósitos enunciados con anterioridad esta investigación incorporó para el análisis una muestra muy exhaustiva del material informativo hecho público por medios de comunicación institucionales o unidireccionales (prensa, radio, TV, prensa *online*, blogs) y los contenidos generados por los usuarios en Twitter.

Estas fuentes de contenidos debieron cumplir ciertos requisitos:

- 1) De tipo de contenido
  - Material informativo institucional (noticias en medios masivos, artículos de opinión, publinreportajes con formato de noticia, cartas al director).
  - Contenidos generados por usuarios (mensajes en Twitter y *posts* en blogs).
- 2) De rango temporal
  - Publicación / emisión entre las 00:00 horas del 20 de febrero de 2016 y las 23:59 del 29 de febrero de 2016. La elección de esta franja coincidió con un acontecimiento mediático inesperado como punto de inicio (fallecimiento del intelectual Umberto Eco) y como punto de cierre un acontecimiento mediático previsto (ceremonia de entrega de los premios Oscar).
- 3) De ubicación geográfica
  - Materiales cuya fuente de producción se encuentra en España (categoría autoatribuida por el productor).
  - Usuarios de Twitter con una localización en su perfil que se refiera a un lugar no excluyente de España (los términos ambiguos se consideraron como fuente de producción en España).

## 4.2.2 Universo

Acceso Group es la empresa de *media monitoring* y de análisis de medios de comunicación líder a nivel nacional. Su base de datos posee todos los recortes de prensa en formato digital, URL de noticias y *posts* de blogs con su texto y todos los videos y audio con meta información sobre el contenido de cada uno de los siguientes canales:

- TV. Todos los programas informativos o de *infotainment* de todas las cadenas nacionales y autonómicas en España junto con una amplia selección de medios locales (la parrilla completa incorporada en la investigación se puede consultar en el Anexo 4.1).
- Radio. Todos los programas informativos de todas las cadenas nacionales y autonómicas junto con una amplia selección de medios locales en España (la parrilla completa incorporada en la investigación se puede consultar en el Anexo 4.2).
- Prensa. Todas las noticias de todos los diarios y revistas en España tanto de ámbito nacional como regional y local.
- Prensa *online*. Todos los contenidos informativos con URL propia generados en 2.477 *sites* de prensa *online* localizados en España.
- Blogs. Todos los contenidos con URL propia generados en 39.913 blogs localizados en España.

El suministro de contenidos de Twitter se realizó de forma externa usando como referente no el total de *tweets* generados en España sino los *trending topics* indicados por la plataforma. De estos se tomó el total de *tweets* asociados o la muestra más amplia posible.

## 4.2.3 Descarga de contenidos

La descarga de contenidos se sustentó en el acceso a dos fuentes completamente confiables. En primer lugar se explotó la base de datos de Acceso Group.

Usando la plataforma de gestión de contenidos de Acceso se descargaron todos los textos pertenecientes a cada contenido (resumen de cada video, recorte de prensa, URL, etc.) de su base de datos con fuente de producción España desde las 00:00 del 20 de febrero hasta las 23:59 del 29 de febrero.

En términos numéricos el total de archivos descargados ascendió a: 1.131.226 documentos repartidos de la siguiente manera (ordenado por volumen en términos absolutos e

incluyendo contenidos de Twitter que se obtuvieron por otra vía):

- 1) Prensa *online* 576.780 documentos
- 2) Twitter 243.737 documentos
- 3) Prensa 187.749 documentos
- 4) Blogs 78.459 documentos
- 5) Radio 22.600 documentos (resúmenes realizados manualmente sobre cada corte de audio)
- 6) TV 21.901 documentos (resúmenes realizados manualmente sobre cada corte de video)

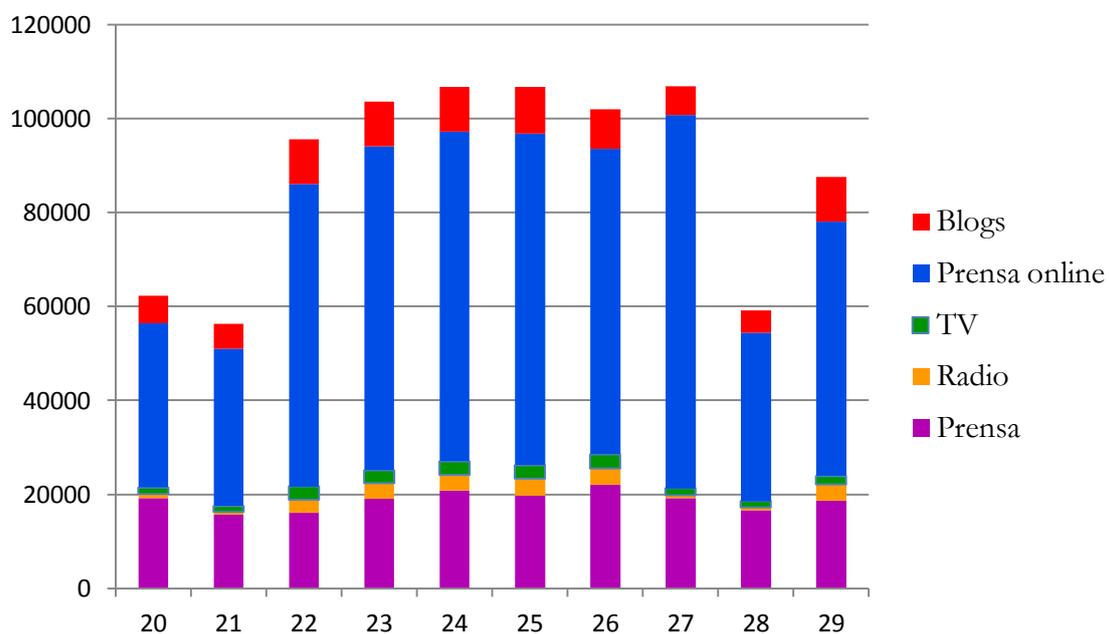


Figura 4.1. Universo representado en número de contenidos extraído de la base de datos de Acceso con sede de producción España durante la franja de análisis y repartido por días.

La red de *microblogging* Twitter genera ciertas complicaciones a la hora de investigar pese a representar un terreno propicio para la extracción de datos. Si bien en un escenario ideal se hubiera debido trabajar sobre el todo discursivo generado por Twitter en España no es posible descargar el total de los mensajes generados en esta red durante una franja amplia por dos razones:

- 1) El volumen es tan elevado que sería necesario un modelo tecnológico que superara la capacidad de procesamiento de la propia infraestructura de Twitter puesto que tras la descarga se aplicaron tareas computacionales de PLN.
- 2) Como se argumentará más adelante (ver 4.8.1 Filtrado de mensajes de Twitter por

localización) la descarga de mensajes usando como criterio la localización de cada usuario (en este caso España) no ofrece resultados confiables.

Debido a esta problemática se optó por considerar como equivalente a los grandes asuntos del día de Twitter los *trending topics* en España. Este es un dato objetivo ofrecido por la compañía y basado en algoritmos que cruzan los meta datos de cada *tweet* y ciertos parámetros cuantitativos y de actividad<sup>23</sup>.

Los resultados de estos procesos se traducen en los temas que según Twitter están suscitando más interés (*trending topics*) y que se pueden jerarquizar tanto por la posición que ostentan en comparación con el resto como por el tiempo en que mantienen dicho estatus.

Debido a que los *trending topics* fluctúan en el tiempo y no quedan almacenados para su anotación se consideró usar como herramienta de consulta el proyecto Trendinalia<sup>24</sup>.

Trendinalia es una iniciativa *online* que archiva en franjas de 24 horas los *trending topic* que se han generado en cualquier lugar del mundo, uno de estos lugares es España. Estos resultados se pueden consultar mediante acceso a su dirección *web*.

Para garantizar que los discursos importantes del día en España en la plataforma Twitter según Trendinalia mantenían el mismo nivel de seguridad y de confiabilidad que los discursos basados en datos aportados por la base de datos de Acceso se realizó un test extendido en el tiempo para asegurar la fiabilidad de los *trending topics* almacenados por Trendinalia.

Esta comparación se realizó durante los meses de febrero, marzo y abril de 2016 verificando que los *trending topics* que aparecían en la página de inicio coincidían tanto en presencia de temas, como en posición de interés, como en duración de la posición con los datos oficiales presentes en la plataforma Twitter.

Una vez conocidos los *trending topics* en España durante la franja de análisis se procedió a la selección de aquellos pertinentes para la investigación y se descargó el total de contenidos o la mayor muestra disponible. Para realizar la descarga se aplicó el software gratuito Twitter

---

<sup>23</sup> Twitter. Recuperado 26 diciembre 2017, de <https://support.twitter.com/articles/101125#>

<sup>24</sup> Trendinalia. Recuperado 26 diciembre 2017, de [www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/spain](http://www.trendinalia.com/twitter-trending-topics/spain)

Archiver<sup>25</sup>. Para garantizar que los resultados tenían la mayor fiabilidad posible se realizaron comparaciones con la plataforma Tweetseeker<sup>26</sup> y con la aplicación oficial de búsqueda y descarga de Twitter<sup>27</sup>.

Los test resultantes confirmaron que Twitter Archiver accede directamente a Twitter como fuente de datos con los mismos resultados que ofrece la aplicación oficial de Twitter y otras fuentes alternativas. Por otra parte, pese a que la aplicación oficial de Twitter no aporta la totalidad de mensajes pertinentes que sí serían accesibles en su servicio de *firehose* de pago está demostrado que la representatividad es suficiente en descargas de grandes volúmenes (Morstatter, 2013) ofreciendo unos resultados óptimos (Burgess y Bruns, 2012; Guo y McCombs, 2015).

Una vez conocidos los *trending topic* del día en España se procedió a la descarga de todos los contenidos en lengua castellana con los términos que habían sido *trending*. Por ejemplo el primer *trending* de la franja de control fue “Umberto Eco” y el último “#Oscar”.

Estos contenidos, sin embargo, no podían considerarse todavía textos pertenecientes a un discurso que debían ser analizados, en esencia seguían siendo un conjunto de mensajes de un *trending topic* determinado dentro de un flujo temporal. Como podrá verse sería necesario un proceso posterior que armonizara los documentos del corpus de Twitter con los del corpus de medios masivos y blogs.

En esta primera fase se obtuvo la muestra de Twitter sobre la que se iba a investigar, una muestra compuesta por 243.737 documentos.

---

<sup>25</sup> Twitter Archiver. Recuperado 26 diciembre 2017, de <https://chrome.google.com/webstore/detail/twitter-archiver/pkanpfekacaojdnfcgjbadedbgbbphi>

<sup>26</sup> Tweetseeker. Recuperado 26 diciembre 2017, de <http://tweetseeker.com/>

<sup>27</sup> Twitter. Recuperado 26 diciembre 2017, de <https://dev.twitter.com/rest/public/search>

#### 4.2.4 Determinación de los objetos del discurso

Una vez que se dispuso de todos los textos pertenecientes a todos los contenidos de medios masivos y blogs durante la franja de análisis fue necesario determinar cuáles fueron las grandes líneas discursivas u objetos del discurso hegemónicos que podían deducirse dentro de ese universo.

Hasta la puesta en práctica de la versión definitiva del proyecto se llevaron a cabo tres test parciales de metodología.

#### 4.2.5 Primer test parcial de metodología

En el primer test se intentó reproducir el esquema básico metodológico sobre determinación de objetos del discurso y análisis de las variables semióticas. Se trató de una mera aproximación desde la que se extrajeron conclusiones que permitieron pulir la metodología.

Este primer test se realizó durante el mes de junio de 2015 usando la tecnología de Acceso Group. Se pidieron dos consultas con las 100 expresiones más recurrentes en lengua castellana en todos los contenidos de prensa y prensa *online* de la base de datos de Acceso publicados durante el 20 de mayo de 2015. La consulta se realizó usando el sistema Elastic Search<sup>28</sup>.

Elastic Search es un motor de búsqueda que permite, dentro de corpus de gran tamaño, detectar los elementos más recurrentes tomando como referencia un histórico de resultados. No muestra los resultados más repetidos sino que valora si estos resultados son estadísticamente relevantes en relación a corpus de fechas anteriores. La idea con la que está fundamentada Elastic Search es evitar aquellos elementos que siempre tienen presencia preeminente incentivando por otra parte los que son significativos o inusuales dentro de la franja de control.

Se extrajo un listado con los 100 términos más frecuentes y estadísticamente

---

<sup>28</sup> Elastic. Recuperado 26 diciembre 2017, de <https://www.elastic.co/products/elasticsearch>

relevantes dentro del titular del texto en prensa y *online* de lengua castellana dentro de la base de datos de Acceso Group. El listado puede consultarse en el Anexo 4.3.

En la generación del listado se eliminaron al considerarse como términos sin interés los verbos más comunes y las palabras con menos de cinco letras.

Una vez conseguido este listado ordenado por número de apariciones se inició una fase de búsquedas con combinaciones de tres palabras del listado usando operadores booleanos en la plataforma de consulta de Acceso Group. La idea era discernir el valor que tenía cada expresión del listado para determinar su importancia dentro del universo en relación con el resto de expresiones. Considerar que el término con más frecuencia de resultados según Elastic Search era capaz de señalar el asunto discursivo más importante del día generaría grandes agrupaciones de documentos de las cuales sería difícil definir el asunto esencial que los mantiene unidos a un mismo discurso (por ejemplo realizar una única recuperación de información con el término Rajoy en todos los prensa *online* generaría una heterogeneidad del sentido textual de los documentos por la laxitud de la búsqueda). Como podrá verse más adelante las teorías sobre Procesamiento de Lenguaje Natural ya disponen de ciertas recomendaciones para la detección de acontecimientos en corpus textuales.

Las búsquedas de tres términos del listado que ofrecían un mayor número de presencias en la base de datos se anotaban como combinaciones relevantes.

Las dos combinaciones más importantes en términos cuantitativos fueron las siguientes:

*princesa /leonor /comunión*

*españa /refugiados /inmigrantes*

De las búsquedas que ofrecían más resultados se realizó la descarga de contenidos usando las mismas expresiones de búsqueda.

Mediante el análisis de los contenidos resultantes de estas descargas se inició la

detección de elementos semióticos y de figuras retóricas tanto para la observación de su presencia a nivel cuantitativo como su potencial capacidad interdiscursiva. Las palabras clave pertenecientes a estos se emplearon para buscar en otras fechas contenidos que también poseyeran esos elementos.

Pese a que este test representó una tentativa superficial al tener un alcance tan amplio se detectaron algunos vacíos de difícil justificación:

- 1) El uso del sistema de búsqueda Elastic Search con su propio algoritmo estadístico para advertir de las expresiones más relevantes usando como referente el total de términos de una franja no es un criterio aceptable en este proyecto. Tomando como ejemplo el término “fútbol” es posible asegurar que si bien durante gran parte del año tiene cabida y protagonismo en los medios de comunicación es probable que Elastic Search lo omitiera como resultado al considerar que una presencia elevada en un día no es una anomalía estadística.

Si el Discurso Social en España está imbuido por una línea discursiva sistematizada y estable debe darse cuenta de esa situación.

- 2) La elección de términos no incluidos en los resultados dejaba fuera un gran número de conceptos de interés (por ejemplo las siglas de algunos partidos políticos al tener menos de cinco letras).
- 3) El sistema de búsquedas usando combinaciones de las palabras listadas no era eficiente. Requería un enorme consumo de recursos en términos de tiempo. Por otra parte las fórmulas para dinamizar la comprobación (por ejemplo combinando términos que se consideraban relacionados por la actualidad del día) conducían a una subjetividad que no puede permitirse. Que una combinación de palabras se considere anti natural no quiere decir que en unas condiciones determinadas no pueda ser hegemónica. Si fuera de esta manera el investigador estaría predeterminando los resultados y usando como criterio

su propio sentido común ajeno al rigor científico.

- 4) El análisis semio-discursivo se demostró útil para el objeto de la investigación y permitió la formulación de un cuadro con las categorías necesarias para la elaboración de redes de conexión entre discursos de diferente signo.
- 5) Finalmente, el investigador debería tener el máximo control posible sobre la forma en que se obtienen los datos ya que son el sustrato sobre el que se sostiene toda la investigación. Cada proceso debería poder revisarse manualmente y cada elección debería cumplir un criterio normativizado antes de la investigación y no a la inversa.

Por estas razones se desestimó este modelo y se consideró necesario desarrollar una plataforma con herramientas propias del Procesamiento de Lenguaje Natural.

### **4.3 Plataforma para el procesamiento textual de noticias y UGC (PPTNU)**

PPTNU es una plataforma construida con la única misión de dar soporte tecnológico a esta investigación. Esta herramienta se ha desarrollado en lenguaje C# usando una base de datos NoSQL.

Las bases de datos NoSQL representan la estructura principal en las que se sustenta el fenómeno *Big Data* ya que “están diseñadas para el tratamiento de datos a gran escala y el procesamiento masivo de datos” (Moniruzzaman y Hossain, 2013, p. 1).

Entre otras funcionalidades PPTNU dispone de un algoritmo de recuento simple para la determinación de las combinaciones de palabras más recurrentes dentro un corpus textual<sup>29</sup>.

La plataforma fue desarrollada por un ingeniero informático que aplicó con exactitud todos los requisitos que se demandaron para cumplir los objetivos de este proyecto.

PPTNU no es una herramienta de Procesamiento de Lenguaje Natural sino que es una

---

<sup>29</sup> También dispone de una sección de visualización de la información que se explicará más adelante.

plataforma que aplica algunas de las técnicas de esta disciplina. Como se ha explicado con anterioridad el objeto de estudio del PLN es la interacción entre ordenadores y humanos.

En este proyecto lo que se ha pretendido es que la máquina interprete un volumen enorme de textos para permitir al investigador realizar tareas que están fuera del alcance de un humano pero son accesibles para una computadora.

### 4.3.1 *Tokenización*

La primera técnica que se aplicó fue la *tokenización*, esta fase es previa a la hora de procesar un texto. La misión de esta tarea es la identificación de unidades básicas para que puedan ser interpretadas.

Un *token* se puede definir como una cadena de caracteres contiguos delimitados por dos espacios o por un espacio y un signo de puntuación o de final de línea (Przepiórkowski y Ogrodniczuk, 2014).

El tipo de *tokenización* que aplica la plataforma funciona a un nivel básico ya que reconoce como *token* cada palabra que esté rodeada por unidades no alfanuméricas, se tratará principalmente de los espacios en blanco, saltos de línea y signos de puntuación (punto, coma, etc.).

El objetivo es que el sistema pueda delimitar cada palabra como una unidad independiente de análisis.

Si tomamos como ejemplo este fragmento de *El Quijote* la plataforma haría la siguiente delimitación:

Texto original:

*“este libro fue el primero de caballerías que se imprimió en España, y todos los demás han tomado principio y origen de este;”*

Texto tal como lo interpreta la plataforma:

*“este/ libro/ fue/ el/ primero/ de/ caballerías/ que/ se/ imprimió/ en/ España/ y/ todos/ los/ demás/ han/ tomado/ principio/ y/ origen/ de/ este”*

De esta forma para el ordenador sólo existen los términos que han quedado delimitados y puede adjudicar una variable a cada término para su almacenamiento.

#### 4.3.2 Palabras excluidas en el procesamiento (*stop-words*)

Para conseguir resultados relevantes PPTNU incluye la posibilidad de decidir qué expresiones deben ser omitidas para el sistema de forma que sólo se procesen términos con cierta significación.

A estas expresiones que son excluidas del procesamiento se les conoce como *stop-words* y tienen la característica ser poco valiosas para la identificación de documentos o para la comparación de documentos entre ellos. Existen listados consensuados denominados *stop-list* que se componen de artículos, conjunciones y preposiciones. Dentro de esta estandarización de los términos no relevantes también se consideran *stop-words* las conjugaciones de los verbos más comunes y otras palabras estadísticamente preeminentes pero con un escaso peso para la comprensión del texto del que forma parte.

Para el presente proyecto se tuvieron en cuenta dos *stop-lists* consensuadas y una ad hoc con las que se determinaron los términos que se descartaron para detectar la información esencial de cada contenido que permitió encontrar discursos hegemónicos<sup>30</sup>:

- 1) *Stop-list* en castellano de la Universidad de Neuchâtel
- 2) *Stop-list* en castellano del proyecto colaborativo en PLN *Snowball*
- 3) *Stop-list* con meta datos tras Test de procesamiento y de metodología de delimitación discursiva (ver 4.3.5). Las *stop-words* incluyeron términos con presencia estadística elevada pero que no aportan sentido a la comprensión interna de los textos. Estos términos forman parte de los textos en prensa (p. ej.: EFE, agencias, redacción, etc.), de los resúmenes de TV y Radio (meta datos que adjunta el documentalista para categorizar cada noticia, p. ej.: política o deportes), meta datos en los textos de prensa online y blogs (p. ej.: el día en que se ha publicado la información) y meta datos en los mensajes de Twitter (p. ej.: rt, en referencia a los *retweets*).

---

<sup>30</sup> Los listados completos de *stop-words* se pueden consultar en el Anexo 4.4

En la siguiente tabla se observa la aplicación de *stop-words* y del conteo de frecuencia de términos en el fragmento de *El Quijote* que se ha mostrado anteriormente:

<b>Palabra</b>	<b>Presencia en párrafos diferentes</b>	<b>Frecuencia total</b>
libro	1	1
caballerías	1	1
imprimió	1	1
tomado	1	1
principio	1	1
origen	1	1

Tabla 4.1 Tabla de frecuencia de palabras en fragmento de ejemplo aplicando *stop-words* de la investigación.

### 4.3.3 Algoritmo de recuento simple

Una vez determinados los términos que deben ser procesados y los que deben ser omitidos PPTNU es capaz de procesar todos los textos que deban ser interpretados. La plataforma admite textos en formato TXT y en HTML reconociendo los límites entre un texto y otro.

El procesamiento que realiza PPTNU se basa en un conteo de todos los *tokens* (palabras) exceptuando las *stop-words* que se han configurado para cada medio (prensa, blogs, Twitter, radio, TV, prensa *online*).

Este conteo detecta las 500 palabras más recurrentes considerando la presencia del término en un contenido como presencia única y no acumula la repetición de un término dentro del mismo texto.

Es decir si detecta la presencia del término “podemos” en el texto relativo a un contenido lo almacenará una vez omitiendo otras posibles apariciones del término dentro del mismo texto. Más apariciones del término “podemos” no serán introducidas en el conteo<sup>31</sup>.

---

<sup>31</sup> Si en 100 contenidos aparece dos veces el término “podemos” la plataforma contabilizará 100 resultados y no 200. La misión es descubrir el número de contenidos que poseen el término y que por tanto son susceptibles de ser analizados.

## Palabras por frecuencia

Palabra	Noticias diferentes en las que ha salido	Frecuencia Total	Excluir
don	368	370	<input type="checkbox"/>
quijote	339	340	<input type="checkbox"/>
sancho	272	276	<input type="checkbox"/>
respondió	165	165	<input type="checkbox"/>
caballero	162	164	<input type="checkbox"/>
merced	145	146	<input type="checkbox"/>
señor	140	141	<input type="checkbox"/>
aquel	110	110	<input type="checkbox"/>
cosa	83	83	<input type="checkbox"/>
mal	77	78	<input type="checkbox"/>
aquella	75	75	<input type="checkbox"/>
mas	74	74	<input type="checkbox"/>
caballeros	70	70	<input type="checkbox"/>
alli	70	70	<input type="checkbox"/>
amo	65	65	<input type="checkbox"/>
dios	62	63	<input type="checkbox"/>
rocinante	61	62	<input type="checkbox"/>
verdad	57	57	<input type="checkbox"/>
tiempo	50	50	<input type="checkbox"/>
mano	48	50	<input type="checkbox"/>

Figura 4.2 Resultado de la frecuencia de términos más aparecidos en la novela: *El ingenioso Hidalgo don Quijote de la Mancha* con el filtro de *stop-words* de la investigación

Como se puede observar en la figura de ejemplo el procesamiento completo de la novela *El Quijote* arroja como término más repetido la palabra: *don*. La configuración del procesamiento en este caso consideró cada párrafo como unidad independiente (como si cada párrafo fuera una noticia) de manera que *don* se repite 370 veces en toda la novela y en 368 párrafos diferentes (hay dos párrafos en los que aparece dos veces).

Una vez confeccionado el listado jerarquizado por número de apariciones con las 500 palabras más presentes en los textos PPTNU posee un algoritmo capaz de buscar todos esos términos dentro de todo el corpus textual. Ese procesamiento cruza la presencia de cada uno de los 500 términos iniciales almacenando y cuantificando las combinaciones que en cada texto contengan tres de los términos de esa lista.

Estas combinaciones representan presumiblemente eventos detectados dentro del corpus que se haya procesado y que servirán de indicios sobre los objetos del discurso que son hegemónicos.

En PLN un “evento” representa un “tipo específico de conocimiento que puede ser extraído desde un texto usando minería de datos” y que “puede representar una compleja combinación de relaciones vinculadas a una agrupación de observaciones empíricas desde

los textos” (Hogenboom,, Frasinicar, Kaymak, y De Jong, 2011, p. 48), una definición más sucinta y más conectada con la presente investigación aporta que significan “algo que ha sucedido en un lugar y momento específico” (Chen y Ku, 2002, pp. 243-244).

Usando la terminología adecuada para esta investigación serán los asuntos correspondientes a los discursos hegemónicos en la franja de análisis. El término “indicio” citado con anterioridad viene a informar que las combinaciones de tres términos suministradas por PPTNU no son necesariamente representativas de los discursos. Las combinaciones más aparecidas se refieren a los elementos esenciales con los que se pueden generar agrupaciones de contenidos y que por tanto podrían ser considerados discursos.

Los algoritmos orientados a la determinación de estas características de los documentos se conocen como *feature-pivot algorithm* (Petkos, Papadopoulos, Aiello, Skraba y Kompatsiaris, 2014), la función que cumplen es la de extraer combinaciones representativas de términos dentro de los documentos para más adelante emplearlas como referencia en la recuperación de información<sup>32</sup>.

Las dos principales ventajas de esta técnica es que el investigador tiene libertad para seleccionar los parámetros de términos que forman cada agrupación (n-gramas) en nuestro caso combinaciones de tres términos<sup>33</sup> y que el sentido que da cohesión interpretativa a la agrupación se infiere muy fácilmente gracias a los términos que han hecho posible la agrupación (Kunneman y van den Bosch, 2014).

Por otro lado existe el peligro que esta metodología detecte correlaciones engañosas entre términos (Aiello et. al., 2013), es decir agrupaciones de términos que realmente no están conectados en la paráfrasis del texto (y por tanto tampoco lo estarán en su núcleo discursivo) sino que son objeto de recurrencias estadísticas en el lenguaje o en la forma de producción de los textos<sup>34</sup>.

---

<sup>32</sup>Las combinaciones de términos serán las expresiones para realizar búsquedas de los contenidos que deban descargarse.

<sup>33</sup>Número de términos recomendado para extracción de eventos en noticias (Hogenboom, Frasinicar, Kaymak, y De Jong, 2011).

<sup>34</sup> Por ejemplo el uso de la palabra “Madrid” al inicio de una noticia para determinar el lugar en que se ha redactado.

Sin embargo esta problemática afecta decisivamente a los resultados en modelos automatizados en su totalidad, alejados, como podrá observarse, del presente este proyecto. La elaboración algorítmica de los tres términos combinados más frecuentes en el corpus no posee un valor definitivo, la importancia del procesamiento está subordinada a la interpretación de los resultados.

#### Combinaciones

Mas frecuentes		Menos frecuentes	
Palabra 1	Palabra 2	Palabra 3	Frecuencia
don	quijote	respondió	51
don	quijote	sancho	34
don	sancho	respondió	20
quijote	sancho	respondió	16
don	quijote	señor	11
don	quijote	replicó	11
sancho	respondió	panza	8
don	quijote	caballero	6
don	quijote	dios	6
don	quijote	decia	6
don	quijote	mal	5
don	quijote	caballo	5
don	quijote	amigo	5
don	quijote	vió	5
don	quijote	visto	5
don	quijote	tú	5
don	respondió	amigo	5
don	quijote	aquel	4
don	quijote	mas	4
don	quijote	alli	4
don	quijote	dios	4

Figura 4.3. Procesamiento sin *stop words* con las combinaciones de tres términos más aparecidas en cada párrafo de la novela *El ingenioso Hidalgo don Quijote de la Mancha*. La configuración para el procesamiento de noticias y contenidos durante la investigación realizó el conteo de combinaciones por contenido individual y no por párrafo.

Como puede verse en el ejemplo tomado de la novela *El Quijote* la combinación *don / quijote / respondió* es la más recurrente por número de apariciones con 51 párrafos en toda la novela que contienen esta combinación. En esta investigación las combinaciones resultantes serán potencialmente representativas de objetos del discurso.

#### 4.3.4 Test de confiabilidad de plataforma

Para confirmar los resultados ofrecidos por la Plataforma para el Procesamiento Textual de Noticias y UGC se realizaron dos test durante la primera semana de diciembre de 2015. En el primero se procesaron dos textos con expresiones generadas específicamente para el test que fueran fácilmente reconocibles para poder realizar *a posteriori* una comprobación de resultados<sup>35</sup>. La plataforma ofreció una efectividad completa.

Un segundo test aumentó la complejidad y se realizó con el procesamiento de dos noticias extraídas de los medios de prensa *Expansión* y *Cinco Días*, y una del portal de noticias Invertia.com<sup>36</sup>, las tres se habían publicado con fecha del 30 de octubre de ese año y tenían mención a la entidad BCE.

El test incluyó los siguientes procedimientos:

- 1) De forma manual se realizó el borrado de las *stop-words* del texto tomando como referencia los listados que se han indicado con anterioridad.
- 2) De forma manual se realizó el conteo de todas las palabras presentes en los textos. Se consideró tanto la frecuencia de una palabra en el texto como la frecuencia acumulativa en los tres textos.
- 3) De forma manual se buscaron combinaciones de palabras entre textos de la misma forma que lo realiza PPTNU.
- 4) Se procesaron los tres textos en PPTNU y se compararon los resultados con los que se habían obtenido de manera manual.

Las conclusiones fueron las siguientes:

- 1) La plataforma PPTNU ofrece los mismos resultados que puede obtener un

---

<sup>35</sup> “AAAA AAAB AAAC AAAD AAAE AAAF...”.

<sup>36</sup> Los textos originales se pueden consultar en el Anexo 4.5.

investigador realizando revisión manual. El nivel de confiabilidad es total.

- 2) Las tareas que se han encomendado a la plataforma difícilmente son asumibles por un ser humano. Al realizar el test se encontró una divergencia de resultados entre PPTNU y la revisión manual. Una comprobación de procesos demostró que durante el procedimiento manual se había cometido un error humano. Una vez subsanado el error se verificó que PPTNU había realizado su cometido con total efectividad de igual manera que lo haría un ser humano que no cometa errores<sup>37</sup>.

#### 4.3.5 Test de procesamiento y de metodología de delimitación discursiva

Cuando la Plataforma para el Procesamiento Textual de Noticias y UGC ya estaba desarrollada se realizó un test para asegurar que era la herramienta necesaria para la consecución de este proyecto, no sólo en términos de eficacia (demostrada con el Test de confiabilidad de la plataforma) sino en términos de eficiencia para el procesamiento de grandes cantidades de datos.

También debía confirmarse si las combinaciones resultantes eran suficientes por sí mismas para la inferencia de los grandes discursos que potencialmente habitan dentro de un corpus en formato textual de noticias y de contenidos del entorno 2.0.

Para poner a prueba el sistema se descargaron todos los textos referidos a los contenidos producidos en España de todos los canales disponibles en la base de datos de Acceso Group emitidos / publicados el 27 de octubre de 2015. En total se descargaron 151.950 documentos agrupados de la siguiente manera:

Prensa *online*: 98.543

---

<sup>37</sup> Tal como admite el profesor Charles Severance de la Universidad Michigan en el Mooc de Coursera: Programming for Everybody (Getting Started with Python): “Un ordenador es como un perro que admite órdenes sencillas pero puede hacer cosas muy bien, una de ellas es contar”. Coursera. Recuperado 26 diciembre 2017, de <https://es.coursera.org/learn/python>

Twitter: 25.621

Prensa: 21.405

Radio / TV: 6.381

Todos los contenidos se procesaron aplicando el *stop-list* de la Universidad de Neuchâtel. El proceso se realizó con un ordenador portátil para medir el tiempo que era necesario tanto para procesar el recuento de palabras como para el cálculo de las combinaciones.

Tras el procesamiento, de las combinaciones que ofreció la plataforma se inició un análisis de los resultados de tres términos más repetidos que eran susceptibles de convertirse en objetos del discurso en los canales. Se observaron las combinaciones resultantes del procesamiento de los textos de radio / TV y Twitter.

Las combinaciones que se consideraron pertinentes de inicio se aplicaron como expresión de búsqueda en la plataforma de Acceso Group. Se descargaron todos los contenidos relativos a esas combinaciones de expresiones con fecha del 27 de octubre y se realizó una supervisión manual de todos los contenidos formulando paráfrasis representativas de los textos incluidos.

Las combinaciones con mayor frecuencia de resultados fueron las siguientes:

#### **TV / radio**

*caja / director / fuerte*

Objeto del discurso según paráfrasis:

El director Catalán de Obra Pública entregó una caja fuerte a un amigo.

*estado / ley / rajoy*

Objetos del discurso según paráfrasis:

- 1) El Presidente del Gobierno Mariano Rajoy asegura que no dejaría la candidatura por tener el apoyo de Ciudadanos.
- 2) El Secretario General del PSOE critica las políticas del Presidente Mariano Rajoy.
- 3) Actualidad de los gobiernos regionales en los que tiene presencia el PP.

*jordi / operación / pujol*

Objeto del discurso según paráfrasis:

La Unidad de Delincuencia Económica y Fiscal de la Policía Nacional entra en la casa del ex presidente de la Generalitat Jordi Pujol en una operación contra la corrupción.

*carne / consumo / riesgo*

Objeto del discurso según paráfrasis:

La OMS alerta sobre el consumo de carne procesada.

### **Twitter**

*desmentir / fichado / oficialmente*

Objeto del discurso según paráfrasis:

Tras una fotografía colgada en Twitter en la que aparece un guarda de seguridad parecido al jugador del Real Madrid Sergio Ramos el futbolista desmiente que trabaje en Mercadona.

*hipotecas / agosto / viviendas*

Objeto del discurso según paráfrasis:

La firma de hipotecas para la compra de viviendas crece un 25,8% en agosto según el INE.

*banco / españa / consumo*

Objeto del discurso según paráfrasis:

El Banco de España constata una desaceleración del consumo interno.

*banco / santander / suplanta*

Objeto del discurso según paráfrasis:

Alerta por un fraude para robar claves de acceso de los clientes de Banco Santander.

- Conclusiones que se extrajeron del test

1) Un ordenador de uso personal no tiene la capacidad de cálculo suficiente para procesar un volumen tan ingente de datos y ofrecer resultados con un lapso de tiempo que permita el análisis por parte del investigador.

Para superar este problema se contrató un terminal de procesamiento con acceso remoto. De esta forma el análisis del universo del 20 al 29 de febrero de 2016 se realizó con dos computadoras de manera simultánea: un ordenador portátil y una computadora con acceso remoto.

2) El análisis de la muestra de radio y TV demostró que ambos canales tienen lógicas de producción diferentes. Contenidos que habían caducado en TV tenían todavía presencia en radio (principalmente en las tertulias de política).

En la investigación sobre la muestra real del 20 al 29 de febrero de 2016 se desligaron los contenidos textuales de ambos canales de forma que se procesaron dos universos diferentes (radio y TV) para determinar los discursos dominantes en cada canal.

3) Se detectó que era necesario introducir un sistema de *stop-list* más restrictivo. En primer lugar por los meta datos sin valor informativo que llevan incorporadas las noticias (por ejemplo: “declaraciones” o “EFE”) y los mensajes de Twitter (por ejemplo: “rt”) en segundo por palabras de uso común y con una presencia

estadísticamente elevada (“Madrid” y “España”). Al contrario el término común “podemos” se retiró de las *stop-list*, por tanto se valoró en el procesamiento.

Junto a los términos con nulo valor para la caracterización de los textos se consideraron dos términos más: Madrid y España, como necesarios para considerarse palabras excluidas del procesamiento.

- A) Madrid. La expresión Madrid se refiere a una entidad. En PLN una entidad es un nombre de persona, de lugar o de organización<sup>38</sup>. De esta forma los sistemas de procesamiento pueden aplicar diferentes criterios de manera automática para afinar resultados. Las entidades tienen un gran valor para extraer el sentido interno de algunos textos.

Existen bases de datos de entidades como la *Stanford Named Entity Tagger*<sup>39</sup> en las que se puede saber si una expresión es una entidad y la categorización que le corresponde.

Por estos criterios según los principios del Procesamiento de Lenguaje Natural la expresión Madrid debía tener cabida en el análisis. No obstante es un término estadísticamente preeminente ya que gran parte de las noticias de prensa están firmadas en esta ciudad. Por tanto se detectaron en el Test de procesamiento y de metodología de delimitación discursiva correlaciones inexistentes ya que venían determinadas por un meta dato relacionado con el lugar de producción y no con el lugar del acontecimiento.

Para verificar si era posible excluir esta expresión del procesamiento se realizaron dos test independientes incorporando la palabra “Madrid” en el listado de *stop-words* de prensa y únicamente en este canal de prensa (PPTNU permite *stop-list* diferentes por

---

<sup>38</sup> Este es el criterio general del equipo de PLN de la Universidad de Stanford. Es posible ampliar con nuevas categorías como por ejemplo “genes o nombres de proteínas”. The Stanford Natural Language Processing Group. Recuperado 26 diciembre 2017, de <http://nlp.stanford.edu/software/CRF-NER.shtml>

<sup>39</sup> The Stanford Natural Language Processing Group. Recuperado 26 diciembre 2017, de <http://nlp.stanford.edu/software/CRF-NER.shtml>

cada tipo de medio).

Todos los contenidos de prensa de los días 27/10/2015 y 19/01/2016 en los que la ciudad de Madrid tuviera protagonismo (presencia en titular) se procesaron dos veces. Una con omisión del término en el procesamiento y otra con las *stop-list* de origen. Los resultados permitieron asegurar que las paráfrasis de las agrupaciones resultantes no se veían afectadas por la inclusión / exclusión del término. Es decir, se generaron agrupaciones discursivas equivalentes.

Este mismo test se realizó con la franja en la que se realizó la investigación definitiva y no se obtuvieron diferencias en el procesamiento.

- B) España. La expresión “España” también se incluyó en el listado de *stop-words* pese a tratarse de una entidad. El Test de procesamiento y de metodología de delimitación discursiva demostró una preeminencia estadística debido a que todos los contenidos han sido generados o publicados en este país.

Tal como indican Chakraborty, Pagolu y Garla (2013, p. 82) se puede generar una *stop-list* personalizada para identificar palabras que ofrecen información limitada o inexistente respecto el núcleo de cada texto “como la palabra ‘ordenador’ en una colección de artículos sobre ordenadores.”. Por lo cual existen términos que son susceptibles de ser incluidos en una *stop-list* ad hoc debido a que las condiciones de producción del corpus son proclives a su presencia. Teniendo en cuenta que esta investigación busca el análisis del Discurso Social en España es comprensible que esta expresión tenga un peso elevado en los resultados sin aportar información esencial sobre los diferentes discursos generados por los medios.

La expresión España se incluyó en el listado general de *stop-list* sin que afectara a los resultados que se hubieran considerado pertinentes tras el procesamiento (como puede verse en la tabla 4.1 con el procesamiento de un fragmento de *El quijote* este término no aparece pese a que sí se encuentra en el fragmento).

- C) También, como se puede observar en la segunda combinación hegemónica

obtenida de radio y TV: *estado / ley / rajoy*, apareció un término de uso frecuente en lengua castellana que tergiversaba los resultados: “estado”. Esto generó que los contenidos que en según la combinación formaban parte del mismo discurso realmente podían tratar de asuntos diferentes.

El análisis de las paráfrasis de los contenidos descargados en prensa sobre esa combinación ofreció tres objetos del discurso con una presencia estadística equilibrada derivada de la expresión polisémica “estado”.

La primera paráfrasis inferida ofrecía un 36,25% (58 resultados de 161), la segunda un 10,55% (17 resultados de 161) y la tercera que era en sí misma una acumulación de informaciones sobre diferentes municipios un 53,41% (86 resultados de 161).

- a) El Presidente del Gobierno Mariano Rajoy asegura que no dejaría la candidatura por tener el apoyo de Ciudadanos. 36,25% de presencia

Ejemplo:

Diario de Noticias 27/10/2015

Titular: Un Rajoy triunfal tapa la corrupción y el paro

Fragmento: “Madrid ha dado un golpe de estado institucional al servicio de los grandes lobbies madrileños” (...) “respeto a la ley y a las instituciones, también” (...) “Rajoy subrayó que nunca se ha negado a dialogar y negociar”

- b) El Secretario General del PSOE critica las políticas del Presidente Mariano Rajoy. 10,55% de presencia

Ejemplo:

La tribuna de Ciudad Real 27/10/2015

Titular: Sánchez está seguro de que ganará a las derechas de Rajoy y Rivera

Fragmento: “abogó por aprobar una Ley de Libertad Religiosa” (...) “recuperar el

Estado del Bienestar” (...) “Pero Sánchez no solo tiene en un ojo de mira a Mariano Rajoy. “

- c) Actualidad de los gobiernos regionales en los que tiene presencia el PP.  
53,41% de presencia

Ejemplo:

El mundo (El correo de Burgos) 27/10/2015

Titular: Quiñones: ‘Estoy orgulloso de que el Gobierno nos sometiera al ajuste’

Fragmento: “sacó la cara por la gestión de Rajoy durante la crisis” (...) “Son los Presupuestos que la Ley permite porque hay un techo de gasto” (...) “«criterios objetivos de circulación, seguridad vial y estado» de la infraestructura”

Como puede observarse se infirieron objetos del discurso diferentes tomando como base una misma combinación de origen algorítmico. Que un término generase combinaciones algorítmicas que en su análisis interno señalaran asuntos discursivos diferentes y a su vez preeminentes cuantitativamente era una cuestión que debía tratarse para evitar la observación de discursos falsamente hegemónicos.

Para solventar este problema se incluyó una nueva *stop-list* que se complementó con el de la Universidad de Neuchâtel, la *stop-list* que se aportó fue la del proyecto colaborativo en red: *Snowball*. En ese listado se incluyen las conjugaciones del verbo “estar”.

- d) La *stop-list* de la Universidad de Neuchâtel incorporaba el término “podemos” como verbo común. Tras un segundo procesamiento y análisis manual del Test de procesamiento y de metodología de delimitación discursiva se comprobó que faltaban resultados sobre discursos con presencia de un partido político cuyo nombre es esa misma expresión: “podemos”.

Por esta razón, al tratarse de una entidad, se incorporó como palabra

pertinente en el procesamiento.

4) En la obtención de combinaciones se aceptaron como pertinentes expresiones indicativas de discursos que no tenían una entidad. Las entidades poseen un papel fundamental en el PLN y su ausencia podría ser desencadenante de resultados desconectados del sentido esencial de los contenidos a los que hace referencia.

Estas combinaciones podrían representar relaciones inapropiadas entre términos que fueran potencialmente productoras de la aceptación de contenidos que no formarían parte del objeto del discurso en el corto plazo.

Para verificar esta opción se realizó una búsqueda dejando un lapso de cuatro días (31 de octubre de 2015) dentro de los medios de prensa de la base de datos de Acceso empleando las combinaciones que se habían considerado pertinentes pese a no tener entidad en su formulación.

Los resultados fueron los siguientes:

*caja / director / fuerte*

Se obtuvieron 2 resultados. Ninguno de ellos pertenecía a la paráfrasis: El director Catalán de Obra Pública entregó una caja fuerte a un amigo.

*carne / consumo / riesgo*

Se obtuvieron 53 resultados. De estos resultados 2 no eran referidos a la paráfrasis: La OMS alerta sobre el consumo de carne procesada. Aunque los resultados aportaron una efectividad del 96,2% una búsqueda incorporando la entidad OMS ofreció 47 resultados, todos ellos pertinentes. Se debe valorar que la búsqueda con la expresión OMS fue más restrictiva al aplicar 4 términos de búsqueda en lugar de 3.

Un test realizado con el operador booleano OR para encontrar cualquiera de los tres términos no entidad más el término OMS (*carne OR consumo OR riesgo AND OMS*) ofreció un resultado de 53 registros, todos ellos pertinentes. Por tanto la presencia de

una entidad en la combinación era suficiente para mejorar los resultados aun habiendo pasado cuatro días desde el inicio del discurso.

*desmentir / fichado / oficialmente*

No se obtuvieron resultados.

*hipotecas / agosto / viviendas*

Se obtuvieron 3 resultados, dos de ellos correspondían con la paráfrasis: La firma de hipotecas para la compra de viviendas crece un 25,8% en agosto según el INE. Pese a que la tasa de acierto fue de un 75% se realizó una búsqueda más restrictiva con los 3 términos más la entidad INE: *hipotecas AND agosto AND viviendas AND INE*.

Los resultados fueron 2, los mismos contenidos que eran pertinentes de la primera búsqueda. Por tanto, de nuevo, la introducción de una entidad permitió afinar hasta el 100% de efectividad la relación entre combinación procesada por PPTNU y el discurso elaborado por los medios.

Tras el test se determinó que todas combinaciones que se aceptaran en la investigación deberían poseer un término entidad del tipo: persona, lugar u organización. De esta forma sería posible evitar combinaciones cuya relación con la realidad comunicativa es imprecisa por la laxitud de criterios.

5) En las combinaciones del test se aceptaron varios términos que correspondían a la misma entidad. Por ejemplo: *jordi / operación / pujol*. Si la paráfrasis resultante se refería a la personalidad política Jordi Pujol las combinaciones no deberían aceptar que dos términos ejerzan como uno único para la delimitación de resultados.

Para confirmar este extremo se realizó una búsqueda en prensa con fecha del 31 de octubre con la combinación *jordi / operación / pujol* y otra con sólo dos términos *operación / pujol*. Todos los resultados de la combinación de tres términos pudieron encontrarse en la combinación de dos términos por lo que la expresión “jordi” se demostró innecesaria para obtener resultados pertinentes que puedan conducir a un

objeto del discurso determinado.

Se determinó que para realizar las búsquedas para la descarga de contenidos mediante combinaciones obtenidas desde PPTNU debían omitirse los resultados en que dos o tres términos funcionaran como equivalencias de una misma entidad.

Por ejemplo en el procesamiento del *trending* “Umberto Eco” del 20 de febrero se omitió la primera combinación por número de frecuencias: *umberto / eco / escritor*, y se pasó a la siguiente pertinente según los criterios explicados en los puntos 4.6 (ver Cuadro de criterios para la validación de combinaciones): *umberto / escritor / italiano*.

6) Los contenidos descargados de Twitter desde la base de datos de Acceso no representaban la totalidad de los mensajes generados por la plataforma sino una muestra basada en expresiones de interés para su cartera de clientes.

Se decidió aplicar un criterio basado en los *trending topics* más importantes de cada día como orientación para aprehender de manera provisional los posibles discursos hegemónicos. Tal como se ha comentado en 4.2.3 (ver Descarga de contenidos) se testeó con resultados positivos la alternativa de Trendinalia.

Para la búsqueda y descarga tanto de muestras sobre los *trending* como de las combinaciones resultantes del procesamiento de estas muestras realizaron pruebas con resultados positivos usando la plataforma Twitter Archiver (ver 4.2.3 Descarga de contenidos).

En la presente investigación se ha aplicado una rigurosa supervisión manual de todos los procesos, desde los criterios de procesamiento hasta el último de los resultados. Siguiendo esta filosofía las combinaciones obtenidas algorítmicamente no se considerarán definitivas hasta la aplicación de un cuadro de codificación. Una vez superado este cuadro se podrá asegurar que la combinación de términos representa los elementos esenciales que sirven para la delimitación de discursos.

## 4.4 Criterios de procesamiento para la obtención de combinaciones

Para alcanzar las combinaciones de tres palabras más características para delimitar los discursos hegemónicos se procedió al procesamiento de los todos los contenidos en formato texto de los canales y fechas que se han indicado anteriormente (ver 4.2 Corpus de textos para la investigación).

El protocolo para procesar los textos se realizó de medio en medio y en franjas de 24 horas. Por tanto se realizaron 50 procesamientos para descubrir los discursos hegemónicos de cada uno de los días y de cada uno de los medios exceptuando Twitter que representó 14 procesamientos más (uno por cada *trending topic* aceptado).

- 10 Procesamientos de los textos de Prensa (uno por cada día del 20 al 29 de febrero)
- 10 Procesamientos de los textos de TV (uno por cada día con los contenidos textuales de ese canal del 20 al 29 de febrero)
- 10 Procesamientos de los textos de radio (uno por cada día con los contenidos textuales de ese canal del 20 al 29 de febrero)
- 10 Procesamientos de los textos de blogs (uno por cada día con los contenidos textuales de ese canal del 20 al 29 de febrero)
- 10 Procesamientos de los textos de prensa *online* (uno por cada día con los contenidos textuales de ese canal del 20 al 29 de febrero)
- 14 Procesamientos de los textos de mensajes de Twitter (uno por cada *trending topic* aceptado en la investigación con los contenidos textuales de esa expresión del 20 al 29 de febrero)

En el caso de Twitter no se realizó un procesamiento de todos los contenidos sino de todos los *trending topics* que fueron aceptados en la investigación siguiendo los criterios que se verán en 4.5 (ver Cuadro de criterios para la validación de *trending topics*). Por esta razón el número de procesamientos está relacionado con cada *trending topic* aceptado y no con toda la producción diaria.

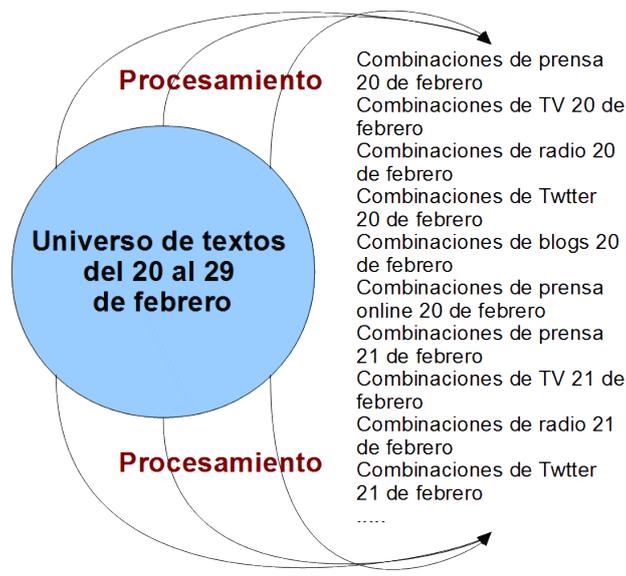


Figura 4.4 Diagrama de flujo de procesamiento con punto de inicio el universo con todos los textos y punto de fin las combinaciones de tres términos por cada canal (prensa, TV, radio, Twitter, blogs y prensa *online*) y cada día (del 20 al 29 de febrero)

Además de la aplicación del Cuadro de criterios para la validación de combinaciones (que se indicará en el punto 4.6) se usó un conjunto de normas para la selección de los *trending topics* pertinentes.

#### 4.5 Cuadro de criterios para la validación de *trending topics*

Pese a que Twitter ofrece de manera automática una priorización de los asuntos que tienen mayor repercusión en la plataforma no todos los *trending topics* cumplen con los requisitos mínimos para estar en concordancia con los discursos que se dedujeron desde el resto de fuentes. Esto es debido a que, por sus características de estructura social, las etiquetas atribuidas a los mensajes generados por los usuarios (*hashtags*) pueden ejercer de repositorios heterogéneos relacionados con situaciones estacionales (p. ej. #felizfinde). De esta forma la búsqueda de un núcleo argumental sólido estaría desconectada de inicio de un

acontecimiento concreto de interés para los usuarios.

Para armonizar esta situación y tener una metodología lógica se pusieron en práctica los siguientes criterios fundamentales a la hora de determinar los *trending topics* aceptados de inicio, tanto por importancia como por contenido:

- a) Serían pertinentes para la investigación los *trending topics* que fueran en sí mismos una entidad, que se refiriesen a una entidad o que representaran a un evento (tal como es entendido en PLN). No se aceptarían *trendings* que ejerzan de repositorios de mensajes y/o que tengan una dinámica estacional.

Ejemplo de *trending* aceptado:

Umberto Eco (*trending topic* número 1 del 20 de febrero)

Ejemplo de *trending* no aceptado:

#FelizSabado (*trending topic* número 8 del 20 de febrero)

- b) El criterio para decidir la franja de control jerárquico en que se aceptan *trending* para ser valorados en el estudio se inspira en la Ley de Pareto<sup>40</sup>. Usando como orientación este principio se tomaría como referencia el *trending topic* del día más importante del día cuantificado en horas de preeminencia. Esas horas se convierten en minutos y se calcula el 20% en tiempo. Los minutos que representan un 20% del total de tiempo señalan el margen de la franja de selección iniciando la cuenta desde el momento en que ha sido preeminente el *trending* más importante.

Ejemplo de *trending topics* aceptados / no aceptados para el análisis del 20 de febrero según criterios de hegemonía jerárquica. En el listado se incluye la duración en que el *trending* ha sido preeminente, la posición jerárquica, el umbral de tiempo que se calcula desde el primer *trending* y la distancia real en tiempo desde el primer *trending* aceptado hasta el primer no aceptado por estar fuera de franja:

---

<sup>40</sup> Principio basado en el conocimiento empírico según el cual es posible que el 20% de un conjunto dado tenga la capacidad de representar fácticamente al restante 80% de todo el conjunto.

<i>Trending topic</i>	Posición	Duración <i>trending</i>	Desviación	Valoración por jerarquía	Valoración por criterios
Umberto Eco	1	15:30 (930 minutos)	20% = 186 minutos	ACEPTADO	ACEPTADO
#WeArePlanB	2	13:50 (830 minutos)	100<186	ACEPTADO	ACEPTADO
#enseñatuetiqueta	3	13:30(810 minutos)	120<186	ACEPTADO	ACEPTADO
#DiaInternacional DelGato	4	11:10 (670 minutos)	230>186	NO ACEPTADO	-

Tabla 4.2 *Trending topics* aceptados y no aceptados por jerarquía durante el 20 de febrero de 2016.

En este ejemplo se observa que los *trending topics* del 20 de febrero introducidos en el estudio fueron Umberto Eco, #WeArePlanB y #enseñatuetiqueta. Este criterio inspirado en la ley de Pareto permite aplicar un modelo flexible que es fiel a la actividad en Twitter y a la generación de contenidos por medios de comunicación en general.

Si un discurso monopolizara los mensajes según las mediciones de Twitter la variable que determina hasta qué punto deben aceptarse los *trendings* también cambiaría. De esta forma si existiera una tensión entre temas que han competido con escaso margen entre ellos la medida de referencia se adaptaría a esta situación.

Al tomar como umbral de aceptación el tiempo de un *trending* principal durante un día que no ha habido una hegemonía clara ese 20% supondrá un valor potencialmente menor generando por tanto un margen de aceptación más estrecho. De esta forma seguirá siendo presumiblemente representativo del mosaico de discursos. Al basarse en el tiempo del *trending* más importante, que por una cuestión de espacio finito deberá ser inferior a aquellos de otros días con hegemonía temática, se evitarían desequilibrios cuantitativos entre días.

- c) Una vez determinados los *trendings* aceptados de cada día se procedió a la jerarquización de estos con la misma prioridad que le otorga Twitter.

- d) De estos *trendings* se realizó la descarga de todos los contenidos o de la muestra más amplia posible usando Twitter Archiver.
- e) Cuando los contenidos de cada *trending* estuvieron disponibles se procesaron todos los textos de los mensajes usando la plataforma PPTNU y se obtuvieron las combinaciones de tres términos más recurrentes, aquellas que podrían señalar una línea discursiva propia en cada tema.

Por ejemplo la combinación resultante del primer *trending* del 20 de febrero (Umberto Eco) fue: *umberto / escritor / italiano*

- f) Estas combinaciones ya podrían convertirse en un discurso para ser analizado. Sin embargo faltaría la validación de las combinaciones pertinentes dentro de los resultados de tres palabras obtenidos algorítmicamente.

## 4.6 Cuadro de criterios para la validación de combinaciones

Como se ha comentado con anterioridad el procesamiento de mensajes de Twitter se realizó sobre los mensajes pertenecientes a los *trending topics* aceptados siguiendo unos criterios determinados. En cambio en el resto de canales se tuvo acceso a todos y cada uno de los contenidos en formato textual durante toda la franja analizada delimitados por canal y por día. De su procesamiento se obtuvieron combinaciones de tres palabras sin valorar aquellas consideradas *stop-words*.

Las combinaciones ofrecidas por el algoritmo de la plataforma PPTNU para todos los canales: prensa, radio, TV, prensa *online*, blogs y Twitter debieron cumplir todas estas condiciones para ser consideradas objetos de discurso:

- a) Las combinaciones debieron incluir una o dos entidades de tipo: lugar, persona u organización para asegurar que la combinación es referente a un acontecimiento<sup>41</sup>.

---

<sup>41</sup> Se tendrá en cuenta los términos que sean susceptibles de formar parte de una entidad que ha sido incorporada en el *stop-list* por tener presencia estadística elevada que genere falsos positivos. Por ejemplo la entidad: Banco de España no puede aparecer por la *stop-word* "España". De esta forma la existencia de un término que forme parte de entidades con *stop-word* por criterio cuantitativo será analizada de manera individual en cada combinación.

Ejemplo:

*Psoe / gobierno / ciudadanos*

- Armonización de combinaciones obtenidas desde Twitter

En el caso de Twitter el criterio de presencia de entidades no sería invalidante. Si el *trending* aceptado no incorpora ninguna entidad (por ejemplo por ser considerado un evento expresado en términos genéricos) se procesarían todos los mensajes de la muestra de Twitter. Este resultado algorítmico sería aplicado como combinación de recuperación<sup>42</sup> salvo que esta combinación no ofrezca resultados en ninguno de los demás canales (por ejemplo porque el *hashtag* y la combinación resultante represente un conjunto de expresiones genéricas).

Por ello en caso de ser una combinación que no aporte resultados en otros canales tendría la función de detectar entidades dentro de esa muestra<sup>43</sup>. La detección de esas entidades preeminentes dentro de la muestra servirá de núcleo con el que recuperar información en el resto de canales tomando como marco dos días (el día en curso en que es considerado *trending* y el siguiente).

El procesamiento de todos los textos con la entidad detectada en el resto de canales durante dos días aportará la combinación necesaria que se podrá armonizar con la combinación original de Twitter.

Ejemplo:

*#enseñatuetiqueta* (*trending topic* sin entidades, posición 3 del 20 de febrero)

Procesamiento del *hashtag* en Twitter:

*#ensenatuetiqueta / @jordievole / ropa.*

Entidad detectada para realizar procesamiento en el resto de canales durante dos días:

---

<sup>42</sup> Reformulando las entidades presentes si fuera necesario.

<sup>43</sup> Salvo que la delimitación del *hashtag* ya mostrara entidades.

*Jordi Évole*

Procesamiento de la entidad detectada (Jordi Évole) en el resto de canales:

*evole / sexta / salvados*

Este criterio también se aplicaría en los casos en que el evento representado por el *trending topic* poseyera términos que puedan considerarse parte del evento pero también puedan tener estos una función de término relacional del evento si es que este pudiera expresarse con un núcleo más concreto.

Ejemplo:

*#WeArePlanB* (evento que se expresa como una única expresión, posición 2 del 20 de febrero)

*#We Are* (términos relacionales) / *Plan B* (evento)

Procesamiento del *hashtag* en Twitter:

*#WeArePlanB / @iu / @garzon*

Procesamiento del núcleo del evento (*Plan B*) en el resto de canales:

*plan b / yanis / griego.*

Si el *trending topic* aceptado cumpliera directamente el criterio de incluir entidades no sería necesario realizar procesamiento alguno en el resto de canales y la expresión que compone el *trending* sería la variable de procesamiento para obtener la combinación:

Ejemplo:

*Trending* aceptado (posición 5 del 25 de febrero):

*#NoMásRecortesPSOECs*

Ejemplo de identificación de entidades:

*No más recortes* (términos relacionales) / *PSOE* (entidad) / *Cs* (*ciudadanos*)

(entidad)

- b) Las combinaciones no podían poseer dos o tres términos sobre entidades que fueran equivalencias entre ellos.

Ejemplo no pertinente:

*Mariano / rajoy / presidente*

- c) Las combinaciones detectadas en un mismo día y en un mismo canal que incluyeron dos entidades o una entidad y un término no entidad que han aparecido en una combinación jerárquicamente<sup>44</sup> superior no fueron consideradas pertinentes ya que se considerarían discursos subordinados al original.

Ejemplo extraído de los resultados del procesamiento de los contenidos de Prensa del 25 de febrero:

<b>Término 1</b>	<b>Término 2</b>	<b>Término 3</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Validación</b>
<i>psoe</i>	<i>acuerdo</i>	<i>ciudadanos</i>	1008	ACEPTADO
<i>gobierno</i>	<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	992	NO ACEPTADO POR DOS ENTIDADES
<i>gobierno</i>	<i>psoe</i>	<i>pp</i>	966	ACEPTADO
<i>gobierno</i>	<i>acuerdo</i>	<i>ciudadanos</i>	949	NO ACEPTADO POR ENTIDAD YA APARECIDA Y TÉRMINO NO ENTIDAD

Tabla 4.3 con las combinaciones aceptadas y no aceptadas tras el del procesamiento de los contenidos de Prensa del 25 de febrero.

De esta muestra las combinaciones que deben considerarse pertinente son la primera y la tercera. El resto son variantes accesorias del tema principal.

- d) Las combinaciones con relevancia jerárquica que aparecieron en diferentes días y tenían dos o tres términos repetidos (uno de estos entidad) se consideraron equivalentes. Recibieron el mismo tratamiento para la determinación final de los discursos hegemónicos.

---

<sup>44</sup> O agrupación de combinaciones generada según los criterios del punto 4.6.d

Ejemplo:

*Psoe / gobierno / ciudadanos*

(primer discurso de prensa *online* del 27 de febrero)

*Psoe / acuerdo / ciudadanos*

(primer discurso de Radio del 25 de febrero)

En este ejemplo se puede observar la presencia de dos combinaciones en dos días diferentes en dos medios diferentes que compartieron dos términos entidad (*psoe / ciudadanos*). Lo único que cambia es un término relacional no entidad. Se considera que ambas combinaciones se refieren a asuntos del discurso equivalentes.

De esa forma se consigue mantener cierto seguimiento a la mutabilidad de los discursos sin llegar a deformarse esencialmente por el paso del tiempo. La presencia de dos entidades garantizaría un núcleo argumental sólido pues podría hacer cuenta de un discurso continuado y amplio sobre la relación entre dos organizaciones, personas, países, etc.

- e) Las combinaciones detectadas con indiferencia del canal y que fueron jerárquicamente relevantes pero que poseyeron en común una entidad con otras combinaciones fueron pertinentes siempre y cuando los dos términos que acompañaron a la nueva combinación fueran entidades.

Ejemplo no pertinente:

*Psoe / gobierno / ciudadanos*

(primera combinación de prensa *online* del 27 de febrero)

*Gobierno / pp / psoe*

(primera combinación de Prensa del 26 de febrero)

En este ejemplo se puede apreciar que ambos discursos son los más importantes de dos canales durante dos días y tienen una entidad en común. Sin embargo el segundo no es aceptado porque representa una combinación que no aporta dos entidades nuevas.

Como puede verse en el siguiente ejemplo la entrada de dos entidades junto con una presente en una combinación ya aceptada es pertinente. Como se detallará en el apartado de análisis el núcleo discursivo de ambas combinaciones fue diferente.

Ejemplo pertinente:

*psoe / iu / compromís*

(primera combinación de TV del 22 de febrero)

- f) Criterio para la selección de las combinaciones hegemónicas. Para determinar el momento en que ya no se aceptaron más combinaciones como representaciones potenciales de los discursos de cada día se aplicó al igual que con Twitter una norma inspirada en el principio de Pareto.

En este caso, sin embargo, esta selección jerárquica se realizó sobre los resultados de las combinaciones tras el procesamiento de todo el corpus y no sobre los asuntos que según Twitter fueron relevantes.

Para determinar la flexibilidad de este criterio se tomó como referente también los resultados de la combinación principal (de la misma forma que en Twitter se consideró como punto de partida el *trending topic* de mayor jerarquía), en este caso la variable “duración del *trending*” que tenía como unidad de medida el tiempo se substituyó por “frecuencia de resultados” (número de resultados obtenidos por el algoritmo de recuento simple).

La combinación que aporta un mayor nivel de resultados supone una correlación directa con el valor hegemónico de esos términos esenciales en el corpus ya que la frecuencia de combinaciones representa el total de contenidos únicos que incluyen estas características.

De este número de frecuencias se calculó el 20% y la cifra resultante se aplicó como umbral hasta el que se debían tener en cuenta las combinaciones aportadas por el sistema.

De igual manera que se ejerció este protocolo en Twitter en el resto de medios permitió que el umbral de selección de combinaciones (y por tanto de objetos del discurso en potencia) se adecúe a la producción discursiva de cada día y medio. Si un asunto discursivo ha ejercido cierta monopolización sobre el resto también la medida que se aplica sobre el

total se extiende para no dejar discursos fuera de la investigación.

Las combinaciones que fueron aceptadas dentro de este 20% y que cumplieron el resto de criterios mencionados se anotaron y jerarquizaron según la frecuencia de combinaciones contabilizadas por el sistema. La combinación con mayores resultados se consideró que es la primera para ese día y ese medio determinado. El resto de combinaciones aceptadas también se jerarquizaron por frecuencia de combinaciones.

Ejemplo de combinaciones aceptadas para la investigación tras el procesamiento de todos los contenidos de prensa del 21 de febrero (resultados del procesamiento de 15.600 noticias).

Palabra 1	Palabra 2	Palabra 3	Frecuencia	Desviación	Valoración por jerarquía	Valoración por criterios
<i>gobierno</i>	<i>pp</i>	<i>psoe</i>	499	20% = 100	ACEPTADO	ACEPTADO
<i>gobierno</i>	<i>podemos</i>	<i>psoe</i>	477	22 < 100	ACEPTADO	ACEPTADO
<i>gobierno</i>	<i>pp</i>	<i>ciudadanos</i>	428	71 < 100	ACEPTADO	ACEPTADO
<i>gobierno</i>	<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	420	79 < 100	ACEPTADO	ACEPTADO
<i>equipo</i>	<i>final</i>	<i>minutos</i>	407	92 < 100	ACEPTADO	NO ACEPTADO POR CRITERIO 4.6.a
<i>pp</i>	<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	407	92 < 100	ACEPTADO	NO ACEPTADO POR CRITERIO 4.6.c
<i>gobierno</i>	<i>psoe</i>	<i>sánchez</i>	405	94 < 100	ACEPTADO	NO ACEPTADO POR CRITERIO 4.6.b
<i>equipo</i>	<i>final</i>	<i>puntos</i>	404	95 < 100	ACEPTADO	NO ACEPTADO POR CRITERIO 4.6.a
<i>gobierno</i>	<i>pp</i>	<i>podemos</i>	398	101 > 100	NO ACEPTADO	-
<i>gobierno</i>	<i>pp</i>	<i>presidente</i>	392	107 > 100	NO ACEPTADO	-

Tabla 4.4 Combinaciones aceptadas y no aceptadas por criterios internos y de jerarquía tras el procesamiento de todos los textos de prensa del 21 de febrero.

- g) Criterio de jerarquización. Las combinaciones que cumplieron todos los requisitos anteriores se ordenaron en primera posición, segunda y sucesivas aplicando como criterio cuantitativo el número de combinaciones. Tomando como ejemplo el cuadro de combinaciones de la tabla 4.4 la combinación *gobierno / pp / psOE* ocupó la primera posición de las combinaciones de 21 de febrero en prensa.

## 4.7 Jerarquización de las combinaciones que se han aceptado en la investigación

Aquellas combinaciones que se consideraron aceptadas por el sistema debieron agruparse en caso de que se produjeran equivalencias entre ellas tal como se ha comentado en el punto 4.6.d.

Una vez reestructuradas las combinaciones que sirvieron de indicio para delimitar los discursos hegemónicos de cada día se aplicó un conjunto de principios para que estas combinaciones o conjuntos de combinaciones pudieran ser ordenadas. De esta manera se obtuvo un listado jerárquico con los discursos potenciales más importantes dentro de la franja de la investigación (20-29 febrero).

### a) Principio de hegemonía parcial.

La combinación, agrupación de combinaciones o *trending topic* que aportó más posiciones según el criterio 4.5.c para Twitter y 4.6.g para el resto de canales fue considerada hegemónica. En caso de que varias combinaciones coincidan en el cumplimiento de este criterio se contabilizaría como hegemónica la que tenga más primeras posiciones, en caso de coincidencia se pasaría a las segundas y siguientes.

En el siguiente ejemplo se puede observar que la combinación *diego / noos / urdangarin* tiene mayor jerarquía que *gobierno / podemos / ciudadanos*.

Término 1	Término 2	Término 3	Medio	Día	Posición
<i>diego</i>	<i>noos</i>	<i>urdangarin</i>	TV	23	1
<i>gobierno</i>	<i>podemos</i>	<i>ciudadanos</i>	PRENSA	22	4

Tabla 4.5 Ejemplo de aplicación de criterios para la jerarquización de combinaciones que han pasado los criterios de selección de combinaciones.

### b) Principio de diversidad mediática.

Si una combinación, agrupación de combinaciones o *trending topic* tuviera la misma o mismas posiciones que otra combinación sería jerárquicamente superior la que tenga mayor diversidad de medios (blogs, prensa, prensa *online*, Twitter, TV, radio)

- c) Principio de equivalencia jerárquica.

Si una combinación, agrupación de combinaciones o *trending topic* coincidiera con otra combinación y no pudieran jerarquizarse entre ellas empleando los criterios a y b se consideraría que poseen un rango equivalente y compartirían posición en la organización de resultados susceptibles de convertirse en discursos.

- d) Principio de unidad de discursos.

Si una combinación de Twitter representara un evento coincidente con otra que aparece en una combinación del resto de canales se consideraría que forman parte del mismo discurso y funcionaría como una agrupación de combinaciones. El discurso referente a ese evento se entendería que es biunívoco y se analizaría de forma complementaria según los resultados del discurso originado en Twitter y del discurso originado en el resto.

#### **4.8 Criterios para conversión de combinaciones o *trending topics* en objetos del discurso**

Tras el procesamiento y jerarquización se pudo considerar que las combinaciones de tres palabras resultantes de todos los procesos anteriores eran un indicativo de primer orden que podría convertirse en un discurso hegemónico dentro del marco temporal de esta investigación.

- a) Descarga de combinaciones

En este estadio se procedió a la descarga de todos los contenidos producidos en todos los canales dentro de la franja, independientemente del protagonismo que tuviera la combinación en los diferentes días. Por ejemplo la combinación: *pp / rita / valencia* fue el resultado más importante detectado en TV durante el 25 de febrero. Pese a que el protagonismo de este potencial objeto del discurso se produjo sólo un día y en un canal se descargaron todos contenidos de todos los canales en todos los días.

El procedimiento de descarga se realizó usando la herramienta Twitter Archiver para Twitter y la plataforma de gestión de contenidos de Acceso Group para el resto de medios. La única diferencia entre ambos es que la plataforma de Acceso Group funciona por operadores booleanos.

Ejemplo de término de búsqueda para realizar selección y descarga en plataforma de Acceso Group:

*pp AND rita AND valencia*

Ejemplo de término de búsqueda para realizar selección y descarga en plataforma de Twitter Archiver:

*pp / rita / valencia*

Los resultados de Twitter se exportaron en formato hoja de cálculo con el cuerpo del mensaje, metadatos y enlace a los mensajes originales. Los resultados desde Acceso Group se exportaron en formato hoja de cálculo con metadatos, cuerpo del titular (prensa, prensa *online*, blogs) o resumen realizado por documentalista (radio, TV) y enlace al contenido descargado en un archivo comprimido.

De esta forma se tuvo disponible en una unidad de almacenamiento de datos todos los contenidos como videos, audios, PDF de las noticias y PDF convertidos desde la URL original de prensa *online* y blogs.

b) Descarga de agrupaciones de combinaciones

En el caso de combinaciones sobre las que se generaron equivalencias según el punto 4.6.d y que acabaron formando parte de una agrupación de combinaciones se determinó cuál de las combinaciones que formaba parte de la agrupación era preeminente y por tanto tuvo una mayor capacidad inclusiva en el momento de descargar los contenidos. La combinación preeminente fue el referente de búsqueda a la hora de realizar la recuperación de información. Para decidir entre las combinaciones que tienen mayor capacidad inclusiva se aplicaron los criterios de los puntos 4.6.a y 4.6.b; en caso de que se tuviera que aplicar el punto 4.6.c se consideraría ambos términos como equivalentes y la descarga de contenidos se realizaría con cuatro términos en lugar de tres<sup>45</sup>.

En el siguiente ejemplo realizado con la que fue la combinación hegemónica de toda la

---

<sup>45</sup> Tal como se ha comentado con anterioridad (ver 4.3.3 Algoritmo de recuento simple) la combinación de tres términos es la recomendada para la detección de eventos en PLN. De manera excepcional se aplicarían cuatro términos pero con el operador booleano OR para el término equivalente de forma que se pudieran extraer todos los contenidos que tienen cualquiera de los dos términos relacionales.

franja de la investigación se observa que existen dos combinaciones en las que cambia el término relacional: *gobierno / acuerdo*, que vincula las dos entidades *psoe* y *ciudadanos*.

Siguiendo el presente criterio la expresión de búsqueda fue *psoe / gobierno / ciudadanos* al ser la variante con más presencia tras la aplicación de todos los criterios enunciados con anterioridad.

<b>Término 1</b>	<b>Término 2</b>	<b>Término 3</b>	<b>Medio</b>	<b>Día</b>	<b>Posición</b>
<i>gobierno</i>	<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	ONLINE	23	1
<i>psoe</i>	<i>acuerdo</i>	<i>ciudadanos</i>	ONLINE	24	1
<i>acuerdo</i>	<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	ONLINE	25	1
<i>gobierno</i>	<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	ONLINE	26	1
<i>gobierno</i>	<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	ONLINE	27	1
<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	<i>acuerdo</i>	ONLINE	28	1
<i>psoe</i>	<i>acuerdo</i>	<i>ciudadanos</i>	ONLINE	29	1
<i>gobierno</i>	<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	ONLINE	22	3
<i>psoe</i>	<i>acuerdo</i>	<i>ciudadanos</i>	PRENSA	25	1
<i>gobierno</i>	<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	PRENSA	26	2
<i>gobierno</i>	<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	PRENSA	27	1
<i>gobierno</i>	<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	PRENSA	20	2
<i>gobierno</i>	<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	PRENSA	21	4
<i>gobierno</i>	<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	PRENSA	22	3
<i>gobierno</i>	<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	PRENSA	24	2
<i>gobierno</i>	<i>psoe</i>	<i>ciudadanos</i>	PRENSA	28	1
<i>psoe</i>	<i>gobierno</i>	<i>'ciudadanos'</i>	RADIO	23	2
<i>psoe</i>	<i>acuerdo</i>	<i>'ciudadanos'</i>	RADIO	25	1
<i>psoe</i>	<i>'ciudadanos'</i>	<i>acuerdo</i>	RADIO	26	1
<i>psoe</i>	<i>acuerdo</i>	<i>'ciudadanos'</i>	RADIO	28	1
<i>psoe</i>	<i>acuerdo</i>	<i>'ciudadanos'</i>	TV	24	1
<i>psoe</i>	<i>acuerdo</i>	<i>rivera</i>	TV	24	3

Tabla 4.6 Ejemplo de agrupación de variantes de combinaciones según criterios de selección citados en 4.6 Cuadro de criterios para la validación de combinaciones.

#### 4.8.1 Filtrado de mensajes de Twitter por localización

Esta investigación sitúa sus límites espaciales en el análisis del Discurso Social en España. Mientras que los productores de contenidos en dinámicas unidireccionales informan de su ubicación o de su rango de acción en el caso de Twitter la posición geográfica también es un elemento decisivo en las formas en que se generan las conversaciones dentro de la plataforma (Kulshrestha, Kooti, Nikraves, y Gummadi, 2012; Casero-Ripollés y Micó-Sanz, 2017).

Como se ha podido indicar Twitter ofrece información sobre los temas que según sus algoritmos de medición son importantes en un lugar y durante un tiempo determinado. Para esta investigación se ha tomado como referencia los *trending topics* en España de cada día durante el marco del estudio.

En la descarga de los contenidos referentes a cada *trending* que se ha comentado con anterioridad se aplicaron los siguientes filtros en Twitter Archiver:

- 1) Los términos de las combinaciones pertinentes (que han superado los criterios del punto 4.6) se emplearon como expresiones de búsqueda para recuperar todos los mensajes de Twitter con esas palabras dentro de la franja de la investigación.
- 2) Los contenidos referidos a la expresión de búsqueda se descargaron desde las 00:00 del 20 de febrero hasta las 23:59 del 29 de febrero.
- 3) Se aplicó el filtro de mensajes en lengua castellana.

Pese a que Twitter incluye en los mensajes el meta dato sobre la geolocalización del lugar desde el que se publica el mensaje este dato fue sometido a un test que indicó que si bien es determinante para garantizar los mensajes incorporados distorsiona a la baja los resultados obtenidos.

Durante el mes de enero de 2016 se realizó un conjunto de comparaciones de búsquedas en Twitter Archiver. Primero se realizaba una búsqueda sobre un conjunto de entidades válidas en el Estado español usando como único filtro el idioma y después se realizaba la misma búsqueda incorporando el filtro de mensajes publicados dentro de las coordenadas referentes a España. Los resultados usando el filtro de geolocalización por coordenadas

eran inferiores cuando gran parte de los usuarios de la búsqueda sin coordenadas se habían autoidentificado como residentes en España por el metadato de usuario: localización.

Es decir, usuarios que habían indicado en su perfil que eran residentes de España no aparecían en los resultados que según Twitter eran mensajes publicados en España según el sistema de geolocalización por coordenadas que emplea la plataforma.

Se debe tener en cuenta que esta opción puede activarse o desactivarse por parte del usuario de manera que por razones de privacidad entra dentro de lo probable que haya usuarios que no quieran informar de su localización exacta en el momento de publicar un *tweet*.

Un estudio anterior (Leetaru, Wang, Cao, Padmanabhan y Shook, 2013) valoró y confirmó que la geolocalización de los mensajes en Twitter no es una garantía para la recopilación de todos los mensajes publicados en un lugar determinado. Como respuesta a esta disyuntiva algunas investigaciones se han basado en la información contenida en los *tweets* tanto de forma directa como con inferencias algorítmicas (Mahmud, Nichols y Drews, 2014; Hu y Hong, 2017).

A tenor de esta duda se realizó un test confirmatorio sobre la eficacia de la geolocalización como único criterio para la obtención de mensajes publicados en España. Los resultados basados en 3.879 mensajes (que pueden verse con más detalle en el capítulo de Trabajos futuros) atestiguaron que la búsqueda exclusiva de *tweets* por coordenadas en España omitía gran parte (60,8%) de los mensajes que se habían publicado por parte de usuarios que se declararon residentes en España.

Por este motivo se verificó como fuente alternativa si la localización aportada por el usuario era una variable que aportaba resultados más expansivos. A través de un test se atestiguó que en su gran mayoría los usuarios que indican en su perfil la localización dentro del Estado español efectivamente publicaron dentro de ese territorio según la geolocalización de Twitter (98,13% de efectividad).

Estos datos que se encuentran más desarrollados en el apartado de Trabajos futuros condujeron a la elección del criterio de localización en el perfil de Twitter como variable a aplicar en lugar de la geolocalización por datos de coordenadas. Evidentemente el lugar

indicado en el perfil de cada usuario no representa un criterio confiable en su totalidad pero de aquellas aproximaciones existentes es aquella que permite, según el test mencionado, una mayor seguridad y control sobre la obtención de los datos.

Por esta razón se realizó un test amplio<sup>46</sup> detectando y cuantificando las 21 localizaciones más presentes donde se emplea la lengua castellana y que de forma evidente no se encuentran en el Estado español. Estas 21 localizaciones junto con algunas variantes de uso ortográfico (p. ej. *México* / *Mexico*) detectadas también cuantitativamente<sup>47</sup> se consideraron criterio para eliminar mensajes.

Como se comentó con anterioridad (ver 4.2.1 Criterios) y en base a los resultados de la prueba realizada (ver Trabajos futuros) se eliminaron los mensajes cuya localización en el perfil del usuario señalaba que era residente fuera del Estado español, manteniendo las localizaciones indeterminadas (por ejemplo la expresión “el mejor lugar del mundo” no puede asegurarse que sea referente a un lugar que no sea España, pese a no tener garantía de semejante ubicación).

Por otro lado, y debido esta misma causa, el filtrado de mensajes con localizaciones que potencialmente están fuera de España podría alterar a la baja el volumen de resultados para analizar de manera que estarían por debajo de los parámetros de aceptabilidad de otras combinaciones algorítmicas<sup>48</sup>. En estos supuestos se tomaría como referencia la entidad aceptada en el *trending* de Twitter y se realizaría un procesamiento en el resto de canales, la combinación de tres términos obtenida sería la usada para la recuperación en todos los canales. De esta forma se reconocería la importancia de la entidad señala por Twitter, pero salvaguardando la voluntad de analizar el Discurso Social en España más allá de una aceptabilidad ciega a los parámetros ofrecidos por Twitter.

Una vez finalizada esta fase de la investigación los resultados preliminares de Twitter ya pudieron armonizarse en igualdad de condiciones con los resultados obtenidos en el resto

---

<sup>46</sup> Se tomaron cinco combinaciones pertinentes en la investigación más la combinación *gobierno / pp / psoe* y se analizó una muestra 85.935 *tweets* de estas combinaciones

<sup>47</sup> En total se usaron 27 expresiones de búsqueda basadas en los resultados de los test previos e incluyeron por ejemplo los términos con y sin acento y algunas abreviaturas.

<sup>48</sup> Como criterio se valoró que el total de resultados, una vez retiradas las localizaciones consideradas no referidas a España, no debería ser inferior a la franja de Twitter con menos resultados de todo el marco de la investigación.

de canales puesto que poseían el mismo rasgo de determinación: mensajes potencialmente generados en España que contenían combinaciones de tres términos cuantitativamente relevantes relacionadas con un acontecimiento considerado de importancia según Twitter.

## 4.9 Cuantificación y selección de franjas de análisis

Una vez realizadas las descargas de todas las búsquedas se contabilizó el total de contenidos descargados agrupándolos temporal y acumulativamente según la lógica de producción de cada medio. Como lógica de producción se entiende las características de emisión / publicación según el modo productivo de cada canal.

La motivación de esta elección es la obtención de las muestras más significativas de cada discurso según la fuente emisora. Por otra parte en casos de hegemonía exclusiva en un único canal se mantuvo un criterio exhaustivo cuando sólo una fuente ofreció resultados de una combinación algorítmica. Por tanto si una combinación sólo tuvo presencia en un canal se procedió al análisis de todos los contenidos descargados durante todas las fechas (20-29 de febrero) y no a la franja de mayor actividad.

En entornos digitales el soporte tecnológico permite una producción constante de segundo en segundo, por esta razón (y con el sentido de visualizar el flujo de generación) la agrupación de contenidos fue de hora en hora para prensa *online*, Twitter y blogs. En el caso de medios masivos como TV y radio la emisión diaria se fraccionó en cuatro franjas de seis horas. Respecto prensa se siguió la lógica de publicación de una vez por día.

La motivación de esta estructura obedece por un lado a la apropiación de muestras representativas y a que la visualización ordenada en franjas debería ser lo más fiel posible al fenómeno estudiado. La normalización cuantitativa de los resultados permite comparaciones temporales entre canales y discursos, además de descubrir fácilmente las fases en las que cada medio cumple con su objetivo principal con respecto a los usuarios. De esta manera la extracción de la muestra para el análisis no se encuentra en un ámbito de aleatoriedad sino que es parte de un conjunto de criterios que apuntan a la vinculación esencial entre acontecimiento y medio que ejerce de transmisor.

Tal como señala Cardoso (2008, p. 38) “existen funciones sociales unitarias que son transversales a los propios medios”. El consumo de un medio de comunicación

determinado ha de servir al objetivo del usuario, por lo cual y siguiendo un argumento de maximizar la exposición a las audiencias los medios de comunicación institucionales o unidireccionales trasladarán ciertos discursos cuando estos entren en sintonía con los objetivos del usuario.

Por otra parte, el análisis cuantitativo por franjas de actividad de los mensajes de Twitter mantiene semejante dinámica pero cambiando la voluntad de amplificar el alcance por la pretensión de dejar constancia sobre un acontecimiento inmediato<sup>49</sup>. La función social de Twitter está vinculada más al campo de la producción que no al campo de la producción por probabilidad de recepción. En todo caso, la detección de las franjas en las que cada canal cumple una función inherente al propio medio garantiza alcanzar el cometido esencial del discurso, sin importar la desviación temporal entre la “realidad” y la “comunicabilidad”. Manteniendo esta orientación de focalizar sobre las franjas donde cada medio cumple su objetivo para con el usuario se determinó la siguiente agrupación cuantitativa de resultados:

- Prensa *online*, Twitter y blogs – Acumulación de contenidos de hora en hora (24 franjas por día)
- TV y radio – Acumulación de contenidos en franjas de 6 horas según lógicas de emisión de programas informativos (madrugada<sup>50</sup>, mañana<sup>51</sup>, mediodía<sup>52</sup>, tarde-noche<sup>53</sup>)
- Prensa – Acumulación de contenidos en franjas de 24 horas

Este criterio de ordenación permite la traslación a una gráfica en línea de tiempo que haga cuenta de la actividad en términos cuantitativos de cada canal en cada discurso (combinaciones de origen algorítmico que se han demostrado representativas de un tema concreto). Semejante representación otorga un color a cada canal para poder comparar la

---

<sup>49</sup> El acontecimiento puede ser en sí mismo o por interés generado por este con posterioridad. La relevancia o regeneración discursiva de ciertos asuntos es objeto de esta investigación omitiendo si es un referente ideal del mundo físico.

<sup>50</sup> Por ejemplo: La noche en 24h (TVE) – El larguero (SER)

<sup>51</sup> Por ejemplo: Las mañanas de Cuatro (Cuatro) – Más de uno (Onda Cero)

<sup>52</sup> Por ejemplo: La Sexta Noticias 14h (La Sexta) – Mediodía Cope (COPE)

<sup>53</sup> Por ejemplo: Antena3 Noticias 2 (A3) – Visión Global (Radio Intereconomía)

actividad producida en estos.

Radio	Orange
Blogs	Red
Prensa <i>online</i>	Blue
Prensa	Purple
Twitter	Light Blue
TV	Green

Tabla 4.7 Color que corresponde cada canal para su visualización en gráfica de línea de tiempo.

Este método, que servirá en la fase de Conclusiones para la comparación de discursos, permite la visualización de la actividad de las diferentes facetas mediáticas de un discurso como puede observarse en el siguiente ejemplo.

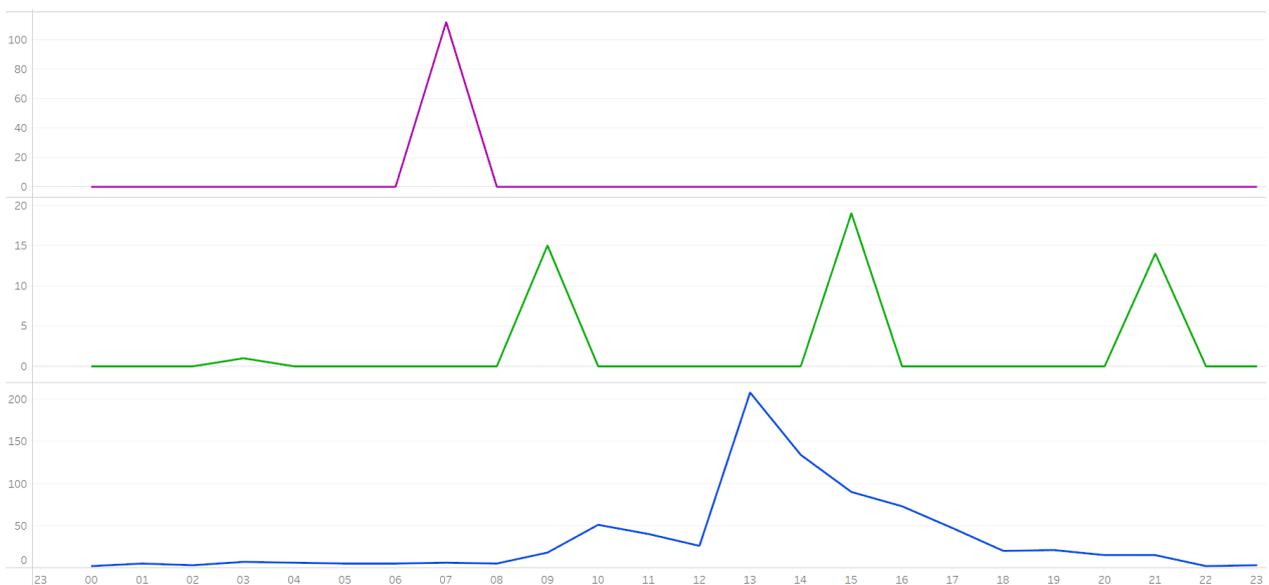


Figura 4.5 Gráfica en línea de tiempo con los resultados cuantitativos de los contenidos de la combinación *real Madrid / rey / baskonia* en prensa, TV y prensa *online* durante las 24 horas del día 26 de febrero de 2016.

Como puede observarse si el análisis cuantitativo se realizara sobre esta muestra temporal la franja de prensa *online* que sería analizada son las 13:00. En el caso de TV sería la franja de 12:00 a 18:00 (puede apreciarse que hay cuatro picos de actividad siendo este el más importante por volumen). Respecto prensa sería necesario ampliar el margen para poder

comparar el volumen discursivo de ese medio de un día con otro, sin más datos sería la única franja disponible la analizada.

Si este ejemplo pasara a la fase de determinación del objeto de discurso de la combinación se tomarían las franjas citadas (en el caso de prensa la única disponible) y para el posterior análisis semio-discursivo también serían los contenidos de esas magnitudes cuantitativas los que se analizarían.

Como podrá verse en la parte de análisis el objeto del discurso de esta combinación es el partido de Copa del Rey de Baloncesto entre el Real Madrid y el Baskonia.

#### **4.10 Determinación del objeto del discurso tomando como referencia la franja de mayor actividad**

El criterio cuantitativo permitió decidir la franja más representativa durante toda la actividad de un medio de comunicación concreto sobre un discurso determinado.

En esta fase se analizaron todos los contenidos de las franjas de mayor actividad confirmando si realmente las entidades y términos de la combinación ofrecida por PPTNU tenían coherencia dentro del texto. Es decir, no se valoró la simple presencia de los términos (que estaba garantizada por el PLN) sino si la relación entre estos permitían la elaboración de una paráfrasis o resumen con sentido.

Esta paráfrasis podría deducirse a partir de todo el texto (la combinación representa el núcleo del texto) o a partir de un fragmento del texto (la combinación es mencionada en el texto sin ser protagonista del texto). Por otra parte las diferentes paráfrasis que se generaron se categorizaron y cuantificaron para descubrir cuál era la hegemónica y había sido generadora de la frecuencia de combinaciones que fue detectada originalmente por el procesamiento de los textos.

En los siguientes ejemplos se puede apreciar la determinación de los objetos del discurso de contenidos obtenidos por los resultados de la combinación *psoe / gobierno / ciudadanos* en prensa *online* extraídos de la franja seleccionada por criterios cuantitativos 14:00-14:59 24 de febrero.

- 1) Contenido en que la combinación representa una paráfrasis del texto

Titular: “Sánchez y Rivera escenifican un pacto sin garantías de que sea de Gobierno”

Fragmento: “El secretario general del PSOE y el presidente de Ciudadanos exhibieron el miércoles un acuerdo entre ambos partidos con aspiraciones a ser de investidura y de legislatura, pero que tendrá dificultades para sumar los apoyos suficientes para ser el programa del próximo Gobierno de España.”

Link: <http://es.reuters.com/article/topNews/idESKCN0VX1JZ> (Fecha de consulta: 26 de diciembre de 2017).

Paráfrasis: Pacto de Gobierno PSOE - Ciudadanos

- 2) Contenido en que la combinación representa un fragmento del texto

Titular: “PSOE-A dice que dirección federal tiene que garantizar que la militancia acceda al contenido del acuerdo con C's”

Fragmento: “En cuanto al acuerdo entre PSOE y C's, ha considerado que el mismo aleja y despeja algunas cuestiones que preocupaban y que tenían que ver con la posibilidad de que pudieran influir con su voto fuerzas que están pidiendo la segregación y la fractura de la unidad del país (...)”

[http://www.telecinco.es/informativos/nacional/PSOE-A-garantizar-militancia-contenido-Cs\\_0\\_2137275346.html](http://www.telecinco.es/informativos/nacional/PSOE-A-garantizar-militancia-contenido-Cs_0_2137275346.html) (Fecha de consulta: 26 de diciembre de 2017).

Paráfrasis: Pacto de Gobierno PSOE - Ciudadanos

- 3) Contenido en que la combinación no tiene coherencia interna dentro del texto o representa una paráfrasis residual (falso positivo)

Titular: “El equipo de gobierno anuncia que la próxima semana presentará los presupuestos a la oposición”

Fragmento: “Durante los encuentros con los distintos partidos de la oposición --PP, PSOE y Ciudadanos-- miembros del propio equipo de gobierno explicarán a los concejales de la oposición la propuesta de presupuestos municipales.”

<http://ecodiario.economista.es/espana/noticias/7374543/02/16/El-equipo-de-gobierno-anuncia-que-la-proxima-semana-presentara-los-presupuestos-a-la-oposicion.html>

(Fecha de consulta: 26 de diciembre de 2017).

Paráfrasis: Negociaciones para los presupuestos municipales de Cádiz

Tal como se puede ver en la anterior noticia sobre los presupuestos municipales la presencia de los términos de la combinación tienen sentido y coherencia dentro del texto. No obstante este resultado se considera un falso positivo según el PLN ya que es un resultado que no se ajusta al significado que posee la mayoría. Se trata de un contenido no pertinente para la categoría general de la agrupación.

En términos de esta investigación se trató de contenidos que no corresponden con la paráfrasis que puede inferirse de la globalidad del discurso. El objeto del discurso general sería: Pacto de Gobierno PSOE – Ciudadanos por lo que las paráfrasis diferentes (como Negociaciones para los presupuestos municipales de Cádiz) no fueron tenidas en cuenta para el análisis y se contabilizaron como falsos positivos.

La determinación del objeto del discurso proviene de la cuantificación del total de paráfrasis extraídas de la franja de análisis que en términos cuantitativos es preeminente. El umbral en términos cuantitativos para la determinación de la paráfrasis global se mide con la eliminación de los falsos positivos del total de resultados de la franja o franjas seleccionadas para su observación.

Si una franja pertinente de inicio quedó diezmada por la eliminación de falsos positivos siguió siendo válida siempre que el total de resultados aceptados hubiera sido superior al total de resultados en bruto de la siguiente franja que fue aceptada cuantitativamente. Si esta segunda franja siguiera afectada por ineficiencias en la relación entre los resultados algorítmicos y el verdadero núcleo discursivo se procedería al análisis de las siguientes franjas hasta completar, si fuera necesario, el total del marco de la investigación.

Esta conclusión se obtuvo tras la lectura/visionado de todos los contenidos de las franjas con mayor actividad. Aunque los resultados obtenidos al inferir el objeto de cada discurso se explicarán con detenimiento en la fase de análisis, como justificación a la selección de este objeto del discurso es relevante reseñar que en la franja de análisis de prensa *online* de

esta combinación se obtuvieron 603 contenidos pertenecientes a la paráfrasis categorizada “Pacto de Gobierno PSOE – Ciudadanos” y 19 categorizadas como “Información de gobiernos municipales”. En términos proporcionales la paráfrasis que se obtuvo como objeto del discurso representó un 96,9% del total con un 3,1% de falsos positivos.

Como se verá en la fase de análisis el sistema desarrollado en PPTNU y los criterios establecidos ofrecieron una tasa de acierto que evitó formular protocolos sobre la colisión de objetos del discurso dentro de la misma agrupación de contenidos.

#### 4.10.1 Duplicación de textos

Una cuestión inherente al tratamiento de contenidos generados por medios de comunicación institucionales y por usuarios en un entorno digital es la capacidad de replicación de mensajes.

Por un lado algunos medios de comunicación tradicionales publican sus productos en diferentes lugares bajo diferentes marcas ya que parte de sus contenidos entran dentro del ámbito de interés de diferentes audiencias en diferentes lugares (por ejemplo noticias muy relevantes sobre la actualidad internacional). Por esta razón, muy frecuentemente, diarios con cabeceras diferentes incluyen en su interior noticias que son réplicas que las publicadas por otros diarios del mismo grupo editorial<sup>54</sup>. Esta investigación, enmarcada en la interpretación de un corpus amplio, no es ajena a semejante fenómeno.

Para optimizar recursos la muestra final analizada en cada discurso aplicó el criterio de omitir aquellos textos cuyo titular<sup>55</sup> o contenido textual completo<sup>56</sup> era idénticos a otros textos ya presentes en la franja. De esta forma se analizó un único texto correspondiente a cada titular incluyendo las portadas de los medios pues estas para el sistema corresponden con el titular “portada”, tampoco se analizaron textos completos replicados en Twitter.

---

<sup>54</sup> Por ejemplo el Grupo Joly edita los siguientes diarios que poseen contenidos comunes: Diario de Cádiz, Diario de Jerez, Europa Sur, Diario de Sevilla, El Día de Córdoba, Huelva Información, Granada Hoy y Diario de Almería. En caso de medios con edición nacional, El mundo, por ejemplo, dispone de ediciones en: Bizkaia, Álava, Gipuzkoa, País Vasco, Islas Baleares, Ibiza y Formentera, Castilla y León, Valladolid, León, Burgos, etc.

<sup>55</sup> En prensa, medios *online* y blogs.

<sup>56</sup> En Twitter.

Este mismo criterio se aplicó en el análisis de los contenidos de prensa *online* (titular), blogs (titular) y Twitter (cuerpo del mensaje). Esto es debido a que el escenario digital permite una replicación casi ilimitada y no deberán tenerse en cuenta textos ya analizados como por ejemplo copias exactas de notas de prensa o *retweets*.

Por otra parte, aunque los medios de comunicación en radio y TV también se encuentren en una dinámica de aprovechamiento de contenidos (principalmente videos emitidos por los informativos) esta situación no puede darse en las franjas analizadas. Esto es debido a que las franjas de seis horas son suficientes para separar, dentro de las parrillas de los medios, las emisiones informativas susceptibles de realizar semejante aprovechamiento.

En el análisis realizado al corpus final (ver 5 Análisis) se podrá observar en cada discurso una tabla indicativa donde se señala el total de textos correspondientes a la franja analizada (detectados algorítmicamente), los textos duplicados y no analizados (por titular o texto idéntico), los falsos positivos (contenidos en que la combinación algorítmica no tiene coherencia interna dentro del texto o representa una paráfrasis residual) y finalmente los textos analizados en los que se han observado diferentes elementos discursivos.

#### **4.11 Diagrama de flujo**

La metodología explicitada en los anteriores apartados puede ser resumida visualmente en un único diagrama de flujo. Este muestra el conjunto de procedimientos aplicados secuencialmente para la obtención de una muestra fiable, representante de un acontecimiento tratado por los medios y especialmente de carácter hegemónico según criterios cuantitativos. Como puede apreciarse el tratamiento de Twitter como fuente de datos es diferente respecto los textos obtenidos por Acceso Group debido a las características inherentes tanto por origen como por fiabilidad de los datos.

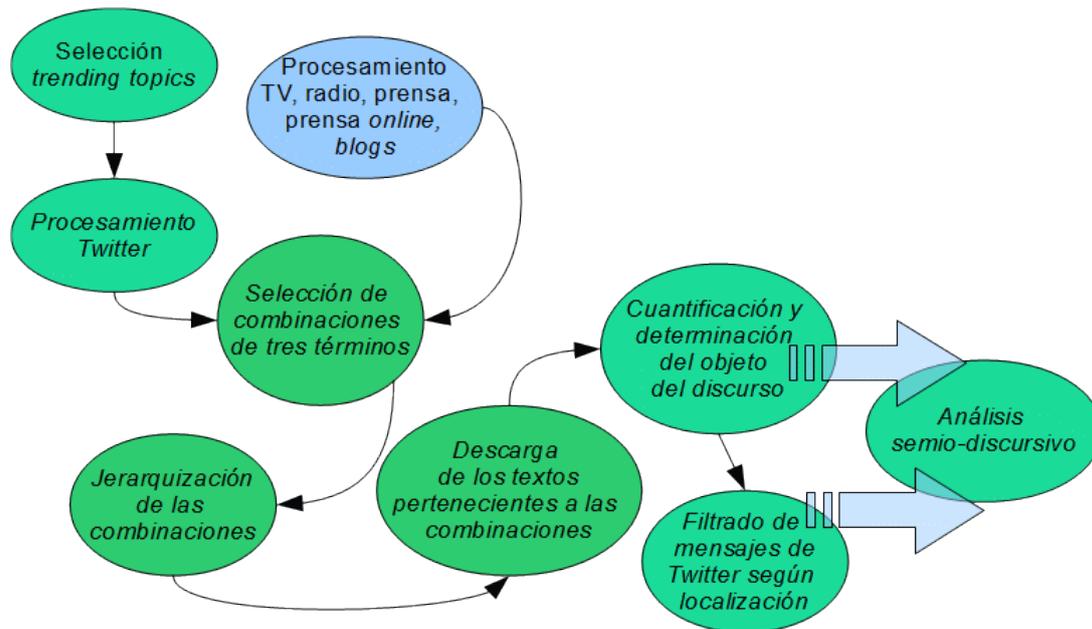


Figura 4.6 Diagrama de flujo en detalle con los procesos aplicados para la obtención de la muestra final de análisis.

## 4.12 Análisis semio-discursivo

### 4.12.1 Variables interdiscursivas

La metodología desplegada en esta investigación ha tenido como objetivo una comprensión amplia del Discurso Social a través de un enfoque interdisciplinario. La movilización de herramientas tecnológicas no ha representado una ocultación o minusvaloración de procedimientos tradicionales en el análisis del discurso. Si bien la muestra que finalmente ha sido analizada viene determinada no por un dimensionamiento relacionado con la capacidad real del investigador, sino por criterios metodológicos estrictos y estables.

El nivel de profundidad en la detección de elementos semio-discursivos dentro de los textos analizados ha cumplido una función de representatividad completamente distanciada de la sobreinterpretación. De esta forma diferentes investigaciones que emplearan esta metodología encontrarían un espacio de coincidencia y de conclusiones comunes.

La detección y categorización de elementos del campo del significado de cada texto, para su relación con otros textos, se realizó de forma lineal aunando expresiones diversas en categorías consensuadas (*close reading*). De esta forma, asignando a cada elemento una

categoría concreta, en cada discurso fue posible generar tablas en formato de hoja de cálculo que permitan la comparación de unos discursos con otros, incluso de diferentes canales (TV, radio, prensa *online*, blogs, Twitter, prensa).

Tal como se comentó en el punto 3.4 Análisis semio-discursivo las categorías para el análisis del discurso se agruparon en tres tipologías:

- 1) Entidades del discurso
- 2) Elementos semióticos
- 3) Recursos retóricos

#### 4.12.2 Entidades del discurso

##### **Colectivo de identificación**

El colectivo de identificación agrupa tanto al emisor del discurso como al receptor idóneo de este construyendo una vinculación entre ambos.

Ejemplo de colectivo de identificación:

Los madridistas

##### **Discurso:**

Partido de fútbol Real Madrid – At. Madrid

##### **Contenido:**

Prensa 29/02/16 Medio: El Mundo (Ed. País Vasco) –Dxt Titular: EL TROTECILLO DE ISCO

##### **Comentario:**

En el momento en que el emisor del mensaje afirma “a todos los madridistas nos gustaría” se genera una relación discursiva entre el emisor y todo aquel receptor que se identifique dentro del arquetipo de *los madridistas*.

## **Entidades enumerables**

Las entidades enumerables representan a colectivos que aunque no se identifican con los emisores del discurso sí que se encuentran en posición de recepción y el mensaje los coloca como destino de este. Una característica es que se trata de una agrupación que puede ser diseccionada en diferentes colectivos.

Ejemplo de entidades enumerables:

Las clases populares

### **Discurso:**

Pacto de gobierno Ciudadanos / PSOE

### **Contenido:**

Prensa 25/02/16 Medio: 20 Minutos Titular: EL DIÁLOGO DE LA IZQUIERDA SALTA POR LOS AIRES TRAS EL PACTO PSOE-C'S

### **Comentario:**

El discurso se dirige en este caso a un colectivo que puede ser fragmentado y jerarquizado cualitativa o cuantitativamente y que es receptor potencial del mensaje (los mileuristas, los pensionistas, las personas en paro, etc.).

## **Meta-colectivos singulares**

Los meta-colectivos singulares representan entidades más abstractas y con mayor extensión que las entidades enumerables. De esta forma se adhieren de forma automática otras entidades que no necesariamente se han explicitado.

Ejemplo de meta-colectivos singulares:

La sociedad

### **Discurso:**

Pacto de gobierno Ciudadanos / PSOE

**Contenido:**

Prensa 25/02/16 Medio: El Norte de Castilla Titular: SÁNCHEZ Y RIVERA ATARÁN SUS DESTINOS HASTA QUE HAYA INVESTITURA O NUEVOS COMICIOS

**Comentario:**

El discurso político es trasladado fielmente por la prensa cuando aporta por mera transcripción del anuncio de “una senda de reformas progresistas que demanda la sociedad”. De forma voluntaria la expresión “la sociedad” se ejerce de forma aglutinadora y puede ser empleada sin dificultad por todos los actores de la actividad política.

**Formas nominalizadas**

Las formas nominalizadas representan todo o parte de los argumentos conceptuales del emisor con una única expresión que tiene un valor equivalente. De esta manera, se mantiene el objetivo discursivo empleando conceptos comprensibles en ese contexto.

Ejemplo de formas nominalizadas:

El cambio real

**Discurso:**

Pacto de gobierno Ciudadanos / PSOE

**Contenido:**

Prensa 25/02/16 Medio: El Periódico de Aragón Titular: ¿HAY VOLUNTAD REAL DE CAMBIO?

**Comentario:**

En este caso se hace uso de una expresión capaz de referirse a todo un movimiento del que pueden considerarse depositarios varias formaciones políticas, en verdad todas aquellas que se sientan partícipes de cierta forma de regeneración o de presunta ruptura con el pasado.

## **Formas nominales explicativas**

Estas entidades del discurso se ejercen con la voluntad que la audiencia (sobre todo el pro-destinatario) comprenda el significado del mensaje con el uso de expresiones consensuadas tácitamente entre colectivo receptor y emisor.

Ejemplo de formas nominales explicativas:

Una segunda Transición

### **Discurso:**

Pacto de gobierno Ciudadanos / PSOE

### **Contenido:**

Prensa 25/02/16 Medio: El Diario vasco Titular: ACUERDO SIN SUMA

### **Comentario:**

La alusión a una segunda Transición contiene un conjunto de significaciones indicativas para toda la audiencia y en especial para el receptor ideal. En el mismo sentido en el que el proceso denominado como Transición supuso un proceso de un estado dictatorial a otro democrático, anunciar la posibilidad de iniciar un fenómeno similar podría dar lugar a convertirlo en un ideario que se torna un repositorio de significados como el cambio de un sistema político a otro.

## 4.12.3 Elementos semióticos

### **Oposiciones**

El análisis de las oposiciones en un texto permite indagar las tensiones formuladas por unidades mínimas de significación. Estas presencias estarán en relación con cada campo discursivo pues “la interpretación de los códigos que expresan las oposiciones al nivel discursivo (...) no pueden olvidarse de la convención social (cultural) que da sentido a los códigos” (Prada, 1979, p. 74).

Ejemplo de oposición:

dinamismo / inmovilismo

**Discurso:**

Pacto de gobierno Ciudadanos / PSOE

**Contenido:**

Prensa 25/02/16 Medio: Canarias7 Titular: ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL PACTO CIUDADANOS Y PSOE?

**Comentario:**

La noticia realiza comparaciones entre el pacto PSOE / Ciudadanos y el resto de partidos tomando como característica esencial que el pacto promueve el movimiento y el desbloqueo de una situación mientras que el resto de fuerzas se muestran inactivas.

**Tema**

La inferencia del tema de cada contenido será resultado de una revisión completa y atenta de toda la información para encontrar los elementos simbólicos y “estereotipados que sostienen todo un texto o gran parte de él” (Segre, 1985, p. 345). A este respecto Tomachevsky (1982, p. 181) se refiere como una ampliación de los objetivos del texto para alcanzar “intereses comunes a toda la humanidad” más allá de la inminencia del significado del texto. Por su parte Eco (2000, p. 17) reconoce, en este sentido, que los medios masivos también poseen connotaciones primarias al ofrecer “sentimientos y pasiones, amores y muerte”.

De esta forma la elección de los temas estará orientada por el carácter conceptual y simbólico de su significado (amor, odio, etc.), “inmediatamente comunicable gracias a su convencionalidad” y resultado de una “continua reutilización cultural” (Segre, 1985, p. 357).

Ejemplo de tema:

Lealtad

**Discurso:**

Emisión del programa *En tu casa o en la mía* con la participación del futbolista Iker Casillas

**Contenido:**

TV: 23/02 Teledeporte / Estudio Estadio 00:40

**Comentario:**

El tratamiento informativo sobre la retransmisión televisiva selecciona pasajes en los que el entrevistado se refiere a la fidelidad hacia el entrenador (poniendo a dos como ejemplo) y el equipo. El reportaje recalca el sentimiento de pertenencia y la lealtad especialmente en los malos momentos o *“cuando nos sentíamos perjudicados”*.

**Motivo**

La observación de motivos como construcciones relacionadas con los cuentos supone la detección de estructuras narrativas que fomentan determinadas ambientaciones a través de evocaciones no necesariamente evidentes.

Ejemplo de motivo:

La caída

**Discurso:**

Juicio a Iñaki Urdangarín por el caso Nóos

**Contenido:**

Prensa *online* 26/02/16 13:55 Medio: Levante El Mercantil Valenciano Titular: LA CAÍDA DEL YERNO QUE NO ERA PERFECTO

<http://www.levante-emv.com/espana/2016/02/26/inaki-urdangarin-caida-yerno-perfecto/1384595.html> (Fecha de consulta: 26 de diciembre de 2017).

**Comentario:**

La noticia desarrolla en formato cronológico y narrativo la caída en desgracia del ex miembro de la familia real Iñaki Urdangarín, desde el “empresario, deportista, atractivo,

educado, simpático y amante de los niños” hasta la pérdida de los títulos nobiliarios y el enjuiciamiento en pleno “descenso a los infiernos”.

### **Isotopía**

Respecto el concepto de isotopía su manifestación viene determinada por la repetición conceptual que establecen las palabras en el texto. Lerner (2010, p. 8<sup>57</sup>) hace hincapié en que las isotopías se sustentan en la “recurrencia de ciertos y determinados rasgos, lo cual ofrece ciertas y determinadas similitudes y asociaciones con el concepto de intertextualidad”. Su detección dentro del corpus se realizó desde una perspectiva inclusiva respecto otras manifestaciones discursivas reconocidas en esta metodología.

Ejemplo de isotopía:

Aversión

#### **Discurso:**

El Ayuntamiento de Madrid cambia el nombre de la Semana Santa

#### **Contenido:**

TV: 25/02 23:30 Medio: Intereconomía TV Programa: El gato al agua

#### **Comentario:**

El contenido informativo, que forma parte de un espacio de tertulia, destaca diversos adjetivos para definir que el nuevo Ayuntamiento de Madrid cambie a nivel interno la denominación de la Semana Santa por Semana de Festividades. Estos términos: “el rencor”, “el odio”, “el radicalismo”, “las salvajadas” y “el desprecio” conducen a una visión coherente sobre el sentido final crítico que se espera dotar al mensaje.

---

<sup>57</sup> Recordando el punto de vista de Rastier (2005).

#### 4.12.4 Recursos retóricos

##### **Analogías**

La categorización de las analogías tiene la voluntad de encontrar elementos de conexión entre diferentes discursos mediante las similitudes que tiene cada contenido con campos discursivos que le son ajenos. De esta forma es posible encontrar la alteración de ideas existentes a través de formas discursivas que están separadas en términos de tiempo y espacio pues por ejemplo “al describir una batalla en términos tomados del juego de ajedrez, se elimina todo lo que se refiere a los horrores de la guerra” (Black, 1962, p. 42<sup>58</sup>).

Ejemplo de analogía del campo discursivo de las artes escénicas respecto el campo discursivo informativo institucional:

Artes escénicas

##### **Discurso:**

Pacto de gobierno Ciudadanos / PSOE

##### **Contenido:**

Prensa: 25/02/16 Medio: Viva Campo de Gibraltar Titular: ¡VAYA NIVELITO!

##### **Comentario:**

El redactado de la noticia hace uso de referencias constantes al pacto como si se tratara de una representación teatral usando evidentes semejanzas como entre otras: “*Teatro, puro teatro, pero del malo*” o tildando los movimientos políticos como “*escenificaciones teatrales*”. En la misma línea se dirige a una generalización que puede definirse como un vodevil ya que habla de “*la auténtica España de charanga y pandereta*”.

##### **Eufemismo**

Como eufemismo se entenderá toda aquella expresión que se emplee para manifestar de una manera más suave o aceptable una idea o concepto que se considere malsonante o que

---

<sup>58</sup> Citado en Perelman (1998, p. 159)

dificulte la voluntad comunicativa del orador. Tal como señala Amores (2011, p. 146) el eufemismo “informa magníficamente de las tensiones entre lo que se quiere decir y lo que se debe o se puede decir”. Por lo cual es una pieza valiosa cuando la misión es encontrar los límites de la argumentación en tópicos y mecanismos estilísticos.

Se aplicará un criterio de grado cero y no se han incorporado aquellos eufemismos que se encuentran implícitos en algunas líneas discursivas y que son aceptados como eufemismos lexicalizados<sup>59</sup> (por ejemplo en los temas económicos: “desaceleración” o “regulación de empleo”).

Ejemplo de eufemismo:

Freno de emergencia a los beneficios sociales

**Discurso:**

Negociaciones del Reino Unido para un nuevo estatus en la UE

**Contenido:**

Radio: 20/02 08:01 Medio: Cadena COPE Programa: La Mañana fin de semana

**Comentario:**

Pese a que el sentido de la expresión empleada: “freno de emergencia a los beneficios sociales” pueda indicar un elemento positivo por la relación con la prevención de accidentes el contexto sobre el que se encuentra denota una deformación de la realidad. El principal contenido de la negociación entre la UE y David Cameron (en aquel momento primer ministro de Reino Unido) fue la restricción o eliminación de muchos de los derechos que poseían los ciudadanos europeos en suelo británico, derechos que seguirían disfrutando los ciudadanos de ese país. Teniendo en cuenta que el ordenamiento europeo no hace distinción entre los ciudadanos de uno u otro país afirmar que se pone en marcha un “freno de emergencia a los beneficios sociales” supone mitigar una realidad palmaria.

---

<sup>59</sup> Según los criterios explicitados por Sánchez (2005).

## **Metáfora**

La observación de metáforas como “el proceso retórico por el que el discurso libera el poder que tienen ciertas ficciones de redescubrir la realidad” (Ricoeur, 2001, p. 13) corresponde con la detección de expresiones referentes a un concepto o realidad empleando un concepto diferente de manera que se genere una comparación tácita percibiendo “lo semejante dentro de lo desemejante” (Ricoeur, 2001, p. 12<sup>60</sup>).

Este condicionante conceptual representa también la interpretación de la metáfora como discurso (enunciado metafórico) evidenciando una visión hermenéutica además de semántica, se trata de la “extensión del sentido de las palabras aisladas” (Moratalla, 2003, p. 10).

Ejemplo de metáfora:

La boda

### **Discurso:**

Pacto de gobierno Ciudadanos / PSOE

### **Contenido:**

Prensa: 23/02 Medio: El periódico de Catalunya Titular: EL PSOE EXPLORA UN PACTO MIENTRAS ULTIMA UN PACTO CON C'S

### **Comentario:**

La noticia se dirige a las negociaciones como si formara parte de los preparativos de una celebración nupcial, señalando con enorme evidencia que se trata de un “ensayo de boda en la sala roja”. Esta referencia metafórica se encuentra estructurada, además hacia una interpretación global del texto mediante conceptos como: “ritual” o los “invitados” al acto.

## **Hipérbole**

Las hipérbolas dentro del corpus analizado corresponden con comparaciones exageradas con voluntad persuasiva de manera que sea “difícil de olvidar” (Ramírez, 2015, p. 207).

---

<sup>60</sup> Citando a Wittgenstein.

Ejemplo de hipérbole:

Un infierno caótico que no desearías ni al peor de tus enemigos

**Discurso:**

Celebración del *Mobile World Congress* en Barcelona

**Contenido:**

TV: 22/02 09:24 Medio: Televisió de Catalunya Programa: Els Matins

**Comentario:**

Esta reflexión, lanzada por un contertulio en un programa informativo eleva a rango de catástrofe la situación en el metro de Barcelona por la huelga de sus trabajadores. Aunque resulta evidente que el servicio sufrió afectaciones se aplicaron los servicios mínimos pactados igual que en anteriores paros laborales.

**Personificación**

La personificación es aquella figura en que se le otorga a un objeto inanimado cualidades humanas<sup>61</sup>. En el presente proyecto se ha aplicado un criterio restrictivo y no se han incluido personificaciones que se encuentran implícitas en el lenguaje periodístico como por ejemplo en los discursos sobre deportes (equipos entendidos como personas) o política (partidos políticos)<sup>62</sup>.

Ejemplo de personificación:

El IBEX 35

**Discurso:**

Pacto de gobierno Ciudadanos / PSOE

---

<sup>61</sup> “les insuflamos vida, como si la estatua del santo bajara del pedestal y nos expulsara de la iglesia.” (Damborenea, 2013, p. 199)

<sup>62</sup> Ejemplo: “Podemos se levanta de la mesa de negociación”.

## **Contenido:**

Prensa 25/02/16 Medio: El Ideal gallego Titular: ALBERTO GARZÓN LAMENTA QUE EL PSOE HAYA ELEGIDO ‘A LA DERECHA Y AL IBEX 35’

## **Comentario:**

La noticia se hace eco de las declaraciones del líder de IU en las que considera que el conjunto de empresas pertenecientes al índice bursátil IBEX 35 se alegrará del pacto de gobierno. Tal que si estas poseyeran atributos que le son exclusivos a los seres humanos.

## **4.13 Visualización**

La visualización, como se ha explicitado con anterioridad (ver 3.2.2 *Digital Humanities*) va más allá de la simple observación pues hace visible “todo lo que no es accesible a la visión, aportando una aprehensión global de cualquier organización de relaciones” (Godino, Gonzato, Cajaraville, y Fernández, 2012, p. 3).

Debido a la diversidad de facetas que emergen de un estudio de estas características, y muy especialmente por el volumen de datos que se han cruzado para la interpretación del Discurso Social, esta investigación acoge como herramienta de apoyo tres modos de representación gráfica que puedan ser visualizadas: dendrogramas, líneas de tiempo e hipergrafos.

### **4.13.1 Dendrogramas de conceptos**

Un dendrograma es una representación gráfica “que muestra la relación jerárquica a través de múltiples vínculos” (Kirk, 2016, p. 185) con origen en un nodo raíz. Los dendrogramas suelen representarse como árboles y son muy usados en agrupación de textos (*clustering*) para la visualización de los textos que forman parte de agrupaciones superiores.

Esta investigación incorpora como herramienta de comprensión dendrogramas con los conceptos detectados durante el análisis. Estas categorías observadas dentro del corpus son susceptibles de agrupar otros elementos, de esta forma la organización gráfica advierte una relación basada en un eje jerárquico expresando verticalmente y un conjunto de conexiones

entre los elementos detectados.

La imagen final muestra una estructura desde ideas generales abstractas hasta los argumentos concretos que forman parte pasando por elementos semióticos que pueden englobar unidades menores dentro del discurso.

Las indicaciones para la interpretación de cada elemento representado gráficamente se componen de cambios en el color de la fuente del texto y en otras características identificables como el uso de cursiva, negrita o subrayado.

Entidades colectivas del discurso	<i>Color negro en cursiva</i>
Formas nominalizadas y de poder explicativo	
Oposiciones	<b>Color negro en negrita</b>
Temas	
Motivos	
Isotopías	Indicación paréntesis (i)
Analogías	<u>Color negro subrayado</u>
Eufemismos	
Metáforas	
Hipérboles	
Personificaciones	Indicación paréntesis (p)
Elementos no semióticos que sirven de argumento	Negro sin formato

Tabla 4.8 Indicaciones gráficas para la comprensión de dendrogramas de conceptos.

En el siguiente ejemplo parcial tomado del discurso sobre el fallecimiento de Umberto Eco se puede apreciar la oposición autoridad formal / autoridad moral como concepto fuente del que emanan otras categorías que dentro del corpus textual han tenido una misión menos amplia.

El valor temático sobre el estatus se construye por la confrontación entre ambas oposiciones y se encuentra en superioridad jerárquica respecto otros conceptos. En un nivel inferior aparece, relacionado con la posición de la autoridad formal el valor temático

de la frivolidad<sup>63</sup> mientras que como derivación subsidiaria de la autoridad moral emana un conjunto de formas nominalizadas. Estas entidades discursivas que facilitan la comprensión como el compromiso social o el ejemplo cívico, suponen una base sobre la que se justifica la oposición.

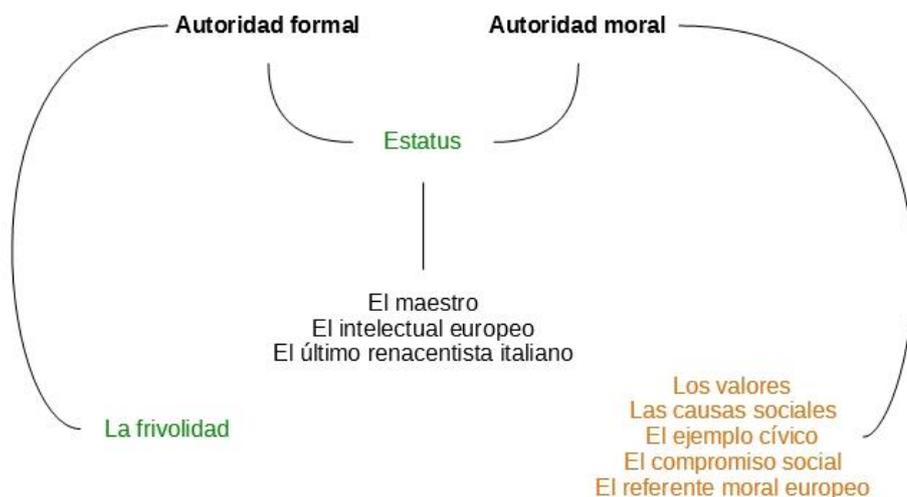


Figura 4.7 Dendrograma parcial con conceptos semio-discursivos sobre el fallecimiento de Umberto Eco.

#### 4.13.2 Líneas de tiempo

Los gráficos en líneas de tiempo son modelizaciones que se realizan para observar “corpus históricos<sup>64</sup> que incluyen diferentes datos temporales” (El-Assady, Gold, John, Ertl, y Keim, 2016, p. 14). Su elaboración se realiza mediante dos ejes, uno de estos será necesariamente la codificación temporal y el siguiente será el dato relacionado con cada momento temporal. Los gráficos construidos como líneas de tiempo son una forma de visualización aceptada dentro de las técnicas de *distant reading* en las *Digital Humanities*.

En esta investigación el eje temporal se expresa en forma de hora en hora y el dato relacionado es la cuantificación de contenidos correspondientes a cada franja según canal. Este dato es la combinación de tres términos tras el procesamiento algorítmico de los diferentes universos originales.

<sup>63</sup> El tratamiento del acontecimiento mostró una vinculación entre el poder político y el uso de los medios de comunicación para adormecer y banalizar los asuntos realmente importantes.

<sup>64</sup> El uso del término histórico no debe entenderse en forma restrictiva ya que las *Digital Humanities* hacen hincapié en el procesamiento e interpretación de obras clásicas, pero no exclusivamente de estas.

Como se ha comentado con anterioridad (ver 3.3.2 *Digital Humanities*) esta investigación incluye las gráficas en líneas de tiempo como representación visual que permite entender la importancia de las franjas de mayor actividad como criterio a la hora de obtener las muestras finales para el análisis. Este procedimiento se ha ejemplificado en el punto 4.9 (Cuantificación y selección de franjas de análisis).

Además de esto las gráficas en línea de tiempo se emplearán como un aliado de primer nivel para la confrontación de discursos en el campo de la generación. De esta manera se espera indagar en los atributos comunes, las lógicas y las disensiones entre canales y campos discursivos.

### 4.13.3 Hipergrafos

Para comprender la forma en que las categorías semio-discursivas se expresan de un discurso a otro se ha incorporado dentro de PPTNU una herramienta de visualización de datos en formato de hipergrafo. Esta aplicación procesa hojas de cálculo y reconoce las variables coincidentes en estos documentos donde se han anotado las categorías semio-discursivas. Estas variables son representadas gráficamente dentro de los discursos cuantificados.

Un hipergrafo es un gráfico generado para mostrar relaciones entre objetos que se consideran nodos y que se representan en forma de red. Por tanto son herramientas muy útiles para la observación de fenómenos donde la estructura en red es el atributo principal que se ha manifestado. De nuevo el objetivo de la visualización es apreciar la representación de un fenómeno para poder comprenderlo.

Ahora bien, en posición antagónica a la perspectiva computacional donde se espera medir la centralidad o lejanía entre nodos, la visualización de hipergrafos, especialmente en las *Digital Humanities*, debe formar “parte de un examen dialéctico en tensión con la disciplina tradicional” (Digitalhumanities.stanford.edu, 2014)<sup>65</sup> desde la que se observa. En este caso la comunicación.

---

<sup>65</sup> Neotopology. (n.d.). Recuperado 26 diciembre 2017, de <https://digitalhumanities.stanford.edu/neotopology>

Los gráficos contruidos como redes son habituales en las *Digital Humanities* para la “visualización de relaciones entre los textos” (Jänicke, 216, p. 240). De esta forma los contenidos o agrupaciones de contenidos funcionan como nodos de conexión entre otros contenidos que pueden formar parte de corpus diferentes.

En este proyecto las relaciones que podrán visualizarse serán resultado de las categorías semio-discursivas mencionadas con anterioridad. Estas relaciones suponen una interdiscursividad obtenida a través del análisis semio-discursivo que es plasmada en formato gráfico.

Los nodos serán todos los textos pertenecientes a un discurso concreto durante el marco temporal (20 - 29 de febrero 2016) en un canal concreto. Para su comprensión los nodos tienen colores diferentes según el canal al que corresponden (radio, TV, blogs, prensa, Twitter y prensa *online*).

El tamaño de los nodos viene determinado según el total acumulativo de contenidos que forman parte de cada canal de cada discurso durante todo el marco temporal en términos relativos.

Por otro lado estos nodos no se encuentran dispersos sino que se agrupan según el discurso del que forman parte. De esta forma cada discurso puede visualizarse como una agrupación de nodos (uno por cada canal en cada discurso) que se interrelacionan<sup>66</sup> con otros de discursos diferentes por conceptos semio-discursivos coincidentes.

En el siguiente ejemplo se han procesado tres discursos diferentes. Los nodos que se visualizan son los canales (radio, prensa, TV, prensa *online*, Twitter y blogs) en los que se han detectado interdiscursividades coincidentes con otros canales de otros discursos. En la figura se puede apreciar tanto los canales, como los discursos (como puede verse en el que se ha marcado como “Acuerdo Reino Unido” se trata de una agrupación con cinco nodos) como el tamaño de los nodos (canales) que se basan en un criterio proporcional tal como se verá en 6.1.1 Temas y discursos principales expresados dentro del Discurso Social.

---

<sup>66</sup> La interdiscursividad se medirá no entre canales del mismo discurso sino entre discursos diferentes.

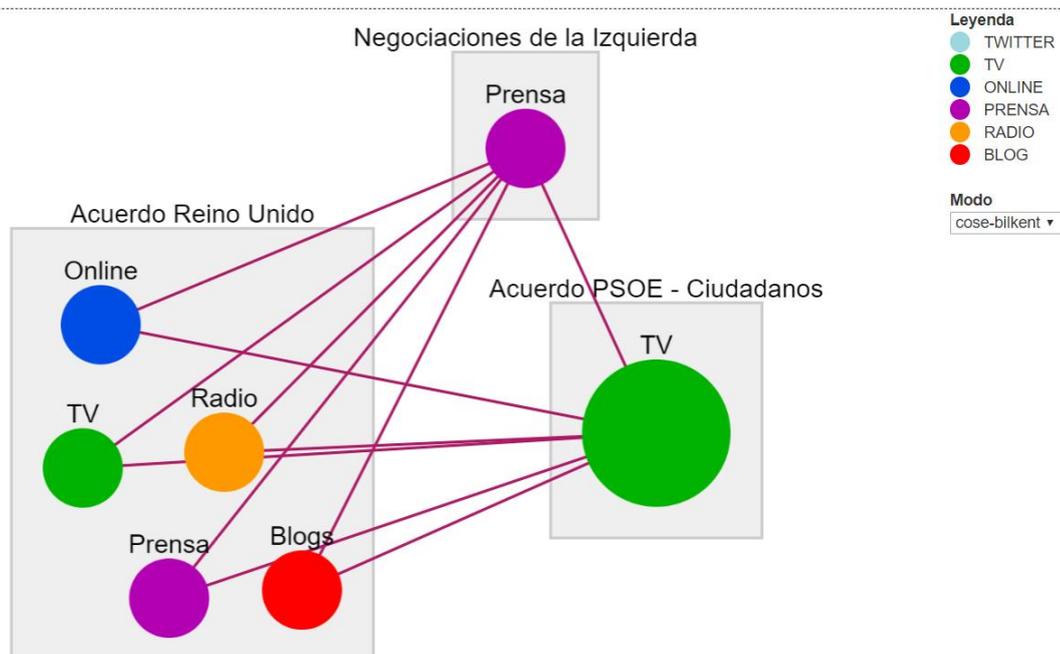


Figura 4.8 Hipergrafo de ejemplo con el procesamiento de tres discursos que están relacionados interdiscursivamente.

El resultado final para la visualización supone una tentativa de traducción del concepto de formaciones discursivas (Foucault, 1997) a una representación gráfica.

## 5. Análisis

### Introducción

Cumpliendo la metodología enunciada con anterioridad se extrajeron del todo discursivo un total de 25 discursos que pueden ordenarse por la posición hegemónica de cada uno en términos globales respecto el total del marco temporal de la investigación.

Estos 25 discursos poseen un objeto del discurso único e independiente que se ha deducido a través de la paráfrasis de los contenidos dentro de la franja de cumplimiento del objetivo para el usuario que a su vez son resultado de las combinaciones que han sido ofrecidas por el procesamiento y se han considerado válidas.

Estos asuntos se pueden organizar por su línea argumental esencial en ocho bloques temáticos:

- Política
- Corrupción
- Movimientos sociales
- Personajes públicos
- Televisión
- Acontecimientos
- Tecnología
- Deportes

Muchos de los discursos asociados a un bloque poseen atributos que permiten la pertenencia a otro bloque. Este factor puede visualizarse perfectamente en el siguiente diagrama de Euler:



Figura 5.1 Diagrama de Euler conceptual con la organización de los discursos aceptados en esta investigación.

Los criterios para la categorización de cada discurso en un bloque temático se han basado en las entidades aparecidas y en los elementos nucleares de su paráfrasis, si bien tal como señala Foucault los discursos nunca son “universalmente reconocibles” (1997, p. 36) de forma que algunos discursos son susceptibles de pertenecer a otros bloques de forma secundaria. Las características observadas para la inclusión en cada bloque se detallan en la siguiente tabla ordenada jerárquicamente.

CRITERIOS	BLOQUE TEMÁTICO	DISCURSOS INCORPORADOS	DISCURSOS RELACIONADOS
Las entidades presentes en la combinación son partidos políticos o acontecimientos promovidos por estos	Política	Pacto de Gobierno PSOE – Ciudadanos La no derogación de la reforma laboral tras el pacto PSOE – Ciudadanos Negociaciones entre PSOE – IU – Compromís – Podemos David Cameron acuerda un estatus especial del Reino Unido dentro de la UE Celebración de la cumbre <i>Plan B</i> contra las políticas de	Rita Barberá es acusada de financiación ilegal en el Ayuntamiento de Valencia

		austeridad El Ayuntamiento de Madrid <sup>67</sup> cambia el nombre de la Semana Santa	
El discurso tiene como elemento esencial casos de corrupción o de presunta corrupción	Corrupción	Rita Barberá es acusada de financiación ilegal en el Ayuntamiento de Valencia Juicio contra Iñaki Urdangarin y Diego Torres por el caso Nóos	
El discurso tiene como elemento esencial una acción reivindicativa o de movilización	Movimientos Sociales	Campaña del Frente Juvenil Hogar Social de Madrid contra la discriminación positiva Presentación del informe anual de Amnistía Internacional Alejandro Sanz detiene un concierto para recriminar una agresión sexista El periodista Jordi Évole anima a conocer el origen de la ropa que se compra en Europa	La no derogación de la reforma laboral tras el pacto PSOE – Ciudadanos Celebración de la cumbre <i>Plan B</i> contra las políticas de austeridad
El discurso tiene como elemento esencial un personaje público	Personajes Públicos	Fallecimiento del intelectual Umberto Eco	Rita Barberá es acusada de financiación ilegal en el Ayuntamiento de Valencia El Ayuntamiento de Madrid cambia el nombre de la Semana Santa Alejandro Sanz detiene un concierto para recriminar una agresión sexista Emisión del programa <i>En tu casa o en la mía</i> con la participación del futbolista Iker Casillas Celebración de la entrega de los premios Oscar (premio como mejor actor a Leonardo Di Caprio)
El discurso tiene como elemento esencial una emisión televisiva	TV	Emisión del programa <i>En tu casa o en la mía</i> con la participación del futbolista Iker Casillas Emisión del primer capítulo de la nueva temporada de <i>El</i>	El periodista Jordi Évole anima a conocer el origen de la ropa que se compra en Europa

<sup>67</sup> Representado por su alcaldesa Manuela Carmena.

		<i>príncipe</i> Emisión del programa 24 del espacio televisivo <i>Volverías con tu ex</i> Emisión del programa 29 del espacio televisivo <i>Volverías con tu ex</i>	
El discurso tiene como elemento esencial un acontecimiento planificado	Acontecimientos	Celebración del <i>Mobile World Congress</i> 2016 en Barcelona Celebración de la entrega de los premios Oscar Celebración del congreso Comunica2 en Gandía	
Las entidades presentes en la combinación son empresas tecnológicas o dispositivos tecnológicos	Tecnología	Presentación del teléfono móvil Samsung Galaxy S7 Presentación del teléfono móvil Xiaomi Mi5	Celebración del <i>Mobile World Congress</i> 2016 en Barcelona
El discurso tiene como elemento esencial una competición deportiva o un participante de esta	Deportes	Celebración del partido de fútbol Real Madrid – Atlético de Madrid Celebración de la semifinal de la Copa del Rey de Baloncesto Real Madrid – Baskonia Celebración del partido de fútbol U.D. Las Palmas – FC Barcelona	Emisión del programa <i>En tu casa o en la mía</i> con la participación del futbolista Iker Casillas

Tabla 5 Criterios para la categorización de discursos en bloque temáticos.

## 5.1 Bloque Política

### 5.1.1 Pacto de Gobierno PSOE – Ciudadanos

Como se ha explicado en la parte de Metodología el corpus para determinar los discursos más importantes proviene de un procesamiento de los *trending topics* de Twitter y del total de contenidos generados del resto de medios de comunicación en España (4.4 Criterios de procesamiento para la obtención de combinaciones).

Tras este procesamiento se aplicaron un conjunto de criterios para cribar las combinaciones coherentes referentes a objetos del discurso que puedan ser delimitados.

Según los datos obtenidos la combinación más recurrente en el universo de análisis fue *psoe / gobierno / ciudadanos*. El objeto del discurso que se infirió de esta combinación señala la

celebración del pacto de Gobierno entre los partidos políticos PSOE y Ciudadanos celebrado el 24 de febrero de 2016.

Este discurso fue hegemónico en Prensa *online* durante 7 de los 10 días de la franja para análisis, en prensa y en radio acaparó también la primera posición durante 3 de los 10 días que se analizaron y en TV durante 2 días.

Una vez se determinó que esta combinación era pertinente para la investigación se realizó una recuperación de la información de todos los contenidos que poseyeran estos tres términos. La recuperación del total de contenidos se cuantificó por línea de tiempo y se procedió al análisis de las franjas de mayor actividad según la lógica de producción de cada canal.

<b>Medio</b>	<b>Fecha</b>	<b>Franja</b>	<b>Total textos</b>	<b>Textos duplicados</b>	<b>Falsos positivos</b>	<b>Textos analizados</b>
<b>Twitter</b>	24/02/2016	12:00 – 12:59	1.376	1.150	1	225
<b>Prensa <i>online</i></b>	24/02/2016	14:00 – 14:59	603	295	19	289
<b>Blogs</b>	24/02/2016	15:00 – 15:59	17	7	1	9
<b>Blogs</b>	25/02/2016	08:00 – 08:59	17	4	1	12
<b>Radio</b>	25/02/2016	06:00 – 11:59	51	0	2	49
<b>TV</b>	24/02/2016	12:00 – 17:59	53	0	2	51
<b>Prensa</b>	25/02/2016	25/02/2016	998	424	10	564

Tabla 5.1 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *psoe / gobierno / ciudadanos*.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup> En notas a pie de página se adjuntará la información de origen de los conceptos indicados durante el análisis. El formato será el siguiente: **Canal** (prensa, Twitter, TV, radio, prensa *online* o blogs) **Fecha** (de la emisión / publicación) **Medio** (cadena, emisora, nombre del portal de noticias, autor del mensaje o

El análisis de la franja principal de este discurso arrojó una profusión de categorías que se extendían durante todo el espacio examinado.

De forma muy característica las entidades del discurso enumeradas por Verón (1987) aparecen tanto en variedad como en cantidad de una forma estadísticamente elevada en comparación con el resto de discursos analizados. Parece necesario señalar a este respecto que el punto de partida de Verón fue el discurso político y es en este campo en el que ofrece mejor encaje su formulación.

Por un lado se produce una aspiración aglutinadora en la retórica política que se puede percibir en todos y cada uno de los medios que se han incorporado al análisis.

Como referente, en términos cuantitativos la expresión “españoles”<sup>69</sup> aparece de forma privilegiada y es ejercitada como **colectivo enumerable**. Su posición se sitúa eminentemente en el campo de la recepción por parte de los impulsores del discurso que intentan formular en el imaginario a un público ideal alejado del *nosotros*<sup>70</sup>, una audiencia que deviene objetivo del discurso en un sentido acaparador pero que no es homogeneizada por un principio de fragmentación.

Por otro lado la argumentación de algunos partidos políticos aparecidos en este estudio (IU, Podemos) denota la formulación de **otras entidades** como son las “clases populares”<sup>71</sup>, las “mayorías sociales”<sup>72</sup> o “las clases trabajadoras”<sup>73</sup> en contraposición con los “sectores privilegiados”<sup>74</sup>, la “oligarquía empresarial”<sup>75</sup> o las “élites económicas”<sup>76</sup> como

---

cabecera editorial), **Nombre del programa** (en caso de TV y radio) **Titular** entre comillas (en caso de prensa, blogs y *prensa online*) y **Hora** exacta de emisión / publicación (no aplicable en prensa).

<sup>69</sup> Blog: 26/02 Periodista digital “Al margen – un pacto” 08:16

<http://blogs.periodistadigital.com/opinion.php/2016/02/25/al-margen-un-pacto-8715>

<sup>70</sup> En este capítulo las indicaciones en el formato del texto vendrán determinadas por el contenido textual de origen y su importancia. Los fragmentos literales tomados del texto original se indicarán con comillas. Los fragmentos literales tomados de declaraciones de personas citadas o presentes en el texto original se indicarán con comillas y cursiva. Los conceptos expresados que no sean originales de los textos analizados se indicarán con cursiva sin comillas. Los términos en negrita resaltarán la importancia de estos dentro del análisis o la indicación de algunos cambios de categorías semio-discursivas.

<sup>71</sup> Prensa: 25/02 20 minutos “El diálogo de la izquierda salta por los aires con el pacto PSOE-C’s”

<sup>72</sup> Prensa 25/02 Diario de avisos “El PSOE y Ciudadanos pactan un gobierno reformista y abierto”

<sup>73</sup> TV: 24/02 Canal Sur / Noticias 1 14:29

<sup>74</sup> Prensa: 25/02 Hoy Extremadura “Al fracaso la investidura”

sujetos también presentes. Esta dinámica de la confrontación mediante la construcción de actores ciertamente antagónicos podría desdibujar la voluntad amplificadora de “los españoles” al bajar el nivel de segmentación.

Podemos e Izquierda Unida, partidos susceptibles de entrar en la forma nominalizada del “gobierno del cambio” (que se comentará más adelante) reaccionan ante el acontecimiento informativo señalando diferencias estamentales que hacen imposible un movimiento aglutinador. Existe, por tanto, un *nosotros* y un *ellos*.

La indicación hacia estos *otros* se produce entonces mediante ciertos recursos del discurso como la **personificación** del “Ibex 35”<sup>77</sup> señalando que es capaz de alegrarse y por tanto poseer sentimientos propios de los seres humanos. Esta figura retórica permite individualizar atributos en una forma que resulta ser homogénea ya que ejerce de entidad discursiva, una forma nominalizada de poder explicativo provista de una naturaleza que invita nuevamente a la polarización respecto los colectivos enumerables ya tratados. Se produce entonces una construcción de agrupaciones en las que una parte es diseñada en el imaginario por su capacidad de fragmentación y potencial variedad, y la otra puede ser elaborada discursivamente como compacta y capaz de actuar como un ser autónomo.

En relación a este señalamiento uniforme de una de las partes es posible encontrar otra forma nominalizada que conlleva por un lado un objeto abstracto y de interpretación flexible para el receptor, por otro la vinculación a un conjunto de propiedades delimitadoras. Se trata del término: “la casta”. Resulta significativo, sin embargo, que este objeto del discurso no forme parte de la articulación del ideario de la autodenominada “izquierda” (entidad del discurso que será analizada más adelante) sino que sea una argumentación periodística como intento de adoptar los mecanismos discursivos de esta misma entidad.

---

<sup>75</sup> Prensa: 25/02 La provincia “El acuerdo entre PSOE y Ciudadanos”

<sup>76</sup> Prensa: 25/02 El mundo (Ed. Ibiza y Formentera) “El PSIC encaja el acuerdo con C’s entre críticas de sus socios”

<sup>77</sup> Prensa: 25/02 La tribuna de cuenta “Garzón lamenta que el PSOE haya elegido “al IBEX en vez de a la izquierda”

Podría señalarse, entonces, que la formulación de entidades antagonistas corresponde con una lista cerrada diferente según la fuente emisora. “la casta”<sup>78</sup> es una expresión omitida por los partidos de “izquierdas” tanto en este discurso como en el resto de discursos analizados, son otras las entidades que indican la existencia de este rol provisto de valores opuestos.

Otra categoría de las entidades propuestas por Verón encuentra una presencia elevada en este discurso. En la elaboración del mensaje por parte de los actores del acontecimiento y en el reconocimiento de este por parte de los medios se observa la aparición de una **forma nominalizada** que se define como “el gobierno del cambio”<sup>79</sup>. Se formula, entonces, una unidad de límites ambiguos que representa a y se expresa de muchas formas: “regeneración”<sup>80</sup>, “reforma”<sup>81</sup>, “progreso”<sup>82</sup> y una “Nueva Transición”<sup>83</sup>.

El “gobierno del cambio” espera producir un paralelismo de significado con una proporción importante del ideario político de las dos formaciones (p. ej. “*libertad, prosperidad, justicia social*”<sup>84</sup> Albert Rivera, Ciudadanos). La simple mención a una *Nueva Transición* comporta sobreentender la vinculación con un contexto histórico dotado de una profusión de valores de carácter social y político, con una alteración del paradigma dominante desde un escenario considerado negativo. No es casual entonces el señalamiento a “*otros 40 años de democracia*” y la “*unión de todos los españoles*”<sup>85</sup> (Albert Rivera, Ciudadanos), una unidad que incluye de manera indirecta una forma nominalizada subordinada nueva dentro del “gobierno del cambio” que sería el concepto de *inclusión*.

---

<sup>78</sup> Prensa: 25/02 El Comercio “El ridículo de Iglesias”

<sup>79</sup> Prensa: 25/02 Abc “¿Y ahora qué?”

Twitter: 24/02 RT @jesusmarana: DOCUMENTO: El acuerdo entre #PSOE y #Ciudadanos "para un gobierno reformista y de progreso". (Juzgue cada cual). <https://t...> 12:57

<sup>80</sup> Prensa: 25/02 El periódico de Aragón “El pacto entre PSOE y Ciudadanos”

<sup>81</sup> Prensa: 25/02 Alerta “Sánchez y Rivera firman el pacto para un gobierno “reformista”

<sup>82</sup> Prensa: 25/02 La voz de Galicia “PSOE y CS confirman su melancólica impotencia”

<sup>83</sup> Prensa: 25/02 Atlántico “Solemnidad para presidir el guiño a la Segunda Transición”

<sup>84</sup> TV: 24/2 Cuatro / Noticias Cuatro 14:16

<sup>85</sup> TV: 24/2 Cuatro / Noticias Cuatro 14:16

La visión en conjunto invita entonces a una tentativa de traducción tácita en el fondo y en la forma respecto el momento histórico conocido como *La Transición* pues en la franja analizada estas referencias simbólicas se adueñaron tanto de los contenidos basados en la simple traslación de declaraciones<sup>86</sup> como en el tratamiento del objeto del discurso por parte de cada medio de comunicación<sup>87</sup>.

También en el campo de las **formas nominalizadas** pero en este caso de orden negativo al referirse a la posición del contradestinatario, es recurrente advertir la entidad de sentido amplio “los populismos”<sup>88</sup>. Es esta una figura negativa con la función de ponerse en lugar de algunos actores pero también de algunas actitudes, o iniciativas políticas (“la izquierda”). “Los populismos” se confiere de manera automática de un peso axiológico y de un argumentario propio sin necesidad de detallar qué políticas está substituyendo.

En el plano de las oposiciones dentro de la franja podemos encontrar la presencia recurrente de valores que se oponen construyendo un sentido concreto interpretable. Una de estas dualidades se basa en la contradicción entre *dinamismo e inmovilismo*.

Si bien la forma nominalizada del “gobierno del cambio” que ya se ha comentado es una clara definición del primer concepto el análisis dio cuenta de la parte contraria tanto en TV como en prensa. En estos contenidos se reconocía la existencia de una contradicción de posiciones entre el movimiento que suponía el pacto entre PSOE y Ciudadanos en situación antagónica con el posicionamiento inamovible del resto de formaciones políticas<sup>89</sup>.

Existe, entonces, una oposición básica generadora de sentido que puede dar soporte a otros elementos capaces de dar significado a cada uno de los contenidos.

Siguiendo esta lógica también hubo referencias a la **oposición** *interés general / interés individual*. De la misma forma los actores políticos motores del cambio trasladaban la

---

<sup>86</sup> Prensa 25/02 Diario de Jerez “Ciudadanos es el partido que pretende el cambio en España”

<sup>87</sup> Prensa: 25/02 El periódico de Aragón “¿Hay voluntad real de cambio?”

<sup>88</sup> Prensa: 25/02 ABC “La mutación de Rivera”

Prensa: 25/02 El mundo (ed. Catalunya) “España ¿sin salida?”

<sup>89</sup> TV: 24/02 Telemadrid Las Claves del día 12:33

tensión entre el beneficio al colectivo (representado principalmente por “los españoles”) y aquella ganancia partidista que puede estar completamente vinculada con la contrapartida del dinamismo, es decir la situación estática de ciertos partidos políticos posee una correspondencia directa con el beneficio individual de cada uno de estos.

Respecto la perspectiva narrativa del discurso el estudio de las franjas de mayor actividad mostraron prodigalidad de **motivos** dedicados al *liderazgo*. Si bien en algunos casos el líder era aquel que refuerza su posición con sus decisiones<sup>90</sup>, también podía sembrar dudas entre sus seguidores<sup>91</sup>, intentar emular la épica de los que le precedieron<sup>92</sup> u estar obligado por el cumplimiento de un mandato de orden superior<sup>93</sup>.

El liderazgo se convierte en una forma narrativa que ejerce de eje argumental y que como se verá más adelante no es exclusiva de la línea discursiva sobre la política.

También en este espacio heredero de las narraciones populares se observa un motivo con menor peso en términos cuantitativos pero con elevada significación dentro de las características del discurso político y con presencia en TV, prensa y blogs; los motivos referentes a *la boda*.

Puede que esta sea “de conveniencia”<sup>94</sup>, o se exprese de **forma isotópica** al citar directamente su “matrimonio” y el acto de “dar el sí”<sup>95</sup> o incluso resulte una referencia a los matrimonios que encuentran la oposición del entorno<sup>96</sup>, motivo específico que puede encontrarse abundantemente en el campo de la literatura. En todo caso, la boda como

---

<sup>90</sup> Prensa: 25/02 La Vanguardia “¿Respaldas a Pedro?”

TV: 24/02 Euskal Telebista 2 Sin ir más lejos 17:11

<sup>91</sup> Prensa: 25/02 El mundo (Cantabria) “El pacto”

Radio: Onda Madrid Hoy en Madrid 08:50 25/02

<sup>92</sup> Prensa: 25/02 El País “El no del PP y Podemos al pacto de Sánchez y Rivera frustra la investidura”

<sup>93</sup> Prensa *online*: 24/02 El Comercio digital 14:08 “Sánchez: Quienes dicen que este pacto no suma no han entendido nada” <http://www.elcomercio.es/politica/201602/24/ejecutivas-psoe-ciudadanos-reunen-20160224035344-rc.html>

<sup>94</sup> Prensa: 25/02 La Gaceta de Salamanca: “Matrimonio de conveniencia”

<sup>95</sup> Blog: 24/02 Fermín Bocos “La investidura de Sánchez (matrimonio, dar el sí)” 08:16 <http://navarra.elespanol.com/opinion/fermin-bocos/investidura-sanchez/20160224183515027032.html>

<sup>96</sup> Prensa: 25/02 El país “El no del PP y Podemos al pacto de Sánchez y Rivera frustra la investidura”

consumación<sup>97</sup> del compromiso entre dos personas que quieren seguir el mismo camino emerge desde el discurso político en la forma de narrar el acontecimiento.

Acompañando semejante motivo se encuentra con evidentes sintonías las **metáforas** e **isotopías** sobre *el viaje*.

La confluencia entre dos formaciones políticas deviene una “senda”<sup>98</sup>, un “camino”<sup>99</sup> que puede no llevar “a ninguna parte”<sup>100</sup>, pero que empieza con un “un primer paso”<sup>101</sup>. En todo caso, el gobierno del cambio puede entenderse como un proceso, una conjunción entre dos entidades que se dirigen a un lugar distanciado del punto de partida.

Ahora bien, si por una parte los recursos semióticos definidos hasta ahora promueven la idea de un discurso articulado en una dirección concreta una línea coherente formulada por mecanismos narrativos complementarios posee también espacio dentro de este discurso sobre el pacto de gobierno PSE – Ciudadanos. Estas interpretaciones discordantes provenientes de otras figuras discursivas tienen cabida entre otros en el **recorrido temático**.

Los valores que forman parte de algunos de los contenidos conducen a entender cada uno de estos como un tema, una idealización abstracta que funciona en paralelo respecto el objeto del discurso.

Uno de estos valores sería la *frivolidad*<sup>102</sup> como elemento que minimiza la capacidad de cambio de PSOE y Ciudadanos. Frivolidad a la hora de comprender las necesidades de “los españoles”, una valoración que, de manera significativa provino de un actor político (PP) ajeno al pacto y no correspondiente al potencial “gobierno del cambio”. Por tanto un actor

---

<sup>97</sup> Prensa: 25/02 Abc (ed. Córdoba) “¿Y ahora qué?” Extracto: (...) “tal como anunció que haría si su “novio” y Rivera decidían compartir cama.”

<sup>98</sup> TV: 24/2 Cuatro / Noticias Cuatro 14:16

<sup>99</sup> Radio: Cadena SER / Hoy por hoy 08:14

Twitter: 24/02 #DIRECTO Pedro Sánchez: «Este es el primer paso para que llegue el cambio político» <https://t.co/jhw3mrwbTj> 12:54

<sup>100</sup> Prensa: 25/02 La razón “Rajoy desenmascara el pacto a ninguna parte”.

<sup>101</sup> Prensa: 25/02 La voz de Galicia “Abogados a una investidura fallida”

<sup>102</sup> TV: 24/02 Antena 3 / Noticias 1. 15:01

externo al discurso atribuyó también legitimación a “españoles” como equivalencia a la sociedad en su conjunto.

Aparece en este caso la justificación de la ampliación del alcance del discurso hacia un colectivo amplio que sirve de paradesinatario pero lo que genera disconformidad es el fondo del relato, uno de los valores que componen el mensaje degradan su significado.

La *frivolidad* como **valor temático** que invita a una comprensión determinada encuentra reciprocidad en su percepción negativa con algunas **formas nominalizadas de poder explicativo**. Estas aparecen ejercitadas por otros protagonistas (IU, Podemos) cuando se refieren a: “las políticas antisociales”<sup>103</sup> o “los recortes”<sup>104</sup>. De nuevo se produce un fenómeno de conversión en el que un repertorio de ideas (en este caso contrarias) se condensa en una única expresión de significado flexible.

El uso en este caso de la frivolidad y de formas nominalizadas forman dos herramientas retóricas de la disensión. El tema como concepto inserido en un contenido y las formas nominalizadas como elementos substitutivos de ideas representan las dos caras de una misma estrategia discursiva hacia la impugnación.

También en el ámbito de la tematización del discurso es posible detallar interpretaciones coincidentes con la voluntad de cargar valorativamente el pacto. Como sentido que posee más peso dentro de la franja se atestigua el tema de la *solemnidad* que aparece con profusión gracias al impulso de los generadores del acontecimiento y la complicidad de los medios que lo glosaron.

Solemnidad en las formas, afán de trascendencia en las palabras y reminiscencia de épicas pasadas en el lugar. No es casual la vinculación entre la forma nominalizada del “gobierno del cambio” si una de sus representaciones es la “nueva Transición” cuando la celebración del acto se produjo en un salón del Congreso de los Diputados con nutrida iconografía dedicada a la Transición<sup>105</sup>.

---

<sup>103</sup> Prensa: 25/02 Diario de Pontevedra “Un pacto”

<sup>104</sup> Radio: 24/02 Cadena SER /Hoy por Hoy 08:50

<sup>105</sup> TV: 24/2 Cuatro / Noticias Cuatro 14:16

Por tanto la puesta en escena dota de un marco dado al ceremonial majestuoso que es pieza más en una comprensión completa y coherente del hecho noticiable, y, por tanto del discurso sobre este hecho.

Finalmente es posible advertir un conjunto de herramientas comunicativas que buscan crear referencias mentales sobre otros espacios discursivos. Estas **analogías** entre campos discursivos trasladaron el objeto del discurso político hacia el campo discursivo referente a, por ejemplo, los *juegos de azar* o al terreno *belicista*.

Los actores políticos ya no alcanzan pactos de estabilidad dudosa sino que “juegan de farol”<sup>106</sup> usando “bazas ocultas”<sup>107</sup>; la negociación se convierte entonces en una verdadera “partida de tute”<sup>108</sup>. Referencias de este tipo poseen un poder de evocación hacia un conjunto de atributos alejados de la teórica importancia del diálogo político.

También como analogía relevante el discurso del pacto entre PSOE y Ciudadanos incluye señales propias del entorno competitivo del que forma parte. Al igual que en una guerra en la política la victoria de alguno de los participantes se basa en arrebatar recursos al resto. El territorio puede medirse en votos o kilómetros.

Quizá por esta razón las analogías *bélicas* aparezcan recurrentemente en este discurso. La negociación es equivalente a una “guerra”<sup>109</sup>, los movimientos para obtener réditos electorales se basan en poner “cerco”<sup>110</sup> a los rivales y aquel pacto que pueda dar a la formación de gobierno se transfigura en “la batalla final”<sup>111</sup>. Dentro de esta dinámica cobran valor los clichés concomitantes de uso corriente y que decoran esta línea comunicativa<sup>112</sup>.

---

<sup>106</sup> Prensa: 25/02 Última hora “2025 y un poco antes”

<sup>107</sup> Prensa: 25/02 La opinión correo de Zamora “Acuerdo inútil, salvo milagro”

<sup>108</sup> Prensa: 25/02 La nueva España (ed. Avilés) “Encaje de bolillos”

<sup>109</sup> Radio: 25/02 Cadena SER Hoy por hoy 7:48

<sup>110</sup> Prensa: 25/02 La Vanguardia “¿Respaldas a Pedro?”

<sup>111</sup> Prensa: 25/02 El progreso “La batalla final”

<sup>112</sup> Por ejemplo indicar que las críticas a un acuerdo se basan en “torpedearlo” (Blog: 25/02 Politikon “Las opciones estratégicas de Podemos” 15:44) o que como herramienta de negociación es necesario

Esta referencia a un espacio discursivo presuntamente distante se ven perfeccionada por una interdiscursividad de elevada claridad cuando en prensa es posible vislumbrar la expresión “sangre, sudor y lágrimas”<sup>113</sup>. Sin lugar a dudas una cita de esta índole tan relacionada con una época de contienda atrae a la imaginación por simple asociación un escenario figurado sobre el esfuerzo y el conflicto.

Siguiente la detección de analogías discursivas que van más allá de aquello que es patente y habitual en la retórica política existe en la franja de control analizada una regularidad discursiva que se expresa en todos los canales de esta investigación.

Se trata de la analogía sobre las *artes escénicas*. Esta es de tal importancia que se manifiesta durante toda la fase que se ha analizado, usando diferentes formas y dominando de manera más cristalina o menos evidente, pero con una presencia multitudinaria.

En esta soberanía tácita, cuyo imperio puede apreciarse sobre el discurso, las figuras que lo atestiguan se dirigen desde la certeza superficial hasta los recursos inmersos profundamente en los textos.

En primer lugar, ya los actores que no son protagonistas del acuerdo pero sí componentes del mismo juego (Podemos) reaccionan sin dudar indicando que el pacto es “teatro”<sup>114</sup>, nada más que un espectáculo público coreografiado<sup>115</sup> vacío de contenido.

Se produce entonces un proceso de divergencia desde una presunta solemnidad hasta el reconocimiento de una “pantomima”<sup>116</sup>. Para lograr esta transmutación del significado, esta desconexión entre mensajes se ejercitan numerosas formas del lenguaje: “la puesta en

---

tener “una bala en la recámara” (Blog: 25/02 El Español, Francisco Muro de Iscar “Pactar, construir, conciliar” 08:16)

<sup>113</sup> Prensa: 25/02 La provincia “El acuerdo entre PSOE y Ciudadanos”

<sup>114</sup> TV: 24/02 Antena 3 A3 Noticias 15:08

Prensa *online*: Ideal Digital “Podemos exige al PSOE que deje de hacer teatro”  
<http://www.ideal.es/nacional/201602/24/podemos-exige-psoe-deje-20160224134454-rc.html>

Prensa: 25/02 Viva Campo de Gibraltar “Vaya nivelito”

<sup>115</sup> TV: 24/2 Cuatro / Noticias Cuatro 14:16

<sup>116</sup> Prensa: 25/02 Diario de avisos “El PSOE y Ciudadanos pactan un gobierno “reformista” y “abierto”

Radio: 25/02 Cadena COPE / Herrera en la COPE 08:40

escena”<sup>117</sup>, el levantamiento del “telón”<sup>118</sup>, el reconocimiento de que hay unos “productores de la obra”<sup>119</sup> y unos actores que siguen un “guión”<sup>120</sup> para una “audiencia”<sup>121</sup>

Se eleva, por tanto, una estructura organizada, un “relato”<sup>122</sup> compuesto con un “primer acto”<sup>123</sup> y propio de aquellos que “cuentan cuentos”<sup>124</sup>. La política reconocida como espectáculo mediático, con unos protagonistas que esperan no salir “de plano”<sup>125</sup> y ser “dueños del escenario”<sup>126</sup>, mientras el resto de personajes rechazan el rango de meros “figurantes”<sup>127</sup> o “comparsa”<sup>128</sup>.

Es este el recorrido capaz de conducir un acontecimiento tan cubierto de formalismos institucionales hasta el único valor de la representación hacia un público, el arte de Talía que sirve para una significación determinada, con indiferencia de que esta asuma la forma de una “comedia”<sup>129</sup>, “sainete”<sup>130</sup> o “drama”<sup>131</sup>.

---

<sup>117</sup> Prensa: 25/02 ABC (Ed. Córdoba) “¿Y ahora qué?”

TV: 24/02 Cuatro / Noticias Cuatro 14:16

<sup>118</sup> Prensa: 25/02 La Razón (Ed. Catalunya) “El cambio de chaqueta”

<sup>119</sup> Prensa: 25/02 El periódico “Dos miradas”

<sup>120</sup> Prensa: 25/02 ABC “Acuerdo para arrinconar al PP”

<sup>121</sup> Prensa: 25/02 La nueva España (ed. Avilés) “Encaje de bolillos”

<sup>122</sup> Prensa: 25/02 El heraldo de Aragón “La batalla por el relato”

<sup>123</sup> Prensa: 25/02 El comercio “El ridículo de Iglesias”

<sup>124</sup> Prensa: 25/02 Córdoba “Jurado: Pedro Sánchez y Albert Rivera cuentan cuentos”

<sup>125</sup> Prensa: 25/02 ABC (Ed. Sevilla) “La mutación de Rivera”

<sup>126</sup> Radio: 25/02 Cadena SER / Hoy por hoy 07:44

<sup>127</sup> Prensa: 25/02 ABC “Podemos rompe con el PSOE y aboca a Sánchez a una investidura fallida”

<sup>128</sup> Prensa *online*: 24/02 Europa Press “Teresa Rodríguez rechaza que Podemos sirva de “comparsa” al acuerdo PSOE-C’s” <http://www.europapress.es/andalucia/sevilla-00357/noticia-teresa-rodriguez-rechaza-podemos-sirva-comparsa-acuerdo-psoe-cs-20160224140043.html>

<sup>129</sup> Radio: 25/02 Cope / Herrera en la COPE 08:40

<sup>130</sup> Prensa: 25/02 Deia “El PNV carga contra podemos por su “sainete y posturo”

<sup>131</sup> Prensa: 25/02 La nueva España (ed. Avilés) “Encaje de bolillos”

### 5.1.2 La no derogación de la reforma laboral tras el pacto PSOE - Ciudadanos

Siguiendo la estela del pacto entre PSOE y Ciudadanos y no la lógica jerárquica expresada anteriormente<sup>132</sup>, la observación de los *trending topics* dentro del marco de la investigación y por tanto de los presuntos asuntos de interés para la esfera Twitter, mostró una situación de reacción directa al pacto político cuyo tratamiento mediático ha sido considerado el discurso más importante dentro del marco de esta investigación.

El *hashtag* #NoMásRecortesPSOECs se convirtió durante el día 25 de febrero en el quinto *trending topic* más importante en España con una duración de 9 horas y 50 minutos. Se trataba de una respuesta por parte de algunos usuarios al acuerdo político que se había consumado el día anterior<sup>133</sup>.

Siguiendo los criterios de esta investigación el procesamiento de todos los *tweets* con la voluntad de hallar un punto estable y homogéneo condujo a las inquietudes sobre el sistema laboral. La combinación más recurrente según el procesamiento algorítmico de todos los mensajes del *hashtag* fue #NoMásRecortesPSOECs / reforma / laboral.

Esta combinación no ofreció más resultados en otros canales por lo que se aplicó el criterio de analizar todos los textos dentro del marco temporal y no elucidar la franja de mayor actividad tal como se comentó en Metodología (ver 4.9 Cuantificación y selección de franjas de análisis). La descarga de esta combinación y la interpretación de las paráfrasis ofrecieron los siguientes resultados en Twitter:

---

<sup>132</sup> Considerando los criterios para organizar jerárquicamente la importancia de los discursos este discurso tiene la posición 10 en una hipotética escala.

<sup>133</sup> Como puede apreciarse en el diagrama de Euler del punto Introducción de este capítulo el objeto del discurso que se ha deducido de este *trending topic* se encuentra también situado en el bloque sobre Movimientos sociales.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	25/02/2016 – 28/02/2016	11:01 – 22:47	2.365	2.123	0	242

Tabla 5.2 Resultados cuantitativos del total de contenidos de la combinación  
*#NoMásRecortesPSOECs / reforma / laboral.*

Este proceso permitió concluir que el objeto del discurso era la polémica sobre la negativa de PSOE y Ciudadanos de incluir en su programa de gobierno la derogación de la reforma laboral instaurada por el gobierno actual.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

La observación de este objeto del discurso, aún siendo un efecto colateral y en cierta forma residual a otro acontecimiento mediático, posee sin lugar a dudas categorías coincidentes con la retórica expresada por los medios en el discurso cuyo objeto era el pacto de gobierno. El modelo narrativo aun con su esencia contestataria, resulta heredera de formas y figuras reconocidas en el discurso matriz.

Por un lado, la **forma nominalizada** del “gobierno del cambio”, en sus múltiples manifestaciones recibió cobertura como “el pacto progresista”<sup>134</sup> o “el cambio que la gente esperaba”<sup>135</sup> pero en referencia a ser un significante cuyo sentido fue codificado en forma diferente que en discurso principal (pacto de gobierno PSOE - Ciudadanos). Los mensajes analizados indicaban de forma crítica la contradicción entre esta figura y su verdadero significado, como una disonancia cognitiva respecto el mensaje oficial del primer discurso.

Por otro, también en el modo en que Verón categoriza los componentes del discurso, aparecieron de nuevo las **formas de poder explicativo** con la voluntad de traducir con

---

<sup>134</sup> Twitter: 25/02 #NoMásRecortesPSOECs Sin derogar reforma laboral, ni subir SMI, ni dación en pago... ¿dónde está el pacto progresista? 11:34

<sup>135</sup> Twitter: 25/02 RT @pnique: El cambio que la gente esperaba no era una tercera reforma laboral contra los trabajadores. #NoMásRecortesPSOECs <https://t.co/3...> 14:41

una única expresión un conjunto de contenidos programáticos como por ejemplo “las reformas sociales”<sup>136</sup>.

De esta misma forma la indagación en este objeto del discurso advirtió de nuevo la **personificación** de entidades que asumen esta categoría cumpliendo una misión de responsabilidad negativa: el “Ibex 35”<sup>137</sup>.

Siguiendo la estela dejada por el testimonio de una transfiguración hasta la correspondencia humana se produce el señalamiento de un **meta-colectivo singular**, una entidad perteneciente al imaginario discursivo que existe como variable dicotómica respecto el IBEX 35, se trata de “la clase trabajadora”<sup>138</sup>.

Por tanto, pese a la escasa variedad de textos únicos encontrados, resulta evidente una concordancia en la construcción discursiva entre el discurso origen del acontecimiento y una rama reaccionaria a este. Si bien una pieza del mensaje nuclear en el discurso raíz es reinterpretado por los usuarios de manera que existe una diferencia importante entre el campo discursivo institucional y el campo discursivo de interacción entre usuarios.

### 5.1.3 Negociaciones entre PSOE – IU – Compromís – Podemos

Continuando en el bloque temático de política aparece otro discurso relacionado tangencialmente con los dos examinados anteriormente. Se trata del discurso referido a las negociaciones entre PSOE, Izquierda Unida, Podemos y Compromís que esperaban cristalizar en una opción de gobierno. Estas negociaciones se produjeron antes de la

---

<sup>136</sup> Twitter: 25/02 RT @carclosa: #NoMásRecortesPSOECs Lo q esperábamos de Sociadanos son reformas sociales no otra reforma laboral 14:48

<sup>137</sup> Twitter: 25/02 RT @Esparroqui: Es un acuerdo del IBEX35, El beneficiado de Reforma Laboral y de la Explotación laboral. El de las Puertas Giratorias #No... 16:00

Twitter: 25/02 #NoMásRecortesPSOECs Un pacto “hecho para esperar al PP” y que “mira al IBEX 35” <https://t.co/v1bMJHVkhG> <https://t.co/WTDLXCPNOu> 19:30

<sup>138</sup> Twitter: 25/02 RT @rebeldia99: #NoMásRecortesPsoeCs Quieren seguir recortando a la clase trabajadora <https://t.co/Nbuz7jYFoW> <https://t.co/7MZXuUUVo8> 8:32

Twitter: 25/02 Mejor que UGT pero es tibio @CCOO El acuerdo no es beneficioso para la clase trabajadora #NoMásRecortesPSOECs <https://t.co/IHdpkSfQHW> 10:54

Twitter: 27/02 RT @martalatita: El pacto @PSOE @CiudadanosCs es una puñalada a la clase trabajadora Española <https://t.co/KHMuphTmsr> #NoMásRecortesPSOECs ... 14:50

celebración del pacto oficial entre Ciudadanos y PSOE, y esperaban formular una alternativa a este.

La hegemonía<sup>139</sup> de este asunto viene determinada por los resultados de la combinación *psoe / iu / Compromís* que fue la combinación más importante en TV y radio el día 22 de febrero.

El análisis de los contenidos de las franjas de mayor actividad condujo a la paráfrasis sobre las conversaciones de los partidos de izquierdas que se realizaron de forma simultánea a las negociaciones entre PSOE y Ciudadanos. Esta segunda maniobra es la que generaría dos días después el discurso más importante de todo el marco de la investigación y que ya se ha tratado.

La descarga, depuración y determinación de la paráfrasis ofreció los siguientes resultados.

<b>Medio</b>	<b>Fecha</b>	<b>Franja</b>	<b>Total textos</b>	<b>Textos duplicados</b>	<b>Falsos positivos</b>	<b>Textos analizados</b>
<b>Twitter</b>	22/02/2016	13:00 – 13:59	1.250	442	0	808
<b>Prensa online</b>	22/02/2016	22:00 – 22:59	286	157	0	129
<b>Blogs</b>	22/02/2016	21:00 – 21:59	8	0	0	8
<b>Radio</b>	22/02/2016	18:00 – 23:59	54	0	0	54
<b>TV</b>	22/02/2016	06:00 – 11:59	27	0	0	27
<b>Prensa</b>	23/02/2016	23/02/2016	234	120	2	112

Tabla 5.3 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *psoe / iu / compromís*.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

En este discurso, pese a la evidente relación con el primer discurso analizado, se observan de inicio divergencias en el tratamiento del acontecimiento. Cuando, el único cambio

---

<sup>139</sup> Posición número 6 en el listado de combinaciones que se han aceptado y cuantificado.

cualitativo en el hecho noticiable viene determinado por la transacción de actores, del diálogo del PSOE con Ciudadanos al cuarteto PSOE, Compromís, Podemos e IU.

En primer lugar, en el campo de las **entidades del discurso**, se produce una agregación en la **forma nominalizada** del “gobierno del cambio” que se ha mencionado con anterioridad. De la misma forma que este mecanismo discursivo se mantiene<sup>140</sup> se suma una variante desconocida hasta ahora como es “las fuerzas del cambio”<sup>141</sup>. Se adhiere por tanto a esta entidad discursiva la vinculación a unas formaciones políticas concretas compañeras de trayecto por un componente que les es esencial, de tal manera que “el cambio”<sup>142</sup> o “la regeneración”<sup>143</sup> suponen características posibles no por la eventualidad real de gobernar sino por una cuestión primigenia en la naturaleza de los actores.

Siguiendo esta articulación, y como objeto concomitante, aparece en el discurso la **forma nominalizada** de “la izquierda”<sup>144</sup> que se supone expresión que lleva adherida un conjunto de valores coincidentes en los actores del suceso. Si bien, esta manera de homogeneizar y de determinar con mayor precisión el posicionamiento político puede servir también para la confrontación en este caso desde un presunto espacio de conflicto. La puntualización sería el señalamiento de “la izquierda radical”<sup>145</sup>, los valores identitarios se tornan, entonces, en generadores de antagonismo y confrontación. El posicionamiento voluntario se convierte

---

<sup>140</sup> Prensa *online*: 22/02 Cuatro.com “Noticias Cuatro: Hernando: "Hay avances con Ciudadanos pero no ...” 22:59 [http://www.cuatro.com/noticias/espana/Pactos de Gobierno-Antonio Hernando-PSOE-reunion a cuatro 2 2136255251.html](http://www.cuatro.com/noticias/espana/Pactos%20de%20Gobierno-Antonio%20Hernando-PSOE-reunion%20a%20cuatro%202136255251.html)

Twitter: 22/02 Que dice Errejón que hoy se ha escenificado la foto del Gobierno del cambio. PSOE+ Podemos + Compromís + IU = 161. Explicadme. 13:01

<sup>141</sup> Radio: 25/02 Cadena COPE / La Linterna 23:03

<sup>142</sup> TV: 22/02 Telecinco / El programa de Ana Rosa 10:09

<sup>143</sup> Prensa: 23/02 El ideal gallego “La reunión a cuatro concluye sin acuerdo y con una cita para hoy”

<sup>144</sup> Prensa: 23/02 Canarias 7 “El PSOE negocia el gobierno con la izquierda y Ciudadanos”

Twitter: 22/02 Comienzan la reunión PSOE, Podemos, IU y Compromís para un pacto de izquierdas <https://t.co/V6FqLxiVsT> 13:16

Radio: 22/02 Onda Cero / La brújula 22:47

Prensa *online*: 22/02 El Español “Compromís, "optimista" por el "avance" de hoy ante un pacto de izquierdas” 22:15 [http://www.eldiario.es/politica/compromis-optimista-pacto-izquierdas-avance\\_0\\_487152221.html](http://www.eldiario.es/politica/compromis-optimista-pacto-izquierdas-avance_0_487152221.html)

<sup>145</sup> Prensa: 23/02 Faro de Ceuta “La ambición de Sánchez hace daño a España”. Resulta llamativo sobre el citado fenómeno de polarización que este artículo de opinión sea una colaboración del PP de Ceuta con el medio de prensa escrita.

en un juego de adjudicación de roles. Existe una “izquierda” que deviene el *nosotros* y una “izquierda radical” con una misma composición pero que representa a *ellos*.

También en la retórica del choque es posible hallar construcciones argumentativas como **formas nominalizadas** capaces de representar parte del ideario político de los partidos participantes de las negociaciones y que se han autodenominado “la izquierda”. Por un lado figuran aquellas referidas a entidades negativas que según los actores del acto deben ser erradicadas por su actuación de gobierno como serían: “las políticas injustas”<sup>146</sup>, la situación de “emergencia social”<sup>147</sup>, “el enfrentamiento ciudadano”<sup>148</sup> o una acción de “resistencia a la Troika”<sup>149</sup>. Por otro lado se produce una enumeración de principios a defender como sería el “estado del bienestar”<sup>150</sup>, “las políticas de las personas”<sup>151</sup>, la “justicia social”<sup>152</sup> o “construir convivencia”<sup>153</sup>.

Encontramos aquí un argumentario programático diverso y de significados laxos que pueden servir para contener conceptos más concretos como podría ser el paro y la corrupción<sup>154</sup>. Resulta significativo, respecto a la flexibilidad de los conceptos, que la forma nominalizada de la “justicia social” hubiera sido también un concepto a esgrimir directamente por el dirigente de Ciudadanos Albert Rivera en el discurso del pacto con el PSOE, cuando esta formación se consideraba antagónica a los partidos considerados de izquierdas.

---

<sup>146</sup> Prensa: 23/02 Diario de Teruel “El PSOE, Podemos, IU y Compromís dejan para hoy el nuevo intento de acuerdo”

<sup>147</sup> Prensa: 23/02 El Ideal Gallego “La reunión a cuatro concluye sin acuerdo y con una cita para hoy”

Prensa *online*: 22/02 Crónica de Cantabria “PSOE, Podemos, Compromís e IU ven muchas sintonías programáticas y seguirán dialogando mañana” <http://cronicadecantabria.com/cr/psoe-podemos-comprom-s-e-iu-ven-muchas-sinton-as-program-ticas-y-seguir-n-dialogando-ma-ana/>

<sup>148</sup> Prensa: 23/02 La voz de Galicia “El PSOE descarta un pacto con Podemos que no incluya también a Ciudadanos”

<sup>149</sup> Prensa: 23/02 La Vanguardia “Sánchez y Rivera ya trabajan para un pacto más allá de la investidura”

<sup>150</sup> Prensa: 23/02 Diari de Girona “Reunió secreta entre Sánchez y Rivera mentre el PSOE parla amb Podem, IU y Compromís”

<sup>151</sup> TV: 22/02 Telecinco / El programa de Ana Rosa 10:09

<sup>152</sup> Radio: 22/02 RAC 1 / No ho sé 21:42

<sup>153</sup> Radio: 22/02 Radio Intereconomía / Visión Global 22:04

<sup>154</sup> De forma que se produce una relación de los objetos del discurso del bloque de Política con el bloque categorizado en el bloque Corrupción.

A continuación de estos elementos, y ya en el espacio de los recursos retóricos, aparece con importancia una **hipérbole** referida a un concepto relacionado con las formas ya detectadas: *la corrupción*.

Esta se produce cuando el dirigente de IU considera al PP el “*partido más corrupto de Europa*”<sup>155</sup>. Resulta manifiesto que una aseveración de este tipo no se encuentra argumentada por dato alguno dentro del discurso, podría considerarse en todo caso la elevación de un criterio generalmente aceptado. A su vez una versión alternativa de esta hipóbole puede encontrarse cuando se advierte que este partido político ha formado “*bandas*”<sup>156</sup> *auténticas con forma de gobierno para saquear las arcas públicas*”<sup>157</sup>, ahora bien semejante referencia a la naturaleza criminal de un partido político no proviene ahora de aquello que se ha autodenominado como “la izquierda” sino del secretario de Comunicación de Ciudadanos. En este caso la orientación que se atribuye cada fuerza no es óbice, pese a la presunta distancia ideológica, para la aplicación de recursos similares que desgasten al rival común.

En el mismo orden de cosas, si bien se advierte de un rango altamente peyorativo en el opositor ideológico, también resulta posible emplear términos menos rudos para aquellas decisiones concretas que vienen correlacionadas con las formas nominalizadas referentes a la futura acción de gobierno. El **eufemismo** que más resalta en este juego de fingimiento se produce cuando los partidos negociadores hablan de “reformas impositivas”<sup>158</sup>, cuando la expresión informativa más acertada sería: aumento de impuestos.

En este lado de los argumentos que sostienen el ideario político el eufemismo “reformas impositivas” comporta la justificación del agravamiento de tasas general cuando simultáneamente la **forma nominalizada** “justicia fiscal”<sup>159</sup> busca elevar una figura de

---

<sup>155</sup> Radio: 22/02 Radio Euskadi / Crónica de la tarde 19:08

<sup>156</sup> El uso del término “banda” denota una analogía con la línea discursiva sobre la criminalidad que podrá apreciarse en objetos del discurso del bloque Corrupción.

<sup>157</sup> Prensa: 23/02 El País “Sánchez y Rivera se reúnen en secreto para discutir los flecos de un posible pacto de gobierno”

<sup>158</sup> Prensa *online*: 22/02 Lainformación.com “El PSOE y Ciudadanos anunciarían un acuerdo de Gobierno de manera inminente” 22:52 [http://www.lainformacion.com/politica/partidos/el-psyoe-y-ciudadanos-anunciarian-un-acuerdo-de-gobierno-de-manera-inminente\\_bviqfSJpsFURJsuURBlnf5/](http://www.lainformacion.com/politica/partidos/el-psyoe-y-ciudadanos-anunciarian-un-acuerdo-de-gobierno-de-manera-inminente_bviqfSJpsFURJsuURBlnf5/)

<sup>159</sup> Radio: 22/02 RAC 1 / No ho sé 21:42

equidad también de alcance amplio. Son ambas caras de la misma moneda, expresiones con función de defensa de una acción política concreta que evitan la interpretación limpia y unívoca de las subidas de impuestos.

Como se ha comentado anteriormente, existen construcciones simbólicas que podrían ser producto de una dinámica de la confrontación, fabricaciones condicionadas por la esencia competitiva que marca el funcionamiento de la política. De igual manera que se produce una **figura nominalizada con poder explicativo** que se expresa con la llamativa expresión de la “lucha política”<sup>160</sup>, y que esta ya incluye un total de categorías y significaciones que son interpretables por el destinatario, puede encontrarse un **eufemismo** cuya misión es reconocer las equivalencias en el ideario de varias formaciones políticas pero con suficiente ambigüedad para que mantengan su identidad.

Puede resultar claro que “la izquierda” es una etiqueta común pero parece que los actores que componen esta entidad no pueden reconocer que son la misma cosa o que el voto dado sea trasvasable. Por ello, según los textos analizados en esta investigación, cuando las fuerzas de la izquierda comparten un elemento en su totalidad, se refirieron a esta paridad como “sintonías programáticas”<sup>161</sup> (Podemos) o una especie de “sensibilidad similar”<sup>162</sup> (IU).

Siguiendo con los engranajes que permiten una maleabilidad aceptable de los partidos en los procesos de asociamiento se descubrieron dentro del corpus textual referencias al **motivo** sobre *el amor fiel*<sup>163</sup>. Estas provinieron de la ausencia de problemática interna que parecía habitar en el PSOE para entablar negociaciones de gobierno simultáneamente con

---

<sup>160</sup> Radio: 22/02 Radio Nacional RADIO 1 / 24 Horas 23:05

<sup>161</sup> Prensa: 23/02 El adelantado de Segovia “PSOE, Podemos, Compromís e IU aprecian sintonía en sus programas”

<sup>162</sup> Prensa *online*: 22/02 Las Provincias “El PSOE defiende la negociación transversal como única vía para el gobierno del cambio” 23:42 <http://www.lasprovincias.es/politica/201602/22/psoe-podemos-compromis-reunen-20160222012018-rc.html>

<sup>163</sup> Prensa *online*: 22/02 20 Minutos “La búsqueda de un pacto entre PSOE, IU, Podemos y Compromís se prolonga al martes” 22:01 <http://www.20minutos.es/noticia/2680003/0/prolonga-reunion-psoe-podemos-compromis-iu-investidura/>

Radio: 22/02 Cadena SER / Hora 25 22:11

formaciones de “la izquierda” y de “la derecha”<sup>164</sup> como se consideró mayoritariamente a Ciudadanos<sup>165</sup>.

Para explicar esta situación el portavoz de Compromís citó una canción de Antonio Machín sobre la historia de un hombre que amaba a dos mujeres a la vez. Esta mención conduce el modelo narrativo del acontecimiento hacia evocaciones estereotipadas que aportan una interpretación suplementaria y como podrá verse, tienen cabida en otros discursos.

Por otro lado resulta visible el **recorrido temático** dedicado a *la ambición*. Valor que es tratado de manera tácita o directa a través de numerosas referencias a dos de los líderes con responsabilidad en las negociaciones: Pedro Sánchez (PSOE) y Pablo Iglesias (Podemos).

En el primer caso se discierne el sentido de la ambición conectada con la individualidad egocéntrica y casi infantil cuando se le tacha de que “*quiere ser presidente aunque sea por un día*”<sup>166</sup> (Mariano Rajoy, Presidente del Gobierno). Por otra parte, al deseo de gobernar no se le adjudica una avidez globalizadora sino la capacidad de generar una situación “digna del camarote de los hermanos Marx”<sup>167</sup>.

Sin embargo, las aspiraciones del líder de Podemos se presentan tal que una “obsesión”<sup>168</sup>, una voluntad por “manejar los grandes resortes del poder”<sup>169</sup> cual “caudillo chavinista” con afán de “controlarlo todo”<sup>170</sup> poseído por el “narcisismo”<sup>171</sup>. Semejantes referencias

---

<sup>164</sup> Radio: 22/02 Cadena SER / Hora 25 23:01

Prensa *online*: 22/02 El Periódico de Aragón “Garzón, tras la cita del PSOE, Podemos, Compromís e IU: “Puede ser el inicio de un pacto” 22:53 <http://www.elperiodico.com/es/noticias/politica/reunion-psoe-podemos-compromis-izquierda-garzon-principio-acuerdo-4918418>

<sup>165</sup> Pese a que algunos medios como El diario Vasco o La voz de Galicia tildaran a Ciudadanos de “*centristas*”.

<sup>166</sup> Prensa *online*: 22/02 Siglo XXI “Rajoy, ante las negociaciones de investidura: “El señor Sánchez quiere ser presidente del Gobierno aunque sea por un día” 22:24 <http://www.diariosigloxxi.com/texto-ep/mostrar/20160222222439/rajoy-ante-las-negociaciones-de-investidura-el-senor-sanchez-quiere-ser-presidente-del-gobierno->

<sup>167</sup> Prensa: 23/02 Faro de Ceuta “La ambición de Sánchez hace daño a España”

<sup>168</sup> Radio: 22/02 Onda Cero / La brújula 22:15

<sup>169</sup> Prensa: 23/02 ABC “Sánchez y la cuadratura del círculo”

<sup>170</sup> Prensa: 23/02 El Periódico de Ibiza y Formentera “Cuando Podemos no sea Podemos”

conducen al reconocimiento directo de una “ambición descarnada”<sup>172</sup> para el “reparto de sillones”<sup>173</sup>.

Desde estas dos expresiones de egolatría se puede destilar de nuevo la **oposición básica** entre el *interés individual* y el *interés general*<sup>174</sup> que funciona como categoría interdiscursiva ya que pudo encontrarse en el discurso más importante de esta investigación.

Ahora bien, en el discurso sobre el pacto de gobierno PSOE – Ciudadanos la oposición existía por indicar que los partidos olvidaban su responsabilidad como representantes del electorado en busca de una presunta ventaja táctica traducida en votos. Situación diferente sucede con este discurso cuya aparición es anterior en el tiempo.

Mientras que la estructura de contradicciones es la misma en el discurso sobre la negociación de la izquierda se observa que la oposición se manifiesta en el reparto de cargos resultante de un gobierno que no existe. De la misma forma se olvida la posición de los partidos como meros depositarios del derecho del que es titular el pueblo, el interés partidista se expresa por la pretensión sobre los ya citados sillones.

Otro modelo de oposiciones que se extrae de los textos de este corpus sobre el diálogo entre los partidos políticos está referenciado al apoyo de Podemos al referéndum de autodeterminación en Catalunya. Esta divergencia programática respecto el resto de partidos de “la izquierda” es vehiculada a través de la **oposición: inclusión / exclusión** que no es expresada directamente sino a través de una carga valorativa equivalente.

Esta oposición es formulada según una formación ajena al pacto como la dicotomía entre un “Gobierno reformista” (representado por Ciudadanos) y un “Gobierno secesionista”<sup>175</sup> (representado por Podemos). De esta forma el fenómeno de inclusión dentro de España se

---

<sup>171</sup> Prensa: 23/02 Levante “La hora de gloria de Valencia”

<sup>172</sup> TV: 22/02 Telecinco / El programa de Ana Rosa 09:01

<sup>173</sup> TV: 22/02 Telemadrid / Madrid despierta 08:15

<sup>174</sup> TV: 22/02 Antena 3 / Espejo Público 09:16

TV: Telecinco / El programa de Ana Rosa 10:09

TV: Telemadrid / Madrid Despierta 08:15

<sup>175</sup> Prensa: 23/02 Europa Sur “Rivera no hace ascos ahora a formar parte de un gobierno socialista”

encuentra vinculado no sólo a un movimiento político sino también a la carga ideológica de una de las formas nominalizadas indicadas en el discurso sobre el pacto de gobierno PSOE – Ciudadanos. Elemento que por otra parte se expresó en forma de entidad discursiva a través del discurso de Albert Rivera.

Como contraprestación la voluntad de exclusión se incardina en un potencial gobierno aunque la agenda programática de Podemos se refiriera a un referéndum y no a la promoción de una desconexión, asunto que por otra parte no formó parte de las negociaciones<sup>176</sup>.

Retornando al espacio de las relaciones interdiscursivas es posible distinguir las **analogías** dedicadas a las *artes escénicas*. Esta es nuevamente la región en que se observa una mayor consistencia discursiva, la política se transmuta en una clase de espectáculo público<sup>177</sup>.

La negociación entre las cuatro formaciones se tacha de “sainete”, de “entremés”<sup>178,179</sup>, de espectáculo de “fuegos artificiales”<sup>180</sup>, de “vodevil”<sup>181</sup> o de un teatro reconocido por los negociadores<sup>182</sup>. Y el estilo en que se formula semejante “drama” hace uso de técnicas muy elaboradas como puede ser el “Mcguffin” que “distrae al espectador del (...) verdadero argumento de la película”<sup>183</sup> porque, y retornando a la problemática sobre la delimitación de

---

<sup>176</sup> Prensa: 23/02 ABC “El PSOE aprovecha la cumbre de izquierdas para negociar con C’s”

<sup>177</sup> Twitter: 22/02 RT @gragoal: De los creadores de "disfruten lo votado" llega, "padezcan lo no votado"! PSOE+Podemos+IU-Unidad Popular+Compromís <https://t....> 13:18

Twitter: 22/02 ¡SIGUE EL ESPECTACULO!,PSOE pactando con (PODEMOS, IU, COMPROMÍS) y la vez con CIUDADANOS. 13:18

<sup>178</sup> Radio: 22/02 Cadena COPE / La linterna 22:03

<sup>179</sup> Pieza teatral de carácter cómico y de un solo acto, que originalmente se representaba en el entreacto de una comedia.

<sup>180</sup> Prensa *online*: 22/02 Público TV “Errejón sobre un acuerdo con Ciudadanos: Habrían anunciado un espectáculo de fuegos artificiales” <http://especiales.publico.es/publico-tv/video/552586/errejon-sobre-un-acuerdo-con-ciudadanos-habrian-anunciado-un-espectaculo-de-fuegos-artificiales>

Twitter: 22/02 Podemos ve cerca el pacto por la izquierda y califica un acuerdo PSOE-C's de "espectáculo de fuegos artificiales" <https://t.co/dBs4OgBdfk> 13:23

<sup>181</sup> Radio: 22/02 Cadena SER / Hora 25 23:01

<sup>182</sup> TV: 22/02 Cuatro / Las mañanas de Cuatro 11:29

<sup>183</sup> TV: 22/02 Televisio de Catalunya / Els matins 10:37

las fuerzas que componen “la izquierda”, se produce una “escenificación de la batalla más compleja por el relato del PSOE y Podemos”<sup>184</sup>.

Siguiendo esta disyuntiva sobre las analogías de campos discursivos con otros existe cierta conexión sobre la terminología *bélica* que con profusión apareció en el discurso sobre el pacto PSOE – Ciudadanos. El elemento coincidente se basó en que la negociación a cuatro se celebró en la Sala Sert del Congreso de los Diputados, esta potencial anécdota fue señalada ampliamente y considerada información relevante por gran parte de los medios. La localización de la negociación se consideró “terreno neutral por estar en la zona institucional del Congreso”<sup>185</sup>. El escenario político es otra vez reconocido como espacio de conflicto en el que las formaciones compiten cual tribus por sus zonas conseguidas por la fuerza, lugares donde la “coexistencia pacífica es muy difícil”<sup>186</sup>.

Finalmente, se produce otro fenómeno interdiscursivo, pero en este caso no es reflejo o equivalencia de otro objeto discursivo dentro del mismo bloque temático. Una cuestión referencial que puede inducirse en el discurso sobre la negociación de las fuerzas de “la izquierda” es el conjunto de motivos, metáforas e isotopías vinculadas íntimamente con toda una suerte de *cortejo pre nupcial*.

Recordemos que en el discurso más importante en la investigación, y por tanto, más importante en el bloque temático sobre política, apareció el concepto de *la boda*. Este elemento encuentra también cobijo en este objeto del discurso

Resulta cierto también una presunta relación de causalidad por las diferencias en el tiempo entre la representación en los medios de la celebración de los dos acontecimientos políticos. Como discurso anterior aparece como algún tipo de clarividencia metafórica que se mantuviera una “reunión discreta”<sup>187</sup> entre PSOE y Ciudadanos, o también directamente

---

<sup>184</sup> Prensa: 23/02 ARA “El PSOE y Podem acepten explorar un pacte sense excloure a Rivera”

<sup>185</sup> Prensa *online*: 22/02 La vanguardia “PSOE, Podemos, IU y Compromís ven sintonías de programa y se emplazan a seguir dialogando” 22:55  
<http://www.lavanguardia.com/politica/20160222/302352249486/pacto-izquierdas-psoe-podemos-iu-compromis-negociaciones.html>

<sup>186</sup> TV: 22/02 Telecinco / El programa de Ana Rosa 09:07

<sup>187</sup> Prensa: 23/02 El Diario Vasco “PSOE y Ciudadanos discuten los últimos flecos para sellar un pacto de legislatura”

una “cita” como forma de “cortejo”<sup>188</sup>. Formas estas que atestiguan movimientos previos y necesarios que podrían ser signos representativos de los modelos discursivos que llegarían con la consumación.

Abundando en la misma especie de precognición, o de predeterminación mediática, resulta llamativo el motivo sobre *la persona que desea casarse a toda costa sin importar el contrayente*<sup>189</sup> y que pudo hallarse dentro de la franja de análisis.

Y ya como máximo representante de la **metáfora** sobre la *boda* que a su vez está sustentada de manera isotópica es posible apreciar dos días antes de la culminación del pacto (aunque fuera de PSOE y Ciudadanos) el elocuente artículo de prensa titulado “Ensayo de boda en la sala roja”<sup>190</sup>. En este se reconoció con total literalidad la relación de las negociaciones con una “celebración matrimonial”, con su “ritual”, la presencia de “invitados” e incluso un “padrino”.

En cierta forma, este ejemplo tan evidente supone retornar a las ya confirmadas referencias semióticas sólidas detectadas, categorizadas y relacionadas. Confirmaciones de una narración voluntaria o inconsciente pero reseñable y capaz de guiar convenciones, argumentos y discursos.

#### 5.1.4 David Cameron acuerda un estatus especial del Reino Unido dentro de la UE

Otro discurso que forma parte del bloque sobre política y que fue seleccionado dentro del marco de la investigación según los criterios citados en el capítulo Metodología fue el acuerdo al que se llegó en la cumbre de la Unión Europea para revisar las condiciones de pertenencia del Reino Unido a esta institución supra nacional.

---

<sup>188</sup> Prensa *online*: Periodista Digital “Acaba sin acuerdo la 'ensalada roja' de PSOE, IU, Podemos y Compromís” 22:48 <http://www.periodistadigital.com/politica/partidos-politicos/2016/02/22/el-psoe-negocia-con-ciudadanos-y-se-reune-en-otra-sala-con-podemos-e-iu.shtml>

<sup>189</sup> Radio: 22/02 Cadena COPE / La Linterna 23:13

<sup>190</sup> Prensa: 23/02 El periódico de Catalunya “El PSOE explora un pacto mientras ultima un pacto con C’s”

Tras la reunión el primer ministro de Reino Unido David Cameron se comprometió a defender la permanencia del país en la UE ante el referéndum que se iba a celebrar.

La selección de este discurso se produjo por la obtención de la combinación de términos *acuerdo / david / reino* la segunda más importante<sup>191</sup> en radio durante el 20 de febrero.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	22/02/2016	12:00 – 13:59	204	203	0	1
Prensa <i>online</i>	20/02/2016	13:00 – 13:59	76	45	0	31
Blogs	22/02/2016	20:00 – 20:59	3	0	0	3
Radio	20/02/2016	06:00 – 11:59	8	0	0	8
TV	22/02/2016	06:00 – 11:59	9	0	0	9
Prensa	23/02/2016	23/02/2016	156	72	0	84

Tabla 5.4 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *acuerdo / david / reino*.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

En el ámbito de las entidades del discurso pudo apreciarse una retórica similar en cuanto a las bases que sostienen el tratamiento mediático respecto a otros discursos de este bloque. En primer lugar se formula por parte del primer ministro británico un **colectivo de identificación**: “*Reino Unido*”<sup>192</sup>. Con este elemento se produce una sintonía con el discurso sobre el pacto entre PSOE y Ciudadanos, pues se lanzó una invitación a “los españoles”. Ahora bien, pese a la similitud externa difiere la función discursiva de ambas expresiones.

<sup>191</sup> Posición número 10 en el listado de combinaciones que se han aceptado y cuantificado.

<sup>192</sup> Prensa: 21/02 Diario de Mallorca “Cameron inicia su campaña contra el Brexit para el referéndum del 23 de junio”

TV: 20/02 Cuatro / Noticias Cuatro 14:11

En este discurso se trató de un “*somos Reino Unido*”, no de un alegato a la cohesión de los votantes potenciales pidiendo la comprensión y aceptación de un pacto. Lo que se produce con este recurso, tan elocuentemente guiado por un “somos”, es la construcción de una identidad aceptada e incluyente sobre la que colocar acciones y deseos. De forma más específica, la expresión usada por David Cameron fue “*somos Reino Unido y podemos lograr grandes cosas*”<sup>193</sup>. Se define una identidad colectiva y se le sitúa en una posición de progreso, de éxito.

Este colectivo es sin lugar a dudas el prodestinatario del mensaje sobre el que el premier británico esperó tejer una relación que conduzca a una reacción determinada pues se concibe como parte del mensaje y la respuesta.

El contraste que define que en un caso se emplee un **colectivo enumerable** (“los españoles”) y en otro un colectivo de identificación (“*Reino Unido*”) podría estar basado en la legitimidad desde la que se expresan los actores políticos. Quizá esta diferencia cualitativa entre ser máxima autoridad o candidato a esta representa el elemento disruptor a partir del cual se modula el discurso.

Manteniendo la ruta por la observación de las entidades del discurso se produce una **forma de poder explicativo** que aporta la representación de la institución europea como un espacio de fraternidad, se trata de las referencias a la UE como un “club”<sup>194</sup>.

Semejante ejercicio estilístico y comúnmente aceptado supone la configuración, con un único término, de un conjunto de características que son comunes entre la Unión Europea y el sentido estricto de un “club”. Algunas de ellas poseen una correlación intercambiable entre ambos organismos por cuestión normativa (por ejemplo la posibilidad de renunciar a

---

<sup>193</sup> TV: 20/02 Cuatro / Noticias Cuatro 14:11

<sup>194</sup> Prensa *online*: 20/02 Telecinco / Informativos Telecinco “Cameron anuncia el referéndum sobre la permanencia en la UE para el 23 de junio” 13:36  
[http://www.telecinco.es/informativos/internacional/Cameron-anunciara-referendum-Consejo-Ministros\\_0\\_2135175026.html](http://www.telecinco.es/informativos/internacional/Cameron-anunciara-referendum-Consejo-Ministros_0_2135175026.html)

Prensa: 21/02 La Gaceta de Salamanca “Principales elementos de acuerdo entre la UE y Reino Unido”

TV: 20/02 Canal Sur / Telenoticias 1 14:44

Blogs: 22/02 La UE, del revés “¿Puede perder Cameron el referéndum sobre el Brexit?” 20:08  
[http://blogs.cinco dias.com/la\\_ue\\_del\\_reves/2016/02/cameron-refer%C3%A9ndum.html](http://blogs.cinco dias.com/la_ue_del_reves/2016/02/cameron-refer%C3%A9ndum.html)

formar parte) o por orientación hacia el objetivo lúdico de un “club” (existencia de derechos por ser miembro). Es esta segunda opción la que dota a la identidad de peso en el imaginario político por la invocación de características ajenas a la relación puramente contractual entre Estados.

Por otra parte en este corpus aparece al igual que en el discurso sobre los pactos de “la izquierda” la **oposición: inclusión / exclusión**, esta vez desde una doble vertiente. Por un lado por la evidencia que tras las negociaciones el premier británico defendió mantener la adjunción de su país a la UE, un extremo incluido en todos los canales de la investigación exceptuando Twitter<sup>195</sup>.

Por otro lado esta contradicción fue expresada además de como argumento político del protagonista de la negociación por el presidente español, M. Rajoy de forma elocuente en referencia a la situación de Reino Unido en la UE: “*integración y no disgregación*”<sup>196</sup>. Esta estructura sitúa nuevamente un peso interpretativo sobre la relación de oposición generadora de sentido y de la misma manera que en el anterior discurso otorga una evaluación sobre cada una de las dos posiciones sin necesidad de citarlas directamente.

También, y de la misma forma que en el discurso sobre las negociaciones, existe una equivalencia del valor que es defendido por el emisor (“*integración*”) con una opción política determinada. Si por un lado Ciudadanos relacionaba la inclusión con un “Gobierno reformista”, el primer ministro Cameron relaciona la inclusión con ser parte de una “*Unión Europea reformada*”. Por tanto el sentido de la inclusión se encuentra conectado discursivamente con una forma de dinamismo pese a que desnudada de ropajes discursivos sería entendida como una continuidad del estado de las cosas.

Entrando en el campo de los recursos retóricos, el análisis de los textos que se han indicado aporta una argumentación política dedicada a desviar el sentido franco de los hechos. De forma más concreta uno de los acuerdos que se alcanzó por parte del Reino Unido para defender su permanencia en la UE fue objeto de numerosos **eufemismos**.

---

<sup>195</sup> Los mensajes de la franja analizada de Twitter se ciñeron exclusivamente a la mala acogida que tuvo el acuerdo con la UE en el seno del partido del propio primer ministro.

<sup>196</sup> TV: 20/02 Cuatro / Noticias Cuatro 14:11

El contenido de este compromiso era que el gobierno de Reino Unido podría “discriminar a los trabajadores en su país según su origen”<sup>197</sup> aunque estos fueran también comunitarios. Es decir se “dinamitaba el principio de igualdad de los ciudadanos comunitarios”<sup>198</sup> pese a que el Tratado Constitutivo de la Unión Europea deja claro que *“la libre circulación supondrá la abolición de toda discriminación por razón de la nacionalidad entre los trabajadores de los Estados miembros, con respecto al empleo, la retribución y las demás condiciones de trabajo”* (art. 39).

Para poder encubrir o al menos minimizar esta situación se detectaron dos clases de rodeos u ocultaciones de la rudeza del significado de tal acuerdo. En primer lugar el uso de sinónimos que no corresponden con la voluntad normativa del derecho europeo. Los ciudadanos de un país comunitario residentes en Reino Unido no serán pese a que en el discurso se reconocieron como “extranjeros”<sup>199</sup> ni “inmigrantes”<sup>200</sup>, incluso la cita a los “inmigrantes comunitarios”<sup>201</sup> supone una contradicción en sí misma.

En segundo término estarían los eufemismos que substituyen el contenido discriminatorio de la decisión, como podría ser la posibilidad de activar un “freno de emergencia a los beneficios sociales”<sup>202</sup>, “suspender complementos salariales”<sup>203</sup>, incorporar ciertas “restricciones al estado del bienestar”<sup>204</sup> o simplemente renuencia a “que otros ciudadanos les pisoteen su césped”<sup>205</sup>. La afirmación definitiva proviene sin embargo del propio David Cameron cuando reconoce que “no ve discriminación sino garantías”<sup>206</sup>.

---

<sup>197</sup> TV: 20/02 Telemadrid / Telenoticias Fin de Semana 14:32

<sup>198</sup> TV: 20/02 Canal Sur / Telenoticias 1 14:44

<sup>199</sup> Prensa: 21/02 Lanza “Cameron arranca un ‘estatus especial’ para el Reino Unido en la Unión Europea”

Radio: 20/02 Cadena SER / Matinal Ser 07:15

<sup>200</sup> Prensa *online*: 20/02 El Mundo “Cameron convoca el referéndum de la Unión Europea el 23 de junio” 13:32 <http://www.elmundo.es/internacional/2016/02/20/56c85a2146163f292c8b45a8.html>

<sup>201</sup> Prensa: 21/02 La nueva España “Brexit, la reina y la aguja”

<sup>202</sup> Radio: 20/02 Cadena COPE / La Mañana fin de semana 08:01

<sup>203</sup> TV: 20/02 Televisión Galicia / Telexornal 1 14:31

<sup>204</sup> TV: 20/02 Telecinco / Informativos T5 15:02

<sup>205</sup> Prensa: 21/02 Las Provincias “El reino unido quiere ser solista”

<sup>206</sup> Radio: 20/02 Radio Nacional Radio 1 / España a las 8 08:05

Se encuentra, por tanto, una elevada densidad de recursos que se esfuerzan en sustentar una argumentación alternativa a lo que la realidad informativa debería corresponder.

Siguiendo el hilo de esta situación se produce un redimensionamiento eufemístico cuando, de la misma manera que el primer ministro británico eludió la relación de los acuerdos con la distinción de trabajadores europeos en su país lo que sí hizo público y defendió fue la protección especial lograda para la *City* de Londres y su “no discriminación”<sup>207</sup> financiera con respecto a los países de la zona euro. Si existe un conjunto de maniobras eufemísticas destinadas a ocultar el significado de una decisión aparece de manera inmediata otra vía argumentativa con semejante construcción discursiva: el reconocimiento de un trato igualitario en la faceta económica empleando un término que comúnmente se dedica a las personas y no a las ciudades.

También puede encontrarse un ejercicio propio de la **hipérbole** cuando el Sr. Cameron alertó que la votación sobre la continuidad en Europa es “*una de las decisiones más importantes que habremos de tomar en nuestras vidas*”<sup>208</sup>. Resulta significativo que nuevamente sea uno de los actores políticos y no la propia argumentación de los medios la que desarrolla un mecanismo de exageración potencialmente alejado de la realidad.

Por otra parte, y en la línea de transversalidad que se ha propuesto en esta investigación, resultan llamativas las comparaciones a la relación de pareja, tanto en la corriente contractual del matrimonio como en la representación de la fidelidad.

Cuando David Cameron comparó la separación de la UE con un “*divorcio*”<sup>209</sup>, la composición de la UE como un matrimonio conduce la narración del acontecimiento a territorio ya conocido: las diferentes fases que componen la relación matrimonial y que se han apreciado en los anteriores discursos del bloque de política.

---

<sup>207</sup> Prensa: 21/02 El mundo “Cameron convoca el referéndum de la Unión Europea el 23 de junio”

<sup>208</sup> Prensa: 21/02 La Voz de Galicia “Cameron en campaña para evitar el Brexit”

<sup>209</sup> Blogs: 22/02 La UE, del revés “¿Puede perder Cameron el referéndum sobre el Brexit?” 20:08 [http://blogs.cinco dias.com/la\\_ue\\_del\\_reves/2016/02/cameron-refer%C3%A9ndum.html](http://blogs.cinco dias.com/la_ue_del_reves/2016/02/cameron-refer%C3%A9ndum.html)

Extracto textual: “Cameron se ha burlado hoy de la propuesta de su rival: ‘*No conozco a ninguna pareja que pida el divorcio para estrechar sus lazos.*’”

Además de esto, esta zona de reconocimiento discursivo conecta con un motivo aparecido en el discurso sobre los partidos de izquierda: *el amor fiel*.

El propio ministro lo expresó directamente cuando afirmó que: “*No amo Bruselas, amo el Reino Unido*”<sup>210</sup>. De esta forma se incide en la forma en que la política expresa sus deseos con referencias que van más allá de la evidencia de los actos.

Insistiendo en la fuerza transversal de este motivo encontramos un reconocimiento sobre la capacidad de las instituciones para flexibilizar su interés en diferentes contactos políticos. Se trata, dentro del *amor fiel*, de la posibilidad de “*amar a dos mujeres a la vez*” tal como el portavoz de Compromís afirmó que estaba maniobrando PSOE con Ciudadanos y “la izquierda”. En este discurso es Donald Tusk, Presidente del Consejo Europeo el que clamó: “*Amo a Reino Unido, amo Bruselas*”<sup>211</sup>.

Como una réplica en otro escenario los engranajes discursivos se clonan tanto en el contenido como en la forma, permitiendo una comprensión simbólica que excede la simple enumeración de hechos gracias a un modelo narrativo y metafórico.

Finalmente, es en este segundo aspecto, en la que aparecen **metáforas** que complementan, ejerciendo como amenaza, a la propuesta del primer ministro sobre la permanencia en la UE. Esta alerta sobre el peligro de no aceptar la continuidad en una Europa reformada<sup>212</sup> se lanzó con la representativa expresión de “*un salto al vacío*”<sup>213</sup> o a la “*oscuridad*”<sup>214</sup>. Referencias con una capacidad de evocación de contundencia clara pero no anecdótica como podrá verse más adelante.

---

<sup>210</sup> Prensa: 21/02 Málaga hoy “El Reino Unido votará el 23 de junio su permanencia en la UE”

<sup>211</sup> TV: Cuatro / Noticias Cuatro 14:11

<sup>212</sup> Que como se ha comentado representaría paradójicamente parte de un proceso transformador.

<sup>213</sup> Prensa: 21/02 ABC “Cameron, ya en campaña, pide el “sí” a la UE con “toda el alma””

TV: 20/02 Cuatro / Noticias Cuatro 14:26

<sup>214</sup> Prensa: 21/02 Lanza “Los británicos decidirán el 23 de junio si quieren seguir en la UE o no”

Prensa *online*: 21/02 Elperiodico.com “Cameron convoca para el 23 de junio el referéndum sobre la UE” 13:41 <http://www.elperiodico.com/es/noticias/internacional/cameron-fecha-referendum-tras-reunion-gobierno-4913073>

### 5.1.5 Celebración de la cumbre *Plan B* contra las políticas de austeridad

Otro discurso cuyo objeto puede ser categorizado en el bloque sobre política fue el tratamiento informativo y del canal Twitter respecto la celebración de la conferencia *Un plan B para Europa contra la austeridad y por una revolución democrática*<sup>215</sup> del movimiento *Plan B* durante los días 19, 20 y 21 de febrero de 2016.

El acto contó con la participación de diferentes movimientos sociales y de partidos políticos. La actividad en Twitter del *hashtag* de la cumbre: #WeArePlanB fue el segundo *trending topic* más importante del 20 de febrero.

Debido a que la expresión #WeArePlanB se refiere a un evento reconocible que puede sintetizarse en la expresión “plan b” se realizaron dos procesamientos para definir las líneas argumentales concretas tanto en Twitter como en el resto de canales (tal como se indica en 4.6 Cuadro de criterios para la validación de combinaciones).

En el procesamiento de Twitter se extrajo la combinación #WeArePlanB / @iu / @garçon. En el resto de medios se descargó con fecha del día 20 y 21 todos los contenidos con la expresión “plan b” y se procesaron detectando como combinación hegemónica: *plan b / yanis / griego*.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	20/02/2016	13:00 – 03:59	400	386		14
Prensa online	20/02/2016	14:00 – 14:59	17	12	0	5
Prensa online	20/02/2016	18:00 – 18:59	17	11	0	6
Blogs	22/02/2016	06:00 – 07:59	4	0	0	4
Blogs	24/02/2016	13:00 – 13:59	2	1	0	1

<sup>215</sup> Plan B Europa. Recuperado 26 diciembre 2017, de <http://planbeuropa.es/jornadas-febrero/>

<b>Radio</b>	21/02/2016	12:00 – 17:59	1	0	0	1
<b>TV</b>	20/02/2016	12:00 – 17:59	4	0	0	4
<b>Prensa</b>	21/02/2016	21/02/2016	34	13	0	21

Tabla 5.5 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación #weareplanb / @iunida / @agarzon para Twitter y plan b / yanis / griego para el resto de canales.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

El análisis de las franjas de mayor actividad indicó la reiteración de una entidad discursiva, el **colectivo enumerable** entendido como “las clases populares”<sup>216</sup>.

Ahora bien, un patente retorno de una entidad discursiva consolidada y reafirmada por sus propios componentes fue la **forma nominalizada** considerada como “la izquierda”<sup>217</sup>, ya que agrupaciones consideradas pertenecientes fueron las promotoras del acto junto con algunos movimientos sociales organizados. Nuevamente esta entidad fue investida con una función de representación y de atracción sobre ciertos valores relacionados con “el progreso”<sup>218</sup> y “el cambio”<sup>219</sup>.

A su vez, la vinculación con el valor positivo del *dinamismo* regresa en el momento en que se considera que “la izquierda tradicional no es suficiente para ese cambio”<sup>220</sup>. Entramos por

---

<sup>216</sup> Twitter: 20/02 RT @iunida: “Estamos obligados de conseguir explicar a las clases populares que sufrimos la crisis quiénes son os culpables” @agarzon #WeAr... 13:20

<sup>217</sup> TV: 20/02 Euskal Telebista 2 / Teleberri 2 15:21

Prensa *online*: 20/02 Navarra Información “Varufakis cree que la izquierda no es suficiente para el cambio en Europa” 18:54 <http://www.finanzas.com/noticias/economia/20160220/varufakis-cree-izquierda-suficiente-3353276.html>

Radio: 21/02 Cadena SER / Hora 14 (fin de semana) 14:41

<sup>218</sup> Prensa *online*: 20/02 “Varoufakis da las gracias a los españoles por no creerse las mentiras de Luis de Guindos” 14:48 <http://www.elperiodicodecanarias.es/varoufakis-da-las-gracias-a-los-espanoles-por-no-creerse-las-mentiras-de-luis-de-guindos/>

<sup>219</sup> TV: Telecinco / Informativos T5 15:00 15:13

<sup>220</sup> Prensa *online*: 20/02 Navarra Información “Varufakis cree que la izquierda no es suficiente para el cambio en Europa” 18:54 <http://www.finanzas.com/noticias/economia/20160220/varufakis-cree-izquierda-suficiente-3353276.html>

tanto en un proceso transformador que otra vez es consustancial con las fuerzas políticas que no son de gobierno, sino de opción a gobierno<sup>221</sup>.

Otro elemento que apuntala la construcción discursiva en un sentido evolutivo fueron las declaraciones de uno de los invitados estrella, el ex ministro griego Yanis Varoufakis, que reconoció que “*la vieja Europa*”<sup>222</sup> se estaba muriendo, mientras que “*la nueva Europa está luchando por nacer*”<sup>223</sup>. Esta narrativa dirigida a sustratos profundos del imaginario conduce por otro lado a la **personificación** de “Europa” como sujeto con cualidades humanas. Si bien esta categoría retórica es ejemplificada llamativamente cuando este mismo actor político advierte que se debe “*parar al monstruo de la Unión Europea*”<sup>224</sup>. Esta construcción se relaciona y comparte sombríos augurios con el nombramiento concomitante en argumentos de “el neoliberalismo”<sup>225</sup>, forma nominalizada que es personificada por su capacidad de actuación.

El conflicto, aparece por tanto en forma de conminación a la acción y con la justificación de un listado de **formas con poder explicativo** como “la acumulación de riquezas de unos pocos”, la ausencia de respeto a “los derechos de la gente”<sup>226</sup> o la expresión vehicular que es una comprensión y núcleo de todas ellas: “las políticas de austeridad”<sup>227</sup>. También

---

<sup>221</sup> Es importante recordar que pese a que el Sr. David Cameron era primer ministro de Reino Unido la celebración de un referéndum sobre la salida de la UE representaba un proceso electoral en paralelo en el que él era partícipe.

<sup>222</sup> TV: 20/02 Euskal Telebista 2 / Teleberri 2 15:21

<sup>223</sup> TV: 20/02 Cuatro / Noticias Cuatro 14:26

<sup>224</sup> TV: 20/02 La Sexta / La Sexta Noticias 14h 14:30

<sup>225</sup> Twitter: 20/02 RT @iunida: “El neoliberalismo ha aniquilado pieza a pieza el estado del bienestar que conocíamos” @agarzon #WeArePlanB <https://t.co/z0GBxU...> 13:29

<sup>226</sup> Radio: 21/02 Cadena SER / Hora 14 (fin de semana) 14:41

<sup>227</sup> TV: 20/02 La Sexta / La Sexta Noticias 14h 14:30

Prensa: 21/02 El País “Varoufakis pide una gran coalición de fueras europeas contra la austeridad”

Prensa online: 20/02 El Diario Vasco “Varoufakis acusa a De Guindos de mentir y azucar el miedo” 18:20 <http://www.diariovasco.com/politica/201602/20/varoufakis-gracias-espanoles-creerse-20160220144736-rc.html>

hayamos en este espectro discursivo las agresiones contra el “estado del bienestar”<sup>228</sup>, cuestión ya aparecida en dos de los discursos analizados<sup>229</sup>.

No será esta la única forma que aparece trasplantada desde “un gobierno del cambio”<sup>230</sup> sino que con una simetría milimétrica se observa en este discurso dos **recursos discursivos metafóricos** con enorme significación. Se trata de la referencia a la amenaza entendida como *la oscuridad*, concretamente el Sr. Varoufakis alertó que España y Europa debían salir de “*la noche oscura*”<sup>231</sup>. A su vez el mismo interlocutor no dudó en alertar del peligro de “*caer en los abismos*”<sup>232</sup>, una señal también con un importante peso en las configuraciones mentales.

Ambas expresiones, con tal capacidad de representación y de significación, no son, sin embargo, fenómenos retirados sino que conjugan esencialmente con un argumento ya analizado: el “*salto al vacío*”<sup>233</sup> o a la “*oscuridad*” que anunció el ministro Cameron si el Reino Unido dejaba la UE. En este discurso, semejantes formas, advierten de la necesidad de regenerar la democracia dentro de la UE.

Finalmente, en el campo de las **analogías**, puede observarse como se vislumbran las analogías que colocan otra vez el discurso en un espacio de clima bélico. La ambición por

---

<sup>228</sup> Twitter: 20/02 RT @iunida: “El neoliberalismo ha aniquilado pieza a pieza el estado del bienestar que conocíamos” @agarzon #WeArePlanB <https://t.co/z0GBxU...> 13:29

<sup>229</sup> Negociaciones de los partidos de “la izquierda” y Negociación sobre la relación de Reino Unido con la UE.

<sup>230</sup> TV: Telecinco / Informativos T5 15:00 15:13

<sup>231</sup> Prensa *online*: 20/02 El Diario Vasco “Varoufakis acusa a De Guindos de mentir y azuzar el miedo” 18:20 <http://www.diariovasco.com/politica/201602/20/varoufakis-gracias-espanoles-creerse-20160220144736-rc.html>

Prensa: 21/02 La Opinión de Murcia “Gracias por no creer las mentiras de De Guindos”

<sup>232</sup> TV: 20/02 Cuatro / Noticias Cuatro 14:26

Prensa *online*: 20/02 ElEconomista.es “Varufakis da las gracias a los españoles por no creer “mentiras” de De Guindos” 14:10 <http://www.economista.es/espana/noticias/7365597/02/16/Varufakis-da-las-gracias-a-los-espanoles-por-no-creer-mentiras-de-De-Guindos.html>

Prensa: 21/02 Diario de Noticias “Varoufakis cree que la izquierda tradicional no es suficiente para el cambio en Europa”

<sup>233</sup> Esta fue la traducción realizada por los medios sobre las declaraciones de David Cameron aunque el término original sería “abismo / abyss”.

la obtención del poder se argumenta como un proceso de “conquista”<sup>234</sup> cuyas etapas son “batallas”<sup>235</sup> en las que el rival aplica una acción de “aniquilación”<sup>236</sup> contra los valores que son defendidos por “la izquierda”.

La política, entendida de nuevo como una lucha entre posiciones irreconciliables, donde el objetivo final no puede ser compartido.

#### 5.1.6 El Ayuntamiento de Madrid cambia el nombre de la Semana Santa

En la madrugada del 25 de febrero de 2016 se filtró en la plataforma Twitter que el equipo de gobierno del Ayuntamiento de Madrid estaba planificando la celebración de la Semana Santa a la que se refería a nivel interno como “Semana de Festividades”.

La polémica generada por este cambio de denominación provocó que la expresión Semana de Festividades fuera el sexto *trending topic* más importante de Twitter durante el 25 de febrero.

El procesamiento de todos los *tweets* generados durante ese día condujo a la combinación *carmena / semana / infierno* como la más importante cuantitativamente y por tanto fue la guía sobre la que realizar la descarga de contenidos.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	25/02/2016	05:00 – 05:59	67	53	0	14
Prensa <i>online</i>	25/02/2016	14:00 – 14:59	3	0	0	3
TV	25/02/2016	18:00 – 23:59	1	0	0	1

<sup>234</sup> Twitter: 20/02 RT @iunida: “Si aspiramos a conquistar el poder sólo mediante las elecciones estamos condenados al fracaso” @agarzon #WeArePlanB 13:00

<sup>235</sup> Twitter: 20/02 RT @iunida: “Sin la presión social en la calle y la lucha por ganar la batalla cultural estamos condenados a fracasar” @agarzon #WeArePlanB 13:00

<sup>236</sup> Twitter: 20/02 RT @iunida: “El neoliberalismo ha aniquilado pieza a pieza el estado del bienestar que conocíamos” @agarzon #WeArePlanB <https://t.co/z0GBxU...> 13:29

<b>Prensa</b>	26/02/2016	26/02/2016	1	0	0	1
<b>Prensa</b>	28/02/2016	28/02/2016	1	0	0	1

Tabla 5.6 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *carmena / semana / infierno*.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

La interpretación de las franjas de análisis señaló principalmente la formulación de una situación de conflicto entre dos colectivos enunciado con señales de enfrentamiento como la “Guerra Santa”<sup>237</sup>, “el maltrato” o con una **formación isotópica** de cierta capacidad indicadora hacia el concepto *aversión*: “el rencor”, “el odio”, “el radicalismo”, “las salvajadas” y “el desprecio”<sup>238</sup>.

Una de estas agrupaciones colocada en posición de antagonismo se expresó con una referencia a un grupo homogéneo, el **meta-colectivo** considerado como “la progresía política”<sup>239</sup> que representa un espectro amplio y potencialmente relacionado con otras entidades ya presentes en este bloque temático (p. ej. “la izquierda”).

El otro grupo existente en el tratamiento mediático de esta polémica no fue mencionado con la misma elocuencia si bien se consideró un “sector social”<sup>240</sup> homogéneo y cercano a las “convicciones católicas”<sup>241</sup> o directamente aquel que se auto considera “católico”<sup>242</sup>.

Ahora bien, si por una parte la oposición entre facciones se evidenció discursivamente, el ejercicio de la fehaciente lesión vino derivada por el **valor temático** del *estatus*<sup>243</sup>. De una

<sup>237</sup> Prensa: 28/02 Diario de Jerez “Chorradas y cochambres”

<sup>238</sup> TV: 25/02 Intereconomía TV / El gato al agua 23:30

<sup>239</sup> Prensa: 26/02 Alerta Cantabria “El escaso valor de la palabra”

<sup>240</sup> Twitter: 25/02 Los neocomunistas de Carmena apretando la tuerca para ver el grado de humillación que soporta cada sector social. <https://t.co/jrDtT58JNh> 05:20

<sup>241</sup> Prensa *online*: 25/02/16 OkDiario.com “La alcaldesa se carga la Semana Santa que pasa a ser Semana de Festividades” 14:09 <http://okdiario.com/espana/madrid/carmena-se-carga-la-semana-santa-que-pasa-a-ser-semana-de-festividades-77413>

<sup>242</sup> TV: 25/02 Intereconomía TV / El gato al agua 23:30

<sup>243</sup> Twitter: 25/02 ¿Qué autoridad moral tiene Carmena para cambiar el nombre a una actividad religiosa histórica y tan importante? <https://t.co/UFO9W0mwG4> 05:19

potestad oficial que según el tratamiento discursivo podría no poseer correlación con una legitimidad de orden moral. El estatus formal deviene un poder institucional (alcaldesa de Madrid) pero insuficiente al chocar con facultades no reguladas y sí reconocidas en la narración del acontecimiento como si fueran una suerte de liderazgo espiritual del que carecería la alcaldesa.

Finalmente la ambientación discursiva que impregna con mayor intensidad los textos extraídos del marco de análisis resulta ser la **analogía** entre este discurso y el referente al campo sobre la religión. Opción no obstante de carácter presumiblemente inercial por ser una temática informativa que invitaba a enriquecer el redactado con terminología religiosa.

Significativa es la mención según la cual la autoridad “manda al infierno”<sup>244</sup> la celebración católica, mientras que si bien sea situación para “rasgarse las vestiduras”<sup>245</sup> resultaría excesivo que los “telepredicadores llamen a la Guerra Santa”<sup>246</sup>.

---

<sup>244</sup> Twitter: 25/02 Carmena y sus cuates mandan al infierno la Semana Santa: se llamará 'Semana de Festividades' <https://t.co/VOu6eHRmOm> <https://t.co/MgAdbnl8PT> 5:12

<sup>245</sup> Prensa: 26/02 Alerta Cantabria “El escaso valor de la palabra”

<sup>246</sup> Prensa: 28/02 Diario de Jerez “Chorradas y cochambres”



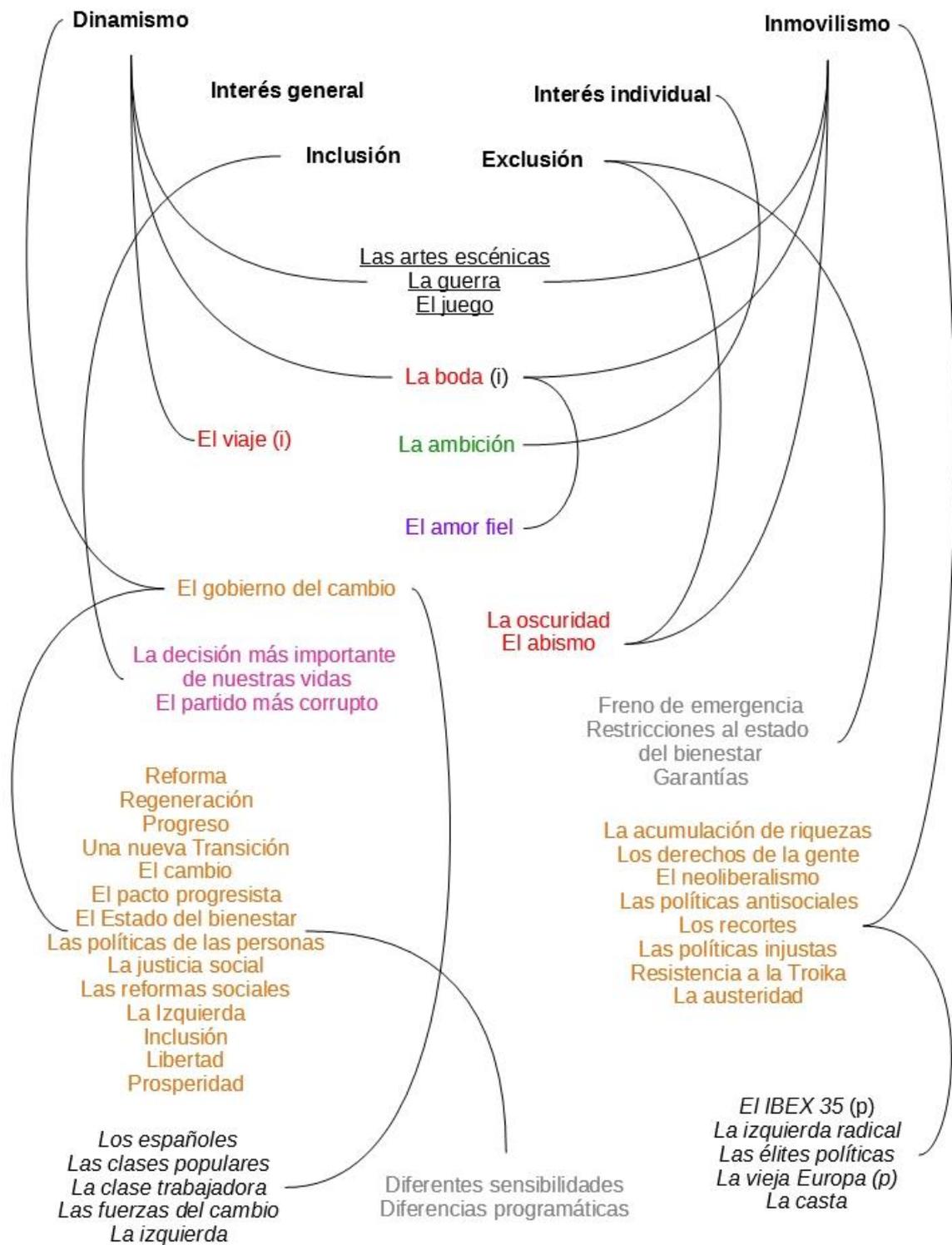


Figura 5.2 Dendrograma de conceptos con los elementos semio-discursivos más significativos detectados en los discursos del bloque Política. La tabla con las indicaciones para la identificación de las categorías se explicó en 4.13.1 Dendrogramas de conceptos (Tabla 4.8).

## .5.2 Bloque Corrupción

### 5.2.1 Rita Barberá acusada de financiación ilegal en el Ayuntamiento de Valencia

El 25 de febrero de 2016 la ex alcaldesa de Valencia por el PP Rita Barberá compareció ante los medios de comunicación por las filtraciones que le implicaban en un caso corrupción generalizada dentro del ayuntamiento que había dirigido.

La selección de este discurso se produjo por la obtención de la combinación de términos *pp / rita / valencia* que fue hegemónica en TV durante el 25 de febrero.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	25/02/2016	03:00 – 03:59	512	236	0	276
Prensa online	25/02/2016	12:00 – 12:59	130	54	0	76
Blogs	28/02/2016	03:00 – 03:59	10	0	0	5
Radio	25/02/2016	12:00 – 17:59	36	0	0	36
Radio	26/02/2016	06:00 – 11:59	36	0	0	36
TV	25/02/2016	12:00 – 17:59	30	0	0	30
TV	25/02/2016	18:00 – 23:59	30	0	0	30
Prensa	26/02/2016	26/02/2016	217	98	0	119

Tabla 5.7 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *pp / rita / valencia*.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

Analizando las entidades del discurso es posible encontrar dos **colectivos enumerables**: anunciados por la propia ex alcaldesa: “*los valencianos*” y con especial relevancia “*los*

*españoles*<sup>247</sup>. Resulta llamativo en primera instancia que esta enunciación forme parte de un ruego y un señalamiento del prodestinatario / paradestinario.

La proclama expresada por la ex alcaldesa se evidencia cuando afirmó: “*pido a los valencianos y a los españoles, a aquellos que creyeron en mí, que no tengan dudas*”. Es entonces cuando esta forma se hace visible con un cometido muy diferente respecto la vis aglutinadora enunciada en el discurso sobre la pertenencia de Reino Unido en la EU (colectivo de identificación: “*somos Reino Unido*”) pero que encaja ciertamente con la pretensión del discurso sobre el acuerdo PSOE – Ciudadanos (colectivo enumerable).

Si bien “*los valencianos*” podría relacionarse con los votantes que dieron el bastón de mando a la Sra. Barberá, “*los españoles*” va más allá y construye una vinculación con una base amplia. Aquella que como se verá más adelante es público objetivo de las “*condenas mediáticas*”<sup>248</sup>.

Por otra parte, regresa la ejercitación de la forma nominalizada de “*la izquierda*”<sup>249</sup> que aparece como argumentación periodística y destaca respecto una figura que como ya se ha comentado es potencialmente formuladora de un oponente: “*la izquierda radical*”<sup>250</sup>. Esta construcción, completada por la protagonista del acontecimiento con el adjetivo de “*antisistema*”, eleva, en paralelo con “*los españoles*”, una estructura de adversarios en los que se incluye una carga valorativa y una indicación tácita sobre su posición de destinatario.

Respecto los **motivos** que ayudan a la composición narrativa de algunos de los textos de este discurso sobresalen aquellos referentes al personalismo y relacionados indirectamente

---

<sup>247</sup> Radio: 25/02 Catalunya Radio / L’Informatiu del migdia 14:07

<sup>248</sup> Prensa: 26/02 Alerta “Barberà no dimite: no he contribuido a ningún blanqueo de dinero”

TV: 25/02 La Sexta / Al rojo vivo 12:08

<sup>249</sup> Radio: 26/02 Es Radio / Es la mañana de Federico 09:01

<sup>250</sup> Radio: 25/02 Gestiona Radio / Economía a las 2 14:21

Prensa *online*: 25/02 20 minutos “Rita Barberà: “No he tenido nunca ninguna caja B ni sé nada sobre blanqueo en el PP” 12:33 <http://www.20minutos.es/noticia/2682287/0/rita-barbera/imelsa-taula/valencia/>

con el liderazgo como: *el acusado acusador*<sup>251</sup>, *el líder al que sus subordinados ocultan la realidad*<sup>252</sup> o *el seguidor que pide al líder que se culpabilice para liberar al grupo*<sup>253</sup>.

Ahora bien, como resultado con mayor presencia cuantitativa, y a su vez como **motivo** novedoso en un discurso con elevado componente político, es recurrente el motivo que podría enunciarse como: *la caída desde el éxito*.

Esta corriente narrativa podrá verse que es coincidente en los dos discursos categorizados dentro del bloque temático sobre Corrupción<sup>254</sup>. El motivo sobre *la caída* destaca por los recursos con los que se contrastan los triunfos pasados como un listado que está en las antípodas de la situación que es objeto del discurso tratado.

El tratamiento de este elemento, como naturaleza básica del relato, se realiza haciendo uso en ocasiones del valor temático de la *ambición*, categoría ya presente en un discurso analizado<sup>255</sup>.

La ambición entendida anteriormente como el interés individual por obtener un cargo político es substituida en este caso por una especie de apetito acaparador, el encumbramiento de la ciudad a la que se representa se transmuta hacia un éxito personal. Ambas trayectorias se podrían considerar entonces indisolubles.

La voluntad de lograr grandes objetivos, pero sobre todo por poder atribuirse el mérito de estos como por ejemplo la presencia pública en: *‘la America's Cup, la Fórmula 1, la visita del Papa y otros saraos’*<sup>256</sup>. El deseo desmedido que puede ser inmune a la avaricia<sup>257</sup> pues *“no*

---

<sup>251</sup> Prensa *online*: 25/02 ABC.es “Caso Taula - Rita Barberà: «Todo es falso. La alcaldesa nunca ha tenido ninguna 'caja B'»” 12:52 [http://www.abc.es/espana/comunidad-valenciana/abci-caso-taula-rita-barbera-rompe-silencio-201602251012\\_directo.html](http://www.abc.es/espana/comunidad-valenciana/abci-caso-taula-rita-barbera-rompe-silencio-201602251012_directo.html)

TV: 25/02 Telecinco / Informativos T5 21:00 21:09

Radio: Radio Nacional / Las mañanas de Radio Nacional 08:52

<sup>252</sup> TV: 25/02 La Sexta / El intermedio 21:31

<sup>253</sup> TV: 25/02 Televisio de Catalunya / Telenotícies Vespre 21:10

<sup>254</sup> Rueda de prensa de Rita Barberá y Juicio contra Iñaki Urdangarín y Diego Torres por el caso Nóos.

<sup>255</sup> Negociaciones entre PSOE – IU – Compromís – Podemos

<sup>256</sup> TV: 25/02 La Sexta / Más vale tarde 18:43

*es el poder el que corrompe sino el miedo a perderlo*<sup>258</sup>, pero se argumenta que este deseo se provee de convertir la voluntad en realidad, o tal como expresa J. Losantos *“hay gente que no roba pero que abusa de su poder”*<sup>259</sup>. Cuestiones que podrían estar relacionadas, por tanto, en que la Sra. Barberá rechazara los rumores que la tachaban de ser una personalidad *“todopoderosa”*<sup>260</sup> por el cargo que regentaba.

Es la ambición la que vuelve inseparable la suerte de la persona que gestiona respecto al bien gestionado. Desde unos *“días de vino y rosas”* hasta una *“comunidad en la quiebra”*<sup>261</sup>, desde *“la alcaldesa de España”*<sup>262</sup> hasta *“acabar 24 años de éxito en la puerta del juzgado”*<sup>263</sup>. La historia de narrar esta caída es, por tanto, un conjunto de elementos que podrían formular un *“final de carrera penosísimo”*<sup>264</sup>.

También, insistiendo en el recorrido temático que conduce a ideas generales es posible detectar el concepto nuclear de *la familia* que es visiblemente ejercitado por la propia Sra. Barberá: *“más daño para las familias”*<sup>265</sup>.

Semejante referencia no es, sin embargo, un recurso único de la persona acusada, sino que se extiende hasta personas que si bien están fuera del proceso acusador, se ven relacionadas con el acontecimiento. Representativas de esta situación son las declaraciones del concejal

---

<sup>257</sup> Twitter: 25/02 Recuerdo cuando Rita y Camps decían "@PPopular pone a Valencia en el Mundo ¡¡coño y tanto solo les faltó venderla <https://t.co/jFhZhPs6AF> ... 3:12

<sup>258</sup> Blogs: 28/02 El mundo “El presidente no está contento con el trabajo que hacemos. Normal” 03:02 <http://www.elmundo.es/opinion/2016/02/28/56d1f42ce2704e06768b466f.html>

<sup>259</sup> Radio: 26/02 Es Radio / Es la mañana de Federico 07:03

<sup>260</sup> Prensa: 26/02 La opinión de Murcia “No dimito ni me lo planteo, no he ordenado ningún blanqueo de capital”

TV: 25/02 Antena 3 / Espejo público 12:02

<sup>261</sup> TV: Televisió de Catalunya / Divendres 16:37

<sup>262</sup> Prensa: 26/02 La verdad de Alicante “La exalcaldesa de Valencia y senadora popular descarta dimitir: porque no he cometido ningún delito o hecho ilícito”

<sup>263</sup> TV: Televisió de Catalunya / Divendres 16:37

<sup>264</sup> Radio: 26/02 Es Radio / Es la mañana de Federico 07:03

<sup>265</sup> TV: 25/02 Telecinco / Informativos T5 15:00 15:04

Radio: 25/02 Cadena SER / Hoy por hoy 12:04

Prensa *online*: 25/02 El Huffington Post “Rita Barberà no dimite: Todo lo que se ha dicho es absolutamente falso” 12:40 [http://www.huffingtonpost.es/2016/02/25/rita-barbera\\_n\\_9314364.html?utm\\_hp\\_ref=spain&ir=Spain](http://www.huffingtonpost.es/2016/02/25/rita-barbera_n_9314364.html?utm_hp_ref=spain&ir=Spain)

del PP Félix Crespo en las que señaló que: “*tenemos familias que sufren más de lo que se imaginan*”<sup>266</sup>.

De esta forma, por la manera en que los efectos mediáticos de la corrupción se expanden, enumerados por otra parte por la Sra. Barberá como un “*apaleamiento público*”<sup>267</sup> o una “*condena mediática*”<sup>268</sup>, estaría posiblemente relacionados con el ya citado motivo de: *el seguidor que pide al líder que se culpabilice para liberar al grupo*

Por otro lado, y vinculando esta situación lesiva que se agranda, resulta interesante retornar a las entidades del discurso de Verón, concretamente a las **formas nominalizadas**. Con enorme carga argumentativa pero presencia anecdótica se encuentra en este discurso la forma de: “el sufrimiento social”<sup>269</sup> causado por la corrupción. Esta concepción amplia, cercana ciertamente a las formas nominalizadas ejercitadas por los partidos de la autodenominada “izquierda” en los discursos ya analizados, consigue mostrar una perspectiva diferente a la hegemonía derivada del daño “*a las familias*”.

Esta desviación en la valoración del alcance lesivo de la corrupción podría encontrar correlación con el campo discursivo desde el que se trasladan los mensajes: la indicación al daño hacia las familias de los políticos ha tenido ubicación en esta franja de análisis en los medios institucionales mientras que la alerta sobre el menoscabo general de las acciones ilícitas y no sobre el eco de estas sólo tuvo cabida en Twitter (“sufrimiento social”). De nuevo se produce ante un mismo concepto una interpretación diferente entre el campo discursivo institucional (daño al entorno de los acusados) y el de los usuarios (daño a los que han sufrido la gestión).

---

<sup>266</sup> Prensa: 26/02 Levante “Ribó: Cuando pedimos ayudas, a nosotros nos miran con otra cara”

<sup>267</sup> Prensa: 26/02 Europa Sur “Rita Barberà: Ni dimito ni me lo planteo”

Prensa *online*: 26/02 La opinión de Tenerife “Barberà niega haber cometido delito: no dimito, ni me lo planteo” 12:58

<http://www.europasur.es/article/espana/2227472/rita/barbera/ni/dimito/ni/me/lo/planteo.html>

<sup>268</sup> Prensa: 26/02 El Periódico de Catalunya (ed. Català) “Barberà trenca el seu silenci per deixar clar que no dimitirà”

TV: 25/02 La Sexta / Al rojo vivo 12:08

<sup>269</sup> Twitter: 25/02 RT @RamonEspinar: Rita Barberá, responsable política de la corrupción en el PP de Valencia y del sufrimiento social, saca pecho. Es insopo... 3:35

Siguiendo esta argumentación, y entrando en la zona de elaboración de **analogías**, resultan de especial interés dos corrientes con clara representación.

En primer lugar los recursos que, mediante términos concretos, fomentan paralelismos entre la corrupción institucional y las *organizaciones criminales*. Si bien se produce un nexo esencial compartido que es el acto ilícito destaca el ejercicio de una retórica en que responsables de instituciones de servicio público acusados de enriquecimiento personal son elevados en igualdad de condiciones a estructuras dedicadas al fin único de delinquir. Esta fabricación de un determinado ambiente se cimenta con evidencias discursivas como reconocer los “*ajustes de cuentas*”<sup>270</sup> internos en el partido para depurar la corrupción, referencia que concordaría entonces con la analogía mencionada en el discurso de las negociaciones de “la izquierda” sobre las “*bandas auténticas con forma de gobierno para saquear las arcas públicas*”.

También resultaría patente una equivalencia según la cual la Sra. Barberá estaba haciendo famosa a Valencia con el mismo éxito que Al Capone había logrado con Chicago<sup>271</sup>. Una invocación de esta índole mantendría un juego de roles en los que un partido político puede ser una organización criminal mafiosa<sup>272</sup> o un grupo terrorista<sup>273</sup> dirigido por “*cabecillas de la organización*”<sup>274</sup> con incluso “*el capo de una mafia*”<sup>275</sup> que usa mensajes de amor<sup>276</sup> como “*avisos mafiosos*”<sup>277</sup>.

En segundo lugar sobresalen con inusitada influencia las analogías dedicadas a la *religión*. Ya de inicio se produce una prolífica cobertura de un juego de palabras en que Rita Barberá

---

<sup>270</sup> Radio: 26/02 Es Radio / Es la mañana de Federico 09:01

<sup>271</sup> Prensa: 26/02 Sur “¿En qué pensamos cuando escuchamos Valencia?”

<sup>272</sup> Twitter: 25/02 RITA BARBERÁ NO SABE NADA DE BLANQUEOS DE DINERO NI TAMPOCO SABE QUE EL PP DE VALENCIA ES LA COSA NOSTRA. #FINDELACITA #HablaBarberáARV 3:49

<sup>273</sup> Twitter: 25/02 @El\_Rockme Rita Barberá termina la rueda de prensa pidiendo el acercamiento de los presos del PP a Valencia #JeSuisRita 3:45

<sup>274</sup> Prensa: 26/02 Diario Noticias de Álava “600.000 euros a las empresas del 3% del PP de Valencia”

<sup>275</sup> TV: 25/02 Cuatro / Las mañanas de Cuatro 14:02

<sup>276</sup> La Sra. Barberá emitió agradecimientos explícitos a unas determinadas personas.

<sup>277</sup> Radio: 26/02 Cadena SER / Hoy por Hoy 08:23

pasa a ser “*Santa Rita*”<sup>278</sup>, argumento que llega a desarrollarse y justificarse discursivamente de manera muy elaborada.

Ejemplo de esta situación es el tratamiento realizado por J. Losantos<sup>279</sup> en el que enumera un listado de vírgenes y personajes religiosos femeninos<sup>280</sup>, considerando que la “*Virgen de Barberá*” era desconocida y que “*ayer se nos apareció Santa Rita a sus fieles*”. Recursos que concuerdan con el reconocimiento de otros medios para los que la Sra. Barberá era “*incorrupta y mártir como el brazo de Santa Teresa*”<sup>281</sup>, digna de ser beatificada<sup>282</sup> o como expresaría la periodista Loreto Ochando “*propongo una campaña de crowdfunding y la canonizamos*”<sup>283</sup>.

Ahora bien, la incursión discursiva en el orden religioso va más allá de una simple instauración de *estatus* (tema presente reforzado con el motivo sobre *la caída*), sino que se diversifica desde la misma fuente del acontecimiento cuando la Sra. Barberá consideró al ex presidente del Gobierno Felipe González “*el Dios del PSOE*”<sup>284</sup> hasta comparaciones sobre si fue “*una comparecencia que deja a Judas en aprendiz*”<sup>285</sup> o “*no fue un acto piadoso*”<sup>286</sup>.

Tamaño transfiguración, consciente o incardinada en dinámicas heredadas del tratamiento de temas con tan lejano origen como la culpa y la caída, se encontraría, finalmente

---

<sup>278</sup> Twitter: 25/02 "Rita Barberá" Según Santa Rita, máxima e indiscutida lidereza del PP en Valencia durante 24 años, allí de corrupción, "Nada de Nada" 03:57

Radio: 26/02 Es Radio / Es la mañana de Federico 06:26

TV: 25/02 La Sexta / Más vale tarde 18:10

Prensa: 26/02 La tribuna de Cuenca “Santa Rita”

<sup>279</sup> Radio: 26/02 Es Radio / Es la mañana de Federico 08:06

<sup>280</sup> Siguiendo este criterio se encuentra también el *tweet* del 25/02 a las 03:18 Que impresentables los jueces, imputan a todos los cargos del PP de Valencia por informaciones falsas, Rita Barberá es la nueva Juana de Arco

<sup>281</sup> TV: 25/02 La Sexta / Más vale tarde 18:10

<sup>282</sup> Prensa: 26/02 La tribuna de Cuenca “Santa Rita”

<sup>283</sup> TV: 25/02 Cuatro / Las mañanas de Cuatro 13:15

<sup>284</sup> TV: 25/02 La Sexta / Más vale tarde 18:10

<sup>285</sup> Radio: 26/02 Onda Vasca / Euskadi Hoy 07:16

<sup>286</sup> Radio: 26/02 Es Radio / Es la mañana de Federico 06:00

reforzada, por formas más generales sobre la indulgencia como “*perdónalos que no saben lo que hacen*”<sup>287</sup>.

### 5.2.2 Juicio contra Iñaki Urdangarín y Diego Torres por el caso Nóos

Durante la franja de análisis se inició el juicio contra Iñaki Urdangarín, Diego Torres y sus esposas por la gestión del Instituto Nóos, entidad sin ánimo de lucro que ingresó dinero de entidades públicas por servicios que presuntamente no llegaron a ejecutarse.

La selección de este discurso se produjo por la obtención de la combinación de términos *diego / noos / urdangarin* que fue hegemónica en TV durante el 23 de febrero.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	25/02/2016	03:00 – 03:59	165	157	0	8
Prensa online	26/02/2016	13:00 – 13:59	208	119	0	89
Blogs	25/02/2016	10:00 – 10:59	4	0	0	4
Radio	24/02/2016	06:00 – 11:59	29	0	0	29
TV	23/02/2016	06:00 – 11:59	51	0	0	51
Prensa	27/02/2016	27/02/2016	254	123		131

Tabla 5.8 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *diego / noos / urdangarin*.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

En el ámbito de las entidades del discurso se puede detectar una presencia menor cuantitativamente pero con elevada significación: “*la casta*”<sup>288</sup>. Esta forma, que conecta transversalmente con el discurso más importante analizado en el marco de la presente

<sup>287</sup> TV: 25/02 La Sexta / Más vale tarde 18:10

<sup>288</sup> Prensa: 27/02 El periódico de Catalunya “Urdangarín, el marido tonto”

investigación<sup>289</sup>, retoma la indicación de una situación de confrontación. Ahora bien, también resulta trascendente puntualizar que, igual que puede observarse con la forma nominalizada empleada en el discurso del bloque de política, el uso de “la casta”<sup>290</sup> no corresponde a una entidad generada por actores políticos que busquen entrelazar objetos del discurso reconocibles.

Otra vez, esta forma nominalizada resulta un recurso periodístico que podría ser heredado de un libro de estilo político que ha caído, según los datos empíricos, en el abandono.

Otro elemento también visible en discursos analizados con anterioridad y observable en este discurso es el juego de **oposiciones** entre *interés general* / *interés individual*. El tratamiento de esta situación se realiza incidiendo en el enriquecimiento del patrimonio personal del principal encausado, Iñaki Urdangarin, respecto la “consumación de operaciones lucrativas con administraciones autonómicas y municipales”<sup>291</sup> o empleando términos más sucintos la “máquina de conseguir dinero de las administraciones públicas”<sup>292</sup>.

Una disyuntiva que está en estado de ser resuelta por el Ministerio Fiscal, representante del interés general.

Siguiendo con las categorías emanadas de la semiótica greimasiana resulta visible la existencia de tres valores compositivos de los recorridos temáticos existentes en este discurso.

En primer lugar se obtiene el tema de *la familia*<sup>293</sup> que funciona de manera interdiscursiva y ensambla con el otro discurso presente en el bloque sobre corrupción<sup>294</sup>. Esta vez también el daño de las acusaciones, de la actuación de la justicia, afecta a los allegados de los

---

<sup>289</sup> Pacto de Gobierno entre PSOE y Ciudadanos.

<sup>290</sup> Concretamente la referencia es “*la casta española que nos diezmó recursos públicos*”

<sup>291</sup> Prensa: 27/02 ABC “Urdangarin, justicia y ejemplaridad”

<sup>292</sup> Prensa: 27/02 El Correo español-El Pueblo vasco (Ed. Bizkaia) “Torres afirma que la Casa Real ordenó camuflar a Urdangarin en sus negocios”

<sup>293</sup> TV: 23/02 Telecinco / El programa de Ana Rosa 11:36

Prensa: 27/02 El País “Mire como vengo”

<sup>294</sup> Acusaciones a Rita Barberá por la financiación ilegal del PP.

señalados, concretamente al Sr. Urdangarin que no dudó en buscar “el calor familiar en sus hermanos, Clara y Mikel”<sup>295</sup>. Este elemento de la narración periodística es reforzado al recordar los lazos matrimoniales<sup>296</sup> y el poder de cohesión ya no sólo por la relación de sangre<sup>297</sup> sino incluso por la pertenencia política a una unidad familiar<sup>298</sup>

En segundo término aparece el valor de *la responsabilidad* ya que en todos los textos analizados sobresale una justificación de las partes encausadas con la voluntad de desviar la responsabilidad individual hacia una especie de potestad superior incardinada en la Casa Real<sup>299</sup>. Ahora bien el tratamiento que puede hallarse en los contenidos no deriva en ningún caso la existencia de una responsabilidad individual que no puede ser mitigada o relajada pese a la existencia de una supervisión externa<sup>300</sup>.

Finalmente, y con gran fuerza, se halla la cuestión **temática** sobre el *estatus*. Como podrá verse más adelante, además de los elementos que refuerzan el motivo sobre la pérdida del

---

<sup>295</sup> Prensa *online*: 26/02 Las Provincias “Urdangarin se pone de perfil” 17:53

<http://www.lasprovincias.es/agencias/201602/26/urdangarin-pone-perfil-615539.html>

<sup>296</sup> TV: 23/02 Telecinco / El programa de Ana Rosa 11:36

<sup>297</sup> Prensa: 27/02 El periódico de Catalunya “La caída del yerno que no era perfecto”

Prensa *online*: 26/02 La Provincia - Diario de Las Palmas “La caída del yerno que no era perfecto” 13:47

<http://www.laprovincia.es/espana/2016/02/26/inaki-urdangarin-caida-yerno-perfecto/795897.html>

<sup>298</sup> Prensa: 27/02 El País “Mire como vengo”

<sup>299</sup> TV: 23/02 Televisió de Catalunya / Els Matins 09:04

Prensa *online*: 26/02 Madrid Press “Torres asegura que Casa Real realizó un "control total" de Nóos” 13:33 <http://madridpress.com/not/200908/torres-asegura-que-casa-real-realizo-un-control-total-de-noos/>

Prensa *online*: 26/02 Antena 3 “Torres asegura que se reenviaba todo "al correo de la Casa Real de García Revenga" [http://www.antena3.com/noticias/espana/torres-contradice-matas-asegurar-que-urdangarin-cobro-comision-gobierno-balear\\_2016022600100.html](http://www.antena3.com/noticias/espana/torres-contradice-matas-asegurar-que-urdangarin-cobro-comision-gobierno-balear_2016022600100.html)

Prensa *online*: 26/02 La Rioja “Torres: «En Nóos no se hacía nada, ni siquiera un almuerzo, sin la supervisión de la Casa Real»” 13:06 <http://www.larioja.com/nacional/201602/26/diego-torres-sale-defensa-20160226094215-rc.html>

Prensa: 27/02 El Comercio (Asturias) “Torres dice que no se compraba una impresora sin “permiso de la Casa Real”

<sup>300</sup> TV: 23/02 Telecinco / Informativo T5 Matinal 08:27

Radio: 24/02 Onda Madrid / Hoy en Madrid 09:06

Radio: 24/02 Radio Intereconomía / Capital 07:37

estatus<sup>301</sup> logrado, se producen diferentes conceptos discursivos que distorsionan la posición del principal encausado, el ex duque de Palma Iñaki Urdangarin.

Estos recursos tendieron a despojar de todo rigor al ex miembro de la Casa Real. Las referencias al Sr. Urdangarin se diversificaron desde un enfoque minimizador como “el jugador de balonmano”, “el marido tonto”<sup>302</sup>, “el imputado real”<sup>303</sup>, como un “vulgar conaseguidor”<sup>304</sup>, un “yerno bobo”<sup>305</sup> o un “ectoplasma”<sup>306</sup>. También poseen especial relevancia aquellas que incidieron en su posición subordinada a su matrimonio con la infanta Cristina: “el marido”, “el yerno”, “el cuñado de Felipe VI”<sup>307</sup>, “del Rey”<sup>308</sup> o con cierta elocuencia el “el yernísimo”<sup>309</sup>. Estas diversas elecciones para definir al Sr. Urdangarin destacan en sobremanera cuando el otro principal encausado, el Sr. Diego Torres, usó únicamente la referencia “*Don Iñaki?*”.

Este trayecto desde el cargo institucional hasta la total irrelevancia lograda por el nexo nupcial y la presunción delictiva conduce de nuevo al motivo sobre *la caída*<sup>310</sup>.

Desde las cimas del éxito “cuando Iñaki y Cristina eran objeto de agasajo allá donde iban”<sup>311</sup>, cuando “el champán y las sonrisas espumeantes se conjuran para que todo valga más de lo que parece”<sup>312</sup>, desde la “condición de yerno ideal del Rey: empresario,

---

<sup>301</sup> El motivo sobre *la caída*.

<sup>302</sup> Prensa: 27/02 El periódico de Catalunya “Urdangarin, el marido tonto”

<sup>303</sup> Prensa *online*: 26/02 La Verdad “Urdangarin admite que la empresa que comparte con la infanta tenía empleados ficticios” 13:43 <http://www.laverdad.es/nacional/201602/26/urdangarin-calienta-banquillo-20160226103014-rc.html>

<sup>304</sup> Prensa: 27/02 Última hora “Urdangarin se desmarca con el apoyo de Torres”

<sup>305</sup> Prensa: 27/02 El Mundo “Urdangarin no logra explicar nada”

<sup>306</sup> Prensa: 27/02 El Mundo “Horrach se apiada del duque”

<sup>307</sup> Prensa *online*: 26/02 La Rioja “Torres: «En Nós no se hacía nada, ni siquiera un almuerzo, sin la supervisión de la Casa Real»” 13:06 <http://www.larioja.com/nacional/201602/26/diego-torres-sale-defensa-20160226094215-rc.html>

<sup>308</sup> Prensa: 27/02 La nueva España “La deposición”

<sup>309</sup> Prensa: 27/02 El Mundo “La deposición”

<sup>310</sup> Ya presente en el discurso sobre la implicación de Sra. Rita Barberá en financiación ilegal.

<sup>311</sup> Prensa: 27/02 El Mundo “Horrach se apiada del duque”

<sup>312</sup> Prensa: 27/02 El Mundo “Urdangarin o el sexto sentido”

deportista, atractivo, educado, simpático y amante de los niños”<sup>313</sup> hasta enfrentarse a “19,5 años de cárcel por los delitos de blanqueo, prevaricación, malversación de caudales públicos, fraude a la administración, tráfico de influencias, estafa, falsedad en documento oficial, falsedad en documento mercantil y dos fiscales”<sup>314</sup>.

El contraste entre ambos argumentos señala entonces un proceso de desmoronamiento enunciado con todas sus fases intermedias.

Siguiendo en la comprensión de los modelos narrativos subyacentes dentro de este discurso resalta por su profusión el motivo que podría definirse como: *El enemigo de mi enemigo es mi enemigo*<sup>315</sup>. Esta inferencia es debida a que el fiscal Pedro Horrach criticó las acusaciones de otra parte acusadora (el sindicato Manos Limpias) contra la infanta Cristina. Esta situación originó la censura de la presidenta del tribunal pues era la primera vez que veía que “*una acusación cuestione las pruebas de otra acusación*”<sup>316</sup>.

Finalmente, en el campo de las **analogías**, se observan dos dinámicas ya presenciadas en el discurso sobre las acusaciones de corrupción a la ex alcaldesa Rita Barberá.

De inicio las analogías que fomentan las semejanzas entre las *asociaciones criminales* como podría ser poner a prueba la “lealtad de los muertos” de igual forma que hace “la mafia”<sup>317</sup>, reconocer una agrupación con ánimo de estafa en la que el Sr. Urdangarin ejercía de

---

<sup>313</sup> Prensa online: 26/02 La Provincia - Diario de Las Palmas “La caída del yerno que no era perfecto” 13:47 <http://www.laprovincia.es/espana/2016/02/26/inaki-urdangarin-caida-yerno-perfecto/795897.html>

<sup>314</sup> Prensa online: 26/02 La Verdad “Urdangarin admite que la empresa que comparte con la infanta tenía empleados ficticios” 13:43 <http://www.laverdad.es/nacional/201602/26/urdangarin-calienta-banquillo-20160226103014-rc.html>

<sup>315</sup> Prensa: 27/02 Diario de Cádiz “El fiscal sorprende al tribunal al cuestionar la acusación”

Prensa online: 26/02 La Opinión de Tenerife “El fiscal interroga a Iñaki Urdangarin cuestionando las pruebas contra la Infanta” 13:46 <http://www.laopinion.es/nacional/2016/02/26/inki-urdangarin-comienza-declarar/658432.html>

<sup>316</sup> Prensa: 27/02 La Opinión de A Coruña “El fiscal Horrach sale de nuevo en tromba a defender a la infanta Cristina”

<sup>317</sup> Prensa: 27/02 El Mundo “Urdangarin o el sexto sentido”

“suculento gancho”<sup>318</sup> o la aparición de nuevo de una figura histórica y con cierta representatividad como es “Al Capone”<sup>319</sup>.

Finalmente, se produce otra sintonía con el discurso sobre la situación de Rita Barberá debido a las elevadas referencias al *terreno religioso*. Semejante juego de comparaciones se produce también en forma de trayecto, de proceso según el cual el Sr. Urdangarin está pasando por un “calvario”<sup>320</sup> en busca de “redención”<sup>321</sup>, aunque parece seguro que los acusados no reciban ni tan siquiera el perdón de “la caridad”<sup>322</sup>. Su sufrimiento equivale a una verdadera “penitencia”<sup>323</sup> y forma parte de un “auténtico descenso a los infiernos”<sup>324</sup>.

Situación que por otra parte, reafirma de manera tangencial el ya mencionado motivo sobre *la caída*.

---

<sup>318</sup> Prensa: 27/02 El Mundo “Urdangarin o el sexto sentido”

<sup>319</sup> Prensa: 29/02 ARA “Nóos com a paradigma”

<sup>320</sup> Prensa *online*: 26/02 La Provincia - Diario de Las Palmas “La caída del yerno que no era perfecto” 13:47 <http://www.laprovincia.es/espana/2016/02/26/inaki-urdangarin-caida-yerno-perfecto/795897.html>

Prensa: 27/02 El Mundo “Urdangarin no logra explicar nada”

<sup>321</sup> Prensa: 27/02 El Mundo “Urdangarin o el sexto sentido”

<sup>322</sup> Entendida como una de las tres virtudes teologales. TV: Telemadrid / Madrid despierta 09:21

<sup>323</sup> Prensa: 27/02 El Mundo “Horrach se apiada del duque”

<sup>324</sup> Prensa: 27/02 Información de Alicante “La caída del yerno que no era perfecto”

ENTIDADES DEL DISCURSO				RECURSOS RETÓRICOS				ELEMENTOS SEMIÓTICOS					
Colectivo de identificación	Entidades enumerables	Meta-colectivos singulares	Formas nominalizadas	Formas nominales explicativas	Analogías	Eufemismos	Metáforas	Personificaciones	Hiperboles	Motivos	Temas	Isotopías	Oposiciones
	Los valencianos		La izquierda	Apalauamiento público	El crimen					El acusado acusado	La ambición		Interés general / Interés individual
	Los españoles		La izquierda radical	Condenas medicadas	La religión					El líder ignorante	La familia		
			Los antisistema							El líder que debe responsabilizarse	La		
			El sufrimiento social							La caída	El estrans		
			La crisis							El enemigo de mi enemigo			

Tabla 5.b Tabla con los elementos semio-discursivos detectados en los discursos del bloque  
Corrupción

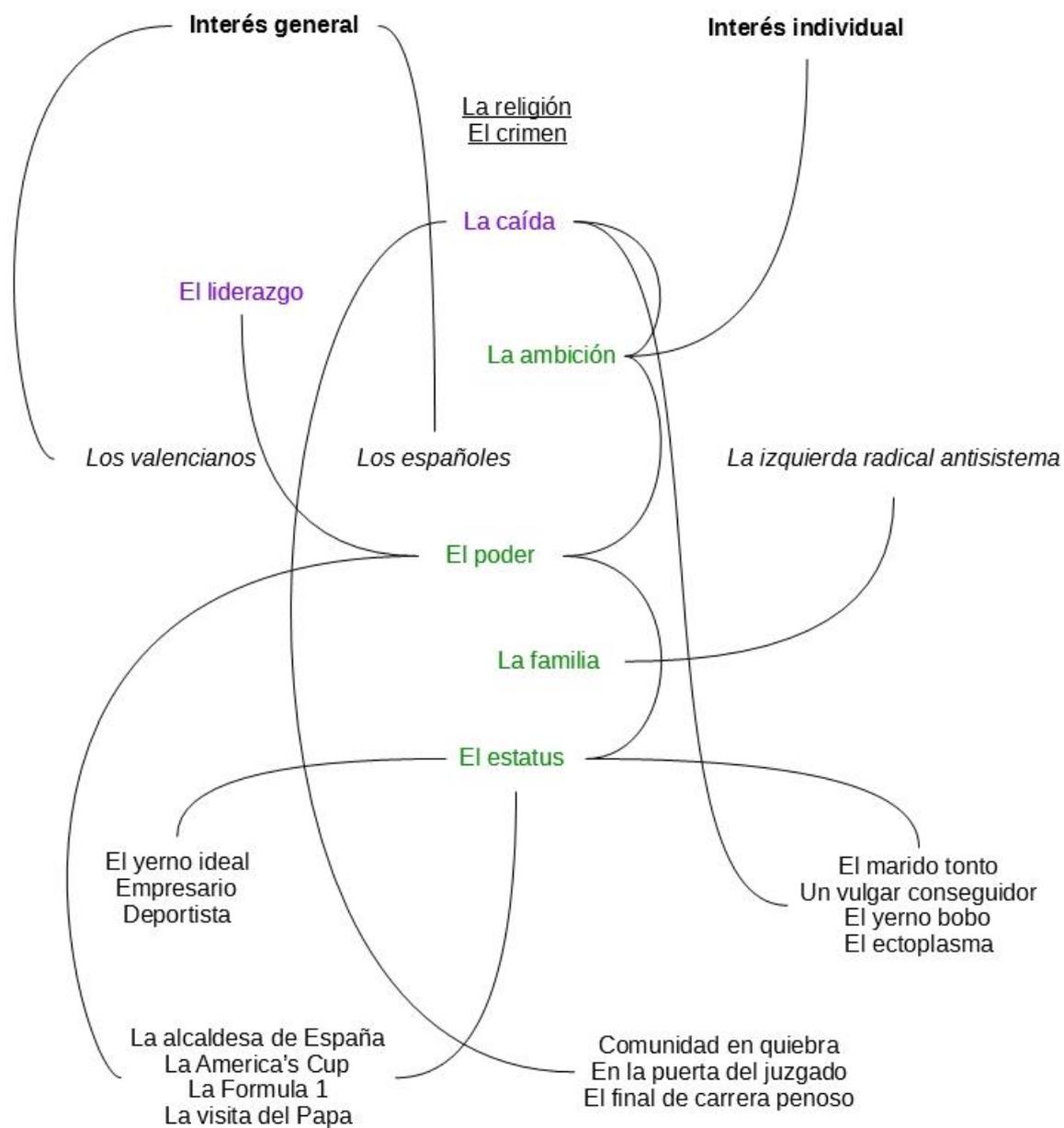


Figura 5.3 Dendrograma de conceptos con los elementos semio-discursivos más significativos detectados en los discursos del bloque Corrupción.

## 5.3 Bloque Movimientos Sociales

### 5.3.1 Campaña del Frente Juvenil Hogar Social de Madrid contra la discriminación positiva

El 25 de febrero de 2016 el colectivo de ultraderecha Hogar Social Madrid realizó una campaña en la Universidad Complutense de Madrid contra lo que consideraban un falso modelo de igualdad entre géneros asegurando que se definían incorrectamente las actitudes que son o no son machistas.

Esta acción generó suficiente actividad en Twitter para que el *hashtag* #globosazules<sup>325</sup> fuera el cuarto *trending topic* más importante durante ese día.

Manteniendo la estructura de delimitación del núcleo discursivo el procesamiento de los *tweets* que originaron la relevancia del *hashtag* según el modelo de Twitter señaló que la combinación más recurrente tras el procesamiento del algoritmo de recuento simple fue #globosazules / feminismo / radical<sup>326</sup>.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	25/02/2016	03:00 – 03:59	520	491	0	29
Prensa online	25/02/2016	10:00 – 10:59	1	0	0	1

Tabla 5.9 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación #globosazules / feminismo / radical.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

La paráfrasis de los contenidos resultante de la descarga dentro de la franja y de la eliminación de mensajes duplicados indicó que existía una situación de conflicto entre dos

---

<sup>325</sup> Los integrantes del movimiento entregaban globos de color azul.

<sup>326</sup> No fue necesario usar una combinación diferente entre Twitter y medios masivos porque se detectó en prensa *online* una noticia que incluyó la expresión “globos azules”.

posiciones. Una corriente homogénea que ponía en duda el sentido actual de la igualdad entre géneros y algunos mensajes de rechazo a estas justificaciones.

Por otra parte, más que una profusión de argumentos, la proporción de mensajes repetidos indica un reforzamiento de listado cerrado de opiniones que es difundido masivamente. A su vez, los mensajes que cuestionaban el sentido de la igualdad de género, invitaban por su lógica interna al conflicto sin necesidad de actuar como respuesta a los mensajes que se mostraban contrarios.

Ejemplo de esta carga inherente son la representación de un enemigo (el “feminismo radical”) que “busca acabar con la familia, sembrando odio”<sup>327</sup>, “la lucha de clases”<sup>328</sup> o la necesidad de una “revolución nacional”<sup>329</sup>.

Estas mismas interpretaciones subversivas construían en el mismo mecanismo las posiciones en conflicto, de un lado “occidente”<sup>330</sup> entendido como un **meta-colectivo singular**. Una entidad discursiva con voluntad abarcadora y que define con fuerza la posición del emisor. De otro el “marxismo” como forma de poder explicativo que provee de un conjunto de valores a la otra parte antagonista.

Resulta significativo, también, la aparición del **concepto temático** de la “familia”<sup>331</sup> que ha aparecido anteriormente. En este discurso supone un valor que se encuentra en peligro por la citada distorsión sobre la interpretación de la igualdad de género.

---

<sup>327</sup> Twitter: 25/02 El feminismo radical de occidente, busca acabar con la familia, sembrando odio entre hombre y mujer: <https://t.co/oy5Q6vD3UP> #GlobosAzules 5:32

<sup>328</sup> Twitter: 25/02 #GlobosAzules, El feminismo radical, de origen marxista, lleva la "lucha de clases" a todos los terrenos de la vida. <https://t.co/PeNh8p6qy3> 6:08

<sup>329</sup> Twitter: 25/02 Contra el feminismo radical, revolución nacional. #GlobosAzules 6:32

<sup>330</sup> Twitter: 25/02 El feminismo radical de occidente, busca acabar con la familia, sembrando odio entre hombre y mujer: <https://t.co/oy5Q6vD3UP> #GlobosAzules 5:32

<sup>331</sup> Twitter: 25/02 El feminismo radical de occidente, busca acabar con la familia, sembrando odio entre hombre y mujer: <https://t.co/oy5Q6vD3UP> #GlobosAzules 5:32

### 5.3.2 Presentación del informe anual de Amnistía Internacional

El 24 de febrero del 2016 la combinación de términos *Amnistía Internacional* se convirtió en el *trending topic* más importante en España. Esta preeminencia fue debida a la presentación del informe anual de la entidad en la que alertó sobre los peligros que se ciernen sobre los derechos humanos en el mundo.

Para detallar la línea discursiva que pudiera extraerse de los contenidos generados sobre el acontecimiento se procesó el total de *tweets* en lengua castellana obteniendo como resultado principal la combinación: *amnistía / parálisis / alarmada*. Esta combinación emanó una paráfrasis relacionada de forma exclusiva con la situación en Venezuela por esta razón al realizar el filtrado de mensajes por localización se advirtió que los resultados para analizar eran inferiores que procesamientos basados en la entidad original (Amnistía Internacional) en el resto de canales. Por este motivo y siguiendo los criterios anunciados en Metodología (ver 4.8.1 Filtrado de mensajes de Twitter por localización) se realizó un segundo procesamiento usando como referencia la entidad generadora del *trending* Amnistía Internacional en todos los otros canales aceptados en la investigación. A través de este se obtuvo la combinación: *amnistía / informe / personas* que fue la usada para la definición de paráfrasis y la recuperación de textos.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	27/02/2016	14:00 – 14:59	81	80	0	1
Prensa online	23/02/2016	18:00 – 18:59	164	133	0	31
Blogs	26/02/2016	13:00 – 13:59	3	0	2	1
Radio	24/02/2016	06:00 – 11:59	1	0	0	1
TV	24/02/2016	18:00 – 23:59	4	0	0	4
Prensa	27/02/2016	27/02/2016	27	3	1	23

Tabla 5.10 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *amnistía / informe / personas*.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

El discurso referente a la presentación del informe anual de Amnistía Internacional se compone de un conjunto de contenidos con gran diversidad en el núcleo informativo, pues aun existiendo un predominio del análisis de la situación en España son muchos y muy variados los países que quedaron reflejados.

A pesar de pluralidad de situaciones analizadas el análisis del corpus señala que algunas formas discursivas se imponen y desempeñan una labor de atracción de manera que se puede intuir la presencia de una única realidad.

Ejemplo de los elementos coincidentes en los diferentes textos puede ser la forma de poder explicativo “la violencia contra la mujer” que fomenta un amplio baremo de significaciones usando un único mecanismo con indiferencia del lugar sobre el que el ente lanza el aviso. Por ello este recurso apareció tanto en las advertencias sobre España<sup>332</sup>, como Bolivia<sup>333</sup>, México<sup>334</sup> o La República Dominicana<sup>335</sup>.

También en el ámbito de las formas discursivas capaces de ofrecer una comprensión amplia se elabora, con la expresión “los crímenes del franquismo”<sup>336</sup>, una referencia con voluntad potencialmente aglutinadora y que recupera de manera indirecta, señales sobre un escenario pasado que presentaba diferencias fundamentales en la escala de valores dominante. Semejante pasado emerge de nuevo, tal como sucedió en discursos del bloque de política, como referente de naturaleza negativa.

---

<sup>332</sup> Prensa: 24/02 “Expulsión, desahucios, mordaza...: violaciones de derechos en España”

TV: 24/02 La Sexta / El Intermedio 21:34

<sup>333</sup> Prensa *online*: 23/02 Diario Sur “Al dice que víctimas de violaciones de DDHH en Bolivia no acceden a la verdad” 18:26 <http://www.diariosur.es/agencias/201602/23/dice-victimas-violaciones-ddhh-612000.html>

<sup>334</sup> Prensa *online*: 23/02 La Verdad “La impunidad y la violación de los derechos sigue siendo la norma en México” 18:15 <http://www.laverdad.es/agencias/201602/23/impunidad-violacion-derechos-sigue-611984.html>

<sup>335</sup> Prensa *online*: 23/02 Diario Vasco “Retraso en la aplicación y trámite de las leyes pone sombras en R.Dominicana” 18:24 <http://www.diariovasco.com/agencias/201602/23/retraso-aplicacion-tramite-leyes-612013.html>

<sup>336</sup> TV: 24/02 La Sexta / El Intermedio 21:34

Por otro lado, en relación al espectro axiológico de este discurso, se observa la elevación de una **oposición** de carácter fundamental entre el *interés individual* y *el interés general*, cuestión que retoma el protagonismo desde discursos analizados con anterioridad.

En esta cuestión la diferencia que vehicula la tensión entre ambas posiciones viene determinada por el beneficio particular de los Estados que no desean acoger refugiados de lugares en conflicto en oposición a la consideración sobre imperativos de orden moral sobre la protección de las personas. Esta contradicción aparece expresada por Amnistía Internacional cuando afirma que algunos Estados “han decidido que la protección de sus fronteras es más importante que proteger a las personas”<sup>337</sup> y se argumenta discursivamente al señalar que desde la Segunda Guerra Mundial no se habían aplicado tantas restricciones con la justificación de la seguridad<sup>338</sup> o en defensa de los “valores nacionales”<sup>339</sup>, cuando por otra parte el objetivo de instituciones con la ONU sería “preservar a las generaciones venideras del flagelo de la guerra”<sup>340</sup>.

Sin embargo, es en el campo de los **eufemismos** en que se advierte una mayor abundancia de formas y expresiones, independientemente de la voluntad informativa de cada texto.

En primer lugar se puede señalar la expresión “devoluciones en caliente”, construcción lingüística que invita a interpretar premura, desposeyendo a la simple literalidad de numerosas connotaciones vinculadas a la violencia que es intrínseca a este tipo de acciones.

Siguiendo esta interpretación, con especial recurrencia se encuentra la expresión “el uso excesivo de la fuerza”<sup>341</sup> que se expande de manera indeterminada eludiendo concretar sus

---

<sup>337</sup> Prensa: 24/02 El Diario del AltoAragón “El sistema global para proteger los derechos humanos corre peligro”

<sup>338</sup> Prensa: 24/02 El Mundo “Geografía de la deshumanización”

<sup>339</sup> Prensa: 24/02 El Diario del AltoAragón “El sistema global para proteger los derechos humanos corre peligro”

<sup>340</sup> Prensa: 24/02 Diario de Ibiza “Los derechos humanos han sufrido graves ataques en los últimos 12 meses”

<sup>341</sup> Prensa: 24/02 El Día “AI denuncia restricciones a la libertad de expresión y reunión”

Prensa *online*: 23/02 Terra.es “Venezuela encarceló e intimidó a quienes se oponían al gobierno, denuncia AI” 18:15 <http://noticias.terra.es/espana/venezuela-encarcelo-e-intimido-a-quienes-se-oponian-al-gobierno-denuncia-ai,a134335910c07dd3f1ff6ffd12db7983wgcjhpfc.html>

manifestaciones. Sin embargo, dentro de este juego de substitutiones se encuentra un ejemplo característico cuando, en referencia a la situación en Israel, Amnistía Internacional alertó de un “intensificación significativa de la violencia”<sup>342</sup> cuando algunos ciudadanos palestinos cometieron “apuñalamientos, ataques con armas de fuego, atropellos y otras agresiones”. Ante esta representación argumentativa podría resultar discordante que al listado enumerado se le atribuyera la valoración de “intensificación significativa”, aunque el cálculo de la medida sobre las acciones violentas no resulta, en ningún caso, un esquema universal.

Finalmente, como señal que reafirma este modelo eufemístico, es indicativo reparar en el razonamiento sobre la situación en la República Dominicana según la cual “muchos homicidios (perpetrados por las fuerzas de seguridad) tuvieron lugar en circunstancias que sugerían que podían haber sido ilegítimos”<sup>343</sup>. Pese a que esta elección retorna al terreno irregular de la vertiente axiológica resultaría complejo atribuir a los homicidios una facultad que los legitimen<sup>344</sup>.

### 5.3.3 Alejandro Sanz detiene un concierto para recriminar una agresión sexista

El 22 de febrero del 2016 el músico Alejandro Sanz interrumpió el concierto que estaba realizando en Rosarito (México) para expulsar a un hombre que estaba agrediendo a una mujer. Esta acción produjo una importante actividad en Twitter que cristalizó en que la expresión “Alejandro Sanz” se convirtió en el *trending topic* más importante de España durante el 22 de febrero de 2016.

El procesamiento de todos los *tweets* con fecha del 22 de febrero en lengua castellana condujo a la combinación: *sanx / concierto / mujer*.

---

TV: 24/02 La Sexta / El Intermedio 21:34

<sup>342</sup> Prensa *online*: 23/02 Radio Intereconomía “Israel endureció restricciones a los palestinos tras ola violencia, según AI” <http://www.radiointereconomia.com/2016/02/23/israel-endurecio-restricciones-a-los-palestinos-tras-ola-violencia-segun-ai/>

<sup>343</sup> Prensa *online*: 23/02 Diario Vasco “Retraso en la aplicación y trámite de las leyes pone sombras en R.Dominicana” 18:24 <http://www.diariovasco.com/agencias/201602/23/retraso-aplicacion-tramite-leyes-612013.html>

<sup>344</sup> Otra cuestión sería considerar la potestad de las fuerzas de seguridad para usar una fuerza letal.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	22/02/2016	13:00 – 13:59	1506	1143	0	363
Prensa <i>online</i>	22/02/2016	11:00 – 11:59	55	23	0	32
Blogs	22/02/2016	13:00 – 13:59	6	0	0	6
Radio	22/02/2016	12:00-17:59	4	0	0	4
TV	22/02/2016	12:00 – 17:59	12	0	0	12
Prensa	23/02/2016	23/02/2016	115	43	0	72

Tabla 5.11 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *sanz / concierto / mujer*.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

El tratamiento mediático recibido tanto en forma informativa como en Twitter fue copado mayoritariamente por mensajes de apoyo a la acción del artista respecto la conducta violenta. De esta forma se definieron, mediante recursos discursivos, un comportamiento laudatorio y otro reprobatorio.

Desde el señalamiento de “un machista violento”<sup>345</sup>, de un “apestado”<sup>346</sup> o de “maltratador”<sup>347</sup>, términos que encajan con **formas de poder explicativo**, mecanismos del discurso dotados de significación extensa como “el acoso a las mujeres”<sup>348</sup>, “la violencia de

<sup>345</sup> Prensa: 23/02 El periódico de Catalunya “Sanz ahuyenta a un machista violento”

<sup>346</sup> Prensa: 23/02 El País “Alejandro Sanz y el machismo, la ética en caliente”

<sup>347</sup> Prensa: 23/02 Diario de León “El cantante que calló al maltratador”

TV: 22/02 La Sexta / La Sexta Noticias 14h 14:40

<sup>348</sup> Prensa: 23/02 Diario de Pontevedra “Alejandro Sanz echa de un recital a un hombre por pegar a una mujer”

género”<sup>349</sup>. “la agresión machista”<sup>350</sup> o con un alcance más amplio “la violencia contra las mujeres”<sup>351</sup> o la “la lacra social”<sup>352</sup>.

Es entonces cuando la acción del cantante se convierte en “ejemplar”<sup>353</sup>, digna de “respeto y admiración”<sup>354</sup>, “el compromiso por una causa”<sup>355</sup> y recibiendo una “ovación”<sup>356</sup> que va más allá de su ámbito. Elementos que construyen **formas de poder explicativo** de mayor alcance como “la concienciación social”<sup>357</sup>, “aportar valores a las masas”<sup>358</sup>, “la lucha”<sup>359</sup>.

Si bien esta edificación discursiva, compuesta por diferentes elementos, conduce a un estado de la significación más general, inmanente al conflicto visible. Esta disposición subyacente podría definirse como un nivel de **oposición** de carácter elemental entre *progreso* y *retroceso*.

Por una parte el comportamiento del artista “que ayudaría a tener un mundo mejor”<sup>360</sup> “en un momento en que (...) las campañas de sensibilización brillan por su ausencia”<sup>361</sup>. Pero

---

<sup>349</sup> TV: 22/02 La Sexta / Más vale tarde 17:51

Radio: 22/02 Onda Madrid / El rompeolas

<sup>350</sup> TV: 22/02 Canal Sur (Autonómica Andalucía) / Noticias 1 14:46

<sup>351</sup> Prensa: 23/02 La gaceta de Salamanca “El gesto de Alejandro”

<sup>352</sup> Prensa *online*: 22/02 Elplural.com “Eso no se hace. Así expulsó Alejandro Sanz a un maltratador” 11:09 <http://www.elplural.com/2016/02/22/eso-no-se-hace-asi-expulso-alejandro-sanz-a-un-maltratador/>

<sup>353</sup> TV: 22/02 La Sexta / Más vale tarde 17:51

<sup>354</sup> Prensa *online*: 22/02 Formula TV “Los famosos apoyan a Alejandro Sanz tras parar a un agresor en un concierto: “Has sido un héroe” 11:23 <http://www.formulatv.com/noticias/53659/famosos-apoyan-alejandro-sanz-parar-agresor-concierto-heroe/>

<sup>355</sup> TV: Telecinco / Informativos T5 15:00 15:22

<sup>356</sup> TV: 22/02 La Sexta / La Sexta Noticias 14h 14:40

<sup>357</sup> Prensa: 23/02 Lanza “Alejandro Sanz no se calló ante un caso de violencia machista”

Radio: 22/02 Cadena SER / Boletín informativo Hora 14 14:05

<sup>358</sup> Prensa: 23/02 El País “Comprometido”

<sup>359</sup> TV: Telecinco / Informativos T5 15:00 15:22

Prensa: 23/02 El diario vasco “Haz como Alejandro Sanz. No te calles”

<sup>360</sup> Prensa: 23/02 El País “Comprometido”

<sup>361</sup> Prensa: 23/02 La Vanguardia “Un gran gesto”

por otro la evocación de un mundo antiguo, del “maltrato de siempre”<sup>362</sup> ejercido por “el mito de cromañón”<sup>363</sup> de “una generación que parece haber retrocedido al pasado”<sup>364</sup>. Sin olvidar la paradoja según la cual “artistas como Alejandro Sanz colaboren con sus letras a perpetuar una idea romántica del maltrato y del acoso a las mujeres”<sup>365</sup>. Es entonces cuando un acto elogiado conecta con una realidad comúnmente aceptada que podría resumirse como el **motivo** referente al: *ideal romántico lesivo*.

En síntesis una relación de contradicción básica de la que derivan diferentes objetos del campo del sentido, participantes e impulsores del mismo fenómeno discursivo.

#### 5.3.4 El periodista Jordi Évole anima a conocer el origen de la ropa que se compra en Europa

Como campaña previa al reportaje de denuncia sobre el sector de la moda, el periodista y director del programa televisivo *Salvados*, Jordi Évole, lanzó en Twitter la pregunta sobre el país de fabricación de la ropa de los usuarios en la plataforma. Esta invitación estaba relacionada con la cercana emisión del programa *Fashion Victims* en que trató la situación laboral de los trabajadores del sector de la moda en el sudeste asiático.

La pregunta se vehiculó con el *hashtag* #ensenatuetiqueta que se convirtió en el segundo *trending topic* más importante del 20 de febrero. El procesamiento de todos los *tweets* de esa fecha condujo a una combinación cuantitativamente preeminente: #ensenatuetiqueta / @jordievole / ropa.

Para la obtención de la combinación más indicativa en medios masivos se procesaron en el resto de canales (siguiendo el criterio 4.6 Cuadro de criterios para la validación de combinaciones) todos los contenidos de los días 20 y 21 con presencia de la única entidad encontrada “Jordi Évole”. El resultado fue la combinación *evole / sexta / salvados*. Esta fue la

---

<sup>362</sup> Prensa: 23/02 Diario de Burgos “El semáforo”

<sup>363</sup> Prensa: 23/02 El Comercio “Alejandro Sanz defiende a una mujer maltratada en México”

<sup>364</sup> Prensa: 23/02 Europa Sur “Chapó Alejandro”

<sup>365</sup> Prensa: 23/02 Diario de Pontevedra “Alejandro Sanz echa de un recital a un hombre por pegar a una mujer”

combinación de expresiones que guió la descarga de contenidos en los canales diferentes a Twitter.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	21/02/2016	04:00 – 04:59	80	77	0	3
Prensa online	22/02/2016	11:00 – 11:59	6	4	0	2
Blogs	22/02/2016 – 28/02/2016	16:00 – 04:59	8	0	4	4
Prensa	21/02/2016	21/02/2016	46	23	0	23

Tabla 5.12 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación #ensenatuetiqueta / @jordievole / ropa para Twitter y evole / sexta / salvados para el resto de canales.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

El análisis de la franja con mayor peso en términos cuantitativos ofreció una tensión entre tres actores, de cuya triangulación se originan el resto de figuras semióticas del discurso.

Por un lado las “marcas”, por otro los “trabajadores” y finalmente los “consumidores”. Si bien tanto las “marcas” como los “trabajadores” no corresponden a entidades del discurso abstractos sino a términos que equivalen a sujetos individuales o jurídicos bien delimitados.

Es en el caso de los “consumidores” donde se halla una representación de un **colectivo enumerable** de extensión difusa. Una agrupación susceptible de ser fragmentada y a la que se le atribuye una carga de “responsabilidad”<sup>366</sup> respecto la perpetuación de un modelo que

---

<sup>366</sup> Prensa: 21/02 Ideal de Jaén “La Guía”

conduce a la “explotación laboral”<sup>367</sup>, el “trato pésimo”<sup>368</sup> tal que a “animales”, y a unas “condiciones esclavizantes”<sup>369</sup>.

Sin embargo, estas **formas de poder explicativo**, que conducen a una situación que puede ser definida **isotópicamente** como “aterradora” y “escalofriante”<sup>370</sup>, no corresponden a una atribución concreta pues no se produce dentro del discurso una visión unívoca respecto la intensidad de las conductas de esos “consumidores” que mantienen la tensión mencionada anteriormente. La erradicación de esta, **metafóricamente** expresada como una “lucha”, y reconocida como una “genérica denuncia a los males del mundo”, resulta, pese a todo, extrapolable a los modos de “producción de los bienes de consumo”<sup>371</sup>.

Es decir, si por una parte discursivamente se señala que hay una forma de actuar “que beneficia a la mayoría”<sup>372</sup> y que corresponde con la dualidad entre interés general (trabajadores, consumidores) e interés individual (marcas, consumidores). Por otra no se encuentran, en la franja analizada, indicios en detalle más allá del desvelamiento de una “cara oculta”<sup>373</sup> cuando la receta que forma parte de la solución implica un “reequilibrio mundial”<sup>374</sup>.

---

<sup>367</sup> Prensa *online*: 22/02 Diario de Valladolid “Évole lidera con el 'Salvados' sobre la explotación laboral” 11:44 <http://www.diariodevalladolid.es/noticias/gente/evole-lidera-salvados-explotacion-laboral-44919.html>

<sup>368</sup> Prensa: 21/02 Ara “Salvados”

<sup>369</sup> Prensa: 21/02 El Periódico de Aragón “Jordi Évole destapa las miserias de la ropa ‘low cost’”

<sup>370</sup> Prensa: 21/02 El Periódico de Catalunya “Évole destapa las miserias que oculta la ropa ‘low cost’”

<sup>371</sup> Blogs: 27/02 El blog de Wilfredo Sanguinetti “Sobre el FASHION VICTIM de SALVADOS: una nota de Isidor Boix” 15:23 <https://wilfredosanguinetti.wordpress.com/2016/02/27/sobre-el-fashion-victim-de-salvados-una-nota-de-isidor-boix/>

<sup>372</sup> Blogs: 24/02 FlorDSelva “Moda made in Spain” 12:20 <http://www.flordselva.com/moda-made-in-spain/>

<sup>373</sup> Prensa: 21/02 Diario de Teruel “Évole destapa la cara oculta de las grandes marcas de ropa”

<sup>374</sup> Blogs: 27/02 El blog de Wilfredo Sanguinetti “Sobre el FASHION VICTIM de SALVADOS: una nota de Isidor Boix” 15:23 <https://wilfredosanguinetti.wordpress.com/2016/02/27/sobre-el-fashion-victim-de-salvados-una-nota-de-isidor-boix/>

Colectivo de identificación	ENTIDADES DEL DISCURSO			Formas nominales explicativas	Analogías	RECURSOS RETÓRICOS			ELEMENTOS SEMIÓTICOS			
	Entidades enumerables	Meta-colectivos singulares	Formas nominalizadas			Eufemismos	Metáforas	Personificaciones	Hiperboles	Motivos	Temas	Isotopías
	Consumidores	Occidente	as	El marxismo		Derivaciones en caliente	La lucha		El ideal romántico letrado	La familia	El terror	Interés general / Interés individual / Progreso / Retroceso
				La violencia contra la mujer		Uso excesivo de la fuerza						
				Los crimenes del franquismo		Intensificación significativa de la violencia						
				Un machista violento		Homicidios ilegítimos						
				El acoso a las mujeres								
				La violencia de género								
				La agresión machista								
				La lucha social								
				El maltrato de siempre								
				El mito de coronación								
				Volver al pasado								
				La concienciación								
				Aportar valores a las masas								
				La lucha								
				Un mundo mejor								
				Explotación liberal								
				Tanto pesimismo								
				Animación								
				Condiciones esclavizantes								

Tabla 5.c Tabla con los elementos semio-discursivos detectados en los discursos del bloque Movimientos Sociales

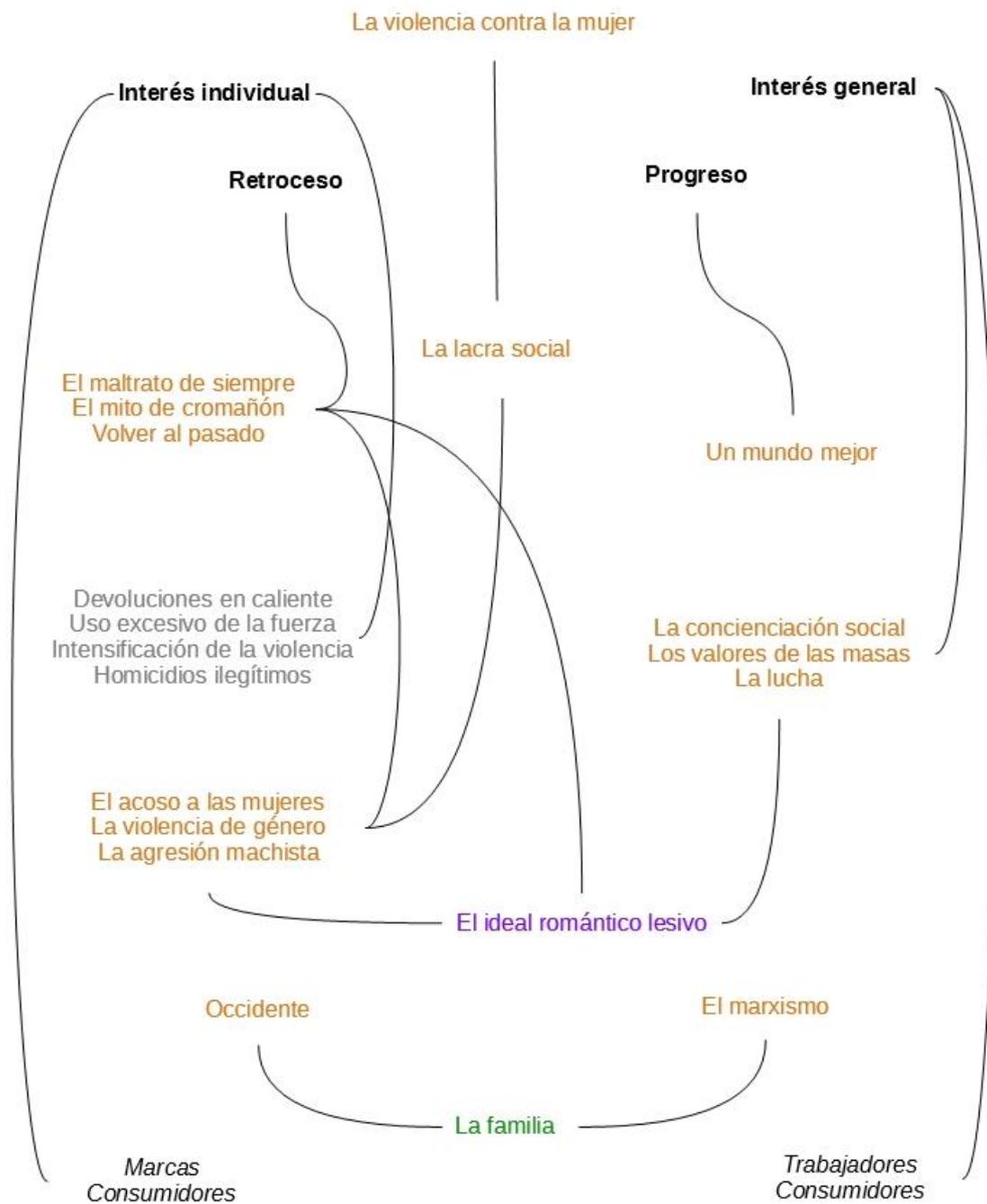


Figura 5.4 Dendrograma de conceptos con los elementos semio-discursivos más significativos detectados en los discursos del bloque Movimientos Sociales.

## 5.4 Bloque Personajes públicos

### 5.4.1 Fallecimiento del intelectual Umberto Eco

En la noche del 19 de febrero de 2016 se produjo el fallecimiento del semiólogo y escritor italiano Umberto Eco. La noticia de este hecho se extendió con inusitada fuerza por la plataforma social Twitter de manera que la expresión “Umberto Eco” se convirtió en el *trending topic* más importante en España durante el 20 de febrero.

El procesamiento de todos los *tweets* con fecha del 20 de febrero en lengua castellana con esa expresión indicó que la combinación: *eco / escritor / italiano* fue la más importante a nivel cuantitativo dentro del flujo de mensajes que se descargó.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	20/02/2016	07:00 – 07:59	315	107	0	208
Prensa online	20/02/2016	11:00 – 11:59	67	34	0	33
Blogs	20/02/2016	02:00 – 02:59	9	0	0	9
Radio	20/02/2016	06:00-11:59	4	0	0	4
TV	20/02/2016	12:00 – 17:59	4	0	0	4
Prensa	21/02/2016	21/02/2016	100	32	0	68

Tabla 5.13 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *eco / escritor / italiano*.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

El análisis de los textos enunciados señaló la existencia de dos grupos de argumentos importantes y bien delimitados que a nivel discursivo tenían la misión de definir a la figura pública y la persona.

Por una parte nos encontramos con listados exhaustivos de los meritos institucionales que alcanzó en vida Eco, desde La Legión de Honor de Francia, presencia en la Academia Europea de Yuste o en el Foro de Sabios de la Unesco<sup>375</sup>, Doctor *honoris causa* por más de 25 universidades<sup>376</sup> hasta el Premio Príncipe de Asturias<sup>377</sup> y el recordatorio a que debería haber sido galardonado con el Nobel<sup>378</sup>.

Semejante enumeración de contenido informativo, relacionado con éxitos cuantificables, contrasta, sin embargo, ante otros logros de fronteras menos concretas y carentes de títulos o documentos que puedan servir de acreditación. En este campo aparece una correlación con un conjunto de “valores”<sup>379</sup>, “las causas sociales”<sup>380</sup>, “el ejemplo cívico”<sup>381</sup>, “el compromiso social”<sup>382</sup>, “el referente moral europeo”<sup>383</sup> o la decisiva definición de “generoso, humano y humanista hasta el final”<sup>384</sup>.

Estas dos líneas en la caracterización devienen no sólo la organización de dos facetas en el dibujo de una personalidad, sino que vinculan de origen y son cimentadas con otras formas del lenguaje referentes a la **oposición** de nivel básico entre la *autoridad formal* y la *autoridad moral*.

A su vez este estado básico en la significación puede considerarse relacionado con otras disposiciones del antagonismo dentro del formalismo greimasiano. En primer lugar la

---

<sup>375</sup> Prensa *online*: 20/02 Atlántico Diario “Fallece a los 84 años de edad el escritor y filósofo italiano Umberto Eco” 11:52 <http://www.atlantico.net/articulo/gente/amp-fallece-84-anos-edad-escritor-y-filosofo-italiano-umberto-eco/20160220113240515578.html>

<sup>376</sup> Prensa *online*: 20/02 Diario de Soria “Umberto Eco, el intelectual que criticó la manipulación y la corrupción” 11:16 [http://www.diariodesoria.es/noticias/gente/umberto-eco-intelectual-critico-manipulacion-corrupcion\\_54238.html](http://www.diariodesoria.es/noticias/gente/umberto-eco-intelectual-critico-manipulacion-corrupcion_54238.html)

<sup>377</sup> Prensa: 21/02 La Tribuna Albacete “Adiós al humanista Integral”

<sup>378</sup> Prensa: 21/02 Diario de Mallorca “España, el país donde el escritor italiano se hubiera exiliado”

<sup>379</sup> Prensa: 21/02 La Tribuna Albacete “Eco, un regalo para la universidad”

<sup>380</sup> Prensa: 21/02 La Tribuna de Cuenca “Adiós al humanista integral”

<sup>381</sup> Prensa: 21/02 El Mundo “El último gran intérprete de la palabra”

<sup>382</sup> Prensa: 21/02 La Tribuna de Cuenca “Adiós al humanista integral”

<sup>383</sup> TV: 20/02 Cuatro / Noticias Cuatro 14:38

<sup>384</sup> Prensa: 21/02 El Progreso “Adiós a Umberto Eco, el intelectual que luchó contra la manipulación y la corrupción”

estructura de **oposiciones** entre *oscuridad* y *luz*<sup>385</sup>, que se revelan no sólo en el sistema mínimo de significación sino que suponen un intenso influjo de sentido metafórico.

La pérdida de esta personalidad se expone como “una muerte que oscurece al mundo”<sup>386</sup>, pues “para morir está la noche oscura”<sup>387</sup>, o como el hombre que se enfrentó a las “fuerzas oscurantistas que ciegan la cultura”<sup>388</sup>.

Son estas energías las que conectan también con la oposición citada sobre la autoridad formal, “la fuerzas oscurantistas” ejercen de **forma nominalizada de poder explicativo** que incorpora un conjunto de elementos de comprensión única sin llegar a ser citados. La potestad institucional, ciertos poderes económicos o políticos se exponen, entonces, como una figura antagonista a la cultura.

Igualmente aparecen en este espacio de las entidades del discurso, y siempre en la misma dimensión sobre la *oscuridad / la autoridad formal*, otras **formas nominalizadas** como “el poder”<sup>389</sup>, “la caída moral”<sup>390</sup> o “el populismo”<sup>391</sup> como corriente que pretende gobernar sobre los demás.

Otras entidades en esta dinámica serán **colectivos enumerables** como “las élites económicas”<sup>392</sup> o un **metacolectivo singular** como “la sociedad enferma”<sup>393</sup>.

Son estas distintas figuras las que conducen a una comprensión sobre las fuerzas y entidades que adquieren protagonismo en una parte de la narración informativa. Se trata de aquella rama del hemisferio conectado con *el poder formal* y, en un sentido más metafórico, *la oscuridad*.

---

<sup>385</sup> En el orden en que se está analizando y no en el orden que es fruto de la convención.

<sup>386</sup> Prensa: 21/02 Heraldo de Soria “Umberto Eco: una muerte que oscurece al mundo”

<sup>387</sup> Prensa: 21/02 La nueva España “Ya no es ni está”

<sup>388</sup> TV: 20/02 Canal Sur (Autonómica Andalucía) / Noticias 14:59

<sup>389</sup> TV: 20/02 Cuatro / Noticias Cuatro 14:38

<sup>390</sup> TV: 20/02 La Sexta / La Sexta Noticias 14:41

<sup>391</sup> Prensa: 21/02 La Nueva España “Ya no es ni está”

<sup>392</sup> Prensa: 21/02 Hoy Extremadura “El tormento y la gloria de un gigante”

<sup>393</sup> Prensa: 21/02 Menorca “El escritor y humanista italiano Umberto Eco muere a los 84 años”

Ahora bien, estos mecanismos llamados a componer un extremo del discurso, actúan en concurso con otros engranajes comunicativos que también gravitan en el plano del significado de las **oposiciones**. Estas, que aparecen en conjunción con las dos ya mencionadas son: *finitud / infinitud* y *pasado / futuro*.

En primer lugar la *finitud* como la limitación inherente al conocimiento que puede ser medido, “las fronteras académicas”<sup>394</sup> dentro de las que se construye “una obra de un tiempo para la eternidad”<sup>395</sup> o “un fin de época para que el que (Eco) no encontraba solución”<sup>396</sup>.

Semejante acopio de recursos discursivos evoca al punto último y confín del saber acumulable: el tiempo. En el tratamiento informativo del fallecimiento de Eco, la oposición elemental entre el *pasado* y el *futuro* aparece y se dispone mediante diversas referencias en el razonamiento, pero especialmente el *pasado* pues “*nosotros hemos podido captar algo durante un tiempo necesariamente limitado*”<sup>397</sup>.

Por un lado, en forma de **motivo**, con la caracterización narrativa de: *el mal que regresa del pasado*. Ya sea como “el antisemitismo que atravesó Europa y que hoy vuelve”<sup>398</sup> o la propia advertencia de Eco: “*la memoria del pasado no debería paralizar el presente*”<sup>399</sup>. Si bien es necesario conocerlo para poder construir<sup>400</sup>, o “trasladar el peso del pasado para dar luz al presente”<sup>401</sup>.

Por otro, como la reflexión del autor dedicada a Italia, sobre el efecto inerte del paso del tiempo: “*ha pasado de todo sin que se haya construido nada*”<sup>402</sup> por acción de los poderes formales

---

<sup>394</sup> Prensa: 21/02 Diario del AltoAragón “Fallece Umberto Eco, un humanista integral de nuestra época”

<sup>395</sup> Prensa: 21/02 El progreso “Adiós a Umberto Eco, el intelectual que luchó contra la manipulación y la corrupción”

<sup>396</sup> Prensa: 21/02 El Periódico de Aragón “Umberto Eco adiós al erudito pop”

<sup>397</sup> Prensa: 21/02 La Nueva España “Muere a los 84 años Umberto Eco, el hombre que entendió su momento”

<sup>398</sup> Prensa: 21/02 Granada Hoy “El enciclopedista irónico”

<sup>399</sup> Prensa: 21/02 El Mundo “Umberto Eco El último gran intérprete de la palabra”

<sup>400</sup> Prensa: 21/02 El Mundo “Umberto Eco El último gran intérprete de la palabra”

<sup>401</sup> Prensa: 21/02 El Periódico de Aragón “Umberto Eco adiós al erudito pop”

<sup>402</sup> Prensa: 21/02 Heraldo de Aragón “Umberto Eco, una muerte que oscurece al mundo”

ya comentados. Es en este momento en que la narración aporta señales sobre los movimientos realizados por estas fuerzas institucionales: “la manipulación, la mentira”<sup>403</sup> pero especialmente un conjunto de elementos que edifican el **valor temático** de la *frivolidad*.

“Los medios como el largo brazo de la política populista”<sup>404</sup> capaces de lograr que “*a la gente no le importe nada*”<sup>405</sup>, la estructura informativa deformada hacia una “industria de lo superfluo”<sup>406</sup> mediante la “pornografía de la información”<sup>407</sup>.

Si bien el sistema de oposiciones que se ha mencionado funciona como raíz desde el que se organiza el discurso sobre el fallecimiento de Umberto Eco, de la misma forma que en el polo compuesto por: *autoridad formal / oscuridad / finitud / pasado*, de su contraposición: *autoridad moral / luz / infinitud / futuro*, emanan otras estructuras de significación. Como el reverso de la misma moneda.

Una vez tratados los mecanismos que forman parte del concepto de *autoridad moral*, desde esa misma vertiente se extienden los recursos relacionados con la *luz*.

Eco, el hombre de aquella “extraordinaria cenefa de sabios italianos que han iluminado el XIX y el XX”<sup>408</sup>, “la luz que llevaba nuestra mirada donde quisiera”<sup>409</sup> pues “sus reflexiones

---

<sup>403</sup> Prensa *online*: 20/02 Diario de Cádiz “Fallece el escritor italiano Umberto Eco” 11:39 <http://www.diariodecadiz.es/article/delibros/2223742/fallece/escritor/italiano/umberto/eco.html>

<sup>404</sup> Prensa: 21/02 La Nueva España “Muere a los 84 años Umberto Eco, el hombre que entendió su momento”

<sup>405</sup> TV: 20/02 Canal Sur (Autonómica Andalucía) / Noticias 14:59

Prensa: 21/02 Diario de Teruel “El escritor y semiólogo italiano Umberto Eco fallece a los 84 años”

Prensa *online*: 20/02 La Gaceta “Fallece Umberto Eco” 11:07 <http://gaceta.es/noticias/fallece-umberto-eco-20022016-1033>

<sup>406</sup> Prensa: 21/02 La Nueva España “Muere a los 84 años Umberto Eco, el hombre que entendió su momento”

<sup>407</sup> Prensa: 21/02 La Razón “Aprender a leer con inteligencia”

<sup>408</sup> Prensa: 21/02 Granada Hoy “El enciclopedista irónico”

<sup>409</sup> Prensa *online*: 20/02 El País “Lucidez, sudor, ideas y whisky” 10:02 [http://elpais.com/cultura/2016/02/20/actualidad/1455951648\\_528798.html#?ref=rss&format=simple&link=link](http://elpais.com/cultura/2016/02/20/actualidad/1455951648_528798.html#?ref=rss&format=simple&link=link)

eran “uno de esos faros de responsabilidad y libertad que iluminan el camino de la convivencia”<sup>410</sup>.

Siguiendo de forma secuencial el tratamiento de las oposiciones enunciadas la *infinitud* prorroga la línea de sentido conectada con la *autoridad moral* y la *lux*.

El “autor oceánico” de “vasta cultura”<sup>411</sup>, de “profundo sentido crítico”<sup>412</sup>, el hombre con “muchísimos conocimientos en muchísimos campos”<sup>413</sup>, el profesor que “nunca se cansó de aprender y de transmitir su inmensa erudición con elocuencia y humor”<sup>414</sup>.

La *infinitud* se muestra como una cualidad inherente al conocimiento, pues si bien las distinciones concedidas son de naturaleza material, la sabiduría está hecha con la materia de lo trascendente.

Prolongando esta lógica, tal como se ha indicado, el discurso sobre el fallecimiento de Umberto Eco, formula la dicotomía entre *pasado* y *futuro*. El tiempo venidero se entiende ahora como inseparable al “destino humano”<sup>415</sup>, un espacio en el que Eco tuvo una “enorme capacidad para anticipar el futuro”<sup>416</sup>, no en vano el autor fue la estrella invitada del congreso celebrado en 1997 sobre el futuro que esperaba a la humanidad en el tercer

---

<sup>410</sup> Prensa online: 20/02 Yahoo! Noticias “Gobierno de Colombia lamenta la muerte de Eco, gran pensador y humanista” 16:35 <https://es-us.noticias.yahoo.com/gobierno-colombia-lamenta-muerte-eco-pensador-humanista-152500140.html>

<sup>411</sup> Prensa: 21/02 Diario de Mallorca “Fallece a los 84 años Umberto Eco, el humanista total”

<sup>412</sup> Prensa: 21/02 Deia “El mundo ya echa en falta a Umberto Eco, un humanista integral de nuestro tiempo”

<sup>413</sup> Prensa online: 21/02 El confidencial “Eco, un “humanista integral” de nuestra época, para Fernando Savater” 11:34 [http://www.elconfidencial.com/ultima-hora-en-vivo/2016-02-20/eco-un-humanista-integral-de-nuestra-epoca-para-fernando-savater\\_831202/](http://www.elconfidencial.com/ultima-hora-en-vivo/2016-02-20/eco-un-humanista-integral-de-nuestra-epoca-para-fernando-savater_831202/)

<sup>414</sup> Prensa: 21/02 El progreso “Adiós a Umberto Eco, el intelectual que luchó contra la manipulación y la corrupción”

<sup>415</sup> Prensa: 21/02 Deia “El mundo ya echa en falta a Umberto Eco, un humanista integral de nuestro tiempo”

<sup>416</sup> Prensa: 21/02 Diario de Teruel “El escritor y semiólogo italiano Umberto Eco fallece a los 84 años”

Prensa online: 20/02 Diario de Navarra “El mundo de la cultura y la política llora su muerte” 10:29 [http://www.diariodenavarra.es/noticias/mas\\_actualidad/cultura/2016/02/20/el\\_mundo\\_cultura\\_politic\\_a\\_llora\\_muerte\\_umberto\\_eco\\_417705\\_1034.html](http://www.diariodenavarra.es/noticias/mas_actualidad/cultura/2016/02/20/el_mundo_cultura_politic_a_llora_muerte_umberto_eco_417705_1034.html)

milenio que estaba en ciernes<sup>417</sup>. El mundo próximo se convertía en objeto de escrutinio bajo la visión crítica del intelectual, dejando un legado para la posteridad<sup>418</sup>, pues tal como señalaba Eco la función del intelectual es dejar los mimbres para la “*revolución*”<sup>419</sup> aunque no participar en ella. La *revolución*, como **forma nominalizada** que inspira un conjunto de atribuciones volátiles, deviene, en la misma línea, la pretensión del cambio para tiempos venideros.

Finalmente, de todos los recursos discursivos dedicados a glosar la figura de Eco, de la conjugación de formas, adjetivos y títulos, se eleva el valor temático del *estatus*. Desde los elementos de la edificación del sentido se construye la figura del hombre, sin desligarlo de los meritos concretos que han favorecido ese estatus.

La visión final de todo ese esbozo mostrado por los textos analizados se comprime en un único término. Umberto Eco se convierte entonces en “el maestro”<sup>420</sup>, “el personaje insólito”<sup>421</sup>, el hombre “verdaderamente único”<sup>422</sup>, “el intelectual europeo”<sup>423</sup>, “el gigante”<sup>424</sup>, “*il professore*”<sup>425</sup>, el “alquimista de las palabras”<sup>426</sup> o, en definitiva, el “último renacentista italiano”<sup>427</sup>.

---

<sup>417</sup> Prensa: 21/02 Levante “Adiós al alquimista de las palabras”

<sup>418</sup> Prensa: 21/02 El Adelantado de Segovia “Umberto Eco, un gran legado intelectual para la posteridad”

<sup>419</sup> Prensa *online*: 20/02 Expansión.com “Fallece a los 84 años el escritor italiano Umberto Eco” 11:01 <http://www.expansion.com/sociedad/2016/02/20/56c82a8e46163f5b4a8b4587.html>

Prensa: 21/02 Diario de Teruel “El escritor y semiólogo italiano Umberto Eco fallece a los 84 años”

<sup>420</sup> Prensa *online*: 20/02 El Día “Publicar a Umberto Eco “ha sido una lección” para la editoria Silvia Querini” <http://www.eldia.es/agencias/8551525-Publicar-Umberto-Eco-ha-sido-leccion-editora-Silvia-Querini>

<sup>421</sup> Prensa: 21/02 Diario de Mallorca “España, el país donde el escritor italiano se hubiera exiliado”

<sup>422</sup> Prensa *online*: 20/02 El Confidencial “Eco, un “humanista integral” de nuestra época para Fernando Sabater” 11:34 [http://www.elconfidencial.com/ultima-hora-en-vivo/2016-02-20/eco-un-humanista-integral-de-nuestra-epoca-para-fernando-savater\\_831202/](http://www.elconfidencial.com/ultima-hora-en-vivo/2016-02-20/eco-un-humanista-integral-de-nuestra-epoca-para-fernando-savater_831202/)

<sup>423</sup> Prensa: 21/02 El Faro de Melilla “La cultura y la política italiana llora la muerte del escritor Umberto Eco”

<sup>424</sup> Prensa: 21/02 La Opinión de Málaga “Adiós al alquimista de la palabras”

<sup>425</sup> Prensa: 21/02 Diario de Mallorca “Fallece a los 84 años Umberto Eco, el humanista total”

<sup>426</sup> Prensa: 21/02 Levante “Adiós al alquimista de las palabras”

<sup>427</sup> Prensa: 21/02 La Opinión de Murcia “El último renacentista italiano dice adiós”

ENTIDADES DEL DISCURSO				RECURSOS RETÓRICOS				ELEMENTOS SEMIÓTICOS					
Colectivo de identificación	Entidades enumerables	Meta-colectivos singulares	Formas nominalizadas	Formas nominales explicativas	Analogías	Eufemismos	Metáforas	Personificaciones	Hipérboles	Motivos	Temas	Isotopías	Oposiciones
	Las élites económicas	La sociedad enferma		Las fuerzas oscurantistas			Oscuridad			El mal que regresa del pasado	La firoidad		Autocidad formal / autocidad moral
				El poder La caída moral El populismo			La z				Estatus		Oscuridad / la z Futuro / anti futuro Pasado / futuro

Tabla 5.d Tabla con los elementos semio-discursivos detectados en los discursos del bloque Personajes Públicos

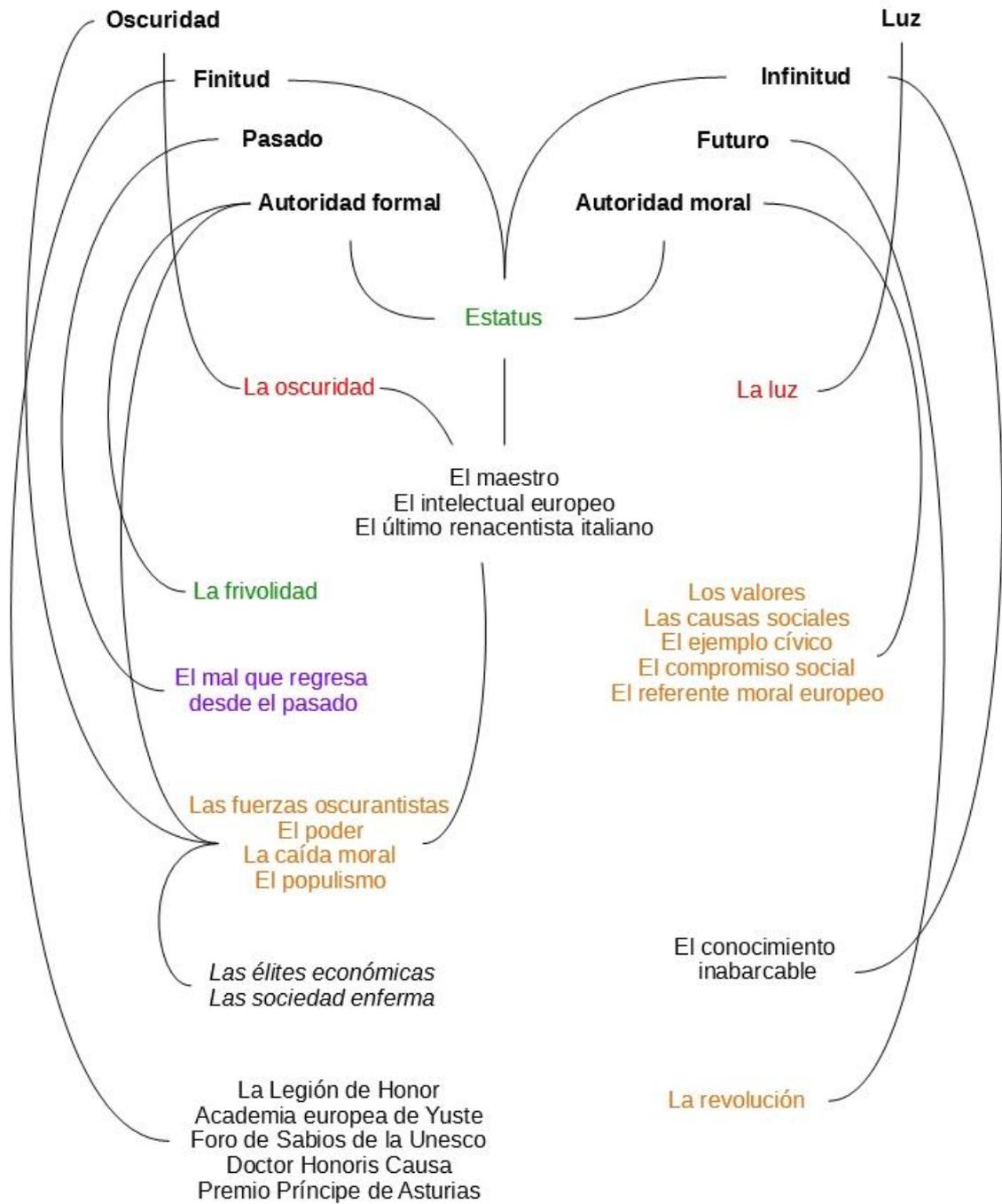


Figura 5.5 Dendrograma de conceptos con los elementos semio-discursivos más significativos detectados en los discursos del bloque Personajes Públicos.

## 5.5 Bloque TV

### 5.5.1 Emisión del programa *En tu casa o en la mía* con la participación del futbolista Iker Casillas

La noche del 25 de febrero el programa televisivo *En tu casa o en la mía* presentado por Bertín Osborne, fue el más visto con un 24'5% de *share*. Además de esto el *hashtag* relacionado con la emisión: #BertineIker, fue considerado el cuarto *trending topic* más importante en España según los datos de Twitter.

El procesamiento de todos los *tweets* con fecha del 25 de febrero en lengua castellana con esa expresión indicó que la combinación: @casillasworld / @enlatnyaolamia / @bertinosborne fue la más importante a nivel cuantitativo dentro del flujo de mensajes que se descargó. Siguiendo los criterios mencionados en Armonización de combinaciones obtenidas desde Twitter (ver 4.6) se descargaron en el resto de medios las entidades presentes en el *hashtag*.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	24/02/2016	14:00 – 14:59	1082	859	0	223
Prensa online	25/02/2016	10:00 – 10:59	20	6	0	14
Blogs	22/02/2016 - 25/02/2016	10:00 – 13:59	4	0	0	4
TV	21/02/2016 - 23/02/2016	12:00-17:59	4	0	0	4
Prensa	26/02/2016	26/02/2016	72	46	0	26

Tabla 5.14 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación @casillasworld / @enlatnyaolamia / @bertinosborne para Twitter y bertin / En tu casa o en la mía / casillas para el resto de canales.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

En primer lugar resalta la presencia de dos **colectivos de identificación** contruidos discursivamente como el “madridismo”<sup>428</sup> o la “españolidad”<sup>429</sup>. Agrupaciones abstractas referidas más a una lógica sentimental que no a la pura correlación con una posición de origen normativo.

A su vez, la función de Iker Casillas (ex portero de la selección española y del Real Madrid) se sitúa indirectamente como un representante legítimo de estos colectivos. Una potestad cuya designación, relacionada con un sentido de pertenencia, proviene no de los propios actores del acontecimiento sino de los participantes de la plataforma Twitter y de la narración de otro de los canales que forman parte de la investigación (prensa).

En segundo orden de prioridad emerge con fuerza la concepción **temática** de la *lealtad*, la lealtad hacia un club y especialmente hacia la figura del mentor pues el entrevistado, exitoso deportista, “podía hacerlo porque había tenido buenos maestros”<sup>430</sup>.

La lealtad se configura como un tema reincidente ejemplificado tanto por su presencia con “*te duele que mucha gente del Real Madrid no valore a Del Bosque* (ex entrenador del Real Madrid)”<sup>431</sup> o “*él* (José Mourinho, ex entrenador del Real Madrid) *daba la cara cuando nos sentíamos perjudicados*” y en referencia al equipo “*es en ese momento en que debes estar más unido*”<sup>432</sup>

---

<sup>428</sup> Twitter: 24/02 @CasillasWorld @La1\_tve @BertinOsborne @enlatuyaolamia UN CRACK Y UN FENÓMENO GENIAL JUNTOS!Abrazos gran Iker soy fan y madrlista a morir! 14:37

<sup>429</sup> Twitter: 24/02 @CasillasWorld @La1\_tve @BertinOsborne @enlatuyaolamia simplemente gracias por hacerme sentir orgullosa de ser española por un dia,mundial10 14:45

Twitter: 24/02 @CasillasWorld @La1\_tve @BertinOsborne @enlatuyaolamia de las entrevistas mas sinceras y bonitas! Dos grandes patriotas y españoles 🇪🇸 14:46

Twitter: 24/02 @CasillasWorld @BertinOsborne @enlatuyaolamia sois de lo mejor que hay en España 14:31

Prensa: 26/02 Málaga hoy “Los ‘carbonillas’ barren con su entrevista conjunta en televisión”

<sup>430</sup> Prensa online: 25/02 20 Minutos “Casillas: “A lo mejor a Mourinho no le sentó bien que hablase con alguien del Barça” 10:29 <http://www.20minutos.es/deportes/noticia/casillas-mala-relacion-mourinho-2680052/0/>

<sup>431</sup> Prensa: 26/02 Faro de Vigo “La entrevista de Bertín Osborne a Casillas en TVE, récord de audiencia”

<sup>432</sup> TV: 23/02 Teledporte / Estudio Estadio 00:40

o “*me tengo que quedar con lo mío y lo mío es Cristiano*”<sup>433</sup>, como por su ausencia. El quebranto de una interpretación de la lealtad debida pues “*yo tengo un club al que me debo pero también tengo una selección a la que me debo*”<sup>434</sup> en referencia a la polémica que tuvo el futbolista con uno de sus entrenadores sobre la relación con jugadores de un club rival. Una situación resumida sucintamente en “romper la línea marcada”<sup>435</sup>.

Por otra parte, otro elemento que se elabora discursivamente dentro de los textos analizados es el **motivo** dedicado al *hombre hecho a sí mismo*. No en vano el entrevistado es “el chico humilde que llegó a convertirse en el mejor portero”<sup>436</sup> capaz de lograr dentro de un grupo “lo que no ha logrado nadie en la historia del fútbol”<sup>437</sup>, sin olvidar que “*los porteros son un poco especiales porque están solos*”<sup>438</sup> (Sara Carbonero, esposa de Iker Casillas).

Finalmente, un recurso discursivo con escasa presencia cuantitativa pero con elevada capacidad de significación es la **analogía bélica** que se expresa isotópicamente en un mismo texto. Resulta llamativo que este texto<sup>439</sup> se desvía del enfoque de gran parte del corpus de la franja de análisis ya que se concentra en valorar la emisión del programa como táctica para obtener ventaja en la audiencia televisiva y no en el tratamiento del programa en sí.

Esta situación se ejemplifica con que “a las series de la competencia hay que ‘matarlas’ desde el principio”. Tal punto de inicio justifica entonces, y amplía **isotópicamente**, que los “capítulos” de una emisión televisión puedan ser “armas de destrucción masiva”, que las empresas de la industria de la comunicación pasen al “contraataque” en unas “batallas” en las que “destruir al enemigo es más importante que satisfacer al televidente”.

---

<sup>433</sup> Prensa: 26/02 Mundo Deportivo “Messi me ha dado por saco las veces que le ha dado la gana”

<sup>434</sup> Prensa *online*: 25/02 Sport.es “Casillas: Messi me ha dado por saco todas las veces que le ha dado la gana” 10:48 [http://www.sport.es/es/noticias/barca/casillas-messi-dado-por-saco-las-veces-que-dio-gana-4926512?utm\\_source=rss-noticias&utm\\_medium=](http://www.sport.es/es/noticias/barca/casillas-messi-dado-por-saco-las-veces-que-dio-gana-4926512?utm_source=rss-noticias&utm_medium=)

<sup>435</sup> TV: 23/02 Teledporte / Estudio Estadio 00:40

<sup>436</sup> Prensa: 26/02 Málaga hoy “Los ‘carbonillas’ barren con su entrevista conjunta en televisión”

<sup>437</sup> Prensa *online*: 25/02 20 La Opinión A Coruña “Los mejores momentos Casillas y Sara Carbonero con Bertín” 10:55 <http://ocio.laopinioncoruna.es/tv/noticias/nws-484958-los-mejores-momentos-casillas-sara-carbonero-bertin.html>

<sup>438</sup> Prensa *online*: 25/02 Yahoo! España “Sara Carbonero: guapísima, tímida y *trending* topic en el programa de Bertín” 10:06 <http://es.vida-estilo.yahoo.com/post/139960807223/sara-carbonero-guap%C3%ADsima-t%C3%ADmida-y-trending-topic?src=rss>

<sup>439</sup> Prensa: 26/02 Levante (Valencia) “Mucho ‘El príncipe’”

### 5.5.2 Emisión del primer capítulo de la nueva temporada de *El príncipe*

La noche del 25 de febrero se emitió el primer capítulo de la nueva temporada de la serie de ficción *El príncipe*. El éxito de la emisión (21,1% de *share*) se tradujo en que el *hashtag* #ElPrincipe fuera el quinto *trending topic* más importante de ese mismo día.

El procesamiento de todos los *tweets* de esa fecha señaló que la combinación más preeminente fue #*elprincipe* / *amor* / *duele*, mientras que el procesamiento de la entidad *El príncipe* ofreció como combinación: *principe* / *telecinco* / *iker*.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	24/02/2016 – 28/02/2016	14:20 – 19:37	205	165	0	40
Prensa <i>online</i>	25/02/2016	10:00 – 10:59	11	3	0	8
Blogs	25/02/2016	08:00-09:00	1	0	0	1
Prensa	26/02/2016		40	30	0	10

Tabla 5.15 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación #*elprincipe* / *amor* / *duele* para Twitter y *principe* / *telecinco* / *iker* para el resto de canales.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

El tratamiento de los datos de Twitter señaló que el pico de actividad en la plataforma sobre esta emisión fue un mensaje concreto con algunas variaciones:

*“Con el primer amor duele hasta el pecho de pensar que puedes perderle, pero todo pasa” #elprincipe*

Este mensaje tanto replicado por los diferentes usuarios como redactado nuevamente como cita del capítulo y lanzado desde la plataforma conduce ineludiblemente a una

relación de conceptos abstractos que podrían enmarcarse dentro del **motivo** sobre el *ideal romántico lesivo*.

Por otro lado los textos obtenidos en el resto de canales incidieron exclusivamente en el reparto de la audiencia con los otros programas que se emitieron en la misma franja: *Buscando el norte* y *En tu casa o en la mía*.

### 5.5.3 Emisión del programa 24 del espacio televisivo *Volverías con tu ex*

El 22 de febrero la emisión del programa número 24 del *reality Volverías con tu ex* de la televisión chilena Mega logró la tercera posición en los *trending topics* en España. El procesamiento de todos los mensajes emitidos con el *hashtag* #vcte24 arrojó que la combinación más importante en términos cuantitativos fue: #vcte24 / oriana / flavia<sup>440</sup>.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	21/02/2016 – 26/02/2016	20:21 – 04:50	120	59	0	61

Tabla 5.16 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación #vcte24 / oriana / flavia para Twitter.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

Los textos analizados representaron una retahíla de comentarios de los televidentes sobre detalles de la emisión televisiva, especialmente durante la emisión del programa. Sin embargo, pese a tratarse en cierta forma de una conversación en tiempo real sobre los pormenores del comportamiento de los concursantes se detectó durante el análisis una corriente de **formas nominalizadas** como la “guerra de sexos”<sup>441</sup> o el “machismo”<sup>442</sup>,

<sup>440</sup> No se obtuvieron resultados en el procesamiento independiente de la entidad.

<sup>441</sup> Twitter: 26/02 Guerra de sexos en #Volveríascontuex! @OrianaGMarzoli con Gala y Flavia! (Capítulo 24 #VCTE24) <https://t.co/9ssECpBXDG> 04:50

mecanismos del discurso que pese a estar dotado de un de cierto componente frívolo podrían enmarcarse dentro de una figura más amplia considerada como los **estereotipos de género** que se analizará detenidamente en el capítulo Conclusiones.

#### 5.5.4 Emisión del programa 29 del espacio televisivo *Volverías con tu ex*

El 29 de febrero la emisión del programa número 29 del *reality Volverías con tu ex* de la televisión chilena Mega logró la primera posición en los *trending topics* en España. El procesamiento de todos los mensajes emitidos con el *hashtag* #vcte29 arrojó que la combinación más importante en términos cuantitativos fue: #vcte29 /oriana / luis<sup>443</sup>.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	26/02/2016 – 29/02/2016	17:56 – 23:55	185	68	0	117

Tabla 5.17 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación #vcte29 /oriana / luis para Twitter.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

De nuevo el flujo de mensajes se centró en opiniones sobre los comportamientos que aparecieron en la emisión del programa. De entre estos emergió otra vez la **forma nominalizada de poder explicativo** entendida como el “machismo”<sup>444</sup>.

---

Twitter: 21/02 POR QUE FLAVIA SE METE EN TODAS LAS DISCUSIONES DE ORIANA! se nota que quiere ganarse a los fans españoles... #GuerraDeSexos #vcte24 20:21

<sup>442</sup> Twitter: 22/02 Oriana y Flavia dando todo el asco recriminando la actitud de Gala. Qué machistas... #VCTE #VCTE24 #VolveriasConTuEx 13:28

<sup>443</sup> No se obtuvieron resultados en el procesamiento independiente de la entidad.

<sup>444</sup> Twitter: 29/02 Luis llamando facilona a oriana, nada machista sabes? Él se besa con 3 mujeres y es un campeón #VCTE29 08:44

ENTIDADES DEL DISCURSO				RECURSOS RETÓRICOS				ELEMENTOS SEMIÓTICOS				
Colectivo de identificación	Entidades enumerables	Meta-colectivos singulares	Formas nominalizadas	Analogías	Eufemismos	Metáforas	Personificaciones	Hiperboles	Motivos	Temas	Isotopías	Oposiciones
El machismo			La guerra de sexos	La guerra					El hombre hecho a sí mismo	La lealtad	La guerra	
La españolidad									El ideal romántico lesivo			

Tabla 5.e Tabla con los elementos semio-discursivos detectados en los discursos del bloque TV



Figura 5.6 Dendrograma de conceptos con los elementos semio-discursivos más significativos detectados en los discursos del bloque TV.

## 5.6 Bloque Acontecimientos

### 5.6.1 Celebración del *Mobile World Congress* 2016 en Barcelona

El 22 de febrero de 2016 abrió las puertas la feria de telefonía: *Mobile World Congress* 2016 en Barcelona. Ese mismo día el *hashtag* asociado con el acontecimiento: #MWC16 fue el cuarto *trending topic* más importante en España. La descarga de todos los mensajes en lengua castellana señaló que la combinación más recurrente fue: #MWC16 / *sony* / *bq* (marcas de telefonía móvil).

De forma simultánea, dentro de la franja de análisis la combinación: *Barcelona* / *mobile* / *metro* fue la tercera combinación de TV más importante en términos cuantitativos también durante el día 22.

De esta forma un mismo evento generó dos discursos según la fuente de origen de los contenidos. Uno que se aplicó para la descarga y análisis de mensajes de Twitter (#MWC16 / *sony* / *bq*) y otro para el resto de canales (*Barcelona* / *mobile* / *metro*). La interpretación de la paráfrasis de ambas líneas mostró que el impulso de los mensajes de Twitter vino originado específicamente por la presentación de nuevos productos en el salón por parte de dos marcas (Sony y BQ), mientras que la focalización en TV (y por extensión en el resto de canales) fue la polémica huelga en el transporte suburbano de Barcelona durante la celebración del congreso.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	22/02/2016	05:00 – 05:59	1168	987	0	181
Prensa online	22/02/2016	08:00 – 08:59	59	20	5	34
Blogs	23/02/2016	10:00 – 10:59	5	1	0	4
TV	22/02/2016	06:00-11:59	24	0	0	22

<b>Radio</b>	22/02/2016	06:00-11:59	42	0	0	40 <sup>445</sup>
<b>Prensa</b>	26/02/2016	26/02/2016	70	11	1	58

Tabla 5.18 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación #MWC16 / *sony / bq* para Twitter y *barcelona / mobile / metro* para el resto de canales.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

Los textos derivados de la franja de análisis aportaron dos fuentes de significados diferenciados pero concomitantes, una formada por la celebración del congreso en sí mismos y otra por el conflicto de orden social y político entre el Ayuntamiento de Barcelona y los trabajadores del metro.

En esta segunda línea la narrativa política se dirigió a colectivos actores de la polémica o afectados por esta. En primer lugar el **metacolectivo singular** considerado como la “ciudadanía”, víctima de la huelga y entendida en un sentido amplio como la receptora de un “*servicio público*”<sup>446</sup> (Ada Colau, Alcaldesa de Barcelona) y dotada del “*derecho a poder moverse*”<sup>447</sup> (Dolors Bassa, Consellera de Treball de la Generalitat). Tal como indicó una usuaria en declaraciones a la radio: “*el problema lo tenemos nosotros*”<sup>448</sup>.

Por otra parte, esta referencia extensa dentro del discurso lanzado por los protagonistas políticos hacia el grupo que percibió con mayor intensidad la huelga tuvo otras acepciones más focalizadas como: “el ciudadano desprotegido”, “todos los ciudadanos de Barcelona”<sup>449</sup> o sencillamente “los usuarios del metro”<sup>450</sup>.

En el otro lado el corpus de análisis aporta señales sobre la posición dentro del discurso de los trabajadores que apoyaron la reivindicación contra el ayuntamiento. Los empleados

<sup>445</sup> La descarga de archivos de audio señaló que dos tenían un problema técnico.

<sup>446</sup> TV: 22/02 Antena 3 / Noticias de la mañana 06:44

<sup>447</sup> Radio: 22/02 RAC 1 / El món a RAC 1 08:08

<sup>448</sup> Radio: 22/02 Catalunya Radio / El matí de Catalunya Radio 07:02

<sup>449</sup> TV: 22/02 Televisió de Catalunya / Els Matins 09:24

<sup>450</sup> Prensa online: 22/02 Europapress.cat “Normalitat entre els usuaris del servei de metro a plaça de Catalunya a primera hora” 09:52 <http://www.aldia.cat/catalunya/territori/noticia-normalitat-els-usuaris-servei-metro-placa-catalunya-primera-hora-20160222094550.html>

fueron entonces “un colectivo de privilegiados”<sup>451</sup> ejecutores de un “chantaje”<sup>452</sup> aprovechando una cita de carácter internacional. Su comportamiento un acto “corporativo y antidemocrático de estilo mafioso”<sup>453</sup> indicativo de “irresponsabilidad e insolidaridad”<sup>454</sup> por puro “egoísmo”<sup>455</sup> valiéndose de una situación de “privilegio contractual”<sup>456</sup>. Este choque entre derechos expone una contradicción básica definida como la **oposición** entre *interés general* e *interés individual*. La pretensión de una mejora laboral, pese a que los sueldos de los trabajadores del metro estaban por encima de la media nacional<sup>457</sup> se reconoció que generaba entonces una disfunción del “principio de proporcionalidad entre los empleados y los que más sufren”<sup>458</sup>, un conflicto que ponía en entredicho a la alcaldesa pues “no es lo mismo tener un discurso a favor de corriente que luego modular esos derechos respecto el interés general”<sup>459</sup>. La máxima autoridad de la ciudad tuvo entonces “un difícil tránsito del activismo a la realidad política”<sup>460</sup> al tener que gestionar “una falta de respeto al interés general de carácter universal”<sup>461</sup> y desmentir una **forma nominalizada** de poder explicativo amplio como sería el “tremendismo antisistema”<sup>462</sup>.

“El trecho que separa los deseos de la realidad”<sup>463</sup> supuso según los recursos discursivos analizados que pese a que la alcaldesa estaba instaurada en la “izquierda populista”<sup>464</sup> o en

---

<sup>451</sup> TV: 22/02 Televisio de Catalunya / Els Matins 09:24

<sup>452</sup> Radio: 22/02 COPE / Herrera en la COPE (Tertulia) 09:49

<sup>453</sup> Blogs: 23/02 Sol ixent a Catalunya, a Europa i al Món sencer “Vaga al metro” 10:14  
<http://www.solixent.cat/2016/02/23/vaga-al-metro/>

<sup>454</sup> Prensa: 26/02 La Vanguardia (ed. Català) “Barcelona i el Mobile”

<sup>455</sup> TV: 22/02 Antena 3 / Espejo Público (Magazine) 10:12

<sup>456</sup> Blogs: 23/02 Sol ixent a Catalunya, a Europa i al Món sencer “Vaga al metro” 10:14  
<http://www.solixent.cat/2016/02/23/vaga-al-metro/>

<sup>457</sup> Prensa: 26/02 Expansión (Catalunya) “La crisis de TMB revoluciona la política barcelonesa”

<sup>458</sup> Radio: 22/02 Catalunya Radio / El matí de Catalunya Radio 09:15

<sup>459</sup> Radio: 22/02 Radio Euskadi / Tertúlia Boulevard 08:44

<sup>460</sup> Prensa *online*: 22/02 Cronica Global “El Rey y Puigdemont tan felices y las turbulencias del PP” 09:45  
<http://www.cronicaglobal.com/es/notices/2016/02/el-rey-y-puigdemont-tan-felices-y-las-turbulencias-del-pp-33687.php>

<sup>461</sup> Blogs: 23/02 Sol ixent a Catalunya, a Europa i al Món sencer “Vaga al metro” 10:14  
<http://www.solixent.cat/2016/02/23/vaga-al-metro/>

<sup>462</sup> Radio: 22/02 COPE / Herrera en la COPE (Tertulia) 09:49

<sup>463</sup> Prensa: 26/02 El periódico de Cataluña “La Clave”

<sup>464</sup> Radio: 22/02 COPE / Herrera en la COPE (Tertulia) 07:12

un presunto “gobierno del cambio”<sup>465</sup> tuvo que decidir entre la afectación al “interés general o al interés de parte” defendiendo al “común de la gente o a unos intereses corporativos consolidados”<sup>466</sup>. La decisión estuvo clara cuando “el que tiene responsabilidades públicas está obligado a defender los intereses de toda la comunidad”<sup>467</sup>

Del choque entre estas dos posiciones emergieron los resultados que sufrió, como se ha dicho, una parte de la población de la ciudad durante la celebración del congreso. El abanico de fórmulas que se desplegaron incluyó un rango **hiperbólico** como: “el Mobile saboteado”<sup>468</sup>, “un infierno caótico que no desearías ni al peor de tus enemigos”<sup>469</sup>, un “desastre absoluto”<sup>470</sup>, “se ha implantado el caos en las calles”<sup>471</sup> o el “colapso monumental en el transporte de Barcelona”<sup>472</sup>. Semejante estructura del lenguaje incluyó **formaciones isotópicas** en un mismo texto como: el “colapso”, “caos”, “aglomeraciones” y “metidos como en latas de sardinas”<sup>473</sup>. Si bien, desde la exageración dramática también es posible encontrar dentro del corpus analizado referencias enmarcadas en el **eufemismo** minimizador. Por ejemplo considerar que la celebración de una huelga en las fechas con mayor previsión de afluencia llevaría a “disfunciones en la movilidad”<sup>474</sup>, una situación “*compleja*” (Constantí Serrallonga, director general de la Fira de Barcelona) para el transporte, la generación de “*algo de molestias*”<sup>475</sup> (Ada Colau, Alcaldesa de Barcelona) o la

---

<sup>465</sup> Prensa *online*: 22/02 OK Diario “Colau indigna al 15M: No es el camino Ada, qué decepción” 09:47 <http://okdiario.com/espana/cataluna/colau-indigna-al-15m-no-es-el-camino-ada-que-decepcion-75572>

<sup>466</sup> TV: 22/02 Televisio de Catalunya / Els Matins 09:24

<sup>467</sup> Prensa: 26/02 La Vanguardia (ed. Català) “Barcelona i el Mobile”

<sup>468</sup> Prensa: 26/02 Tiempo “El Mobile saboteado”

<sup>469</sup> Radio: 22/02 Catalunya Radio / El matí de Catalunya Radio 11:57

<sup>470</sup> Radio: 22/02 Radio Euskadi / Tertúlia Boulevard 08:44

<sup>471</sup> TV: 22/02 Antena 3 / Espejo público (Magazine) 10:08

<sup>472</sup> Prensa *online*: 22/02 Cronica Global “Colapso monumental en el transporte de Barcelona en el primer día del Mobile” 09:45 <http://www.cronicaglobal.com/es/notices/2016/02/congestion-en-barcelona-en-el-primer-dia-del-mobile-world-congress-33682.php>

<sup>473</sup> Prensa: El Punt Avui (ed. Girona) “El MWC, un èxit?”

<sup>474</sup> Prensa: 26/02 ABC (ed. Cataluña) “El Mobile cierra otra edición de record con 101.000 asistentes”

<sup>475</sup> TV: Telecinco / Informativo Matinal 06:42

necesidad de “regular aglomeraciones”<sup>476</sup>. Todo ello debido a la “tozudez reivindicativa”<sup>477</sup> de los trabajadores.

Por otra parte, la disyuntiva de inicio entre *interés general* e *interés individual*, que se ha cimentado a través una profusión de elementos del discurso, se retoma en un espectro más abstracto y simbólico si se observan los parlamentos que se realizaron durante la celebración del congreso. Sin embargo, esta vez el señalamiento axiológico se dirige a la relación intrínseca entre uso de *la tecnología* y beneficio general. Por ejemplo durante la inauguración la alcaldesa Ada Colau alertó del “*aumento de las desigualdades, condiciones laborales y explotación masiva de recursos naturales que se puede evitar con el uso de la tecnología*”, reconociendo que esta “*debe ser inclusiva*”<sup>478</sup>. Es entonces el congreso una vía para “*crear oportunidades para las personas y las empresas*”<sup>479</sup> (Carles Puigdemont, President de la Generalitat), un espacio para “*trabajar juntos con el objetivo del bien común*”<sup>480</sup> (Felipe VI, rey de España).

Por otro lado, el alcance de la tecnología, su vis extensiva de forma neutra e independiente se convierte en una “mirada universal en los asistentes”<sup>481</sup> según la cual “*es imposible imaginar nuestras vidas sin el móvil*”<sup>482</sup> (John Hoffman, Consejero Delegado del GSMA). La tecnología se transmuta en una vía para “concebir el mundo de otra forma”<sup>483</sup>. Ahora bien, *la tecnología* como **forma nominalizada de poder** explicativo, como significado dotado de diferentes aspectos, adquiere también una dimensión peyorativa cuando se advierte que “el Mobile

---

<sup>476</sup> Prensa online: 22/02 Noticias de Álava “La huelga del Metro de Barcelona cumple los servicios mínimos con menos viajeros de lo habitual” 09:59 <http://www.noticiasdealava.com/2016/02/22/sociedad/la-huelga-del-metro-de-barcelona-cumple-los-servicios-minimos-con-menos-viajeros-de-lo-habitual>

<sup>477</sup> Prensa online: 22/02 Informativos.net “Felipe VI preside la cena de inauguración del Mobile World Congress en el Liceo de Barcelona” 09:43 [http://www.informativos.net/reportajes/felipe-vi-preside-la-cena-de-inauguracion-del-mobile-world-congress-en-el-liceo-de-barcelona\\_55030.aspx](http://www.informativos.net/reportajes/felipe-vi-preside-la-cena-de-inauguracion-del-mobile-world-congress-en-el-liceo-de-barcelona_55030.aspx)

<sup>478</sup> Prensa online: 22/02 Ara Cat “Primer Mobile amb vaga” 09:20 [http://www.ara.cat/economia/Barcelona-que-del-MWC-TMB\\_0\\_1527447310.html](http://www.ara.cat/economia/Barcelona-que-del-MWC-TMB_0_1527447310.html)

<sup>479</sup> Radio: 22/02 Radio Euskadi / Tertúlia Boulevard 08:44

<sup>480</sup> Prensa online: 22/02 El día “El Rey llama a ‘trabajar juntos’ en Cataluña” 09:26 <http://eldia.es/2016-02-22/nacional/4-Rey-llama-trabajar-juntos-primer-saludo-Puigdemont.htm>

<sup>481</sup> Radio: Onda Cero / Más de uno 08:21

<sup>482</sup> Radio: Onda Cero / Más de uno 08:21

<sup>483</sup> Radio: Radio Euskadi / Boulevard 11:35

refleja un mundo de ciencia ficción poco enganchado con la cotidianidad<sup>484</sup>, el ejemplo de una tiranía tecnológica con focos rebeldes como pudiera ser una supuesta liga por la destrucción de móviles<sup>485</sup>

Finalmente, con una presencia cuantitativamente anecdótica, pero con peso como generador de una ambientación, pueden extraerse del marco investigado sobre este discurso dos elementos incardinados en la fórmula discursiva genérica de las visiones sobre los **estereotipos de género** (que se analizará en el capítulo Conclusiones). Una de ellas fue la presentación del dato que atestiguaba como positivo que un 21% los asistentes fueran mujeres<sup>486</sup> y en correlación directa con esta información que algunos expositores regularan “los centímetros de distancia entre el final de la falda y la rodilla de las azafatas para evitar que la carne eclipse a la tecnología”<sup>487</sup>.

---

<sup>484</sup> Prensa: 26/02 El Periódico de Catalunya (ed. Català) “MWC: Nou balanç d’èxit”

<sup>485</sup> Prensa: 26/02 Diari de Girona “El que ningú no explica del Mobile”

<sup>486</sup> Prensa: 26/02 El Periódico de Catalunya (ed. Català) “El Mobile es queda a Barcelona”

<sup>487</sup> Prensa: 26/02 El Punt Avui “Nou rècord del MWW en l’edició més agredolça”

ENTIDADES DEL DISCURSO				RECURSOS RETÓRICOS				ELEMENTOS SEMIÓTICOS					
Colectivo de identificación	Entidades enumerables	Meta-colectivos singulares	Formas nominalizadas	Formas nominales explicativas	Analogías	Eufemismos	Metáforas	Personificación es	Hiperboles	Motivos	Temas	Isotopías	Oposiciones
Colectivo de privilegiados	La ciudadanía	La comunidad	La tecnología	La tecnología		Disfrunciones en la mortuoridad			Un infierno			Caos	Interés general / interés individual
	Los que más sufren “nosotros”	El gobierno del cambio	La izquierda antisistema	El gobierno del cambio		Situación compleja			Sabotaje			Colapso	
	El ciudadano desprotegido	Los usuarios	La brecha de género	La brecha de género		Algo de molestias			Caos			Como en Irán de sardinas	
									Como en Irán de sardinas				

Tabla 5.f Tabla con los elementos semio-discursivos detectados en el discurso sobre la celebración del *Mobile World Congress* 2016 en Barcelona

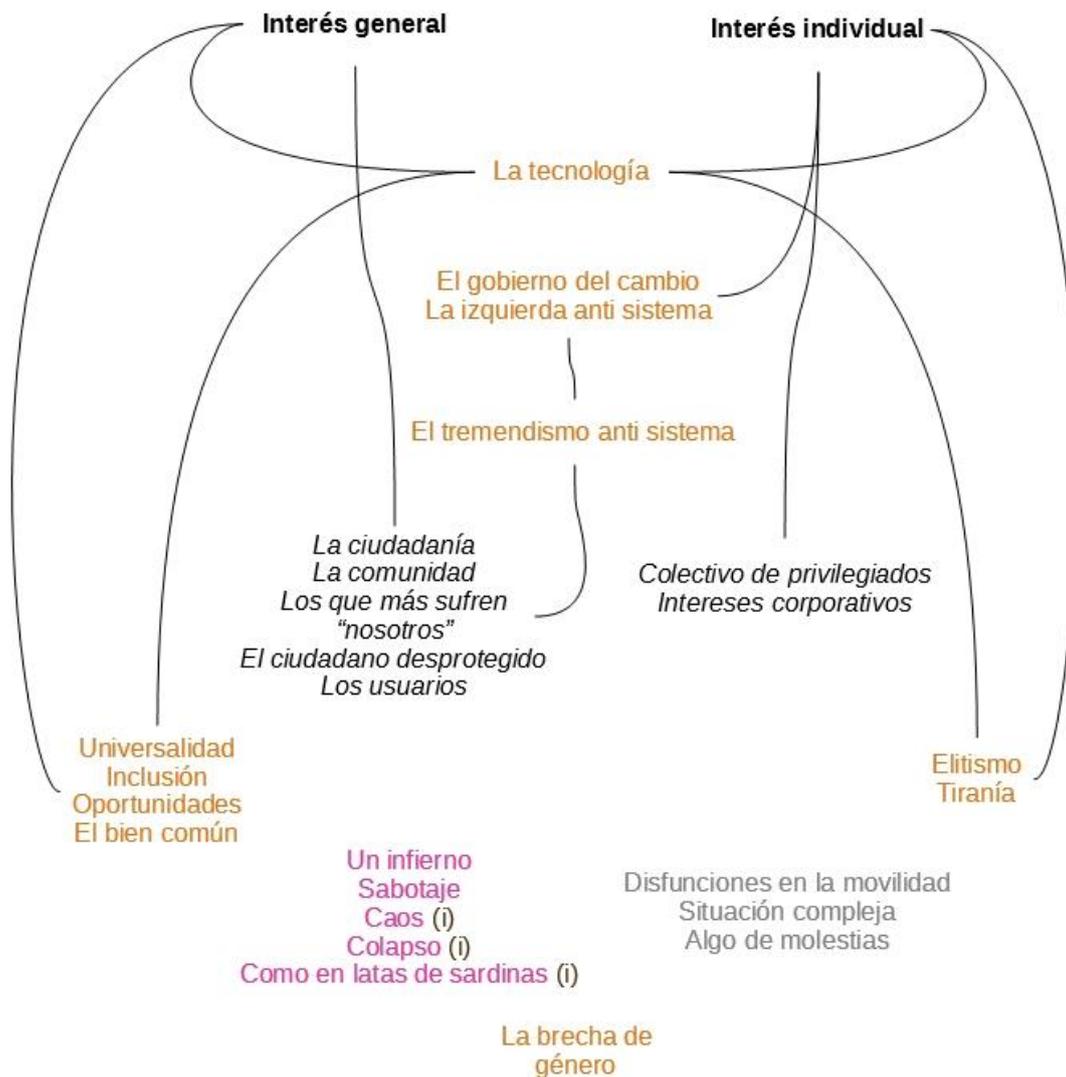


Figura 5.7 Dendrograma de conceptos con los elementos semio-discursivos más significativos detectados en el discurso sobre el MWC dentro del bloque Acontecimientos.

### 5.6.2 Celebración de la entrega de los premios Oscar

La celebración de la entrega de los premios de la Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas, comúnmente conocida como gala de los Oscar, fue el segundo *trending topic* de Twitter más importante en España durante el 28 de febrero (día en que se inició el acto).

Por otra parte la combinación *historia / oscar / película* fue la más importante en blogs durante el 28 de febrero. De esta forma un mismo evento obtuvo presencia en la franja de investigación señalando dos puntos de entrada para el análisis.

El primer foco provino por el procesamiento de todos los *posts* en blogs publicados el 28 de febrero lo que arrojó la combinación *historia / oscar / película*. Por otro lado el procesamiento de todos los *tweets* en lengua castellana con el *hashtag* sobre la ceremonia señaló que la combinación más recurrente fue: *#oscars / dicaprio / @pictoline*. Este resultado está relacionado con un video humorístico creado por el portal Pictoline y dedicado al actor Leonardo DiCaprio tras ganar el Oscar a mejor actor.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	28/02/2016	21:00 – 21:59	20.915	20.924	0	1
Prensa online	29/02/2016	08:00 – 08:59	131	45		86
Blogs	29/02/2016	09:00 – 09:59	15	5	0	10
TV	29/02/2016	18:00-23:59	3	0	0	3
Radio	29/02/2016	12:00-17:59	1	0	0	1
Prensa	28/02/2016	28/02/2016	148	60	11	77

Tabla 5.19 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *#oscars / dicaprio / @pictoline* para Twitter e *historia / oscar / película* para el resto de canales.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

El tratamiento informativo de la ceremonia estuvo marcado de manera esencial por la polémica sobre la ausencia de personas de raza negra en las nominaciones a los premios. Esta situación acaparó parcialmente la construcción de significados en los textos que se analizaron.

En primer lugar, y como forma **nominalizada de poder explicativo**, emerge el “racismo”<sup>488</sup>. Ejemplificado tanto por la traslación de hechos del acontecimiento informativo como por el boicot de algunos de los asistentes de raza negra que declinaron acudir como por recursos del lenguaje que argumentaban con mayor o menor intensidad esta figura.

A este respecto el presentador de la gala, y también perteneciente a este colectivo, Chris Rock indicó que los Oscar eran “*los premios de la gente blanca*”<sup>489</sup> y señaló la existencia de una “*buena señal*” respecto que algunos de los miembros de la industria de raza negra pudieran ejercer presión cuando en otras épocas se conformaban con “*que no nos colgaran de un árbol*”<sup>490</sup>. Esta simple construcción del discurso, conduce a una **oposición** básica primigenia entre *progreso* y *retroceso*, que se solidifica durante el análisis de todos los textos.

Fue entonces una celebración que reconocía “los persistentes efectos de la segregación”<sup>491</sup> “los problemas de integración racial, y por extensión de minorías”<sup>492</sup>, donde hubo cabida para la “reivindicación de raza, un añadido nada fútil en esa industria escorada hacia lo blanco, lo guapo y lo exultante”<sup>493</sup> sin olvidar la época de la esclavitud presente en uno de los films candidatos: *El renacido*<sup>494</sup>. Un conflicto ejemplificado mediante el boicot de algunos representantes importantes del sector que se convirtió en un “vacío acusador”<sup>495</sup>.

---

<sup>488</sup> Prensa: 29/02 El diario Montañés “Unos Oscar renacidos”

TV: Euskal Telebista 2 / Teleberri 2 21:36

Prensa *online*: 29/02 El Día “Críticas al racismo y advertencias sobre el cambio climático en la Gala de los Oscar” 08:35 <http://eldia.es/agencias/8564880-Criticas-racismo-advertencias-cambio-climatico-Gala-Oscar>

<sup>489</sup> Prensa *online*: 29/02 El Día “Críticas al racismo y advertencias sobre el cambio climático en la Gala de los Oscar” 08:35 <http://eldia.es/agencias/8564880-Criticas-racismo-advertencias-cambio-climatico-Gala-Oscar>

<sup>490</sup> Blogs: 29/02 El mundo “DiCaprio logra su ansiado Oscar” 09:29 <http://www.elmundo.es/cultura/2016/02/26/56d03f86268e3ef45c8b4690.html>

<sup>491</sup> Prensa: 28/02 La Razón “Los Oscar disparan sobre seguro”

<sup>492</sup> Prensa: 28/02 El Periódico de Aragón “El debate sobre la discriminación racial marca los Oscar”

<sup>493</sup> Prensa: 28/02 La Voz de Avilés “Ceremonias”

<sup>494</sup> Prensa: 28/02 El Periódico de Aragón “Hacer ‘El renacido’ ha sido como alcanzar el Everest”

<sup>495</sup> La Vanguardia “La noche de las incógnitas”

Si bien el problema de base se presenta como “la falta de directivos provenientes de minorías en los estudios, quienes deciden qué historias se ruedan”<sup>496</sup>. A partir de esta justificación la forma nominalizada “racismo” adquiere una fuente de origen que puede reformularse como un **metacolectivo singular**: *el poder formal*.

Es en este momento en que esta construcción discursiva son “quienes toman las decisiones” los que además promueven la “escasa presencia de la mujer”<sup>497</sup> en el cine. El poder que ejerce su dominación ya sea mediante la inequidad de sueldos entre géneros<sup>498</sup> o por la conversión de la gala en una “pasarela de moda” femenina donde en los últimos años muchas actrices han reivindicado “la igualdad de género cuestionando las preguntas machistas”<sup>499</sup>.

Este fenómeno de reivindicación, coincidente con numerosos movimientos sociales y enmarcado en el concepto general de los **estereotipos de género**, aparece en diferentes modos y formas nominalizadas, teniendo todos ellos como punto en común una fuerza condicionante de tipo superior. Por ejemplo, surge de este la “homofobia”<sup>500</sup> de una industria donde los “intérpretes homosexuales tampoco lo tienen fácil”<sup>501</sup>. Semejante influencia argumentaría que el film *Carol* no tuviera espacio en los galardones principales “porque retrata una relación lésbica sin condenarla al ostracismo, celebrando su honestidad ante la represión moral del sistema”<sup>502</sup>.

Siguiendo esta misma estela otra polémica, esta vez relacionada con la *transfobia*, fue que la transexual Anhomi no acudió a la celebración pese a ser nominada por la mejor canción al no haber sido propuesta para actuar durante la gala, una invitación que recibieron otros de los nominados. Una exclusión significativa si se tiene en cuenta que el film *La chica danesa*

---

<sup>496</sup> Prensa: 28/02 El progreso “Los Oscar se celebran con una gala marcada por las ausencias y ‘El renacido’ como favorita”

<sup>497</sup> Prensa: 28/02 Heraldo de Aragón “Los Oscar miden el efecto Iñárritu”

<sup>498</sup> Prensa: 28/02 La Opinión de Murcia “Entre favoritos y reivindicaciones”

<sup>499</sup> Prensa: 28/02 El Periódico de Aragón “El debate sobre la discriminación racial marca los Oscar”

<sup>500</sup> Prensa: 28/02 Diario Montañés “Unos Oscar renacidos”

<sup>501</sup> Prensa: 28/02 Málaga hoy “Oscar 2016. Corazón tan blanco”

<sup>502</sup> Prensa: 28/02 La Razón “Los Oscar dispararán sobre seguro”

(la historia de la primera transexual) fue premiado en la categoría de mejor actriz de reparto.

Por otro lado del análisis de la narración informativa sobre el acto también se extrae por reiteración y significación el fenómeno de “la violencia sexual en los campus del país”<sup>503</sup> (Estados Unidos) ocultada en muchos casos por las instituciones afectadas y denunciada por el documental nominado *The hunting ground*. Reafirmando esta condena la actuación de Lady Gaga se convirtió en un “tributo a las víctimas de violación”<sup>504</sup>, una interpretación presentada por el vicepresidente Joe Biden representante de una campaña impulsada por la Casa Blanca para “concienciar sobre el problema”<sup>505</sup>. En este caso, entonces, es el metacolectivo considerado como *el poder formal* el que se polariza en parte del problema y en propuesta de remedio. Por otra parte, este caso preciso puede resituarse conceptualmente en una dimensión más genérica: los “abusos sexuales”<sup>506</sup> presentes en otros dos films candidatos (*La habitación, Spotlight*).

Podría cerrar este hipotético listado de reivindicaciones la alerta del film *La gran apuesta* sobre “la ceguera y la soberbia que envuelven al sistema financiero”<sup>507</sup> y las acciones particulares en contra del cambio climático<sup>508</sup> (agradecimiento de L. DiCaprio), las muertes por armas de fuego y en apoyo a la comunidad latina<sup>509</sup>. En cierta forma, incluso el reparto de premios indicó que “el cine espectáculo ha perdido a favor del cine comprometido”<sup>510</sup>.

---

<sup>503</sup> Prensa: 29/02 El diario Montañés “Unos Oscar renacidos”

<sup>504</sup> Blogs: 29/02 E! Prensa *online* Latinoamerica | Argentina “Lady Gaga llevó el tema del abuso sexual a los Oscar y conmovió a todos por igual” 09:50 <http://la.ePrensa.online.com/argentina/2016/lady-gaga-llevo-el-tema-del-abuso-sexual-a-los-oscar-y-conmovio-a-todos-por-igual/>

<sup>505</sup> Prensa: 29/02 Ideal de Granada “Unos Oscar renacidos”

<sup>506</sup> Prensa *online*: 29/02 ABC.es “Así te hemos contado la gala en directo” 08:52 [http://www.abc.es/cultura/cine/abci-oscar-toda-informacion-noche-oscar-201602281119\\_directo.html](http://www.abc.es/cultura/cine/abci-oscar-toda-informacion-noche-oscar-201602281119_directo.html)

<sup>507</sup> Prensa: 28/02 Heraldo de Aragón “Los Oscar miden el efecto Iñárritu”

<sup>508</sup> Blogs: 29/02 Mascorazon “Leonardo DiCaprio gana el Oscar por El renacido” 09:10 <http://www.mascorazon.com/leonardo-dicaprio-gano-el-oscar-por-el-renacido/>

<sup>509</sup> Prensa: 28/02 Diario Montañés Los Oscar se celebran con una gala marcada por las ausencias u por ‘El renacido’ como favorita”

<sup>510</sup> Prensa *online*: 29/02 El confidencial “El mexicano Iñárritu hace historia en los Oscar, pero 'Spotlight' vence a 'El renacido'” 08:30 [http://www.elconfidencial.com/cultura/2016-02-29/el-mexicano-inarritu-hace-historia-en-los-oscar-pero-spotlight-vence-a-el-renacido\\_1160354/](http://www.elconfidencial.com/cultura/2016-02-29/el-mexicano-inarritu-hace-historia-en-los-oscar-pero-spotlight-vence-a-el-renacido_1160354/)

Pese a todo, si esta construcción discursiva amparada en figuras del lenguaje y argumentos conectados con hechos elabora una interpretación de cierto modelo involutivo, de este mismo corpus deriva una corriente opuesta referida al *progreso*. Por un lado un evidente acto de voluntad: “la fe en que se cambiarán las cosas”, la “fe en la industria que los deja de lado”<sup>511</sup> (a las minorías) o la creencia en que “el ideal del mundo blanco ya se había superado”<sup>512</sup>

Por otro, la cita al camino a seguir dentro de un proceso de integración para que el cine sea “el arte de todos”<sup>513</sup>: “*es momento de hablar sobre el futuro*” en aras de “*generar los cambios vitales que la industria necesita*” (Cheryl Boone Isaacs, Presidenta de la Academia). La verdadera “*oportunidad para nuestra generación para realmente liberarnos de todo prejuicio*”<sup>514</sup> (A. G. Iñárritu) y el reconocimiento de “*las personas cuyas voces han sido acalladas por las políticas avariciosas*”<sup>515</sup> (L. Di Caprio).

Desde otra perspectiva, la franja analizada aportó con enorme intensidad la evocación del **motivo** que podría resumirse como: *el hombre contra la naturaleza*. Esta interpretación proviene por el tratamiento dedicado al film *El renacido*, una narración sobre: “la épica de la supervivencia y la resistencia ante la muerte”<sup>516</sup>, una epopeya que lleva “al ser humano hasta su límite” en una “historia de la lucha por la supervivencia”<sup>517</sup> ante “la más indómita de las naturalezas”<sup>518</sup>.

---

<sup>511</sup> Blogs: 29/02 El mundo “DiCaprio logra su ansiado Oscar” 09:29 <http://www.elmundo.es/cultura/2016/02/26/56d03f86268e3ef45c8b4690.html>

<sup>512</sup> Prensa: 28/02 Málaga hoy “Oscar 2016. Corazón tan blanco”

<sup>513</sup> Prensa: 28/02 La Razón “Cuando los negros eran blancos pintados con betún”

<sup>514</sup> Blogs: 29/02 Prodavinci “Boone, DiCaprio e Iñárritu: los tres discursos más comentados de la 88va. entrega del Oscar” 09:45 <http://prodavinci.com/2016/02/29/actualidad/boone-dicaprio-e-inarritu-los-tres-discursos-mas-comentados-de-la-88va-entrega-del-oscar/>

<sup>515</sup> Blogs: 29/02 E! Prensa *online* Latino | Andes “Leonardo DiCaprio finalmente ganó su primer Oscar y todos morimos de la emoción ¿Pueden creerlo?” 09:30 <http://la.ePrensaonline.com/andes/2016/leonardo-dicaprio-finalmente-gano-su-primer-oscar-y-todos-morimos-de-la-emocion-pueden-creerlo/>

<sup>516</sup> Prensa: 28/02 Heraldo de Aragón “Los Oscar miden el efecto Iñárritu”

<sup>517</sup> Prensa: 28/02 La Razón “La verdadera historia de “El renacido”

<sup>518</sup> Blogs: 29/02 El mundo “DiCaprio logra su ansiado Oscar” 09:29 <http://www.elmundo.es/cultura/2016/02/26/56d03f86268e3ef45c8b4690.html>

Sin embargo, resulta del todo significativo que esta visión no sólo sea aportada por el film *per se* sino también por los avatares que orbitaron sobre el rodaje. Ya es indicativo que el propio director comparara el proyecto a “*alcanzar la cumbre del Everest*”<sup>519</sup> un “rodaje casi tan salvaje como la propia trama que narra y que dejó a sus protagonistas al borde de la extenuación”<sup>520</sup> en que algunos miembros “incluso sufrieron hipotermias”<sup>521</sup>.

Se sublima, entonces, un **motivo** tan antiguo como el propio hombre, y se glorifica desde una doble orientación. Dentro del arte de contar historias a través de “el mito del hombre que luchó contra el oso y venció a la naturaleza”<sup>522</sup> y para aquellos que las cuentan el vehículo es “el mito de un rodaje imposible y en condiciones climáticas inhumanas”<sup>523</sup>.

---

<sup>519</sup> Prensa: 28/02 El Periódico de Aragón “Hacer ‘El renacido’ ha sido como alcanzar el Everest”

<sup>520</sup> Prensa *online*: 29/02 Leonoticias.com “Spotlight da la sorpresa en los Oscar” 08:59  
<http://www.leonoticias.com/frontend/leonoticias/39-Spotlight-39-Da-La-Sorpresa-En-Los-Oscar-vn197760-vst239>

<sup>521</sup> Prensa: 28/02 La Voz de Galicia – Extra Voz “La realidad revienta las taquillas”

<sup>522</sup> Prensa: 28/02 La Razón “La verdadera historia de “El renacido”

<sup>523</sup> Prensa: 28/02 La Razón “Los Oscar dispararán sobre seguro”



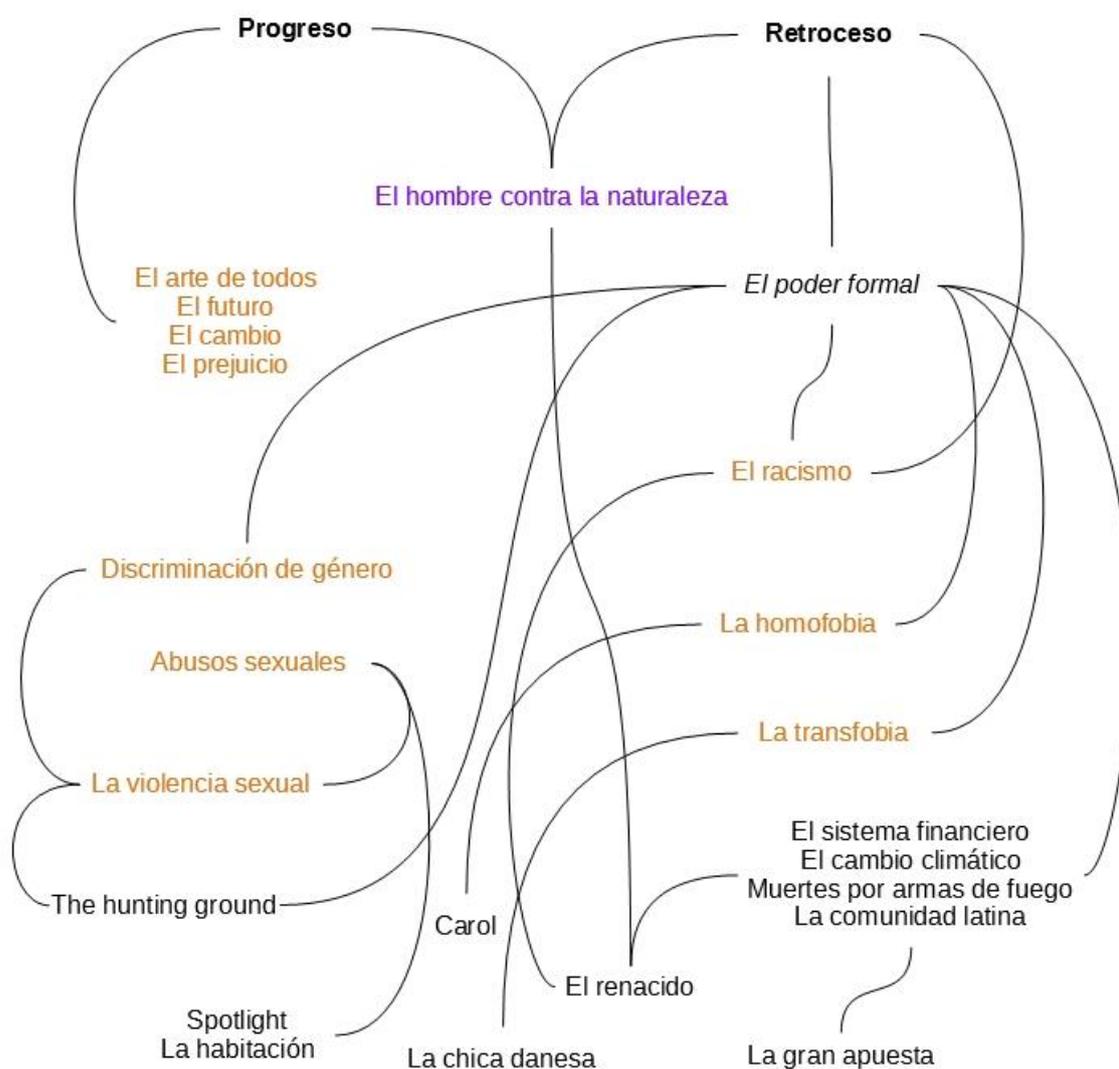


Figura 5.8 Dendrograma de conceptos con los elementos semio-discursivos más significativos detectados en el discurso sobre los premios Oscar dentro del bloque Acontecimientos.

### 5.6.3 Celebración del congreso Comunica2 en Gandía

El 25 de febrero el *hashtag* #comunica2gandia se convirtió en el tercero más importante en España. Esta etiqueta correspondía con el Congreso Internacional sobre Redes Sociales que se celebraba en Gandía.

El procesamiento de todos los *tweets* de esa fecha arrojó como combinación principal en términos cuantitativos: *comunica2gandia /@anacarrillo/ biblioteca*. Al tratarse de un *hashtag* tal como se comentó en el apartado de metodología se realizó una descarga de contenidos para el evento reconocible del *hashtag* (Comunica2) y se reprocesó obteniendo como resultado: *sociales / congreso / comunica2* que fue usado en el resto de canales.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	25/02/2016	03:00 – 03:59	68	16	0	52
Prensa online	25/02/2016	12:00 – 12:59	12	11	0	1
Prensa online	26/02/2016	13:00 – 13:59	12	10	0	2
Blogs	27/02/2016	09:00 – 09:59	2	1	0	1
Prensa	26/02/2016	26/02/2016	4	0	0	4

Tabla 5.20 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *#comunica2gandia /@anacarrillo/ biblioteca* para Twitter y *sociales / congreso / comunica2* para el resto de canales.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

El tratamiento que recibió el acto por parte de los canales dentro de la investigación mostró dos vías diferentes que podrían definirse con la **forma nominalizada de poder explicativo**: el *conocimiento* más sus variantes junto con el concepto marco referente a los estereotipos de género.

En primer lugar, tratándose de un congreso sobre uso de tecnologías de la información y la comunicación, el conocimiento y su dimensión global aparece reflejado en las propias reflexiones de Ana Carrillo, responsable de comunicación de la Biblioteca Nacional en las Redes Sociales.

El *saber venido de antiguo*, representado visualmente en “montones de libros”<sup>524</sup> y vinculado a un sustrato físico medido en toneladas<sup>525</sup>, pero también la expansión sin límites<sup>526</sup>, la cualidad aditiva del conocimiento gracias a la *tecnología*. Tanto para la difusión de una sabiduría abstrusa como para la reflexión en tiempo de contenidos de entretenimiento (la Biblioteca Nacional promueve las conversaciones en redes sociales sobre series televisivas de ficción). Un progreso técnico que puede “acercar el conocimiento a todos”<sup>527</sup> con la función amplia de ser “útil para la sociedad”<sup>528</sup>.

En segundo lugar, pese a la facultad potencialmente inclusiva de la tecnología, se manifiesta de nuevo dentro del corpus textual ciertas señales de disfunción entre el deber ser ideal y el ser real.

Por una parte, la voz de alarma de Wikipedia sobre la ausencia de mujeres que generen contenido en su plataforma (10%), “una brecha que se plasma en los contenidos”<sup>529</sup>. Por otro, que el congreso organizara un acto dedicado exclusivamente a la visión de la mujer sobre la cultura: “Poesía en nombre de mujer”<sup>530</sup>. Esta dualidad conduce a una posible dicotomía entre la autoregulación del sector del saber y los impulsos institucionales específicos para equilibrar la presencia de diferentes géneros.

---

<sup>524</sup> Twitter: 25/02 La actividad de la @BNE\_biblioteca es muy variada, no solo se "amontonan" libros, explica @anacarrillop . #comunica2Gandia 03:11

<sup>525</sup> Twitter: 25/02 #comunica2gandia la Biblioteca Nacional recibe todos los meses 40 toneladas de documentos, según @anacarrillop 03:18

<sup>526</sup> Twitter: 25/02 @anacarrillop de la @BNE\_biblioteca explicándonos cómo funciona y cómo acceder. Internet es conocimiento infinito #comunica2gandia 03:15

<sup>527</sup> Prensa *online*: 26/02 El Confidencial “Las mujeres representan sólo el 10 % de los editores de Wikipedia” 13:47 [http://www.elconfidencial.com/ultima-hora-en-vivo/2016-02-26/las-mujeres-representan-solo-el-10-de-los-editores-de-wikipedia\\_837266/](http://www.elconfidencial.com/ultima-hora-en-vivo/2016-02-26/las-mujeres-representan-solo-el-10-de-los-editores-de-wikipedia_837266/)

<sup>528</sup> Prensa: 26/02 Levante (ed. La Safor) “Vargas: Los periodistas deben ser humildes, no creer que lo saben todo”

<sup>529</sup> Prensa *online*: 26/02 El Confidencial “Las mujeres representan sólo el 10 % de los editores de Wikipedia” 13:47 [http://www.elconfidencial.com/ultima-hora-en-vivo/2016-02-26/las-mujeres-representan-solo-el-10-de-los-editores-de-wikipedia\\_837266/](http://www.elconfidencial.com/ultima-hora-en-vivo/2016-02-26/las-mujeres-representan-solo-el-10-de-los-editores-de-wikipedia_837266/)

<sup>530</sup> Prensa: 26/02 Las Provincias (ed. La Safor) “Fundeú anima a cuidar el lenguaje en las redes sociales tanto como la imagen”

ENTIDADES DEL DISCURSO				RECURSOS RETÓRICOS				ELEMENTOS SEMIÓTICOS				
Colectivo de identificación	Entidades enumerables	Meta-colectivos singulares	Formas nominalizadas	Analogías	Eufemismos	Metáforas	Personificaciones	Hipérboles	Motivos	Temas	Isotopías	Oposiciones
			Formas nominales explicativas									
			El conocimiento									
			La tecnología									
			El saber antiguo									
			Inclusión									
			La brecha									
			tecnológica									
			La igualdad entre géneros									

Tabla 5.h Tabla con los elementos semio-discursivos detectados en el discurso sobre la celebración del congreso *Comunicación 2* en Gandía

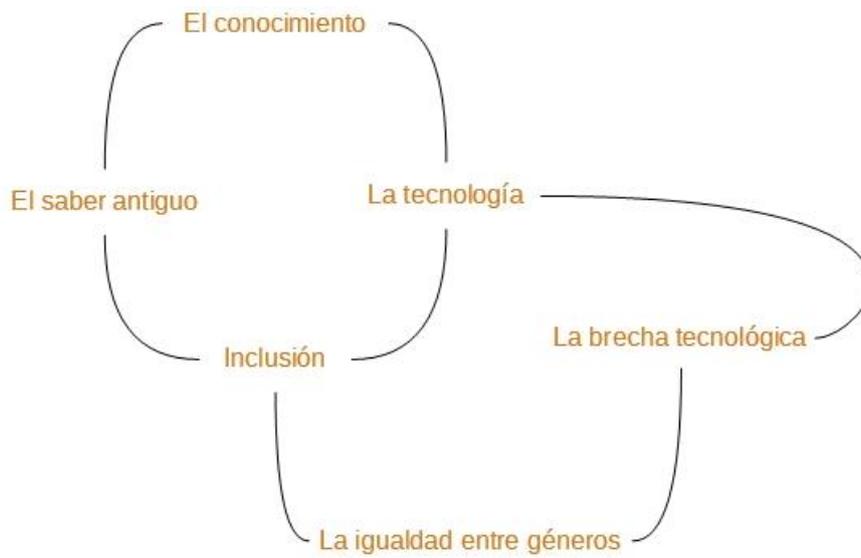


Figura 5.9 Dendrograma de conceptos con los elementos semio-discursivos más significativos detectados en el discurso sobre el congreso Comunica2 dentro del bloque Acontecimientos.

## 5.7 Bloque Tecnología

### 5.7.1 Presentación del teléfono móvil Samsung Galaxy S7

El procesamiento de todos los post de blogs del 21 de febrero arrojaron que la combinación *samsung / camara / batería* fue la más importante en términos cuantitativos.

Este resultado tiene relación con la presentación oficial del teléfono móvil Samsung Galaxy S7 durante la celebración del *Mobile World Congress*.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
<b>Prensa online</b>	21/02/2016	19:00 – 20:59	110	40	0	70
<b>Blogs</b>	21/02/2016	19:00 – 19:59	60	24	1	35
<b>TV</b>	21/02/2016	18:00 – 23:59	1	0	0	1
<b>Radio</b>	22/02/2016	06:00-11:59	3	0	0	3
<b>Prensa</b>	26/02/2016	26/02/2016	4	0	0	4

Tabla 5.21 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *samsung / camara / batería*.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

El análisis de los textos en el marco de análisis no ofreció resultados semióticos significativos. Los contenidos desarrollaban listados de las características técnicas del dispositivo.

### 5.7.2 Presentación del teléfono móvil Xiaomi Mi5

El procesamiento de todos los post de blogs del 23 y el 24 de febrero arrojaron que la combinación *precio / version / xiaomi* fue la segunda más importante en términos cuantitativos para el día 23 de febrero y la cuarta para el 24.

Este resultado tiene relación con la presentación oficial del teléfono móvil Xiaomi Mi5 durante la celebración del *Mobile World Congress*.

<b>Medio</b>	<b>Fecha</b>	<b>Franja</b>	<b>Total textos</b>	<b>Textos duplicados</b>	<b>Falsos positivos</b>	<b>Textos analizados</b>
<b>Prensa online</b>	24/02/2016	13:00 – 13:59	10	7	0	3
<b>Blogs</b>	21/02/2016	11:00 – 11:59	7	0	7	0
<b>Blogs</b>	24/02/2016	09:00 – 09:59	7	6	0	1
<b>Prensa</b>	25/02/2016	25/02/2016	8	1	0	7

Tabla 5.22 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *precio / version / xiaomi*.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

El análisis de los textos en el marco de análisis no ofreció resultados semióticos significativos. Los contenidos desarrollaban listados de las características técnicas del dispositivo.

## 5.8 Bloque Deportes

### 5.8.1 Celebración del partido de fútbol Real Madrid – Atlético de Madrid

El 27 de febrero se celebró el partido de fútbol de liga que enfrentaba al Real Madrid y al Atlético de Madrid. De este acontecimiento se correlaciona que la combinación *futbol / real / atlético* fuera la más importante en televisión durante los días 28 y 29 de febrero, en blogs durante el 27 y en radio durante el 27 y 29.

La paráfrasis de los textos descargados señaló que la combinación era referida al partido entre Real Madrid – Atlético. Tal como se comentó en 4.6.a (Cuadro de criterios para la validación de combinaciones) para maximizar la pertinencia del análisis la descarga de contenidos se realizó usando la expresión *real Madrid* en lugar de *real* ya que la paráfrasis era referida al equipo de fútbol y por tanto a una entidad.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	27/02/2016	08:00 – 08:59	2295	1830	0	465
Prensa online	27/02/2016	18:00 – 18:59	109	44	4	60
Blogs	29/02/2016	12:00 – 12:59	7	0	7	0
Blogs	28/02/2016	16:00 – 16:59	6	1	1	4
Radio	29/02/2016	12:00 – 17:59	31	0	31	0
Radio	26/02/2016	12:00 – 17:59	28	0	0	28
TV	27/02/2016	12:00 – 17:59	65	0	0	65
Prensa	27/02/2016	27/02/2016	143 <sup>531</sup>	54	20	69

<sup>531</sup> Pese a que las franjas del 28 y 29 de febrero ofrecían más contenidos de inicio con la combinación aportada por el algoritmo (151 y 160 respectivamente) se desecharon ya que la aplicación de los principios de duplicidad de titular y de falsos positivos ofrecían finalmente menos resultados para el análisis.

Tabla 5.23 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *futbol / real madrid/ atlético*.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

La construcción discursiva de este acontecimiento deportivo se encontró protagonizada además de por los partícipes del mismo por entidades elaboradas semióticamente con una caracterización indefinida en su alcance pero sólida en su núcleo conceptual.

La primera de estas es el **metacolectivo singular** entendido como “la afición”<sup>532</sup> o “la hinchada”<sup>533</sup>. Esta, deviene una figura constante que se expone más allá de la simple militancia numerada a uno de los dos equipos en liza. La adhesión a una “afición” presupone, según el contenido implícito en la franja analizada, la vinculación a unos “valores”<sup>534</sup>, la introducción en una suerte de comunidad sin necesidad de manifestaciones externas.

A su vez, un término tan representativo posee acepciones más concretas relacionadas con asociaciones concretas como pudiera ser al Real Madrid. Entonces la afición posee su propio título entendido como “el madridismo”, un ente también imbuido por características que le son concedidas por la entidad de la que es originaria, por ejemplo la insistencia: “*los madridistas no nos entregamos nunca*”<sup>535</sup> (declaraciones de un aficionado).

---

<sup>532</sup> Prensa: 27/02 El Heraldo de Soria “El derbi del orgullo y la autoestima”

Prensa *online*: 27/02 Telemadrid “0-1. Griezmann y la lección del 'Cholo' llevan al Real Madrid al fracaso” 18:48 <http://www.telemadrid.es/noticias/deportes/noticia/0-1-griezmann-y-la-leccion-del-cholo-llevan-al-real-madrid-al-fracaso>

<sup>533</sup> Prensa: 27/02 As – Suplemento “Rivales desde la cuna. El análisis de los entrenadores”

Twitter: 27/02 En #Madrid los del Atlético son realmente hinchas del futbol, sufren y gozan x su equipo. Los del Real solo son por triunfalismo. 08:00

<sup>534</sup> TV: 27/02 Cuatro / Noticias Cuatro deportes 14:59

<sup>535</sup> TV: 27/02 Cuatro / Noticias Cuatro deportes 14:59

Por otra parte, esta entidad del discurso puede poseer atributos de los seres humanos, una **personificación** que permite que se pueda “hastiar al madridismo”<sup>536</sup> y que esta posea creencias: “el madridismo ha perdido la fe, la paciencia y la esperanza”<sup>537</sup>

En el otro lado, los textos mostraron otra entidad del discurso (**meta-colectivo singular**), esta vez una figura que se representó simbólicamente como una forma de poder: “el palco”<sup>538</sup>, cuya exposición vino referida a una suerte de interés individual<sup>539</sup> situado en las antípodas de la “afición”.

En relación a esta configuración otro elemento discursivo que asomó durante el análisis de los textos fue el ejercicio del poder que se considera que poseen “los palcos”, este fue: la *censura*. Esto es debido a que la derrota del Real Madrid en su campo originó las peticiones de dimisión al presidente por parte de los espectadores<sup>540</sup>, estos gritos fueron silenciados por la megafonía<sup>541</sup>.

En relación a la capacidad de la “afición” para tener fe y esperanza, el estudio del corpus textual aportó numerosas referencias al ámbito de la religión que se desplegó como una **analogía** entre el campo discursivo del deporte y el de la *religión*.

---

<sup>536</sup> Prensa: 27/02 El periódico de Catalunya “El derbi de los fantasmas”

<sup>537</sup> Prensa online: 27/02 OK Diario “Un Madrid impotente irrita al Bernabéu” 18:09 <http://okdiario.com/deportes/futbol/un-madrid-impotente-irrita-al-bernabeu-79178>

<sup>538</sup> Radio: 26/02 Onda Cero / Madrid en la onda 13:18

Prensa: 27/02 Cuatro / Noticias Cuatro deportes 14:59

<sup>538</sup> TV: 27/02 Marca “Tensión en el palco”

<sup>539</sup> TV: 27/02 Sport 3 / Sport Club 17:49

<sup>540</sup> Twitter: 27/02 RT @LaVanguardia: #EnDirecto: El Bernabéu vuelve a entonar el "Florentino dimisión". #RealMadrid 0-#Atlético 1 <https://t.co/MdofF10pft> #Rea... 08:41

Prensa online: 27/02 Mundo Deportivo “El Atleti vuelve a tomar el Bernabéu que se vuelve contra Florentino” 18:14 <http://www.mundodeportivo.com/futbol/real-madrid/20160227/4054343979/el-atleti-vuelve-a-tomar-el-bernabeu-que-se-vuelve-contra-florentino.html>

<sup>541</sup> Prensa online: 27/02 Mundo Deportivo “Gritos de 'Florentino dimisión' y pitos a los jugadores en el derbi” 18:55 <http://www.mundodeportivo.com/futbol/20160227/4055434620/gritos-de-florentino-dimision-y-pitos-a-los-jugadores-en-el-derbi.html>

TV: 27/02 Sport 3 / Sport Club 17:49

La “fe”<sup>542</sup> como elemento básico en la filiación hacia un equipo de fútbol, los seguidores obligados en ocasiones a realizar una “travesía por el desierto”<sup>543</sup>, el estadio del club como un templo que puede ser “profanado”<sup>544</sup>, los jugadores capaces de ser los “ungidos”<sup>545</sup> (signados con el óleo santo) o unos “nuevos arcángeles del fútbol”<sup>546</sup> y el entrenador investido como un “guía” con la cualidad de obrar “milagros”<sup>547</sup>. El deporte, y más concretamente el fútbol, deviene por el uso del lenguaje en una confesión más.

Siguiendo en la región dedicada a las **analogías**, en igualdad de condiciones, resalta cuantitativamente las referencias de tipo *bélico* más allá de los usos comúnmente aceptados en la terminología deportiva (ataque, defensa, estrategia, táctica, etc.).

La concepción del fútbol como una guerra se erige en el momento en que se cita a un estratega militar como Napoleón cuando se afirma que “no interrumpas nunca a tu enemigo cuando se está equivocando”<sup>548</sup>. Con este punto de partida no extrañan las referencias que apuntalan una ambientación determinada: el partido como una guerra “sin cuartel: sólo puede quedar uno”<sup>549</sup>, el centro del campo, un espacio para la “batalla”<sup>550</sup> y el estadio contrario un lugar para ser conquistado<sup>551</sup> para lograr la “supremacía”<sup>552</sup>.

---

<sup>542</sup> Prensa *online*: 27/02 El Huffington Post “Real Madrid 0-Atlético de Madrid 1: Griezmann y la lección del 'Cholo' deciden la victoria” 18:47 [http://www.huffingtonpost.es/2016/02/27/derbi-real-madrid-atletico\\_n\\_9335404.html?utm\\_hp\\_ref=spain&ir=Spain](http://www.huffingtonpost.es/2016/02/27/derbi-real-madrid-atletico_n_9335404.html?utm_hp_ref=spain&ir=Spain)

<sup>543</sup> Prensa: 27/02 ABC “Derbi de tonos menores con la segunda plaza en juego”

<sup>544</sup> Prensa *online*: 17/02 Yahoo! Deportes España “El Real Madrid no merece ni el segundo puesto en Liga” 18:21 <https://es.sports.yahoo.com/noticias/real-madrid-merece-puesto-liga-170900045.html>

<sup>545</sup> Prensa: 27/02 ABC “Derbi de tonos menores con la segunda plaza en juego”

<sup>546</sup> Blogs: 28/02 Portada de Deportes | EL PAÍS “Opinión | Jaque a todo el Real Madrid, de Cristiano a Florentino” 16:41 [http://deportes.elpais.com/deportes/2016/02/28/actualidad/1456661010\\_104867.html#?ref=rss&format=simple&link=guid](http://deportes.elpais.com/deportes/2016/02/28/actualidad/1456661010_104867.html#?ref=rss&format=simple&link=guid)

<sup>547</sup> Prensa: 27/02 As – Suplemento “Rivales desde la cuna. El análisis de los entrenadores”

<sup>548</sup> Prensa: 27/02 Sport “El Barça de Messi acaricia otro gran récord del Madrid”

<sup>549</sup> Prensa: 27/02 Estadio Deportivo “Sin cuartel”

<sup>550</sup> Prensa: 27/02 El periódico de Ibiza y Formentera “El derbi examina a Madrid y Atlético”

<sup>551</sup> Prensa: 27/02 La opinión de Murcia “El último tren a la liga para Madrid y Atlético para por el Bernabeú”.

<sup>552</sup> TV: 27/02 Cuatro / Noticias Cuatro deportes 14:59

Por otra parte, una dicotomía que se despliega persistentemente durante el corpus analizado es la **oposición** básica entre la *individualidad* y el *colectivo*. Entre el fútbol como deporte basado en el virtuosismo de unos pocos elegidos o el éxito en la competición como resultado de la coordinación equilibrada de un grupo humano. Esta cuestión se dirime de forma discursiva dentro de la franja analizada desde dos perspectivas muy específicas. Por una parte el tratamiento informativo de los medios como constructores de una realidad se ciñó casi con total exclusividad al modelo del fútbol sustentado en el talento de unos nombres concretos<sup>553</sup> pues ellos son “los protagonistas, los pichichis de sus equipos”<sup>554</sup>.

Al otro lado de esta disyuntiva, la visión del equipo como un “bloque sin fisuras”<sup>555</sup> donde las aptitudes individuales se encuentran enmarcadas en el trabajo del grupo. Esta forma de entender el fútbol fue la mostrada por los verdaderos actores del acontecimiento: los entrenadores y jugadores durante las declaraciones detectadas en el corpus. El rival era entendido como un “*equipo completo*”<sup>556</sup> (Z. Zidane, entrenador del Real Madrid), el conjunto se convierte en una entidad “*compacta*”<sup>557</sup> (Gabi, jugador del At. Madrid) donde el colectivo prima respecto la individualidad.

Finalmente, las reflexiones encontradas en el conjunto de textos analizados señalan un uso continuado de **eufemismos** para suavizar la dura realidad de los datos. A través de estas el Atlético de Madrid pasa a ser un equipo “peleado con el gol”<sup>558</sup> (media de 0,44 goles por partido)<sup>559</sup>, el Real Madrid un equipo que mantiene la “irregularidad ligera de Benítez”<sup>560</sup>

---

<sup>553</sup> TV: 27/02 La Sexta / La Sexta deportes 1 15:09

TV: 27/02 Telemadrid / Hora Deportiva 15:06

TV: 27/02 Cuatro / Noticias Cuatro deportes 15:05

Prensa: 27/02 As “Cristiano VS Griezmann”

Prensa: 27/02 ABC “Derbi de tonos menores con la segunda plaza en juego”

<sup>554</sup> TV: 27/02 Televisión Española 1 / Telediario Fin de Semana 15:40

<sup>555</sup> TV: 27/02 Televisión Española 1 / Telediario Fin de Semana 15:37

<sup>556</sup> Prensa: 27/02 Mundo Deportivo “Va la liga”

<sup>557</sup> Twitter: 27/02 Gabi: “El equipo ha jugado el partido que tenía que jugar. Luchado, compacto. Una victoria merecida” <https://t.co/uAepP6Y57J> 08:53

<sup>558</sup> Prensa: 27/02 Heraldo de Soria “El derbi del orgullo y la autoestima”

<sup>559</sup> El jugador con mayor proporción goleadora en esa liga fue Cristiano Ronaldo con una media de 1,38.

<sup>560</sup> Prensa: 27/02 La Provincia “El derbi de las urgencias”

(despedido por los malos resultados) y el partido entre ambos un “examen que les se ha atragantado”<sup>561</sup> al Madrid (sólo dos derrotas del Atlético de Madrid en los últimos diez encuentros).

### 5.8.2 Celebración de la semifinal de la Copa del Rey de Baloncesto Real Madrid – Baskonia

El 20 de febrero de 2016 se jugó la semifinal de la Copa del Rey de Baloncesto entre el Real Madrid y el Baskonia Laboral Kutxa. Este acontecimiento estuvo correlacionado con las combinaciones más importantes aparecidas en prensa *online*, TV y radio<sup>562</sup>.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	20/02/2016	14:00 – 14:59	184	96	0	89
Prensa <i>online</i>	27/02/2016	18:00 – 18:59	100	50	3	47
Blogs	20/02/2016	00:00 – 00:59	5	0	2	3
Blogs	20/02/2016	23:00 – 23:59	5	2	0	3
Blogs	21/02/2016	00:00 – 00:59	5	0	0	5
Radio	20/02/2016	12:00 – 17:59	13	0	0	13
TV	20/02/2016	12:00 – 17:59	4	0	0	4
Prensa	27/02/2016	27/02/2016	160	53	20	69

Tabla 5.24 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *real madrid/rey / baskonia*.

<sup>561</sup> Prensa: 27/02 Diario Palentino “Último tren hacia el título”

<sup>562</sup> Primera posición en Radio días 20 y 21, tercera posición en TV día 22 y cuarta posición en Prensa *online* el día 21.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

Los textos correspondientes a las franjas de mayor actividad mostraron junto a otras formas residuales dos categorías de significados que se extendieron profusamente durante el análisis.

En primer lugar las **analogías** ubicadas en el campo discursivo *bélico*. En este espacio se produjo una interpretación unívoca que convertía a los miembros de cada equipo en una suerte de “tropa”<sup>563</sup>, tal como comentó uno de estos “gladiadores”<sup>564</sup> “*después ha sido una guerra que se ha resuelto en un cara o cruz*” (Sergio Llull, jugador del Real Madrid).

El partido se transfigura en “una dura batalla en la que ninguno de los dos quería perder”<sup>565</sup>, donde el objetivo es “seguir empujando hasta terminar derribando al objetivo”<sup>566</sup>. La cancha convertida en campo de “trincheras”<sup>567</sup> donde “enseñar galones”<sup>568</sup> pues el “premio de conquista”<sup>569</sup> es el “botín final” y el paso intermedio: “aniquilar”<sup>570</sup>.

Así pues, la representación discursiva del acontecimiento se encontró influida decisivamente por referencias a la lucha armada entre dos naciones. No resulta dispar, por tanto, el reconocimiento a que “los triples serían el arma más utilizada por los dos bandos”<sup>571</sup> o el uso de “la bala postrera de un arsenal interminable”<sup>572</sup>. Por otro lado, toda esta configuración era referida a una semifinal, el paso previo para el partido definitivo que

---

<sup>563</sup> Prensa: 21/02 Diario noticias de Álava “La fe se queda a un paso”

<sup>564</sup> Prensa: 21/02 El mundo “Una copa para gladiadores”

<sup>565</sup> Prensa: 21/02 Deporte Campeón DXT “Reacciones: Llull fue decisivo”

<sup>566</sup> Prensa: 21/02 Diario noticias de Álava “La fe se queda a un paso”

<sup>567</sup> Prensa *online*: 21/02 Diario Córdoba “Llull permite que el Real Madrid defienda título en la final (80-86)” 00:09 [http://www.diariocordoba.com/noticias/deportes/llull-permite-real-madrid-defienda-titulo-final-80-86\\_1019966.html](http://www.diariocordoba.com/noticias/deportes/llull-permite-real-madrid-defienda-titulo-final-80-86_1019966.html)

<sup>568</sup> Prensa *online*: 21/02 El País “Llull impulsa al Madrid a la final de la Copa del Rey” 00:15 [http://deportes.elpais.com/deportes/2016/02/20/actualidad/1455991545\\_411242.html](http://deportes.elpais.com/deportes/2016/02/20/actualidad/1455991545_411242.html)

<sup>569</sup> Prensa *online*: 21/02 El Español “Sergio Llull celebra el triunfo ante el Baskonia en semifinales de Copa” 00:33 [http://www.elespanol.com/deportes/baloncesto/20160220/103739790\\_0.html](http://www.elespanol.com/deportes/baloncesto/20160220/103739790_0.html)

<sup>570</sup> Prensa: 21/02 El Correo español-El Pueblo vasco (Ed. Álava) “Llull aleja la séptima”

<sup>571</sup> Prensa *online*: 21/02 El Español “Sergio Llull celebra el triunfo ante el Baskonia en semifinales de Copa” 00:33 [http://www.elespanol.com/deportes/baloncesto/20160220/103739790\\_0.html](http://www.elespanol.com/deportes/baloncesto/20160220/103739790_0.html)

<sup>572</sup> Prensa: 21/02 El Correo español-El Pueblo vasco (Ed. Álava) “Llull aleja la séptima”

daría un campeón: “*la final es otra guerra, tan dura o más que hoy*” (P. Laso, entrenador del Real Madrid).

En segundo lugar la estructura narrativa sobre el partido dio forma a una polarización respecto donde residía el secreto del éxito deportivo mostrando un juego de **oposiciones** entre el *colectivo* y la *individualidad*. Por un lado el redactado informativo se lanzó a un señalamiento de Sergio Llull, jugador del Real Madrid como artífice de la victoria de su equipo.

Si bien el jugador tuvo una actuación destacada en los compases finales los canales analizados le colocaron en una exclusiva posición de protagonismo. Desde el reconocimiento de una “actuación estelar”<sup>573</sup>, la participación decisiva<sup>574</sup>, épica<sup>575</sup>, genial<sup>576</sup> y valiente<sup>577</sup>, o definitivamente el “héroe”<sup>578</sup> del partido llevando a su equipo hasta la victoria<sup>579</sup>.

Sin embargo, las declaraciones de ambos entrenadores incluidas en la franja de análisis tenían una visión alternativa según la cual fue el trabajo colectivo el verdaderamente meritorio. Por la parte del Real Madrid, Pablo Laso era consciente de la visibilidad que iba a adquirir alguno de sus pupilos<sup>580</sup> pero aseguró que estaba satisfecho con “*todos sus*

---

<sup>573</sup> Twitter: 20/02 Adiós a la Copa del Rey de A Coruña. @Baskonia ha perdido 80-86 con un final estelar de Llull. Final entre Herbalife y Real Madrid. 14:59

<sup>574</sup> Prensa: 21/02 Diario de Mallorca “Decisivo Llull”

<sup>575</sup> Prensa: 21/02 Canarias7 “Un épico Llull lleva al Madrid a la final”

<sup>576</sup> Prensa: 21/02 El Correo español-El Pueblo vasco (Ed. Miranda de Ebro) “Dos genios y dos virtuosos”

<sup>577</sup> Blogs: 20/02 RSS de 24por7 – Deportes “El valiente Sergio Llull pone al Real Madrid en la final de Copa del Rey con 8 puntos seguidos” 23:44  
<http://www.periodistadigital.com/24por7/baloncesto/2016/02/20/llull-pone-al-madrid-en-la-final-de-copa.shtml>

<sup>578</sup> Prensa online: 21/02 Estrella Digital “Llull se viste de héroe y lleva al Madrid a la final” 00:27  
<http://www.estrelladigital.es/articulo/polideportivo/llull-viste-heroe-y-lleva-madrid-final/20160221002216273195.html>

<sup>579</sup> Twitter: 20/02 Sergio Llull se pone en modo apisonadora y lleva al Madrid a la final de la #CopaACB  
<https://t.co/TD09qvGen2> <https://t.co/cPI0tYSDK4> 14:59

<sup>580</sup> Prensa online: 21/02 Siglo XXI “Laso: “Se hablará de los dos Sergios, pero el partido de Maciulis ha sido magnífico” 00:33 <http://www.diariosigloxxi.com/texto-ep/mostrar/20160221001247/laso-se-hablara-de-los-dos-sergios-pero-el-partido-de-maciulis-ha-sido-magnifico>

*jugadores*<sup>581</sup> y que la victoria fue resultado de un “trabajo global”<sup>582</sup>; por el lado del Baskonia V. Perasovic reconoció el esfuerzo de conjunto: “*el equipo tiene este carácter*”<sup>583</sup>.

Respecto a las entidades del discurso surgió de nuevo el **meta colectivo singular** entendido como la “afición”, ahora bien su caracterización estuvo marcada por un importante elemento festivo<sup>584</sup> y de apoyo al equipo<sup>585</sup> no por estar sometido una naturaleza de asociación<sup>586</sup> semejante a una logia.

Finalmente, una correspondencia **analógica** se mostró también con el campo discursivo sobre otro deporte de lejanía evidente: *el boxeo*. Esta se mostró de **forma isotópica** para definir el partido como “bronco” y reconociendo que un equipo “dejó sonado”<sup>587</sup> al otro, al afirmar que el partido se definió en el “cuerpo a cuerpo” y que “cada golpe era contrarrestado”<sup>588</sup>. Este uso del lenguaje quedó definido de manera plena cuando “por muchos golpes que recibiese, (el Baskonia) se iba a mantener firme sin tirar la toalla”<sup>589</sup>.

---

<sup>581</sup> Prensa online: 21/02 La Rioja “Laso: ‘Ha sido un partido enorme, me voy muy satisfecho’” 00:17 <http://www.larioja.com/agencias/201602/20/laso-sido-partido-enorme-609928.html>

<sup>582</sup> Prensa online: 21/02 Siglo XXI “Laso: “Se hablará de los dos Sergios, pero el partido de Maciulis ha sido magnífico” 00:33 <http://www.diariosigloxxi.com/texto-ep/mostrar/20160221001247/laso-se-hablara-de-los-dos-sergios-pero-el-partido-de-maciulis-ha-sido-magnifico>

<sup>583</sup> Prensa: 21/02 El Correo español-El Pueblo vasco (Ed. Miranda de Ebro) “Dos genios y dos virtuosos”

<sup>584</sup> Prensa online: 21/02 Eurosport.es “La afición del Baskonia marca el ritmo de una Copa que ya no puede ganar” 00:19 [http://www.eurosport.es/baloncesto/la-aficion-del-baskonia-marca-el-ritmo-de-una-copa-que-ya-no-puede-ganar\\_sto5186789/story.shtml](http://www.eurosport.es/baloncesto/la-aficion-del-baskonia-marca-el-ritmo-de-una-copa-que-ya-no-puede-ganar_sto5186789/story.shtml)

<sup>585</sup> Prensa online: 21/02 Perasovic: “Ellos jugaron los últimos instantes con más tranquilidad” 00:07 <http://www.acb.com/redaccion.php?id=120487>

<sup>586</sup> Prensa: 21/02 La Opinión A Coruña “A Coruña ‘llora’ al Baskonia”

<sup>587</sup> Prensa online: 21/02 El País “Lull impulsa al Madrid a la final de la Copa del Rey” 00:15 [http://deportes.elpais.com/deportes/2016/02/20/actualidad/1455991545\\_411242.html](http://deportes.elpais.com/deportes/2016/02/20/actualidad/1455991545_411242.html)

<sup>588</sup> Prensa online: 21/02 Diario Córdoba “Lull permite que el Real Madrid defienda título en la final (80-86)” 00:09 [http://www.diariocordoba.com/noticias/deportes/lull-permite-real-madrid-defienda-titulo-final-80-86\\_1019966.html](http://www.diariocordoba.com/noticias/deportes/lull-permite-real-madrid-defienda-titulo-final-80-86_1019966.html)

<sup>589</sup> Prensa: 21/02 Diario noticias de Álava “La fe se queda a un paso”

### 5.8.3 Celebración del partido de fútbol U.D. Las Palmas – FC Barcelona

El 20 de febrero de 2016 se jugó el partido de liga entre la Unión Deportiva las Palmas y el FC Barcelona. La celebración de este partido tuvo repercusión en los medios de comunicación de manera que la combinación *fútbol / Barcelona /palmas* fue la más importante en TV durante el 20 de febrero.

Medio	Fecha	Franja	Total textos	Textos duplicados	Falsos positivos	Textos analizados
Twitter	27/02/2016	14:00 – 14:59	616	249	0	367
Prensa online	21/02/2016	22:00 – 22:59	58	31	0	17
Blogs	20/02/2016	20:00 – 20:59	9	0	0	9
Radio	20/02/2016	12:00 – 18:59	9	0	0	9
Radio	22/02/2016	06:00 – 11:59	9	0	0	9
TV	20/02/2016	18:00 – 23:59	28	0	0	28
Prensa	20/02/2016	20/02/2016	131	42	7	82

Tabla 5.25 Resultados cuantitativos de las franjas de análisis de la combinación *fútbol / Barcelona /palmas*.

- Análisis semio-discursivo del corpus textual

El escrutinio de las franjas de mayor generación de contenidos dentro de la línea temporal de la narración informativa sobre el partido condujo a dos claras **analogías** de campos discursivos: *la cinegética* y *la religión*.

En primer lugar las referencias al arte de *la caza* resaltan con evidencia cuando se observa que el partido supone “el asalto a esta 'presa' de esta caza de títulos”<sup>590</sup>, la indicación que

<sup>590</sup> Prensa: 20/02 La Tribuna de Albacete “El Barça no quiere despistes”

uno de los principales objetivos del equipo barcelonista (*Champions League*) fuera “caza mayor”, o que este mismo equipo “cuando huele sangre no lo desaprovechan”<sup>591</sup>.

A este respecto, resulta paradójico que con dos días de diferencia y en un canal diferente se contestara a este enunciado afirmando y en referencia a su rival el FC Barcelona<sup>592</sup>, que “el Madrid se desangra en la liga”<sup>593</sup>.

En segundo lugar, aparecieron fórmulas discursivas referentes a la *religión*, desde considerar que en el deporte hay equipos que por su condición deben bajar para “compromisos más terrenales”, a valorar que hay jugadores dignos de ser “beatificados” hasta, y en referencia a la naturaleza estadísticamente imprevisible del fútbol, que un equipo de presupuesto inferior (el U.D. Las Palmas) se aferre a la “ilusión de poder ganar” “cuando la fe desafía a la lógica”<sup>594</sup>.

---

<sup>591</sup> TV: 20/02 Esport 3 / Hat Trick Barça 18:22

<sup>592</sup> El campeonato de la Liga Española fue ganado por el FC Barcelona contra a su rival histórico el Real Madrid.

<sup>593</sup> Radio: 22/02 Cadena SER / Hoy por hoy 10:28

<sup>594</sup> Prensa: 20/02 Canarias 7 “Cuando la fe desafía a la lógica”

ENTIDADES DEL DISCURSO				RECURSOS RETÓRICOS				ELEMENTOS SEMIÓTICOS					
Colectivo de identificación	Entidades enumerables	Meta-colectivos singulares	Formas nominalizadas	Formas nominales explicativas	Analogías	Eufemismos	Metáforas	Personificaciones	Hiperboles	Motivos	Temas	Isotopías	Oposiciones
		El pueblo		La censura	La religión	Peleado con el gol		El madridismo				El boxeo	Colectivo / Individualidad
		La afición		Festividad	La guerra	Irregularidad ligera							
		La hinchada		Filiación	El boxeo	El examen araguanando							
		El madridismo			La caza								

Tabla 5.i Tabla con los elementos semio-discursivos detectados en los discursos del bloque Deportes

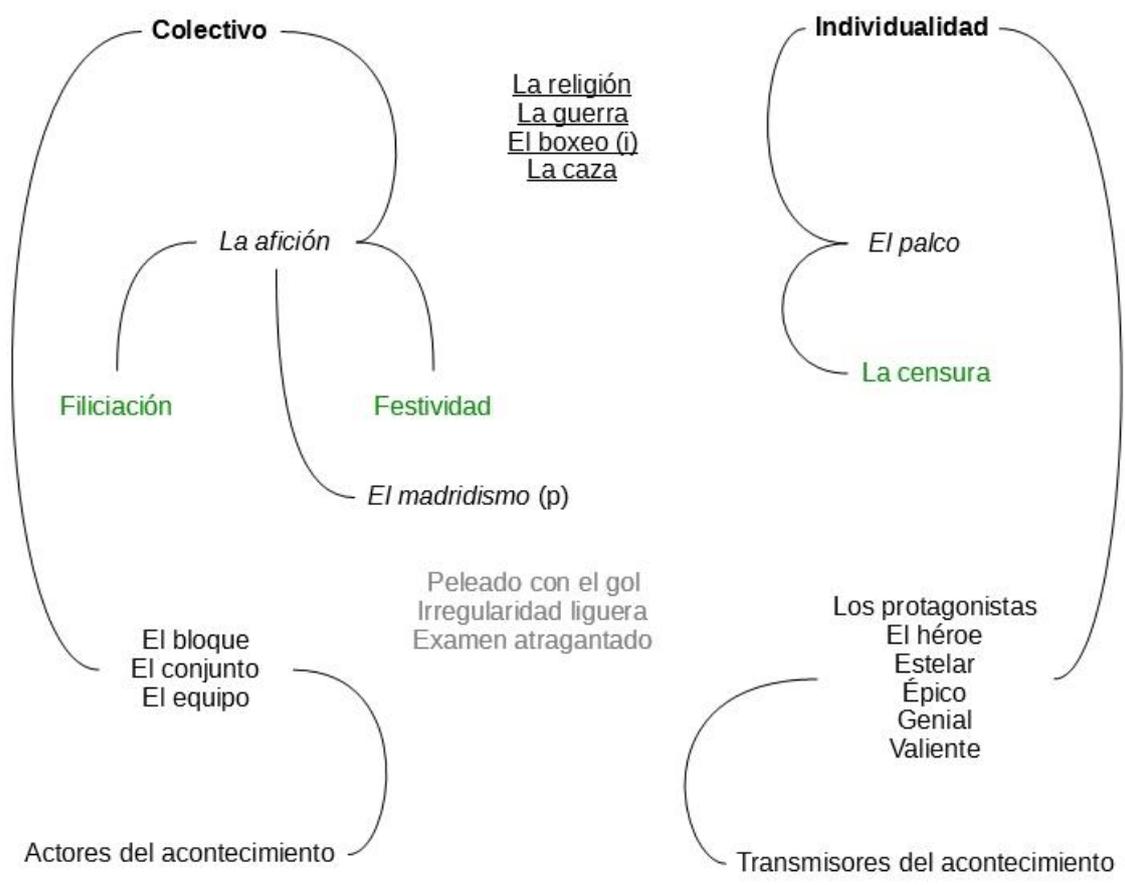


Figura 5.10 Dendrograma de conceptos con los elementos semio-discursivos más significativos detectados en los discursos del bloque Deportes.



## 6. Conclusiones

### 6.1 La delimitación del Discurso Social

Para dar cumplimiento al primer objetivo de investigación (Describir, identificar y jerarquizar el Discurso Social en España) se aplicó una conjunción de tecnologías y criterios de análisis con la misión de discernir las corrientes discursivas principales dentro del Discurso Social en España.

Tal como señaló el artífice de la propuesta original el propósito de Angenot (2010, p. 22) era formular un recorrido respecto el “vasto rumor” que llega al “hombre en sociedad” con el fin de “ilustrar y validar” una “reflexión sobre el Discurso Social”.

Para ello tomó como materia prima la “totalidad de la cosa impresa” producida en francés durante el año 1889. En sintonía con la perspectiva empleada por Angenot, en esta investigación la parte representativa del Discurso Social que sirvió de universo para el análisis estuvo ceñida a un lugar: contenidos generados en España, un tiempo: del 20 al 29 de febrero de 2016 y un listado concreto de fuentes de origen: TV, radio, prensa escrita, prensa *online*, blogs y Twitter.

Si bien la elección de Angenot era fruto de cierta y reconocida arbitrariedad el marco de estudio de esta investigación se halló constreñido por las importantes diferencias tecnológicas de una época a la actualidad respecto la capacidad de generación de contenidos tanto institucionales como por parte de usuarios. Esta alteración conllevó una auto-limitación del tiempo sobre el que se obtuvieron datos de las fuentes para la elaboración de un universo de estudio completo y confiable.

Sobre este extenso universo que fue cuantificado y explicitado anteriormente (ver 4.2 Corpus de textos para la investigación) se fueron aplicando ciertas restricciones en busca de líneas continuas del lenguaje que fueran susceptibles de representar verdaderos discursos autónomos.

La manera de extraer flujos discursivos dotados de coherencia temática se sustentó en un algoritmo de recuento simple que buscara correlaciones reiterativas dentro de cada texto

omitiendo los términos de escaso interés presentes en el universo de origen. De estos resultados se procedió a la selección de combinaciones de tres expresiones presuntamente dotadas de representatividad respecto un objeto del discurso o asunto identificable. Este proceso se realizó usando un cuadro de criterios que definía la pertinencia de cada combinación ya fuera por significación (características de los términos de la combinación) como por jerarquía (posición de cada combinación pertinente en relación a la que se ha considerado hegemónica usando como referencia la Ley de Pareto).

Todas estas fases se fueron perfeccionando mediante numerosos ensayos de los cuales acabó surgiendo el modelo definitivo desde el que se han obtenido los resultados finales.

### 6.1.1 Temas y discursos principales expresados dentro del Discurso Social

La construcción del universo, la extracción de las combinaciones de mayor interés cualitativa y cuantitativamente<sup>595</sup> y la definición de correlaciones exactas entre resultados algorítmicos y verdaderos acontecimientos discursivos condujo a la determinación de los temas de interés o discursos referentes a un asunto determinado dentro de la franja.

De esta forma se pudo ofrecer respuesta a la primera pregunta de investigación: ¿Cuáles son los temas y discursos principales expresados dentro de ese Discurso Social?

La traslación al público de los temas que son tratados por los medios u otros canales de comunicación como Twitter es un fenómeno conocido como primer nivel de la *Agenda Setting*. Como se ha argumentado con anterioridad la *Agenda Setting* es una teoría de largo recorrido que acepta e incorpora canales de comunicación que se encuentran fuera de los medios de comunicación tradicionales (ver Marco teórico 3.3 *Agenda Setting*).

Según el modelo presentado en este proyecto la agenda temática hegemónica mostrada al público durante las fechas de investigación se compuso de 25 discursos principales.

---

<sup>595</sup> Conviene recordar una vez más que los temas obtenidos desde la fuente Twitter estuvieron conectados a los *trending topics* ofrecidos por la institución y no por el procesamiento del total de mensajes.

Estos 25 discursos se pudieron organizar en 8 bloques temáticos si bien esta forma de distribución tenía el objeto de componer un plano celeste, un sistema de coordenadas que facilitara la repartición espacial de los discursos para su análisis.

La aplicación de criterios cuantitativos respecto la presencia de un determinado discurso durante el marco analizado arrojó que el asunto más tratado fue el pacto de Gobierno entre Ciudadanos y el PSOE<sup>596</sup>. Seguido de este aparecieron dos acontecimientos deportivos: el partido de fútbol entre el Real Madrid y el Atlético de Madrid<sup>597</sup>, y la semifinal de la Copa del Rey de Baloncesto entre el Real Madrid y el Baskonia<sup>598</sup>.

Este sesgo de las primeras posiciones en una hipotética tabla clasificatoria podría conducir a suponer la existencia de dos intereses principales en la sociedad de esta época. No obstante conviene reseñar que esta es una mera observación del qué se difunde en un momento determinado, no del cómo o del porqué, no del verdadero peso que tienen las ideas que residen en esas agrupaciones de contenidos.

Por otra parte, tal como reflexionó Foucault los discursos no son unidades estancas “universalmente reconocibles” (1997, p. 36) sino que se permean entre ellos tornando difusos los rasgos que le son concomitantes a otros. La organización en forma visual de semejante contaminación puede apreciarse mediante un hipergrafo.

Tal como se comentó en el capítulo Metodología los hipergrafos son representaciones gráficas que muestran conexiones entre objetos que son considerados nodos de conexión. En los hipergrafos que acompañan este capítulo, además de las relaciones entre discursos de diferentes agrupaciones, se incorpora el componente cuantitativo. Cada nodo representa un canal en el que se han generado contenidos (prensa, radio, TV, Twitter, prensa *online* y blogs).

Estos nodos se agrupan según del discurso del que son origen, este fenómeno es representado por un cuadro en el que aparece cada uno de los canales expresado en un

---

<sup>596</sup> El total de combinaciones consideradas pertinentes fueron: 8 en prensa *online*, 8 en prensa, 4 en radio y 2 en TV.

<sup>597</sup> El total de combinaciones consideradas pertinentes fueron: 3 en radio, 1 en blogs y 6 en TV.

<sup>598</sup> El total de combinaciones consideradas pertinentes fueron: 1 en prensa *online*, 2 en radio y 1 en TV.

nodo. Para la diferenciación la representación en nodos de cada canal posee un color diferente de forma que externamente se aprecia el canal al que corresponden.

Radio	Orange
Blogs	Red
Prensa <i>online</i>	Blue
Prensa	Purple
Twitter	Light Blue
TV	Green

Tabla 6.1 Color que corresponde con el nodo cada canal para su visualización en formato de hipergrafo.

El tamaño de los nodos viene determinado por el total de contenidos generados en ese canal de ese discurso durante toda la franja analizada (20-29 de febrero 2016) en términos relativos en cinco tamaños correspondientes a la cuantificación proporcional (1-20%, 21-40%, 41-60%, 61-80%, 81-100%) tomando como umbral máximo el discurso que más contenidos haya generado en ese canal en todo el corpus.

Si por una parte la cantidad mínima para un nodo es 1<sup>599</sup> la determinación del máximo para el umbral de cada canal viene derivado por el total de contenidos del discurso con mayor actividad en ese canal durante toda la franja de investigación.

Por ejemplo el discurso sobre el acuerdo de Gobierno Ciudadanos – PSOE fue el que más contenidos incorporó en radio con una generación de 464 noticias desde el 20 al 29 de febrero. Por tanto 464 determinó el umbral máximo (100%) sobre el que se calculó el tamaño del resto de nodos de radio, de esta forma (por ejemplo) el nodo correspondiente a radio en el discurso sobre el caso Nóos tiene un tamaño 3 (41-60%) al suponer un total de 229 contenidos (49,35%).

El total de umbrales quedaron fijados por los siguientes resultados acumulativos:

---

<sup>599</sup> No se aceptan nodos con 0 contenidos.

<b>Canal</b>	<b>Total umbral de máxima generación de contenidos</b>	<b>Discurso</b>
Twitter	45.585	Celebración premios Oscar
TV	495	Acuerdo de Gobierno Ciudadanos – PSOE
Radio	464	Acuerdo de Gobierno Ciudadanos – PSOE
Prensa	6.490	Acuerdo de Gobierno Ciudadanos – PSOE
Prensa <i>online</i>	26.023	Acuerdo de Gobierno Ciudadanos – PSOE
Blogs	679	Acuerdo de Gobierno Ciudadanos – PSOE

Tabla 6.2 Resultados acumulativos de los discursos que tuvieron la mayor generación de contenidos por canal.

Además de las conexiones y del elemento cuantitativo los nodos están organizados en agrupaciones para poder comprender su comportamiento de forma independiente, una por cada discurso.

En el siguiente hipergrafo se puede observar el total de discursos y las relaciones existentes entre ellos tomando como categoría de conexión la coincidencia temática tal como se presentó en el diagrama de Euler (ver figura 5.1) y la tabla 5 Criterios para la categorización de discursos en bloque temáticos (capítulo Análisis). Los discursos han sido ordenados en el sentido de las agujas del reloj en correspondencia con el orden en que se analizaron.

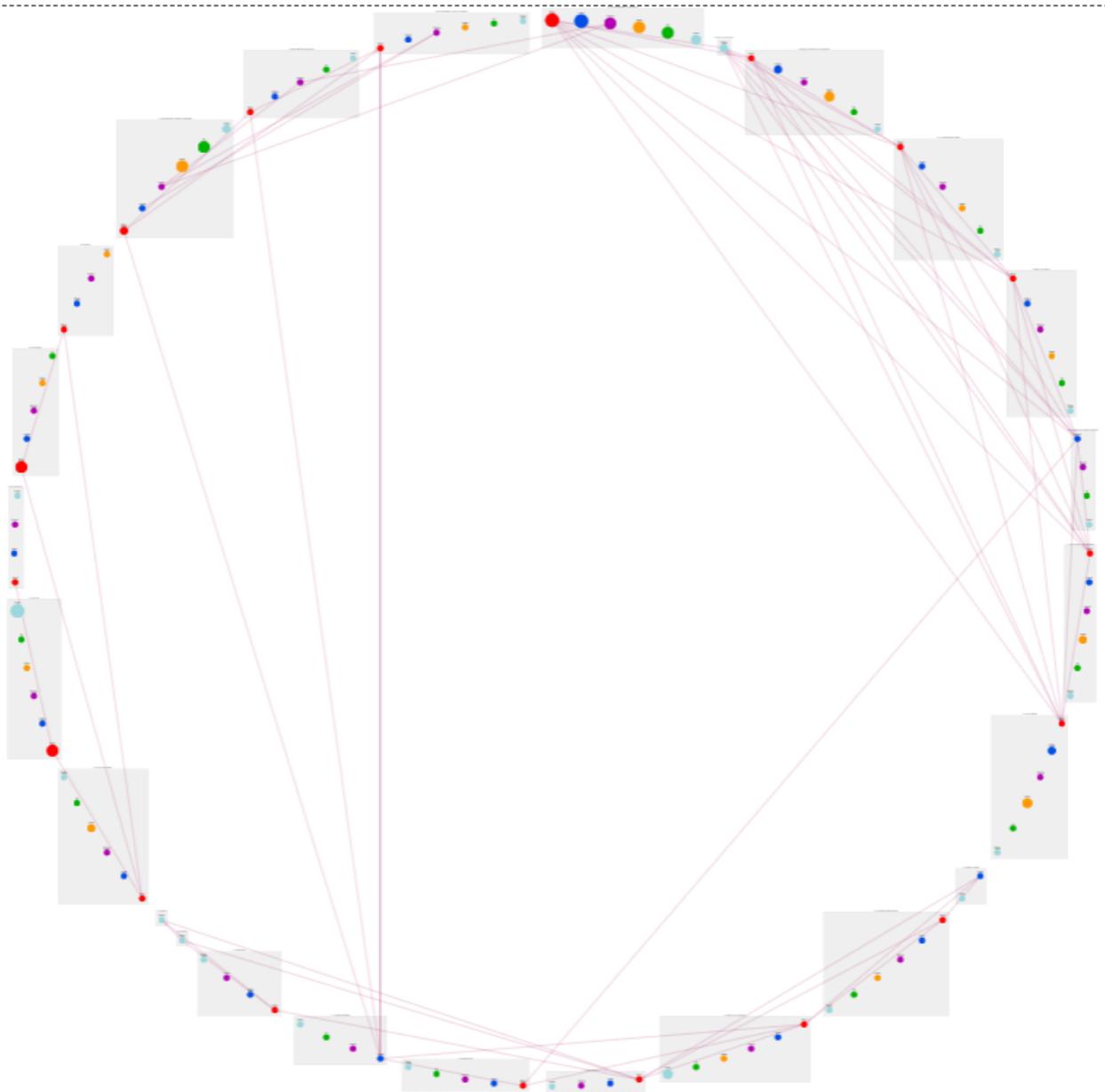


Figura 6.1 Hipergrafo con la visualización de los 25 discursos aceptados en la investigación. Las relaciones entre estos vienen determinadas por la coincidencia temática mostrada en el diagrama de Euler del apartado Análisis.

### 6.1.2 Las hegemonías discursivas

- Correlación entre campos discursivos

Tal y como se comentó en el capítulo Marco Teórico (ver 3.4 Análisis semio-discursivo) esta investigación ha asumido como reto la puesta en común de dos campos discursivos

diferenciados como son el relato informativo y la generación de contenidos por parte de usuarios en una estructura social (Twitter).

Más allá de la lógica numérica la descripción de las líneas discursivas que primaron durante la investigación denotó un fenómeno significativo como fue que dos asuntos de actualidad fueran incluidos en la investigación respaldados en igualdad de condiciones por el canal de *microblogging* Twitter<sup>600</sup> y por otro de los canales incorporados en esta investigación (TV en un caso y blogs en el otro).

Estos dos discursos fueron la celebración del *Mobile World Congress* y la entrega de los premios Oscar. Es decir estos dos asuntos tuvieron suficiente peso para estar incluidos en la investigación al cumplir los criterios establecidos en el capítulo de Metodología (ver 4.6 Cuadro de criterios para la validación de combinaciones) en canales de campos discursivos diferentes. En estos dos espacios tuvieron simultáneamente presencia hegemónica en términos cuantitativos.

De manera más concreta la celebración del *MWC* fue la tercera combinación en importancia durante del día 22 de febrero en TV (*Barcelona / mobile / Metro*) y el cuarto *trending topic* en España también durante esa fecha (*#MWC16*). En el caso de la celebración de los Oscar la aceptación se produjo por ser la primera combinación en blogs durante el 28 de febrero (*historia / oscar / película*) y el segundo *trending topic* también en ese día (*#oscars*).

Desde una perspectiva superficial podría atribuirse a ambos discursos una coincidencia en que son acontecimientos previstos y de alcance mundial, sin embargo una indagación basada en los elementos discursivos indicó que las dos celebraciones estuvieron influidas por situaciones de conflicto social (huelga del metro / polémica racial).

La determinación de la influencia que ejercen alguna de las dos variables (externa / interna) podría haber predeterminado la posición de estos dos discursos en términos cuantitativos. Resulta indicativo, sin embargo, que la cuestión sobre el conflicto social hubiera estado integrado de inicio en las combinaciones aparecidas el campo discursivo de medios

---

<sup>600</sup> Como se comentó con anterioridad los blogs se encuentran en muchas ocasiones respaldados por medios de comunicación tradicionales y siguen una dinámica cercana al *crossmedia*.

tradicionales en el caso del *MWC* ya que incluyó términos referentes a la reivindicación laboral (*Barcelona /Metro*) mientras que en la combinación hegemónica extraída sobre los Oscar en blogs esta estuviera relacionada completamente con las características de la celebración en sí misma (*historia / oscar / película*).

Los resultados a nivel cuantitativo denotaron directamente la polémica social como un elemento determinante del alcance del discurso sobre la celebración del *MWC*. En cambio, pese a que la indagación en profundidad señaló el elemento reivindicativo como primordial en el discurso sobre los Oscar, este no se manifestó como un valor definitorio cuantitativamente. La combinación aparecida en blogs que por número de presencias impulsó el acontecimiento estuvo elaborada por términos que forman parte intrínseca de la celebración (*historia / película*) y no de las polémicas de ese año en particular. Por tanto se puede deducir que existe una dinámica potencial que podría colocar el acontecimiento de forma estacional dentro de la agenda mediática año tras año.

En cambio, pasando al campo de interacción entre usuarios, las líneas discursivas elucidadas algorítmicamente en Twitter estuvieron marcadas por términos conectados con conceptos muy diferentes. Por un lado la hegemonía en términos cuantitativos dentro del *hashtag* sobre el *MWC* estuvo circunscrita a la presentación de dos nuevos terminales móviles (Sony / BQ) una vinculación que podría resumirse como promocional. Mientras tanto el núcleo discursivo dentro del *hashtag* dedicado a los Oscar fue el enlace a un video humorístico referido al premio logrado por el actor Leonardo DiCaprio. Emerge entonces un componente que podría ser tildado como de entretenimiento.

Estos resultados señalan una diferencia evidente sobre las razones que podrían haber encumbrado a ambos acontecimientos hasta lograr que fueran incluidos por doble motivo en la investigación.

- Blogs

Siguiendo en una elemental indagación de correspondencias entre los discursos delimitados y su lugar de nacimiento se manifestó una relación entre los discursos primordiales tratados en blogs y la presentación de nuevos modelos de telefonía móvil.

Por un lado la elaboración de combinaciones pertinentes según los criterios de esta investigación complicó la detección de combinaciones que pudieran ser aceptadas en el canal de blogs. El enorme abanico de sitios incorporados en el universo dificultaba que salieran a la superficie una o unas pocas unidades textuales (combinaciones de tres palabras) con una interpretación unívoca. Es decir la importante heterogeneidad de blogs agregados a la investigación era un aliciente a la riqueza de los posibles resultados pero promovía a su vez una dispersión estadística de las líneas hegemónicas.

Por otro lado, pese a lo ya argumentado, los únicos discursos que superaron el protocolo para ser aceptados en la investigación y que estaban amparados únicamente por los contenidos originados en blogs<sup>601</sup> fueron los referentes a la presentación de los nuevos modelos de Samsung y de Xiaomi.

Esta convergencia entre acontecimiento narrado y características de la fuente de producción resulta significativa, sobre todo a tenor que ambos eventos se organizaron dentro del *Mobile World Congress*. La presunta libertad en la generación de contenidos que se considera connatural a los blogs chocaría entonces con la presumible equivalencia de agendas respecto medios tradicionales. Esta tesis defendida por estudios previos se torna inconsistente (ver Marco teórico 3.3 *Agenda Setting*) según los resultados obtenidos cuando, tal como se ha realizado en esta investigación, se abre el abanico de espacios digitales creados por usuarios estén o no estén bajo el paraguas de estructuras institucionales ya existentes. Por tanto si se toma la mayor muestra disponible la variedad de contenidos generados en blogs hace desaparecer una posible contaminación de agendas intermedia.

A su vez, aparece como un indicio de primer orden que los blogs como espacios de temática abierta, fueran según los datos de la franja analizada, herramientas para la presentación y promoción de nuevos productos. La función dentro del ecosistema mediático, tomando como universo un listado de 39.913 blogs, invita a reflexiones sobre la lógica comercial de estos y sus vías de financiación.

---

<sup>601</sup> Combinaciones pertinentes aparecidas únicamente en el canal de blogs.

- Prensa

Siguiendo esta disyuntiva de correspondencias la presente investigación ofrece, según los resultados observados, indicios sobre la influencia no determinante de modelos *crossmedia* en los que las rutinas de ahorro de costes de la industria de la información ahondan en el aprovechamiento de contenidos para otras plataformas. Aunque este fenómeno deviene una evidencia empírica pues se detectaron textos que habían sido clonados de un espacio a otro (tanto de *offline* a *online* como el trayecto inverso) en términos globales se comprobó la producción de una única equivalencia simétrica entre hegemonía de discursos en diferentes canales (el discurso sobre el pacto de gobierno PSOE – Ciudadanos tuvo 8 combinaciones hegemónicas en prensa, las mismas que en prensa *online*).

Este resultado anómalo en relación al total investigado elude cuestionamientos aceptados sobre las relaciones intrínsecas entre medios tradicionales y sus plataformas digitales (ver capítulo 3.3 *Agenda Setting*). Según los datos obtenidos en este proyecto la fuerza atractiva de los criterios para la selección de temas de interés estaría más relacionada con el rol adoptado por cada canal que por un modelo de producción simétrico intermedia.

Como ejemplo paradigmático se puede observar la siguiente línea de tiempo con los contenidos generados / publicados de la combinación de palabras *psoe / gobierno / ciudadanos* que tal como se indicó con anterioridad corresponde al discurso sobre el pacto de gobierno entre ambos partidos.

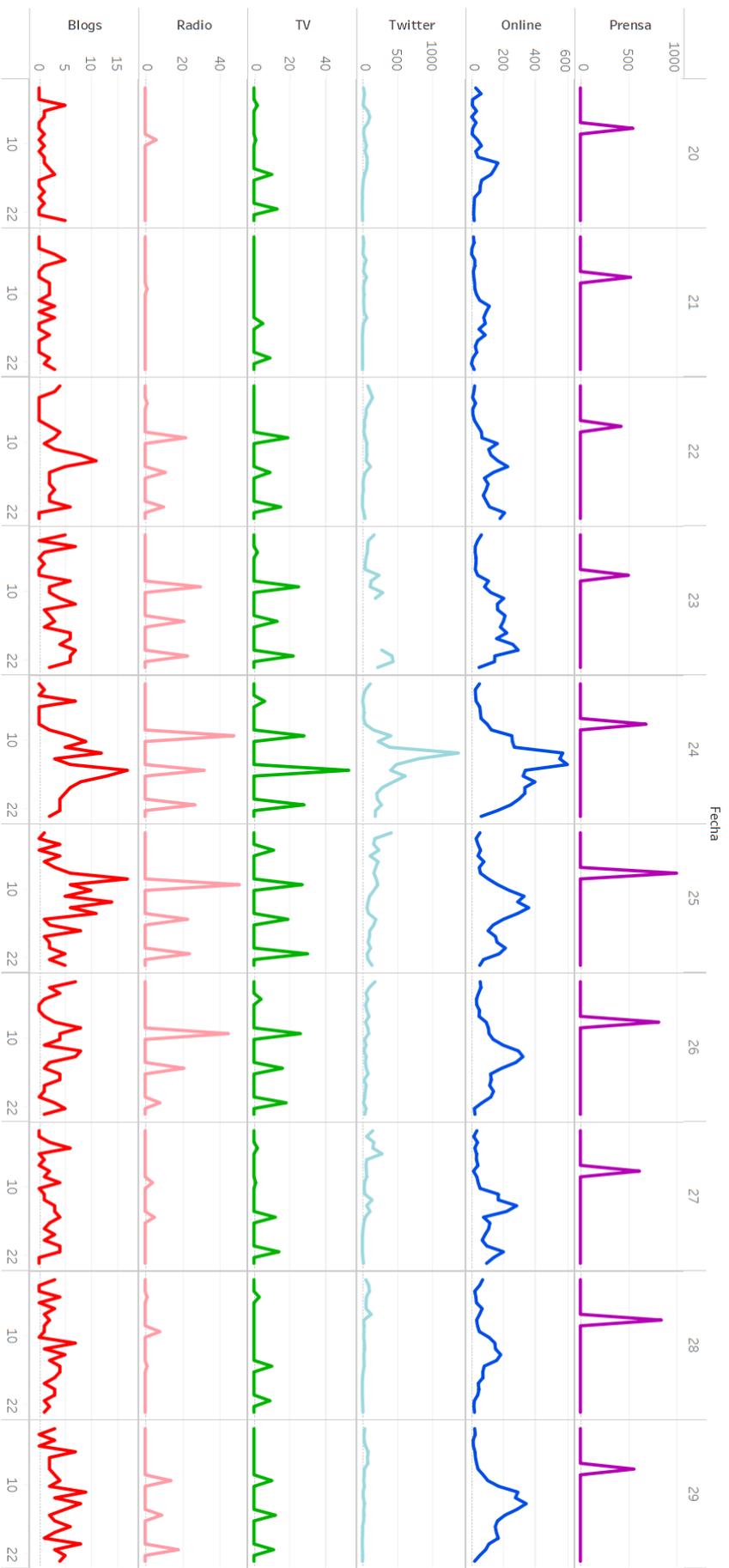


Figura 6.2 Gráfica en línea de tiempo con la generación de contenidos del discurso *prose* / *gobierno* / *ciudadanos* desde las 00:00 del 20 de febrero hasta las 23:59 del 29 de febrero.

Tal como puede apreciarse en la gráfica no se producen oleadas que emulen la actividad de producción en prensa respecto el resto de canales pese a que hubo una sintonía hegemónica en prensa y prensa *online*. Evidentemente los temas que reciben cobertura en un canal de una organización dedicada a la comunicación son susceptibles de aparecer en otro canal de la misma organización por una corriente natural de intereses comunes de la línea editorial y de reducción de costes.

Sin embargo también se observa en los modos de producción la certeza que si bien la prensa escrita posee una elevación de la actividad de manera reactiva a la actualidad espontánea esta es menos elástica<sup>602</sup> y tiene como base de origen un número estable de noticias que comparten la combinación mencionada. Su dinámica es más lineal y puede estar relacionada con la función de la prensa escrita como espacio de reflexión.

Por lo cual la interpretación de los resultados cuantitativos de todos los discursos aceptados indica que la lógica de producción en franjas de 24 horas podría suponer una liberación respecto el *ahora* en aquellos sucesos que tienen visos de previsibilidad. Ahora bien en la observación de un discurso completamente inesperado como la paralización del concierto de Alejandro Sanz por una agresión de género, la curva de generación de contenidos en prensa sí que tuvo una tendencia vertical con el suelo en una ausencia de contenidos<sup>603</sup>.

Tal como puede observarse en la siguiente línea de tiempo se suceden las oleadas de actividad respecto los primeros mensajes en Twitter, correspondiendo la última reacción a la prensa escrita. Conviene reseñar, por otra parte, la inmediatez, pese a su carácter testimonial, de un contenido emitido en TV y la presencia de la variable sobre existencia de material videográfico. Algunos de los espectadores asistentes al espectáculo grabaron al cantante Alejandro Sanz recriminando al presunto agresor, estas fueron las imágenes que pasaron al espacio de interacción entre usuarios y de allí a un medio tradicional como es la televisión.

---

<sup>602</sup> Debido a que la prensa es en buena parte un juego de suma cero, la producción de noticias está limitada a un número de páginas que aun siendo flexible está muy limitada en comparación con la generación de *tweets* o de URL con contenidos nuevos.

<sup>603</sup> La combinación considerada hegemónica pasó de ninguna actividad a 115 noticias de prensa.

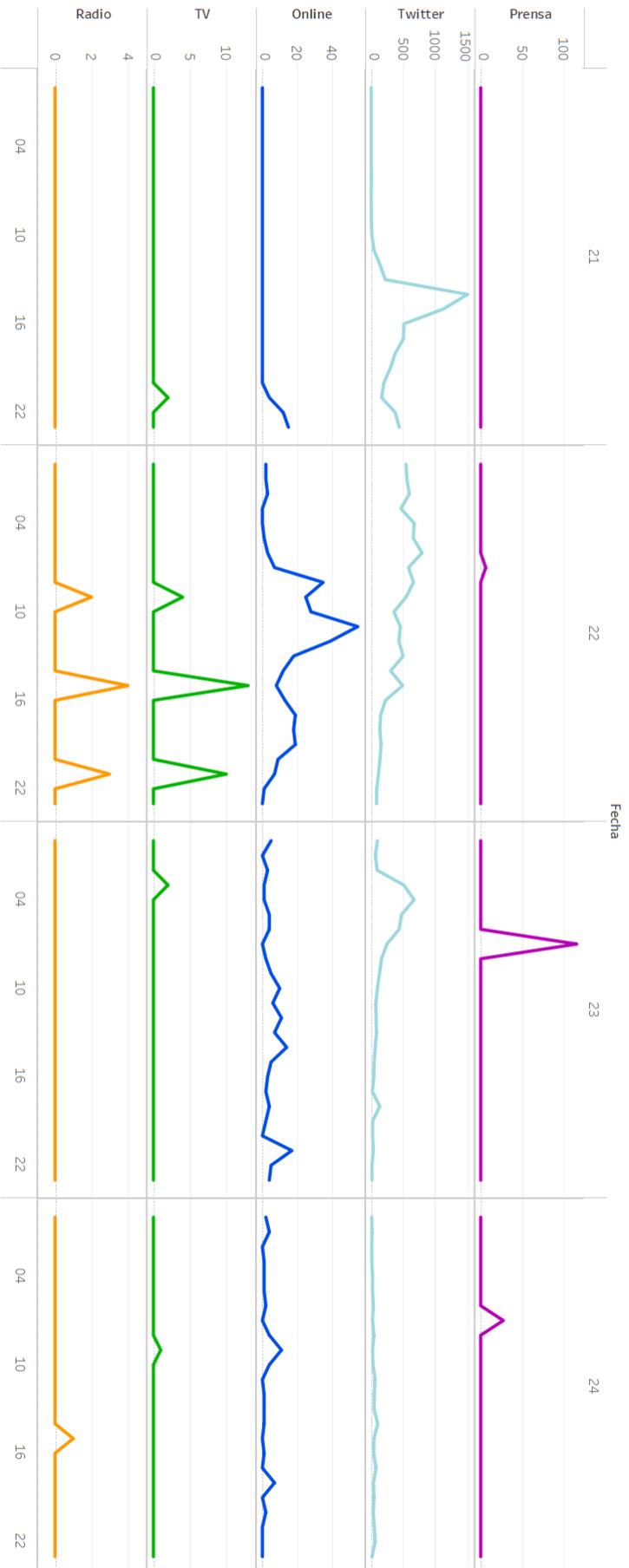


Figura 6.3 Gráfica en línea de tiempo con la generación de contenidos referidos al discurso sobre la denuncia de una agresión de género durante un concierto de Alejandro Sanz desde las 00:00 del 21 de febrero hasta las 23:59 del 24 de febrero.

Gracias al análisis en profundidad de los textos, se pudo atestiguar un tratamiento mucho más enriquecedor y complejo en los contenidos de prensa en comparación con cualquier otro canal rehén de la simultaneidad. La profusión de elementos semióticos obtenidos en prensa (ver capítulo 5 Análisis) condujeron por ejemplo a significaciones sobre la oposición *progreso* y el *retroceso*, o el motivo señalado como *el ideal romántico lesivo*.

De esta forma es posible argumentar que una visión más allá de la simple anotación del número de contenidos indica implicaciones de largo alcance que reafirman el componente reflexivo de la prensa escrita según los datos obtenidos en esta investigación.

Por otro lado resulta innegable el impulso otorgado por los usuarios y su capacidad para introducir en la agenda de los medios institucionales la agresión de género durante el concierto de A. Sanz. Como se puede visualizar en la gráfica de línea de tiempo el volumen alcanzado en Twitter podría valorarse como una “presión” desde los usuarios que acabaría influyendo en una primera aceptación del tema dentro de agendas informativas de medios institucionales (TV, prensa *online*).

Esta situación que tal como se comentó en la parte de teoría se define como agenda inversa (*reversed Agenda Setting*) se basa en la fuerza que es capaz de ejercer el público en *internet* para colocar sus propios temas en las agendas mediáticas. El caso de la agresión durante el concierto de A. Sanz puede considerarse una manifestación evidente de este fenómeno.

Ahora bien el pico observado en la línea de tiempo de Twitter no debe considerarse como una relación de causa / efecto respecto la formulación de una agenda inversa que acabaría afectando a la prensa escrita. Tal como señala Casero-Ripollés (2015) hay temas específicos que tienen mayores opciones de entrar en las agendas de los medios institucionales. Entre estos figuran los temas sociales (Jiang, 2014) y los crímenes (Russell Neuman, Guggenheim, Mo Jang y Bae, 2014), dos características presentes en este suceso informativo y que refuerzan la literatura previa.

Sin embargo en cooperación con la naturaleza informativa del acontecimiento no se puede desdeñar la existencia de material videográfico de manera que este hecho aumentaba considerablemente la posibilidad de entrar en la agenda televisiva y de portales *online* multimedia como finalmente sucedió tal como se aprecia en la línea de tiempo. Por tanto es

posible agregar un condicionante potencial más a la evidente fuerza de la audiencia. En síntesis pueden señalarse tres elementos de este acontecimiento que potencialmente podrían haber favorecido una agenda inversa: actividad de los usuarios, características del acontecimiento informativo y riqueza del contenido.

- Radio y TV

Los resultados obtenidos por las combinaciones de origen algorítmico en dos medios masivos tradicionales como son la radio y la TV señalaron una coincidencia generalizada entre ambos al expresar una ambientación dominante de los deportes dentro de la jerarquía discursiva.

Señal clara de esta situación fue que el tema sobre el partido de fútbol Real Madrid – Atlético de Madrid tuvo inclusión en la investigación principalmente por su presencia hegemónica en estos dos medios. De manera más concreta la presencia en TV estuvo impulsada por cinco combinaciones<sup>604</sup> mientras que en radio fueron tres<sup>605</sup>.

A su vez los otros dos discursos dentro del campo de deportes (Semifinal copa del Rey de Baloncesto, Partido FC Barcelona – UD Las Palmas) también tuvieron un soporte evidente de estos medios tradicionales de tal manera que su presencia en la investigación estuvo sustentada únicamente por las combinaciones aparecidas en radio y TV. Si el alcance de la investigación hubiera discriminado estos dos medios considerados tradicionales se hubieran perdido los dos discursos ya mencionados, asuntos que en el apartado analítico conectaron interdiscursivamente con espacios cuya caracterización externa no mostró rasgos sobre tales relaciones<sup>606</sup>.

Esta concurrencia de contenidos entre radio y TV, según la cual los temas deportivos emergen como cierta divergencia estadística respecto el resto de canales podría ser debida a que las parrillas de programación tienen estructuradas emisiones de programas dedicados

---

<sup>604</sup> Primeras posiciones los días 26, 27, 28 y 29 de febrero. Una cuarta posición el 25 de febrero.

<sup>605</sup> Primeras posiciones los días 27 y 29. Una segunda posición el día 28.

<sup>606</sup> Principalmente analogías bélicas y religiosas.

exclusivamente a temas deportivos<sup>607</sup>. De esta forma es verosímil que criterios cuantitativos aplicados sobre toda la programación de información e *infotainment* en TV y radio obtengan resultados donde los asuntos deportivos tengan prioridad.

Por otra parte no podemos olvidar el fenómeno de la intermedia *Agenda Setting* ya mencionado en el marco teórico según el cual los medios masivos toman como referente en la generación de su agenda la selección de temas de otros medios masivos. Las similitudes en las lógicas de producción entre radio y TV podrían ser desencadenantes de las similitudes temáticas que se han presentado en esta investigación. Este efecto podría producirse tanto por los asuntos a los que se les confiere interés como por la ya citada similar estructura de programación.

Esta segunda opción ofrece la posibilidad de considerar en grado de suposición según los datos analizados que el establecimiento de la agenda intermedia podría justificar no sólo una selección coincidente de temas entre radio y TV de forma espontánea, sino una influencia sobre las formas en que se construyen las parrillas<sup>608</sup>. Estas programaciones, organizadas usando como referencia la organización de otros medios, podrían ser la fuente de la que deriva la coincidencia de los asuntos tratados.

#### - Radio

En el caso del espacio radiofónico resalta que sólo un discurso fue incluido en este canal por jerarquía cuantitativa y única en radio. Este fue el referido a las negociaciones del gobierno de Reino Unido con la Unión Europea.

Mientras que tal como se pudo ver los componentes discursivos estuvieron enlazados con otros temas políticos aceptados en la investigación las características externas de este tema, en relación a los restantes, señala que fue el único discurso, junto con la celebración de los Oscar, con un componente marcadamente internacional. Este es un elemento disonante

---

<sup>607</sup> Las cadenas televisivas y radiofónicas incorporadas a la investigación están disponibles en los anexos 4.1 y 4.2.

<sup>608</sup> Del total de programas de radio un 99,7% era susceptible de contener información deportiva y de ese porcentaje un 0,7% estaba dedicado exclusivamente a los deportes.

Del total de programas de TV un 97,8% era susceptible de contener información deportiva y de ese porcentaje un 10,8% estaba dedicado exclusivamente a los deportes.

sobre todo valorando que la gala de los Oscar representa un acontecimiento de alcance global. Entonces la radio podría adoptar, según el marco de esta investigación, una perspectiva de elección de temas más internacional en comparación con otros canales.

Por otra parte, y en relación a los flujos de generación de contenidos sobre discursos de alcance multicanal como el pacto de Gobierno PSOE – Ciudadanos, el objetivo comunicativo adoptado por la radio, en sintonía con la prensa escrita, podría no encontrarse tan constreñido por ofrecer contenidos con la máxima actualidad.

Evidentemente la radio por sus mismas condiciones de producción es capaz de ofrecer información de manera casi simultánea a la aparición de los primeros datos sobre un acontecimiento. Si bien y en confluencia con la existencia de otros canales de información (prensa *online* y Twitter) la generación de contenidos relacionados con un hecho noticiable indica también (según los datos obtenidos y tomando como muestra el pacto de Gobierno PSOE – Ciudadanos) una dinámica en la que se permite tomar distancia en el tiempo.

Este fenómeno se puede observar en la gráfica por línea de tiempo (ver figura 6.2) como dos picos de actividad, uno con una inmediatez limitada a la celebración del pacto y otro a la mañana siguiente<sup>609</sup>. Esta situación indica a pensar la posibilidad que la radio posee mecanismos para informar con cercanía al tiempo real pero que su objetivo está orientado principalmente a profundizar y razonar sobre los hechos, más que trasladarlos como novedad.

#### - TV

En el caso de la TV se da un fenómeno relevante en términos de exposición de los medios cuando los dos discursos aceptados con base única en este canal fueron sobre sendas investigaciones por corrupción: juicio por el caso Nóos y acusaciones a la ex alcaldesa Barberá.

En este sentido los resultados de la investigación sugieren que la TV podría haber cumplido una misión conectada con dar visibilidad a sucesos polémicos y con posible interés social.

---

<sup>609</sup> Franja 06:00 – 11:59 del 25 de febrero con 51 textos relacionados con la combinación vinculada al discurso.

Si bien, el mismo elemento de visibilidad se introduce como variable determinante si esta se considera como el recurso videográfico al que puedan tener acceso las cadenas televisivas.

Ambos acontecimientos (juicio por el caso Nóos y rueda de prensa de Rita Barberá) estaban planificados y ofrecían todas las posibilidades para dar cobertura audiovisual. Por otra parte, tal como puede apreciarse en el gráfico por línea de tiempo sobre el pacto de Gobierno entre PSOE y Ciudadanos (ver figura 6.2), se produce una acentuación en la emisión de contenidos en TV en la franja 12:00 – 17:59. Este acrecentamiento coincidió con el acceso de material audiovisual por parte de las cadenas. De nuevo la planificación horaria permitió la inclusión de imágenes editadas, en este caso en una franja con profusión de programas informativos como es la sobremesa<sup>610</sup>.

- Twitter

Según los datos extraídos en esta investigación el comportamiento del canal de Twitter en comparación con el resto de medios de comunicación estuvo relacionado con dos dinámicas esenciales. En el caso de acontecimientos de actualidad la función que le dieron los usuarios fue el señalamiento y difusión precisamente del hecho o compartir enlaces de contenidos informativos de *internet* sobre ese mismo hecho<sup>611</sup>. Estos dos fenómenos simultáneos son los que generaron los pronunciados picos de actividad presentes en las gráficas por línea de tiempo de los discursos sobre el pacto PSOE – Ciudadanos y la agresión de género en un concierto de Alejandro Sanz.

Por otra parte el espacio disponible en cada mensaje de Twitter permitió, a su vez, algún tipo de contenido valorativo o de posicionamiento<sup>612</sup>. De esta forma, aun manteniendo una

---

<sup>610</sup> En el Anexo 4.1 se puede consultar los horarios de emisión de la parrilla televisiva incorporada a esta investigación.

<sup>611</sup> Twitter: 24/02 RT @JSE\_ORG: Os dejamos el enlace al acuerdo firmado hoy por @PSOE y Ciudadanos para un Gobierno Reformista y de Progreso <https://t.co/o2ES...> 13:20

Twitter: 24/02 Las claves del documento de acuerdo de Gobierno entre Ciudadanos y el PSOE <https://t.co/wfn2zfhJHu> <https://t.co/7DpbzM2ADN> 13:12

Twitter : 21/02 RT @FlavioGarciaSeo: En video YouTube, Alejandro Sanz defiende a una mujer maltratada en pleno concierto <https://t.co/WD33RN9x0c> vía larepu... 14:04

<sup>612</sup> Twitter: 24/02 Pacto PSOE-Ciudadanos, Podemos se retira. Tranquilos, ya vendrán tiempos mejores y más oportunidades de hacer un gobierno para la gente 17:38

voluntad indicativa, se produjo una influencia respecto la visión propia de algunos usuarios sobre el acto.

Estas dos funciones de “señalamiento” y “posicionamiento”, coinciden con algunos planteamientos establecidos (Jenkins, 2009)<sup>613</sup>. No obstante estos se detectaron de forma monopolística en discursos con movimientos de actividad reactivos a una realidad espontánea. Acontecimientos en los que la participación de los usuarios tuvo correlación con la difusión del hecho<sup>614</sup>.

Es en la observación de los discursos que están desligados de la actualidad informativa donde se aprecian movimientos ampliados en el tiempo y, además de las dos características ya mencionadas, actitudes generalizadas de los usuarios que conducen a una virtualidad de conversación. Ejemplos de este fenómeno serían los discursos sobre las retransmisiones televisivas (*VCTE*, *En tu casa o en la mía*, *El Príncipe*) tanto en los movimientos de generación de contenidos como en el sentido dado a estos mismos mensajes<sup>615</sup>.

Esta dimensión de la que es depositaria Twitter coincide plenamente con aportaciones académicas en las que estas formas de interacción son conocidas como televisión social (Gallego, 2013).

---

Twitter: 24/02 RT @\_ju1\_: Y si soy totalmente sincero, prefería un gobierno del PP, que uno del PSOE y Ciudadanos. Vamos a flipar. Tiempo al tiempo. 0:13

Twitter: 21/02 Gran artista y gran persona, solo Alejandro Sanz es capaz de parar un concierto para detener una agresión a una mujer. Grande! 14:58

<sup>613</sup> Jenkins, H. (2009, agosto 23) The Message of Twitter: "Here It Is" and "Here I Am". Recuperado 26 diciembre 2017, de [http://henryjenkins.org/blog/2009/08/the\\_message\\_of\\_twitter.html?rq=TWITTER](http://henryjenkins.org/blog/2009/08/the_message_of_twitter.html?rq=TWITTER) HERE I AM

<sup>614</sup> Esta difusión realizada como mera replicación de mensajes resulta evidente en discursos con cierto componente reivindicativo organizado como la respuesta al pacto PSOE – Ciudadanos (10,2% de mensajes originales).

<sup>615</sup> Twitter: Creo que podría ver el #Bertinelker mil veces y no cansarme. 0:21

Twitter: 29/02 Voy por la mitad y solo puedo decir... CAPITULAZO #VCTE29 16:45

Twitter: 01/0 3 Yo quiero un novio como Mariano  #vcte29 0:06

- Prensa *online*

La prensa *online* como canal institucional informativo en el espacio digital aportó, según los datos aparecidos en esta investigación, la hibridación de características productivas aparecidas en otros canales.

Por un lado, como puede observarse en la gráfica por línea de tiempo sobre el discurso del pacto PSOE – Ciudadanos (ver figura 6.2), los movimientos en la generación de contenidos podrían corresponderse con la capacidad de inmediatez existente en el entorno digital. La respuesta al acontecimiento es elástica y vertical, similar a la aparecida en Twitter.

Sin embargo, en contraposición a la articulación producida en Twitter, el pico de actividad se mantiene yendo más allá del simple señalamiento del acto noticiable. La generación de contenidos sobre el acontecimiento amplió la información inicial y cumplió una función potencialmente relacionada con las infraestructuras que respaldan estos medios y sus posibilidades técnicas.

El estatus derivado de esta misma cuestión es defendible también por el análisis de los textos extraídos. En la interpretación de los contenidos de prensa *online* se pudieron percibir similitudes respecto a la prensa tradicional en la profusión de categorías semióticas.

Por tanto, de igual forma que el rol asumido por la prensa *online* estuvo enmarcado en un simulacro de emisión en tiempo real, no obvió que el formato de las noticias *online* goza de más opciones informativas que un canal de alcance expansivo pero limitado en su espacio disponible (Twitter).

Esta dualidad entre inmediatez y capacidad de ofrecer información, junto con el ya mencionado cuestionamiento de las dinámicas *crossmedia*, cohabita sin embargo con un presunto fenómeno de dependencia detectado gracias a los resultados de esta investigación. Esta problemática podría expresarse como la necesidad de acceso que tienen los portales digitales que ofrecen noticias respecto las agencias de noticias. Semejante disyuntiva emerge en el momento en que tomando como muestra los 603 textos de la franja analizada en el discurso sobre el pacto PSOE – Ciudadanos, 295 de estos fueran textos con titular

idéntico. Es decir, contenidos que poseían un contenido textual<sup>616</sup> clónico y que como pudo observarse con el análisis detallado tenían como fuente de origen una agencia de noticias.

Por tanto, estas 295 noticias, que fueron descartadas en el análisis y que representaron un 48,9% de la franja observada, inducen a reflexiones sobre una suerte de subordinación imperante en el medio digital. Una relación que puede vincularse con una variable ya detectada a través de la correlación entre tiempo y cantidad, como es una posible responsabilidad de actualización constante. Una obligación que, como se deducido anteriormente, podría diluirse durante la indagación de comportamientos de canales considerados tradicionales<sup>617</sup>.

## 6.2 La interpretación del Discurso Social

Para dar cumplimiento al segundo objetivo de investigación (Identificar y analizar los elementos del significado de estos discursos además de las interdiscursividades subyacentes y la consiguiente estructuración de formaciones discursivas) se procedió al análisis de todos los textos con presencia de las combinaciones que se consideraron válidas. Tal como se pudo apreciar en cada una de las tablas que acompañaron al análisis de los discursos en el capítulo Análisis la tasa de error fue muy baja<sup>618</sup> de manera que en su mayoría se pudo desentrañar el sentido de los contenidos usando como vía de acceso el lenguaje empleado en estos.

Para ello se incorporó un conjunto de categorías relacionadas con la generación de sentido que tuvieran una sólida teoría de base. Estos elementos se detectaron dentro de los textos

---

<sup>616</sup> Se detectaron diferencias en la aportación gráfica como por ejemplo las fotografías que acompañaban la noticia.

<sup>617</sup> Si bien la prensa escrita ofreció un exceso de textos duplicados esta situación fue más debida a la existencia de grupos editoriales con ediciones regionales (p. ej. el Grupo Joly) que mantienen en la publicación diaria un núcleo compartido (p. ej. la sección de política) y alteran en cada zona las noticias de interés en esa demarcación.

<sup>618</sup> Como se detalla en Trabajos futuros como tasa de error se consideraron noticias agrupadas por algoritmo que no coincidían en la paráfrasis hegemónica. La proporción del total de errores fue la siguiente: Twitter (0,01%), Prensa *online* (1,36%), Blogs (11,35%), Radio (9,16%), TV (0,56%), Prensa (1,84%)

de los contenidos (y en las bandas de audio en radio y TV) con una lectura que buscó evidencias que no estuvieran sujetas a diferentes interpretaciones.

La identificación de los elementos citados en el capítulo Metodología permitió una descripción de los usos del lenguaje dentro del total de textos que sirvieron de muestra. Estas construcciones de significado corresponsables de una comprensión determinada de los discursos aparecieron siguiendo algunos casos ciertas regularidades, de igual forma que si fueran parte de un modo de hacer concreto o de una corriente establecida. La indagación en los modos de repartición de estas formas condujo a la respuesta de la primera pregunta de investigación del segundo objetivo: ¿Cómo se dispersan dentro del Discurso Social los elementos generadores de sentido? (entidades del discurso, categorías semióticas, recursos retóricos).

### 6.2.1 Entidades del discurso

Respecto las entidades del discurso enumeradas por Verón (1987), estas emergieron de manera insistente en el campo dedicado a la política. La narración informativa evidenció por un lado la definición de grupos, de bandos caracterizados con un mayor o menor tamaño, con una posición concurrente u opuesta, pero siempre haciendo uso de una perspectiva aglutinadora y facilitadora de una reflexión única (Política: “los españoles”, “las clases trabajadoras”).

Así mismo, pese al encaje certero y reincidente en el discurso político, la construcción de entidades del discurso como pérdida de la individualidad e inclusión en agrupaciones basadas en características comunes pudo hallarse en otros bloques temáticos.

En todos ellos la designación de entidades del discurso poseyó la misma voluntad homogeneizadora arrogada por los actores políticos al hablar del destinatario ideal aunque este no fuera elector (TV: “el madridismo”) ni etiquetando a un enemigo simbólico al que culpar de la injusticia (Acontecimientos: “los que toman las decisiones”).

La construcción del discurso aplicó estos recursos como un formato de sustitución y comprensión ideológica, de igual manera que las formas nominalizadas de poder explicativo, reiteradas de nuevo en la política, simplificaban la comprensión del mensaje mediante

figuras del lenguaje que permitían incorporar una carga valorativa flexible según el receptor (Política: “la izquierda”, “los recortes” / Personajes públicos: “la revolución”).

## 6.2.2 Personificaciones, hipérboles, eufemismos, metáforas

- Personificaciones

Guiado por la inercia de las entidades del discurso y con un efecto también actancial el análisis de los textos mostró la presencia de personificaciones.

Estas atribuciones humanas por obra del lenguaje se ciñeron en el escenario político a señalamientos de rivales abstractos: el “Ibex 35” (considerado también una forma de poder explicativo) y “Europa”.

En el discurso sobre el pacto de Gobierno PSOE – Ciudadanos el IBEX 35 se elaboró discursivamente como un personaje activo y beneficiado por la negociación política. En el discurso dedicado a la cumbre de movimientos sociales y partidos de izquierdas (#WeareplanB) Europa se convirtió literalmente en un “monstruo” que debería ser detenido.

La función en estos dos casos estuvo incardinada en la representación de un oponente de carácter conceptual, en la indicación de un enemigo impreciso en sus límites pero sólido en los valores que representa (“la explotación laboral”<sup>619</sup>).

Puede observarse con diferente misión, sin embargo, el uso dado de la personificación en un discurso dentro del espacio de los deportes. La asignación de características humanas al “madridismo” en el discurso sobre el partido Real Madrid - Atlético de Madrid, entendido a su vez como un colectivo de identificación discursivo, indicó un estado de ánimo.

La diferencia entre ambos usos podría residir en la correlación entre construcciones del lenguaje y delimitaciones entre el *nosotros* (vis inclusiva) y el *ellos* (vis exclusiva), la personificación como humanización (“el madridismo”) o como conversión en un ente exógeno que actúa tal que una criatura autónoma (“el Ibex 35”, “Europa”).

---

<sup>619</sup> Twitter: 25/02 RT @Esparroqui: Es un acuerdo del IBEX35, El beneficiado de Reforma Laboral y de la Explotación laboral. El de las Puertas Giratorias #No... 16:00

- Hipérboles

Por otro lado el uso de hipérboles se ciñó completamente a los textos que se encontraban dentro del bloque temático establecido como política o a aquel que sin ser de este grupo sí estaba fuertemente relacionado en sus implicaciones internas (huelga de metro durante el *MWC*).

Según los datos de esta investigación el discurso político, y especialmente el discurso de los políticos se aferró con insistencia a la grandilocuencia tanto en lo peyorativo del rival (Política: “*el partido más corrupto de Europa*”) como por la relevancia que tienen en sí mismas las responsabilidades del poder (Política: “*una de las decisiones más importantes que habremos de tomar en nuestras vidas*”).

- Eufemismos

A su vez, también la exposición edulcorada de los hechos empleando recursos eufemísticos estuvo circunscrita, según el marco analizado, a las declaraciones o actuaciones de los actores políticos. Tanto cuando su núcleo esencial correspondía con este campo (Política: “*reformas impositivas*”, “*freno de emergencia a los beneficios sociales*”) como con otros en los que la autoridad institucional tuvo implicación como el caso de la huelga durante el *MWC* (Acontecimientos: “*algo de molestias*”) o el uso de la fuerza policial en República Dominicana (Movimientos sociales: “*homicidios (...) ilegítimos*”).

Conviene reseñar que estos dos últimos ejemplos no fueron discursos categorizados dentro del bloque de Política, sino discursos en los que se produjo intervención de responsabilidades públicas de manera directa o indirecta. En el caso del *MWC* el bloque correspondiente es Acontecimientos y la reacción política es resultante de un conflicto laboral. Por otro lado el informe de Amnistía Internacional (bloque Movimientos Sociales) usa el eufemismo para definir la actividad policial, sin incorporar la valoración que hace la institución policial de sus propias actuaciones.

También con peso en la categoría de los eufemismos el discurso sobre el partido de fútbol entre Real Madrid y Atlético de Madrid aportó variaciones que suavizaban la situación de ambos equipos. Por ejemplo se señaló al Real Madrid como un conjunto que mantenía

cierta “irregularidad ligera”<sup>620</sup> respecto a la situación dejada por el anterior entrenador (Rafael Benítez) cuando fue esta la causa de su cese inmediato.

Resulta llamativo, por otra parte, que la carga eufemística fuera inexistente en el resto de discursos dentro del bloque Deportes. Esto podría ser debido a que en los otros dos discursos estaba en juego el liderazgo (UD Las Palmas – FC Barcelona en fútbol) o un título (Real Madrid – Baskonia en baloncesto) mientras que el partido entre los dos equipos de la capital fue un “derbi devaluado”<sup>621</sup> por la distancia que había entre ambos y el equipo que terminó siendo campeón. De esta forma una predisposición hacia el eufemismo podría atenuar la irrelevante situación de los dos equipos.

- Metáforas

También en el campo político se produjo una poderosa atracción en la producción de interpretaciones metafóricas. Por una parte aquellas formas del lenguaje que permitían evitar la explicación sucinta y límpida de sucesos negativos cambiando estos por evocaciones telúricas como *el abismo* o *la oscuridad* (p. ej. las referencias del premier Cameron<sup>622</sup> y del ex ministro Varoufakis<sup>623</sup> sobre la *oscuridad* y el *vacío* como representaciones de la incertidumbre y el malogramiento que amenaza a la sociedad si no se tienen en cuenta sus augurios), suficientes para generar una opinión sin la exigencia de aportar datos.

Por otra la llamada a sustituciones alegóricas que podrían facilitar un entendimiento determinado y que abundaron en el clima de conciliación entre facciones rivales: el pacto convertido en un acto de comunión, el cortejo entre los amantes y la consumación nupcial en una *boda* (p. ej. mecanismos discursivos empleados en los discursos sobre el pacto PSOE – Ciudadanos y las negociaciones de la Izquierda). Todas ellas proposiciones que armonizan y justifican parcialmente una situación de contubernio entre contrarios, vehículos para la comprensión mediante comparaciones simbólicas.

---

<sup>620</sup> Resultados obtenidos en la Liga.

<sup>621</sup> Prensa: 27/02 Diario de Avisos “Un derbi devaluado”

<sup>622</sup> Discurso sobre las negociaciones para la permanencia del Reino Unido en la Unión Europea.

<sup>623</sup> Celebración de la cumbre Plan B contra las políticas de austeridad.

En ese mismo orden y también dentro de un marco de cambio de estado, confluyeron en el espacio dedicado a la política las metáforas situadas en la órbita del *viaje*. La conceptualización que sugiere la articulación dada por los actores opuestos al acuerdo PSOE – Ciudadanos como la traslación a un destino incierto (el “pacto a ninguna parte”) pero principalmente por aquellos que dotaron de largo recorrido la sintonía entre los dos partidos (“juntos hacia un nuevo camino político”) y la coordinación de usos del término “*senda*” en los discursos de ambos dirigentes políticos (Albert Rivera: “*esta es la senda que debe seguir esta nueva etapa política*”, Pedro Sánchez: “*acuerdan una senda de reformas progresistas*”<sup>624</sup>).

### 6.2.3 Temas

En referencia a la presencia de valores temáticos dentro de los textos cuatro de ellos aparecieron con suficiente capacidad interdiscursiva para destacar en discursos de diferente signo.

El concepto de la *frivolidad* se mostró como una referencia a la desconexión de los hechos respecto las actitudes de los actores políticos. Por un lado de manera directa cuando el presidente del Gobierno minimizó la capacidad de cambio del pacto entre PSOE y Ciudadanos por su visión distorsionada de la realidad. Por otro, de manera indirecta en las declaraciones de Umberto Eco (bloque Personajes Públicos) sobre la forma en que los medios de comunicación de su país omitían los casos de corrupción solapándolos con sucesos irrelevantes y sensacionalistas.

En estas, de nuevo, y aun siendo un discurso no referido a la política, la frivolidad vuelve a encarnarse conectada a la actuación política. Semejante vinculación edifica a su vez una relación de complicidad entre poderes formales, entre el ejecutivo y aquel que puede crear una corriente generalizada de opinión. Ahora bien, el argumento de Eco estaba circunscrito a Italia excluyendo de forma consciente España, el territorio en el que se ha realizado la presente investigación.

También se observó con extensión interdiscursiva el valor temático de la *familia* que apareció en dos discursos con centros argumentales diferentes como los casos de

---

<sup>624</sup> TV: 24/2 Cuatro / Noticias Cuatro 14:16

corrupción (juicio a Nóos y acusaciones a Rita Barberá) y el movimiento contra el actual modelo de igualdad entre géneros: #globosazules (bloque Movimientos Sociales).

En todos ellos la concepción de *la familia* se presentó como un valor asentado y esencial. En el bloque sobre corrupción la familia se convirtió en el recurso básico cuando se ha perdido todo lo demás, como un factor nuclear al que aferrarse y que simultáneamente es víctima concomitante por la deshonra generada. En la acción para subvertir el arquetipo dominante sobre la idealización de la igualdad entre géneros “la familia” se consideró una herencia fundamentada irrenunciable. Un elemento con una carga valorativa contrapuesta a ciertos idearios (“el marxismo”), por tanto con una escenificación excluyente.

De intensidad más moderada fue, por otra parte, la representación interdiscursiva del tema de la *ambición* pues esta estuvo enlazada con el poder político y de manera más concreta con el cargo oficial (Política: Negociaciones PSOE – IU – Compromís – Podemos) y las facultades que este comporta (Corrupción: Acusaciones a Rita Barberá).

Finalmente el tema del *estatus* como valor temático devino fundamental en cuatro discursos, en todos ellos pese a su diversidad existió, de nuevo, una influencia importante de la autoridad institucional.

Por una parte los dos discursos enmarcados en el bloque de Corrupción resaltaron la posición social de las personas implicadas (Acusaciones a Rita Barberá: “la alcaldesa de España”) para poder magnificar su degradación (Caso Nóos: “el yerno bobo”). Su situación dentro de una estructura jerárquica y la capacidad de obtener réditos gracias a esa misma presencia en los espacios del poder institucional (integrante de la Casa Real por una parte y alcaldesa y miembro fundamental de un partido por otro) fue cuestión capital.

Sin embargo, al cambiar de bloque discursivo de Corrupción a Política, el estatus de la alcaldesa de Madrid presentado en el discurso sobre el cambio de denominación de la Semana Santa resultó ser insuficiente, según las opiniones analizadas en las franjas analizadas, para alterar una festividad tan instaurada. El cargo de responsabilidad pública se tildó de inválido para modificar una celebración que tiene tan lejana ascendencia.

Finalmente, fue en el discurso sobre el fallecimiento de Umberto Eco donde emergió una profusión de recursos que reconocieron la alineación de la autoridad formal con una suerte de legitimidad moral. En este recorrido el tema del estatus se alzó gracias al establecimiento de valores abstractos (“el ejemplo cívico”) y de títulos concretos (“Doctor *honoris causa* por más de 25 universidades”), rubricando que la posición del pensador estaba fomentada por pero iba más allá de una simple acumulación de nombramientos.

#### 6.2.4 Motivos

En relación a los motivos, como componentes básicos narrativos que pudieron encontrarse dentro de los contenidos integrados en esta investigación aparecieron dos agrupaciones genéricas de gran valor tras un análisis de conjunto. Por una parte los motivos referidos a la libertad individual del hombre tanto forjado en contra de la providencia (TV: *el hombre hecho a sí mismo*), como encomendado para guiar a su pueblo (Política, Corrupción: *el liderazgo*) como culpable único de un pecado de soberbia (Corrupción: *la caída*).

Es este tercer elemento (tan conectado con el escenario discursivo religioso como se verá más adelante) el que sirve también para enlazar con el segundo conjunto de motivos que puede definirse como: *los ecos del pasado*. El poder narrativo de traer a la memoria un mal no superado (Personajes públicos: *el mal que regresa del pasado*, Movimientos sociales, TV: *el ideal romántico lesivo*) o el recordatorio de la civilización como excepción en un mundo salvaje y hostil (Acontecimientos: *el hombre contra la naturaleza*).

La influencia de lo que ha quedado atrás sobre el presente resultó también una cuestión relevante dentro del marco investigado en lo que se refiere a las oposiciones primordiales de significados, estas contradicciones se desplegaron como estructuras desde la que emanaron gran parte de los elementos categorizados en este trabajo.

### 6.2.5 Isotopías

El espacio referente a los usos isotópicos aparecidos en las franjas analizadas situó a estas como herramientas con la misión de incidir y dotar de coherencia estructural hacia una única lectura del texto o fragmento del texto.

Ejemplo paradigmático de este recurso para la comprensión global de un contenido fueron las isotopías referenciadas dentro de la *aversión* y que pudo encontrarse en el texto del programa *El gato al agua* del 25 de febrero. Un texto en que se comentaba el cambio de nombre a la Semana Santa por parte del Ayuntamiento de Madrid, en este se emplearon una serie de conceptos hacia una interpretación unitaria: “el rencor”, “el odio”, “el radicalismo”, “las salvajadas” y “el desprecio”.

En este caso los términos dedicados a la interpretación homogénea emergieron en forma acumulativa, sería en el concepto sobre la *relación de pareja* aparecido en los discursos del bloque Política donde a la profusión dentro de un mismo texto se le adhirió la expansión discursiva. Desde la discreción de una “cita” como parte de un “cortejo” hasta la confirmación del vínculo nupcial con sus “invitados” y un “padrino” (negociaciones PSOE – IU – Compromís – Podemos) que devendrá en un “matrimonio” tras “dar el sí” (pacto PSOE – Ciudadanos).

Por otro lado, pese a su componente planificado, la construcción isotópica no puede considerarse únicamente como una herramienta en manos del narrador interesado. Esta se mostró también como una especie de alineamiento presuntamente casual entre los actores del acontecimiento en el caso del pacto entre PSOE y Ciudadanos, una conjunción referida al *viaje*.

El líder de Ciudadanos Albert Rivera defendió que “*esta es la senda que debe seguir esta nueva etapa política*” mientras que Pedro Sánchez afirmó que los dos partidos “*acuerdan una senda de reformas progresistas*”<sup>625</sup>. Con concomitancia a ambas declaraciones y de manera secuencial, la voz en *off* que acompañó la información reformuló, esta vez sí con una clara voluntad

---

<sup>625</sup> TV: 24/2 Cuatro / Noticias Cuatro 14:16

orientativa, que los dos políticos iniciaban un “*camino*” en común. Una construcción del lenguaje que por obra del montaje audiovisual quedó comprimida en escasos segundos.

### 6.2.6 Oposiciones

En este espectro se observó que la contradicción entre elementos básicos podía considerarse además de una fuente de la que derivaron multitud de los conceptos mostrados con anterioridad, también un fenómeno expansivo en espacios de naturaleza dispar.

Si por un lado algunos bloques discursivos ofrecieron mayor profusión de oposiciones ya fuera por tamaño (Política) como por riqueza de los contenidos (Personajes públicos) sobresalieron por su dispersión interdiscursiva tres binomios principales: *inclusión / exclusión*, *interés general / interés individual*, *progreso / retroceso*.

En primer lugar la estructura compuesta por *inclusión / exclusión* se presentó en tres de los discursos sobre política, por tanto con una cualidad interdiscursiva limitada en un bloque concreto.

Por una parte la referencia a la pertenencia indisociable a España realizada por el dirigente de Ciudadanos en la rueda de prensa del pacto con el PSOE, por otra, y como reverso ideológico, la negación del sentido de comunidad amparada por Podemos (negociaciones de los partidos de la Izquierda).

Sin embargo sería en el discurso sobre los acuerdos entre Reino Unido y la UE donde el binomio *inclusión / exclusión* tendría una ubicación acorde, tanto por formar parte esencial del acontecimiento informativo (el primer ministro abogó por el mantenimiento de Reino Unido dentro de la UE) como por la mención del presidente Rajoy (“*integración y no disgregación*”). Una referencia esta más genérica, que podría entenderse también en clave nacional, y por tanto, encontrarse conectada con la intención presente en los otros dos discursos sobre política ya mencionados.

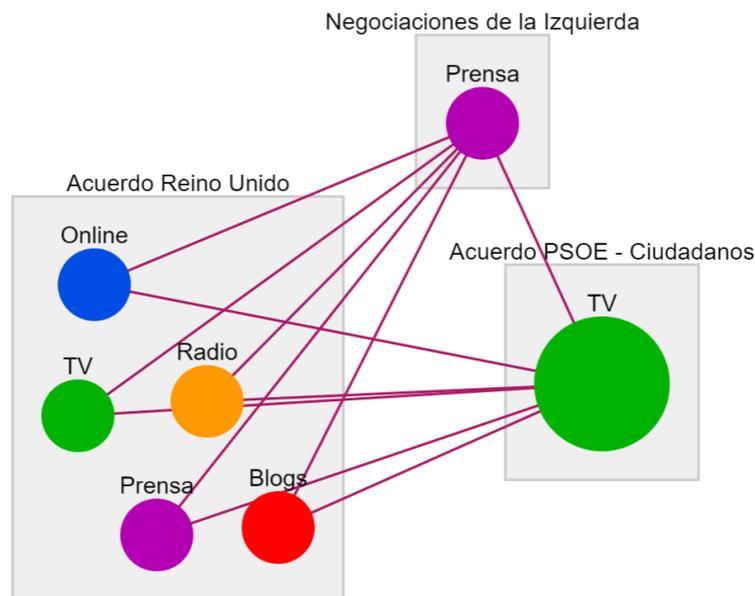


Figura 6.4 Hipergrafo con la cuantificación de los canales de aquellos discursos que han incluido la oposición *inclusión / exclusión* dentro de la franja de análisis.

Por lo que se refiere a la oposición entre *progreso / retroceso* el conflicto entre lo que discursivamente se consideró avances o retrocesos en la sociedad se erigió como pilar en dos campos diferentes como fueron los bloques categorizados como Movimientos Sociales y Acontecimientos.

La oposición entre *progreso* y *retroceso* se evidenció en dos discursos cuya raíz conceptual se basó en sendas situaciones lesivas de resolución pendiente: la “violencia de género” (defensa de Alejandro Sanz de una mujer víctima de agresión) y el “racismo” (entrega de los premios Oscar con polémica por la prevalencia de nominados blancos).

Este recorrido inconcluso desde un pasado ominoso que fue rememorado discursivamente indicó, de igual manera, un futuro esperanzador sobre el que se estaba trabajando. Ahora bien, no se trató de un relato unidimensional libre de tensiones sino que fue una ruta narrativa consecuente con la pesada carga heredada (Motivo: *el ideal romántico lesivo / Metacolectivo singular: el poder formal*).

Los elementos del significado desprendidos desde esta relación binaria fueron por tanto grados que midieron la oposición entre dos fuerzas. Iniciando en la violencia contra la

mujer y el asesinato por motivo de raza, hasta un ideal posible, con todos sus niveles transitorios como las distintas formas de discriminación y las acciones concretas para erradicarlas.

Por otra parte, el discurso sobre la entrega de los premios Oscar cimentó la oposición con una prodigalidad de movimientos reivindicativos más allá de los específicos sobre el racismo. Estos, en algunos casos, estaban articulados y justificados por los films nominados.

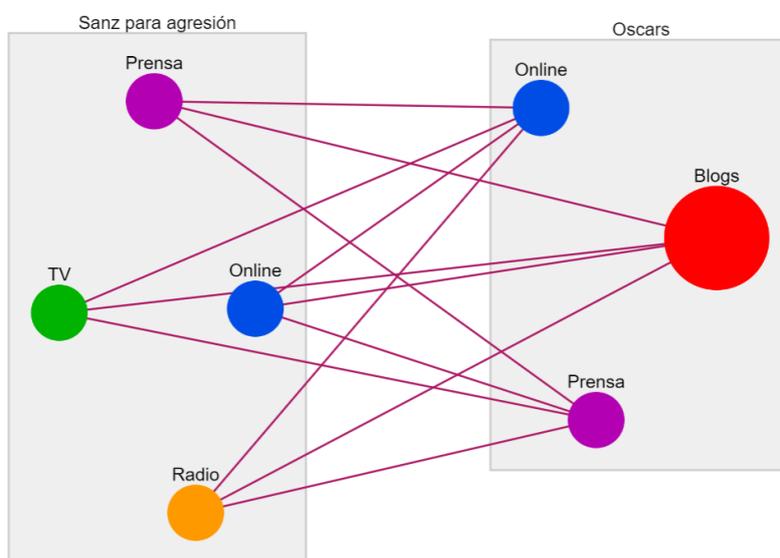


Figura 6.5 Hipergrafo con la cuantificación de los canales de aquellos discursos que han incluido la oposición *progreso / retroceso* dentro de la franja de análisis.

Con una afectación más generalizada la disyunción entre *interés general* e *interés individual* se desplegó con gran intensidad en el bloque temático de política y en otros discursos en los que el poder institucional tuvo participación (Corrupción, Acontecimientos, Movimientos sociales).

De forma más concreta fue una constante en los discursos sobre el pacto de gobierno PSOE – Ciudadanos, las negociaciones IU – Compromís – Podemos – PSOE (primacía del interés partidista) y también en el referido a la huelga de metro del *MWC* (defensa de la mayoría por parte de la alcaldesa), el juicio por el caso Nóos (expolio de los bienes públicos), denuncia de las condiciones laborales en la industria de la moda (maltrato de un

colectivo para sostener un mercado) y el informe anual de Amnistía Internacional (protección nacional frente a valores humanitarios).

La presencia de la autoridad pública correspondió persistentemente con el equilibrio de valores en juego que podrían beneficiar a diferentes estratos sociales. Ahora bien, al igual que las entidades del discurso resultaban figuras elaboradas que daban cabida a colectivos fijados de manera difusa la diferenciación entre la individualidad y el colectivo se determinó, dentro de los textos analizados, en términos relativos respecto las dos agrupaciones contrapuestas.

Por ejemplo la distancia en la escala de medición fue mayor en los discursos sobre política y corrupción ya que el interés general estaba vinculado con toda la ciudadanía mientras que el interés individual correspondió con un partido político o el ánimo lucrativo de unas pocas personas.

Siguiendo este dimensionamiento de las partes beneficiadas en el caso de la huelga de metro durante el *MWC* la magnitud generalista era referida a los ciudadanos de Barcelona (graduación equivalente con el alcance del poder político del Ayuntamiento) y la ganancia privativa compartió el señalamiento de una unidad que actuó de forma organizada tal que un partido político (el comité de trabajadores).

También en el discurso sobre la denuncia de Jordi Évole a las condiciones de trabajo en el sector textil se repitió una relación entre el poder y el interés individual, siendo un poder económico más que político.

Por otro lado se produjo una definición ambigua sobre la pertenencia al colectivo más general, alcanzando el grado de paradoja situar en ambos polos a los consumidores de moda de bajo coste. Esta imprecisión podría deberse a una voluntad comunicativa de concienciación en comparación a los discursos anteriores cuyas oposiciones adjuntaban una polarización axiológica.

Por otra parte, se produjo un salto de escala relevante cuando en el discurso referido al informe de Amnistía Internacional el interés individual pasó a ser el circunscrito a los diferentes Estados afectados por oleadas migratorias (representantes de lo que

anteriormente se ha considerado la ciudadanía). En esta lógica global, alternativa respecto los discursos sobre política, el interés general pasó a ser un derecho universal inmune a los ordenamientos normativos particulares. Los valores que en unos discursos habían recibido tratamiento de interés general son minimizados por los objetivos de carácter supra nacional de la entidad que fue protagonista del acontecimiento.

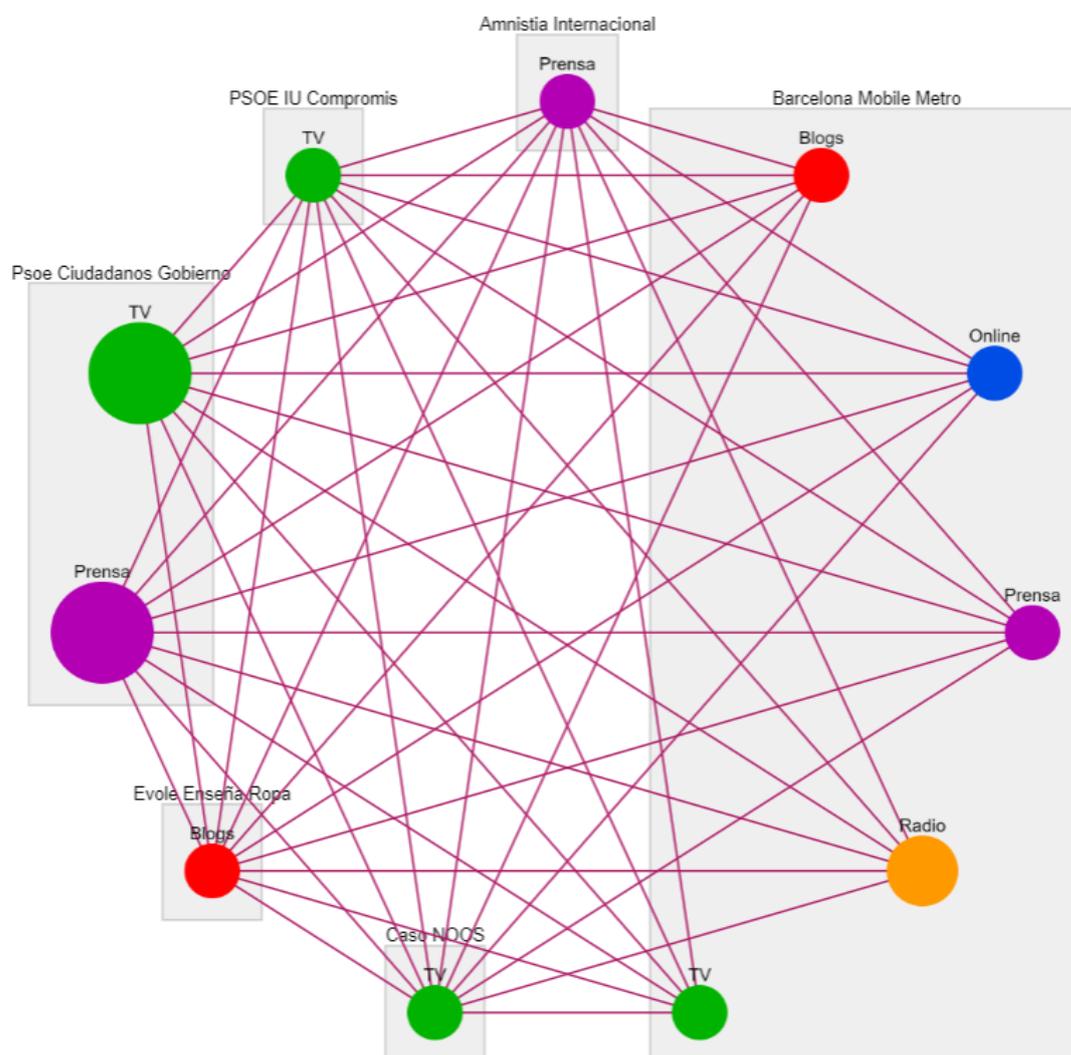
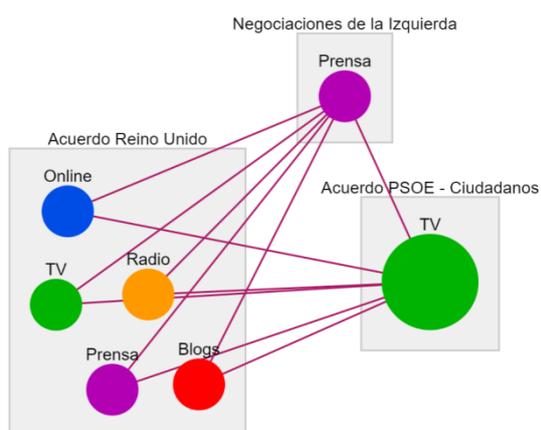
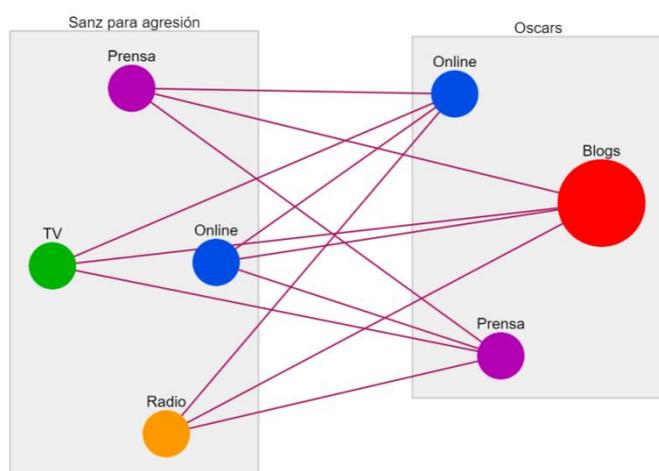


Figura 6.6 Hipergrafo con la cuantificación de los canales de aquellos discursos que han incluido la oposición *interés general / interés individual* dentro de la franja de análisis.

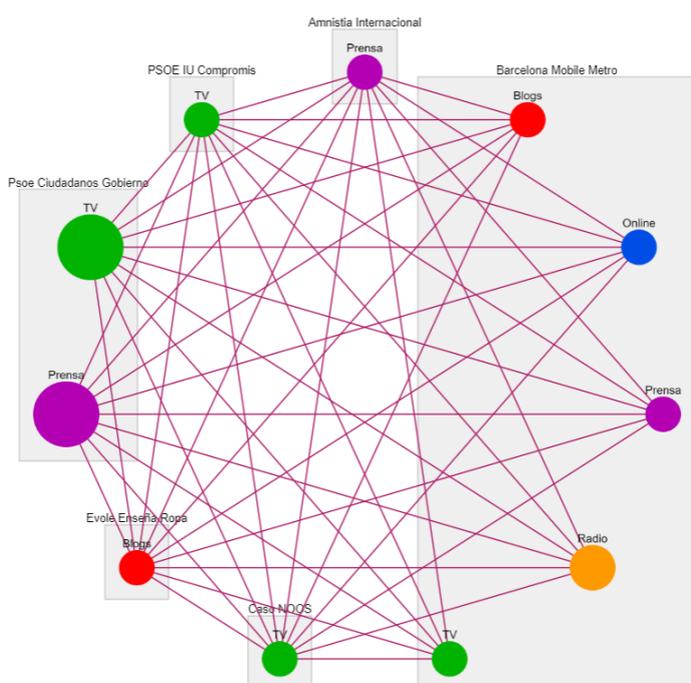
- Comparación de hipergrafos



(Figura 6.4) Como puede observarse en el hipergrafo sobre la oposición *inclusión / exclusión* esta forma parte intrínseca sin importar los canales que le sirven de soporte en el discurso sobre el acuerdo de Reino Unido para permanecer en la UE. Sin embargo, pese a la presunta distancia, dos discursos alejados en su concepción interna se encuentran conectados debido a una lectura a nivel nacional. En todo caso se aprecia que todas las relaciones aparecen dentro del bloque sobre política.



(Figura 6.5) La oposición *progreso / retroceso* se expresa de forma concentrada en dos discursos cuyo sentido es muy distinto. Por una parte la acción de Alejandro Sanz frente a una agresión de género (Movimientos sociales) por otro la gala de los premios Oscar (Acontecimientos). Esta variedad en la tipología se mantiene también en la estructura interna de cada discurso.



(Figura 6.6) La oposición entre *interés general / interés individual* se muestra en discursos de variado signo pero con un elemento nuclear coincidente: la autoridad. Por esta razón aparece en los discursos sobre política, corrupción (el ejercicio perverso del poder) y uno sobre el ejercicio institucional a nivel global (presentación del informe de Amnistía Internacional). Por otro lado se puede visualizar que el discurso sobre la celebración del *MWC* presenta de esta categoría una abundancia significativa ya que la contradicción entre usuarios y trabajadores estuvo representada en gran parte de los canales aceptados.

### 6.2.7 Analogías

En relación a las analogías como corrientes de conceptos tomados de campos discursivos diferentes la red de significación que se entrelazó durante la investigación denotó tres masas consistentes cuyas resonancias atravesaron discursos diferentes conceptualmente.

Una primera corriente interdiscursiva de analogías se produjo en las referencias sobre las *artes escénicas*. Conviene destacar, sin embargo, que estas estuvieron circunscritas al bloque sobre política, concretamente formaron parte de los dos discursos más importantes: pacto de gobierno PSOE – Ciudadanos y negociaciones IU – Compromís – Podemos – PSOE.

Si por un lado este fenómeno denotó una capacidad extensiva limitada también podría relacionarse con una aceptación común que sería la concepción de los políticos y sobre la política como un acto de representación más que de representatividad. Una forma consciente de interpretación ante un público que estuvo cimentada discursivamente por un caudal de referencias.

Estas fueron desde las declaraciones de los actores políticos (el “teatro” enunciado por Podemos o la “pantomima” defendida por el PP) hasta la magnificación realizada por los elaboradores de contenidos de forma nutrida (“drama”, “comparsa”, “escenario”, “puesta en escena”, “figurantes”, “entremés”, “guión”) ya fuera por una conducta interiorizada o por un influjo involuntario de los protagonistas de la política.

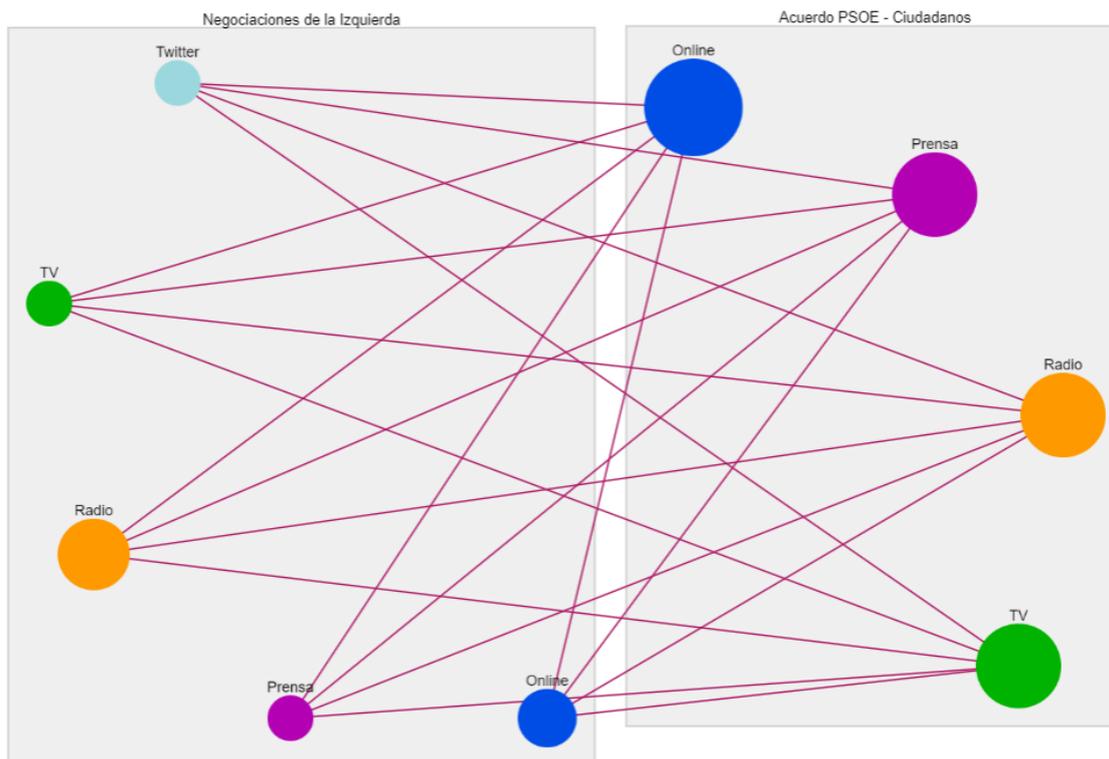


Figura 6.7 Hipergrafo con la cuantificación de los canales de aquellos discursos que han incluido analogías sobre las *artes escénicas* dentro de la franja de análisis.

En este orden de cosas el conjunto de analogías con origen en la línea discursiva sobre la *religión* tuvo un despliegue capaz de acceder a bloques temáticos diferentes. Conviene reseñar que aunque el discurso sobre el cambio de denominación a la Semana Santa por parte del Ayuntamiento de Madrid (Política) sí tenía relación con esta temática no se trató de un discurso dentro del campo de la religión como pudiera ser una encíclica o una carta pastoral. La conexión con la cuestión religiosa daba juego, no obstante, para orientar el tratamiento informativo en esa dirección.

Junto con el discurso ya mencionado las analogías sobre la religión abundaron en dos bloques discursivos heterogéneos como pudieron ser los dedicados a la Corrupción y a los Deportes.

Sin embargo la dirección que tomaron ambos bloques denotó especificidades sobre el objetivo argumental, concreciones que en una ordenación más detallada podrían

categorizarse como el campo de la religión sobre *el pecado y su castigo*, y el campo de la religión basado en su *esencia sobrenatural*.

Los dos discursos dentro del bloque referido a la Corrupción mostraron la aureola de una presunta rectitud y el camino de la enmienda posterior al apartarse de lo justo. El relato informativo institucional y por parte de los usuarios sobre los presuntos casos de corrupción de Iñaki Urdangarin y de Rita Barberá edificaron de manera más evidente (Rita Barberá) o por relación (Iñaki Urdangarin) una posición adherida a las leyes de Dios. Una situación desde la cual era factible el declive, la pérdida del favor divino por la soberbia o la avaricia.

Resulta significativo que la franja analizada de estos dos discursos ahondara en una escenificación atávica, evocaciones discursivas que podrían manifestarse por asociación de ideas a un relato mítico que fue promovido o tangencialmente argumentado por los textos de las franjas analizadas.

Por otra parte, el uso de analogías religiosas expresadas para narrar un acontecimiento deportivo estuvo centrado en la vertiente inexplicable y azarosa de la competición. La victoria del débil pese a lo inverosímil de la empresa, la creencia mística de los seguidores en su equipo y los deportistas como honrados para recibir culto o como entes espirituales fueron referencias que forjaron tamaña ambientación.

Es llamativo, por otro lado, que los discursos deportivos imbuidos por las analogías religiosas estuvieran ajustados en el fútbol. Teniendo en cuenta que este bloque temático incluía también un discurso sobre un partido de baloncesto la abstención en este de recursos del mismo campo religioso representa un detalle a tener en cuenta. Las franjas analizadas denotaron un paso desde la presencia en el fútbol hasta la ausencia total en el baloncesto.

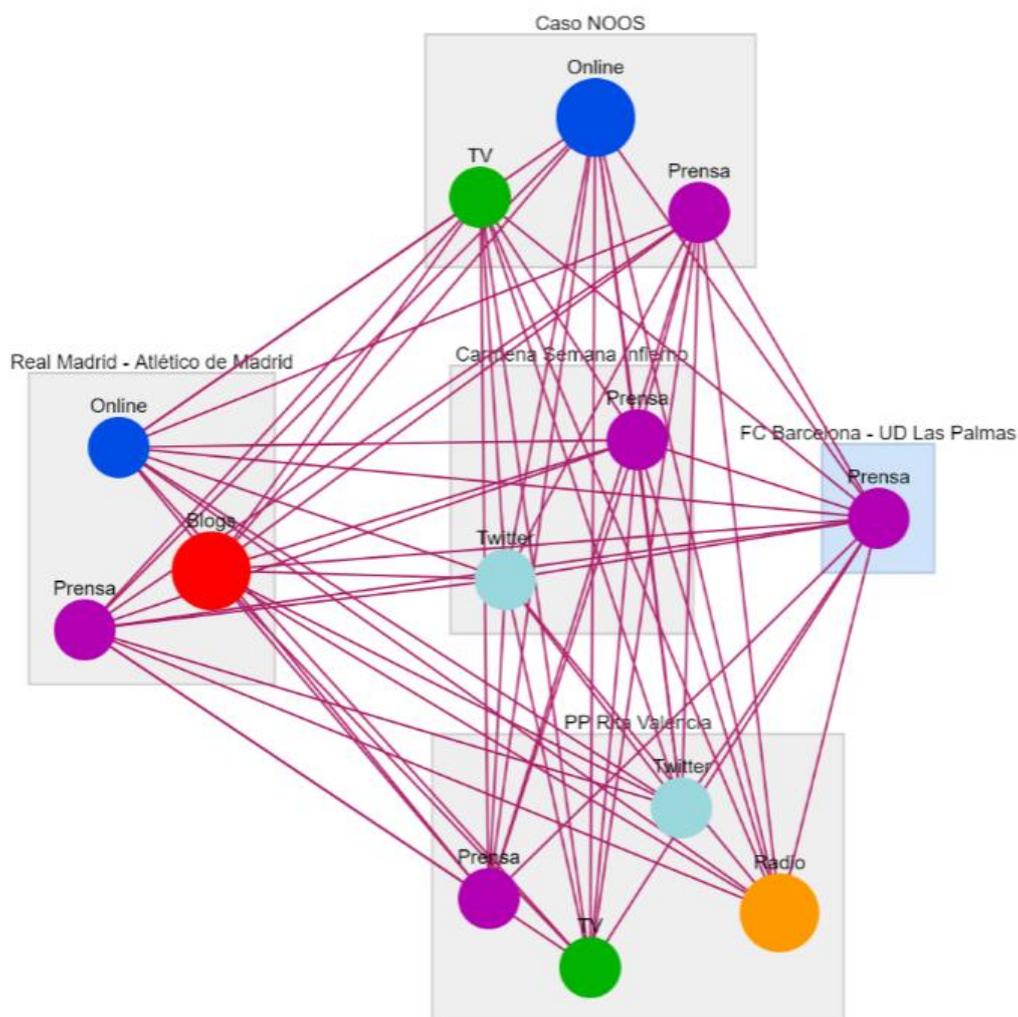


Figura 6.8 Hipergrafo con la cuantificación de los canales de aquellos discursos que han incluido analogías sobre la *religión* dentro de la franja de análisis.

Finalmente el terreno de conexiones de analogías entre campos discursivos discordantes se mostró con fuerza en el uso de terminología de carácter *bélico*. Esta fuente de analogías se produjo principalmente en los bloques temáticos sobre Política y sobre Deportes, y en menor medida en el bloque sobre TV.

Esta diferenciación radica en que si bien un texto sobre el discurso de la emisión del programa televisivo *En tu casa o en la mía* escenificó isotópicamente el uso de recursos del lenguaje relacionados con la guerra esta fue una orientación anecdótica respecto el resto de textos. El tratamiento inusual fue debido a que aquel texto no describió los contenidos mostrados en el programa (como sí se produjo en todos los demás textos analizados) sino

que se centró en la afectación de la emisión del programa en términos de audiencia, como herramienta para liderar la captación de público.

Nuevamente fue en el bloque sobre Política en que aparecieron con mayor intensidad elementos relevantes, de manera más precisa las analogías bélicas aparecieron en los discursos políticos sobre el pacto de gobierno PSOE – Ciudadanos, las negociaciones de los partidos de izquierdas y la cumbre político-social *Plan B*. En todos estos textos la fuente de origen fue la consideración de los partidos políticos como entidades en disputa continua tanto por logros concretos (escaños o la presencia en un gobierno) como por la supremacía de ciertos ideales.

Respecto los contenidos deportivos estas comparaciones se produjeron en los dos discursos con mayor tamaño en términos cuantitativos: el partido Real Madrid – Atlético de Madrid y la semifinal de la Copa del Rey de Baloncesto. En estos dos corpus el tratamiento fue equiparable y los conceptos empleados profundizaron en la visión del deporte como un lugar de conflicto sólo resoluble con la victoria de uno de los contendientes. Semejante modelo, presente en los deportes, se vio fortalecido, a su vez, por otras analogías que aun no teniendo una extensión interdiscursiva sí coincidieron con las analogías bélicas por habitar en la naturaleza del enfrentamiento: las analogías sobre *la caza* (partido FC Barcelona – UD Las Palmas) y sobre *el boxeo* (semifinal de la Copa del Rey de Baloncesto).

Una imagen de conjunto de los elementos esenciales de los discursos en los que las analogías *bélicas* transitaron indica, de una forma general, una cuestión elemental que coincide en todos ellos. Todos los discursos en que se produjeron analogías sobre la guerra, y especialmente por el bloque en que estaban ubicados, tienen una lógica de *juego de suma cero*. Estas son situaciones en las que la ganancia de una parte es generada equitativamente por la pérdida del rival. La guerra es un ejemplo paradigmático de *juego de suma cero* pues toda victoria de un contendiente corresponde con una derrota del contrario. Las competiciones deportivas entre dos equipos son también modelos referenciales en los que la anotación dictamina el resultado en el que sólo gana uno. A su vez, la política, pese a su exposición como generadora de prosperidad funciona con una dinámica de beneficio de un partido (votos o escaños) que es proporcional a la disminución de otro.

Por otro lado, el texto referido a la emisión televisiva *En tu casa o en la mía* correspondió, tal como se ha mencionado, al impacto en términos de audiencia dentro de un escenario de lucha entre cadenas. Resulta significativo que un único texto, tan profusamente marcado por las analogías bélicas y tan anómalo respecto la composición y orientación del resto de textos de la franja analizada, estuviera también instalado respecto un reparto de *suma cero* como son los índices de audiencia y la distribución del espacio de un mercado por parte de los productores de contenidos.

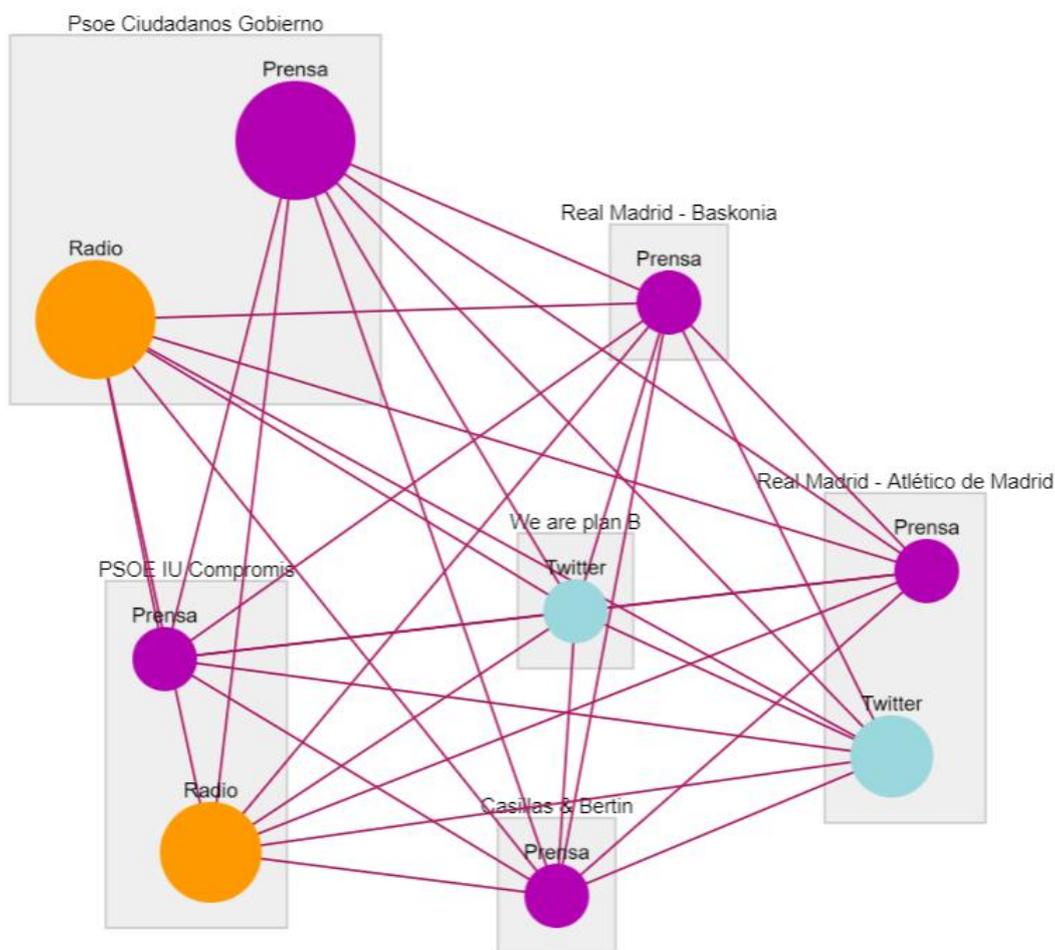
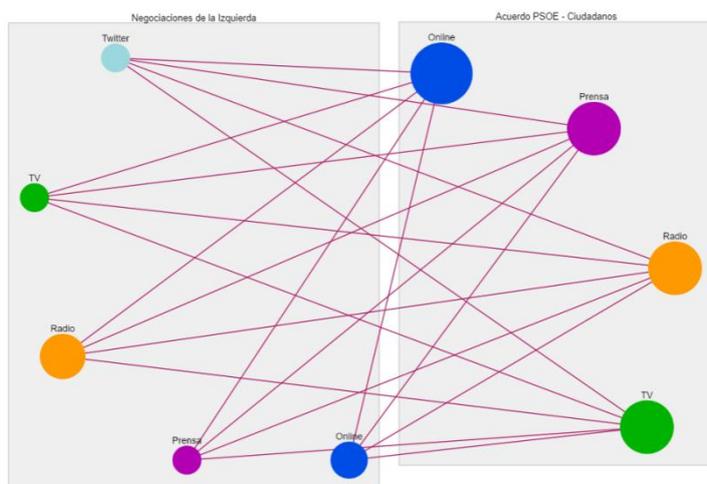
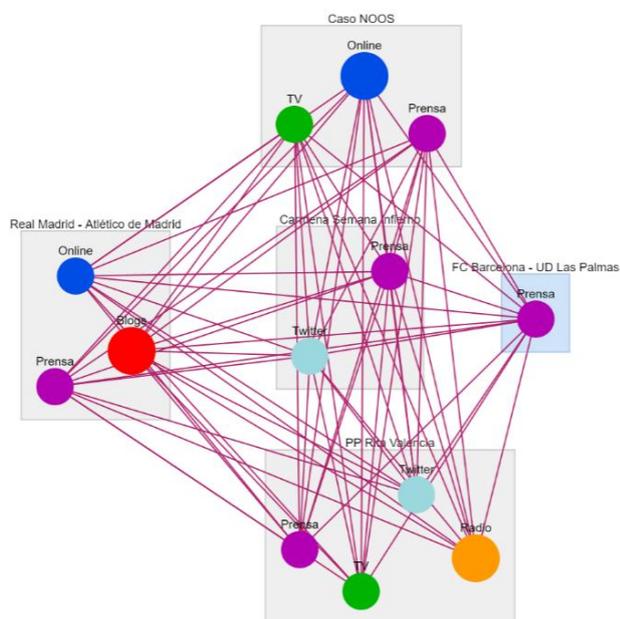


Figura 6.9 Hipergrafo con la cuantificación de los canales de aquellos discursos que han incluido analogías *bélicas* dentro de la franja de análisis

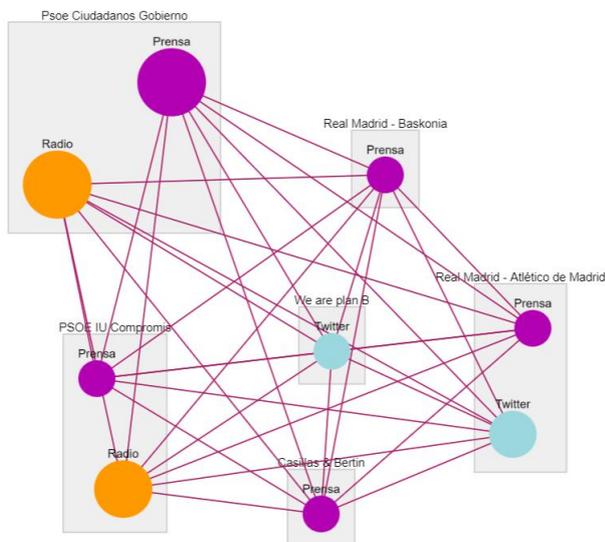
- Comparación de hipergrafos



(Figura 6.7) Como puede apreciarse la analogía sobre las *artes escénicas* se concentra en los dos discursos más importantes sobre política. Sin embargo, pese a una extensión tan limitada, en ambos se produce una importante variedad de canales. Por otra parte se puede observar el mayor peso en términos cuantitativos de los nodos sobre el discurso PSOE – Ciudadanos, que fue el más importante de todo el marco.



(Figura 6.8) Las analogías sobre la *religión* se extienden de igual manera en los discursos sobre fútbol (Deportes) y sobre Corrupción. En todos ellos se produce una evidente insistencia a nivel interno por el número de canales que han servido de soporte de esta categoría. Por otra parte el discurso sobre el partido FC Barcelona – UD las Palmas no cumple con semejante extensión, posiblemente por tratarse de un discurso con menos contenidos (último discurso en términos cuantitativos del bloque de Deportes).



(Figura 6.9) Las analogías *bélicas* son las que ofrecen una resultados más expansivos según la visualización por hipergrafo. Esta expansión está dominada principalmente por los discursos de política que se encuentran muy representados. Por otra parte se produce una relación evidente con los discursos sobre deportes con una excepción coincidente con la analogía sobre *religión*. Finalmente la presencia del discurso sobre el programa *En tu casa o en la mía* es del todo anecdótica, tal como pudo comentarse en el capítulo Análisis.

### 6.3 Ideas y discursos transversales

Tal como se indicó en la segunda pregunta de investigación del segundo objetivo (¿Cuáles son los discursos transversales que atraviesan diferentes temáticas y diferentes discursos?) este proyecto tenía como misión parcial la indagación de discursos subyacentes, constantes y capaces de atravesar diferentes territorios discursivos.

Una cuestión fundamental en la teoría de Angenot sobre el análisis del Discurso Social es que este está construido en base a las tensiones existentes entre diferentes ideogemas. Los ideogemas, como principios ideológicos inmanentes en un enunciado, sirven de estructura sobre la que se configuran los rasgos superficiales del discurso. Los modos en que esos enunciados se trasladan a una conclusión coherente son considerados los *topoi* a través de una “racionalización profunda” (Capdevila, 2002, p. 51).

De esta forma, el componente externo y material de los enunciados se sustenta, por tanto, en una suerte de ideología inherente. Una influencia interiorizada que da verosimilitud y credibilidad al discurso debido a la aceptabilidad de esa idea en un momento histórico.

Los dendrogramas elaborados en el capítulo Análisis servían de visualización de las relaciones de jerarquía entre diversas figuras que podrían ejercer de representaciones superficiales de ideas dentro de un discurso o bloque discursivo determinado. Estas categorías serían entonces visiones parciales de ideogemas complejos que podrían dar validez a visiones del mundo sin necesidad de argumentar pues se consideran razonables, serían resultado de la “dominancia de ciertos hechos semióticos de 'forma'” (Angenot, 1998, p. 20).

El análisis de los textos incluidos en esta investigación ha ofrecido la posibilidad de armonizar contenidos de diferente formato y origen, escrutando algunas facetas de la capa de significación con un único método. Tal como se ha podido detallar en igualdad a la detección de categorías del sentido en discursos concretos este mismo procedimiento pudo hallar aspectos sostenidos por un mismo concepto en diferentes discursos. Serían los indicios de un hecho semiótico “de contenido” que “sobre determina globalmente lo enunciable” (Angenot, 1998, p. 20).

La insistencia de ciertos temas y recursos, de forma magnificada y diversa, permitió la categorización de algunos conceptos marco como: *la guerra de la política* o *el mesianismo en el deporte*.

En primer lugar el ideologema sobre el *belicismo en la política*, vista no como una herramienta para servir al ciudadano, sino como un campo en que el fin (la victoria) justifica los medios. Evidentemente los usos del lenguaje ya denotaron esta idea mediante las ya mencionadas analogías *bélicas*, fueron otras formas más indirectas las que completaron esta sólida estructura.

Por una parte la elaboración de entidades del discurso dedicadas a señalar al contrario, aludiendo incluso a personificaciones extraídas del imaginario (celebración de la cumbre *Plan B* contra las políticas de austeridad: “*el monstruo de la Unión Europea*”) o enumerando aquellos males inherentes al otro (negociaciones de la Izquierda: “los recortes”). Traspasando, entonces, la línea que separa la definición del rival (por los votos) respecto el enemigo (por la ideología).

Por otro lado, como derivación de esta conceptualización de una oposición ontológica, el reconocimiento tácito de todos los medios disponibles para contrarrestar al enemigo, desde reclamaciones concretas (fallecimiento de Umberto Eco: “la manipulación, la mentira”) hasta el engaño y la simulación, recursos de un fingimiento continuo y generalizado (analogía: *artes escénicas*).

En segundo lugar la concepción del ideologema que podría definirse como *mesianismo en el deporte* podría considerarse una construcción resultante de las múltiples facetas del significado encontradas en el bloque discursivo Deportes.

Prueba de ello serían las analogías religiosas conectadas con el liderazgo único y milagroso que indujo a la existencia de un guía capaz de obrar prodigios (Partido Real Madrid – At. de Madrid: el entrenador) y también el juego de oposiciones indicando el protagonismo de unos pocos (partido Real Madrid – At. de Madrid, Partido Real Madrid – Baskonia: oposición *individualidad / colectivo*).

Esta forma de liderazgo basado en un acto de “fe” (Partido Real Madrid – At. de Madrid, Partido UD Las Palmas – FC Barcelona) estuvo acompañada por la determinación de un pueblo escogido dotado de ciertos valores históricos y morales, este sería la entidad del discurso: el “madridismo” (Partido Real Madrid – At. de Madrid), o en un sentido más amplio: la “afición” (partido Real Madrid – At. de Madrid, partido Real Madrid – Baskonia).

Semejante construcción argumental cohabita, por otra parte, con la presencia de un conflicto inherente y constante (partido Real Madrid – At. de Madrid, partido Real Madrid – Baskonia: analogías bélicas) hasta llegar a la tierra prometida tras una “travesía por el desierto” (partido Real Madrid – At. de Madrid).

Por tanto tal conjunción de mecanismos discursivos podría entablar una relación dialógica correspondiente a un sustrato verosímil sobre el *mesianismo en los deportes*<sup>626</sup>.

### 6.3.1 Ideologema: las representaciones del poder

Por otro lado, y ya con una capacidad de dispersión entre bloques temáticos, el corpus analizado dio lugar a la detección de puentes reiterados entre discursos que según su categorización temática se encontraban alejados conceptualmente. Una figura de presencia reiterada y dotada de múltiples facetas concretas o difusas fue el conjunto de manifestaciones sobre la presencia de un poder superior. Esta ideología inmanente, mostrada de forma coherente, podría traducirse como: *las representaciones del poder*.

Semejante abstracción aparece principalmente con un conjunto de señalamientos como pueden ser las personificaciones mencionadas recientemente y encontradas en los discursos sobre política. La elaboración a través del lenguaje de seres pseudo mitológicos como el “Tbex 35” o el “*monstruo de la Unión Europea*” posee su fuerza de convicción en que son expresiones que representan a fuerzas superiores, de gran extensión y vinculadas con la existencia de *el poder* en genérico. La amplitud de este engloba entonces también al “neoliberalismo”, actor que aparece como forma de poder explicativo y fraternal en su

---

<sup>626</sup> Aceptación circunscrita a los deportes de equipo pues según los criterios de esta investigación no hubo discurso aceptado sobre deportes individuales.

voluntad de dismantelar “el estado del bienestar”<sup>627</sup> para reforzar la posición de unos pocos. En términos también generales pero con evidente significación el mundo del deporte no evita otra identidad jerárquica incorporada: “el palco”.

Entonces, puede encontrarse cierta concreción en los componentes beneficiados por e impulsores de las manifestaciones directas del poder, estos serán “los sectores privilegiados”<sup>628</sup> y “la oligarquía empresarial”<sup>629</sup>. En este orden y con un peso muy significativo por su alcance interdiscursivo se observa la presencia de “las élites económicas”, colectivo enumerable en dos discursos de bloques dispares: Pacto de Gobierno PSOE – Ciudadanos<sup>630</sup> y Fallecimiento del intelectual Umberto Eco<sup>631</sup>. Esta dicotomía conduce a su vez al modo de oposiciones entre *interés general* e *interés individual*, ya tratado anteriormente.

También con apariciones en espacios diversos es posible hallar expresiones concretas del ejercicio del poder más allá de la responsabilidad institucional. Por una parte el uso de la *censura* para acallar la crítica de una mayoría cuando los responsables del Real Madrid intentaron solapar con el himno del club (usando la fuerza de unos pocos altavoces) los gritos de unos muchos socios (Deportes: Partido Real Madrid – At. de Madrid). Por otra la evidente referencia a “quienes toman las decisiones”<sup>632</sup>, esas que determinan por voluntad propia en la industria del cine el rol que deben cumplir las minorías y los espacios donde deben hacerlo. Sin olvidar la *frivolización* de los productos mediáticos (Personajes públicos: Fallecimiento de Umberto Eco) para favorecer la omisión del tratamiento de asuntos que pongan en peligro los intereses creados precisamente por el poder en sentido abstracto. La denuncia de una sintonía evidente entre el poder económico (dueños de los emporios de comunicación) y el político, por ser componentes de la misma unidad.

---

<sup>627</sup> Twitter: 20/02 RT @iunida: “El neoliberalismo ha aniquilado pieza a pieza el estado del bienestar que conocíamos” @agarzon #WeArePlanB <https://t.co/z0GBxU...> 13:29

<sup>628</sup> Prensa: 25/02 Hoy Extremadura “Al fracaso la investidura”

<sup>629</sup> Prensa: 25/02 La provincia “El acuerdo entre PSOE y Ciudadanos”

<sup>630</sup> Prensa: 25/02 El mundo (Ed. Ibiza y Formentera) “El PSIC encaja el acuerdo con C’s entre críticas de sus socios”

<sup>631</sup> Prensa: 21/02/16 Hoy Extremadura “El tormento y la gloria de un gigante”

<sup>632</sup> Prensa: 28/02 Heraldo de Aragón “Los Oscar miden el efecto Iñárritu”

Finalmente, además de las formas del poder y de las manifestaciones de este, el corpus analizado indicó la existencia del deseo por llegar al poder y mantenerlo, ejemplificado en el valor temático de la *ambición*. La voluntad inequívoca mostrada en un discurso referenciado a los entresijos deliberativos para el acceso al poder (Negociaciones entre PSOE – IU – Compromís – Podemos) donde los sillones y los cargos son el objetivo de partidos y de aquellos que los dirigen. También el ansia de éxitos cuando ya se detenta un cargo, el personalismo en su gestión, tal como mostró reiteradamente el discurso sobre las acusaciones la ex alcaldesa Barberá (Corrupción). El acceso y el uso del poder de forma mayestática, pues este se posee pero también se representa.

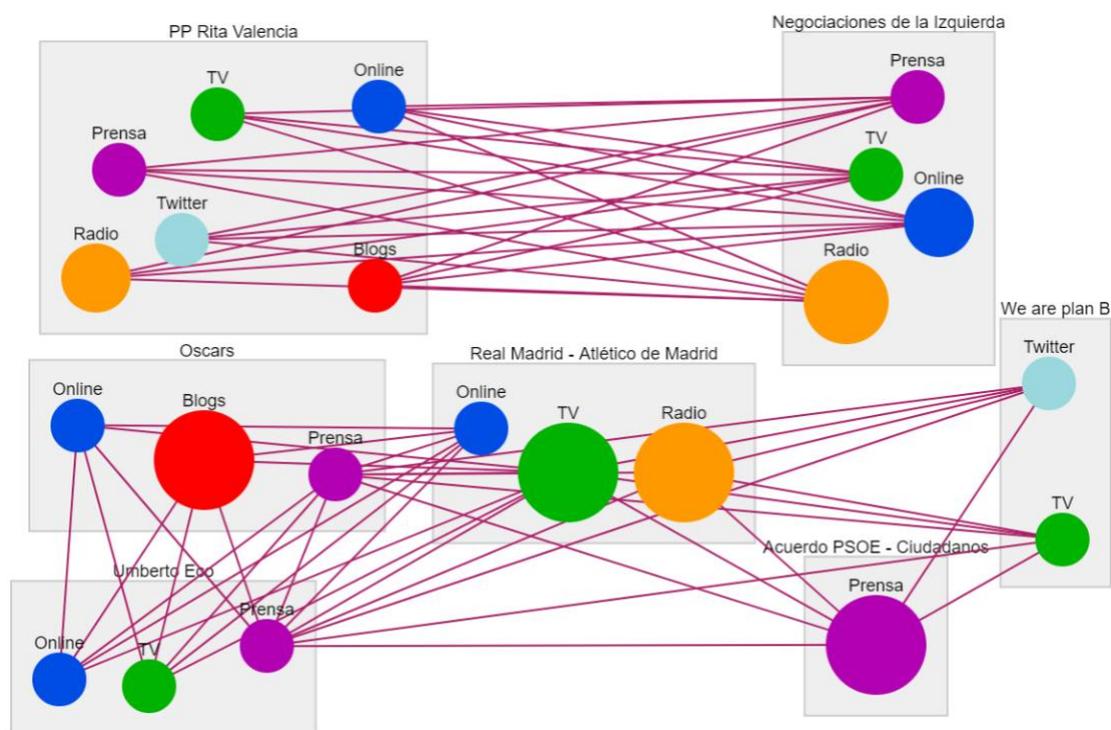


Figura 6.10 Hipergrafo con la cuantificación de los canales de aquellos discursos que forman parte del ideograma *las representaciones del poder* dentro de la franja de análisis.

El bloque de mayor tamaño corresponde a las interdiscursividades de las entidades incardinadas en *el poder* y sus manifestaciones (*censura, discriminación, frivolidización*). El bloque de menor tamaño incorpora la multiplicidad de relaciones entre dos discursos (Acusaciones a Rita Barberá y negociaciones de la Izquierda) por el valor temático de la *ambición*.

### 6.3.2 Ideologema: los estereotipos de género

Finalmente las evidencias presentes en el total de textos podrían denotar la existencia de una idea válida, defendible y argumentable sobre la presentación de los medios de una diferenciación entre el género masculino y el femenino. Podrían ser, entonces, manifestaciones del ideologema sobre los *estereotipos de género*.

El concepto de los *estereotipos de género* se considera una simplificación de la realidad basada en la acentuación de las características de cada género “otorgándoles una identidad en función del papel social que se supone deben cumplir” (Belmonte, 2008, p. 116). Esta formulación identitaria habitó subrepticamente e impregnó, según los datos analizados, el Discurso Social en España durante la franja analizada.

Ya de inicio existen dos discursos que son esencialmente resultado de este fenómeno. Por una parte la actuación de Alejandro Sanz frenando una agresión de género durante un concierto (Movimientos Sociales), comportamiento que originó un caudal discursivo y que corresponde con un escenario de pareja heterosexual “socialmente correcto” (Cantera, 2010, p. 126).

Por otra la campaña #globosazules contra la idea generalizada de la igualdad entre sexos (Movimientos Sociales) en la que el feminismo se consideró un movimiento que está “sembrando odio entre hombre y mujer”. Una acción contestaria al cambio de rol de la masculinidad (Gauntlett, 2008) respecto la concepción del mundo que suponen los *estereotipos de género*.

En ambos casos estamos ante materializaciones discursivas de una ideología hegemónica, reproducciones derivadas de los *estereotipos de género*, ya fuera por aceptación de estos (concierto de Alejandro Sanz) o por el rechazo a las vías alternativas (#globosazules). Ahora bien es en la presunta extrañeza temática donde la cuestión entre géneros se torna más llamativa por la misma desconexión entre asunto del discurso y las ideas que subyacen en él.

De un lado la voz de alerta de Amnistía Internacional (Movimientos Sociales) cuando se refiere a la “violencia contra la mujer”, una acepción amplia no sólo circunscrita a la

agresión concreta frenada en el concierto de Alejandro Sanz. Una violencia que posee diferentes expresiones, resultante de apreciaciones sobre la posición correspondiente a cada género y que es considerada un peligro a nivel mundial por parte de la organización.

De otro la minimización de la mujer hasta convertirla en un objeto, fenómeno presente en dos discursos sobre acontecimientos de alcance mundial: la gala de entrega de los Oscar y el *Mobile World Congress*. También en estos la discriminación de la mujer más allá de la pura función ornamental ya sea por decisiones directas (Oscars) o por tratarse de realidades de facto (*MWC*).

También el cuestionamiento de un desequilibrio de difícil justificación entre hombres y mujeres a la hora de generar contenidos en Wikipedia un argumento factible en el tratamiento del congreso de redes sociales Comunica2 (Acontecimientos). Se evidencia entonces una brecha digital basada en el género confirmada por la consideración del éxito de presencia de mujeres en el *MWC* con un pírrico 21%. Paradójicamente un informe presentado durante el congreso negó la existencia de brechas de acceso a la tecnología por género (Masanet, 2016).

Los discursos se estructuran por tanto con informaciones que vehiculan implícitamente una idea que es considerada válida e irrefutable: el diferente trato recibido entre el género masculino y femenino.

No obstante es en los discursos sobre emisiones televisivas, donde la propia naturaleza temática podría considerarse en las antípodas del ideologema sobre los estereotipos entre géneros, el lugar en que la disyuntiva irresoluta se muestra más sutil y a la vez profunda.

En primer lugar el motivo ya mencionado sobre el *ideal romántico* (heterosexual) *lesivo*, el influjo referido a una incompatibilidad ontológica en la relación entre géneros. Un oneroso legado entretejido en la forma de comprensión del mundo cuya resonancia alcanza la producción cultural tanto en la música (actuación de Alejandro Sanz) como en el tema de la ficción (*El príncipe*: “el amor duele”).

En segundo la conversión de la problemática entre géneros en una frivolidad que genera diálogo en redes sociales por parte de la audiencia. La cuestión es trasladada entonces al

campo lúdico y la controversia se relativiza tal como sucede en las dos emisiones del programa *Volverías con tu ex* que han entrado en la investigación. Un juego de intereses hermanado con la consabida “guerra de sexos”<sup>633</sup>, un concepto que por un lado desviste de importancia la idea que le es fundacional y por otra muestra la subsistencia de un espacio tensionado ente los dos géneros (Gauntlett, 2008).

El ideologema atribuido a las diferentes manifestaciones citadas puede representarse mediante un hipergrafo. En este la agrupación de los nodos vendría determinada por un lado por el espectro violento relacionado arquetípicamente con la consideración de la relación heterosexual socialmente aceptada, y por otro por el marco de roles atribuidos a cada género.

Las relaciones existentes entre los nodos se forman por la existencia de categorías semióticas como por ejemplo la *violencia contra la mujer*, *el ideal romántico lesivo* o *la guerra de sexos*.

---

<sup>633</sup> Twitter: 26/02 Guerra de sexos en #Volveríascontuex! @OrianaGMarzoli con Gala y Flavia! (Capítulo 24 #VCTE24) <https://t.co/9ssECpBXDG> 04:50

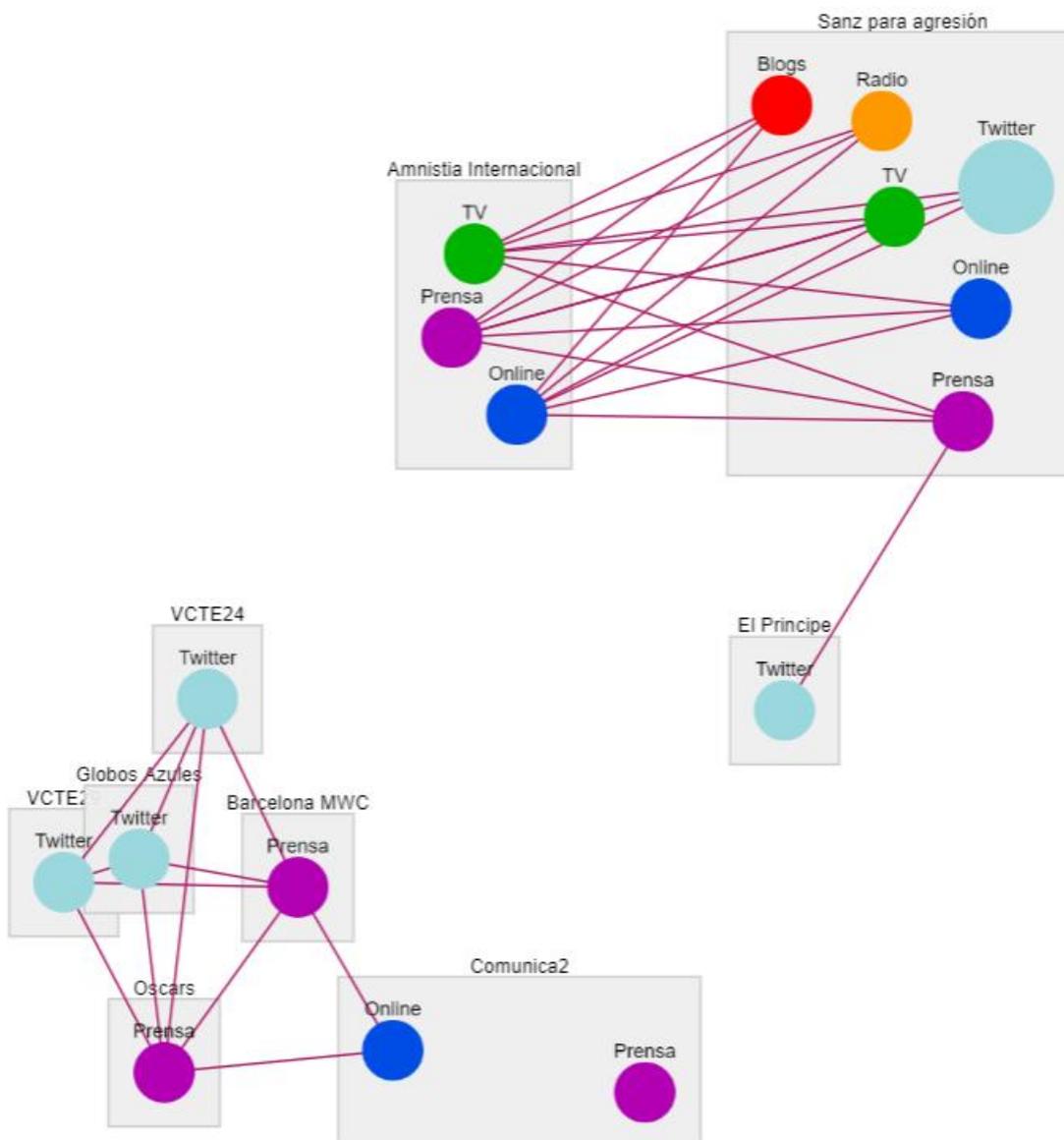


Figura 6.11 Hipergrafo con la cuantificación de los canales de aquellos discursos que forman parte del ideograma *estereotipos de género* dentro de la franja de análisis.

Como puede observarse en el hipergrafo el bloque superior corresponde a las relaciones dentro del subgrupo *violencia contra la mujer*. El bloque inferior detalla otras representaciones de los estereotipos pero no directamente circunscritas a formas de violencia que han sido descritas discursivamente como directas.

Ahora bien, semejante construcción reproduce una instantánea discursiva congelada en el tiempo. Tal como remarca el propio Angenot, “los discursos, las creencias vinculadas a ellos y las ideas aparecen y evolucionan con la historia como telón de fondo” (2010, p. 15).

En este supuesto la conciliación incompleta entre géneros podría representar un decorado en segundo plano frente al que se ponen en discurso los diferentes temas de interés en una sociedad.

Otra cuestión relevante y que se escapa del alcance de esta investigación sería la evolución del concepto sobre los estereotipos de género pues si bien ahora puede entrar en el listado de aquellas ideas “convincientes, demostradas, (...) evidentes, importantes, admirables y movilizadoras” (p. 18), los discursos que las representan, como hechos históricos poseen la característica de devaluarse.

Como acertadamente advierte Angenot “el pasado, lejano y reciente, es un vasto cementerio de ideas muertas” (p. 18), la creencia que subyace sobre la problemática entre géneros visiblemente expresada con la violencia de género podría no ser tal en un futuro.

Los discursos, los temas, los intereses de la sociedad que están por llegar podrían trivializar o magnificar esta situación. Convertirla en “nada más que palabras” (p. 18), retazos arqueológicos de un mundo ya superado o por el contrario elevarla a la fuerza casi invisible que mantiene unido el universo discursivo.

La dimensión de análisis que representan finalmente los ideogramas supone el engranaje más profundo en la interpretación del Discurso Social.

El Discurso Social podría diseccionarse como un mosaico estructurado en tres niveles. En la capa más alta y perceptible estarían los temas que compiten por formar parte de la agenda pública<sup>634</sup>.

En un nivel intermedio podrían encontrarse las manifestaciones del significado y los modos canónicos, vías transversales que mantienen cierta conexión con la temática de los asuntos mediáticos<sup>635</sup>.

---

<sup>634</sup> Por ejemplo el pacto de gobierno entre PSOE y Ciudadanos o la agresión de género en el concierto de Alejandro Sanz.

<sup>635</sup> Por ejemplo el uso de analogías bélicas en la política.

En último lugar, en el ángulo más oculto de todos, aparecerían los ideogramas como representaciones discursivas de ideas dominantes y latentes que se extienden sobre el todo discursivo.

La superposición de estos planos en situación de igualdad provee una visión conjunta aunque parcial sobre la voz de la sociedad en un tiempo.

La finalidad de este proyecto ha sido intentar entender completamente una fracción de este universo, de esta visión del mundo resultado de un conjunto de fuerzas: de las agendas determinadas por los medios pero también de las opiniones de un público con capacidad de acción y de las ideologías que construyen consciente o inconscientemente la voz de una sociedad.



## 7. Trabajos futuros

El presente proyecto se ha erigido como un reto interdisciplinar que, aun ofreciendo un modelo protocolizado y verificado, deja algunos interrogantes y abre nuevas sendas que invitan a la investigación.

### 7.1 El Procesamiento de Lenguaje Natural como base para la obtención de muestras relevantes

Como se ha detallado en las páginas precedentes el PLN es un instrumento muy útil para el tratamiento de cantidades elevadas de textos. En este proyecto su misión ha sido ofrecer combinaciones hegemónicas que mediante unos criterios aplicados manualmente se han mostrado relacionadas directamente con asuntos de actualidad.

La tasa de error de falsos positivos (noticias que no formaban parte de la paráfrasis general respecto el total de resultados) tomando como muestra los textos realmente analizados fue el siguiente:

<b>Medio</b>	<b>Total textos</b>	<b>Total falsos positivos</b>	<b>Total tasa de error</b>
Twitter <sup>636</sup>	8.999	1	0,01%
<i>Online</i>	2.265	31	1,36%
Blogs	229	26	11,35%
Radio	360	33	9,16%
TV	354	2	0,56%
Prensa	2.820	52	1,84%

Tabla 7.1 Tasa de error por textos no referentes a la paráfrasis general dentro de las franjas analizadas.

---

<sup>636</sup> En el conteo de mensajes de Twitter no se contabilizaron aquellos que tenían origen en *trending* topics pues al haber realizado el procesamiento tomando como universo estos mismos el resultado ya se hallaba predeterminado por el *hashtag* o expresión equivalente.

Estos porcentajes representan los textos que fueron recuperados mediante las tres expresiones ofrecidas por el algoritmo y que no encajaban con el asunto del discurso que se dedujo de la muestra para el análisis.

Conviene reseñar que los resultados de la combinación *real Madrid / atlético / fútbol* en prensa ofrecieron una tasa de error superior al 50%<sup>637</sup> y en radio un 100% de error<sup>638</sup>. Es decir, esta metodología demostró ser ineficiente al señalar más resultados erróneos que referidos a la paráfrasis general del resto de canales: Partido de fútbol entre el Real Madrid y el Atlético de Madrid.

Las razones que pueden dar lugar a esta única ineficiencia en la metodología pueden estar debidas a que la competición deportiva en la que se realizó el encuentro tiene una característica de continuidad. La preparación de los partidos y la valoración de las posiciones en la clasificación incluyen menciones a los diferentes equipos en la competición por lo que es susceptible la repetición de expresiones.

Por otra parte, este fenómeno en que la combinación no era pertinente para la recuperación en un canal, no se dio en la celebración del partido UD Las Palmas – FC Barcelona. Por tanto podría ser una señal del falseamiento de los resultados que las entidades Real Madrid y Atlético de Madrid tengan mayor presencia en términos cuantitativos en el medio de prensa diaria y radio en comparación con las entidades FC Barcelona y UD Las Palmas.

Omitiendo los resultados sobre el partido de Real Madrid en prensa la tasa de falsos positivos (noticias recuperadas sin relación con la paráfrasis) fue mejor que la ofrecida por un proyecto reciente<sup>639</sup> orientado a la categorización de noticias *online* en medios de la India. Estos resultados invitan a pensar que la aplicación de algoritmos de recuento simple más la

---

<sup>637</sup> La franja propuesta por el volumen de actividad no fue analizada y se pasó a la siguiente manteniendo el mismo criterio.

<sup>638</sup> De los 33 falsos positivos detectados en radio durante toda la investigación 31 correspondieron al discurso sobre el partido Real Madrid – At. Madrid. La franja propuesta por el volumen de actividad no fue analizada y se pasó a la siguiente manteniendo el mismo criterio.

<sup>639</sup> El Proyecto Categorical Identification of Indian News Using J48 and Ridor Algorithm (2014) se basó en dos sistemas de clasificación por aprendizaje automático: J48 y Ridor. Los resultados fueron 6,32% y 19,88% de falsos positivos respectivamente.

discriminación de resultados según las entidades presentes pueden ser una vía de interés en el campo del Procesamiento de Lenguaje Natural.

Por otra parte varios de los procesos relacionados con esta disciplina son susceptibles de automatizarse.

- a) La entrada de contenidos sobre los que buscar hegemonías discursivas puede realizarse mediante la técnica de *web scraping* (extracción de información de sitios web) a coste cero en el caso de medios *online*. Para los mensajes de Twitter podría realizarse un desarrollo que consultara a Trendinalia y trasladara descarga de los *trending topic* a la aplicación gratuita para desarrolladores de Twitter.
- b) Tras el procesamiento la aplicación de criterios para la selección de combinaciones puede ser automatizada a través de consultas a bases de datos de entidades de acceso público como la *Stanford Named Entity Tagger*<sup>640</sup>. También la descarga de los contenidos resultantes de las combinaciones aceptadas podría realizarse automáticamente con las técnicas comentadas en el anterior punto.
- c) Los textos obtenidos podrían jerarquizarse automáticamente según los picos de actividad tal como se ha realizado manualmente en esta investigación. De esta forma el investigador tendría acceso a los bloques con mayor interés.

Estos desarrollos permitirían un modelo escalable para la determinación de los temas más tratados por los medios.

## 7.2 Twitter como fuente de datos geolocalizados

Como se comentó en el apartado de metodología los mensajes de Twitter no tienen un filtrado exacto por localización del emisor. Para ofrecer unos resultados más concordantes con la misión de determinar el Discurso Social en España se detectaron 21 localizaciones de lugares<sup>641</sup> en que se emplea la lengua castellana y no están dentro del Estado español.

---

<sup>640</sup> The Stanford Natural Language Processing Group. Recuperado 26 diciembre 2017, de <http://nlp.stanford.edu:8080/ner/>

<sup>641</sup> Términos usados para la extracción: America Latina, América Latina, Argentina, Bogota, Bogotá, Buenos Aires, Caracas, Chile, Colombia, Costa Rica, Dominicana, Florida, Mexico, México, Miami,

Estas fueron las más recurrentes cuantitativamente habiendo tomado una muestra de 85.935 *tweets* correspondientes a cinco de las combinaciones aceptadas en esta investigación más la combinación *gobierno / pp / psoe*. Estas 21 localizaciones junto con seis variantes ortográficas y abreviaturas se consideraron criterio para eliminar mensajes.

A la vez que se eliminaron estos mensajes se pudo anotar la incidencia de localizaciones no españolas. De esta forma se observó en términos porcentuales la presencia de usuarios residentes fuera del territorio español cuyos mensajes eran referentes a temas que estaban dentro de asuntos de interés en España.

El dato más relevante de esta extracción es que los mensajes localizados en el listado de localizaciones no aceptadas como incluidas en el Discurso Social en España tuvieron una presencia del 4,81% en el discurso sobre el pacto de Gobierno PSOE – Ciudadanos (sobre 2.235 *tweets*), mientras que en el discurso sobre el partido de fútbol Real Madrid – Atlético de Madrid triplicó ese resultado con una presencia de 14,98% (sobre 2.009 *tweets*).

Una diferencia tan notable respecto un discurso sobre política y otro sobre deportes podría ser interesante que fuera corroborada en futuras investigaciones.

### 7.3 Geolocalización y privacidad en Twitter

Como se comentó con anterioridad (ver 4.8.1 Filtrado de mensajes de Twitter por localización) la geolocalización de los mensajes en Twitter no es una garantía para la recopilación de todos los mensajes publicados en un lugar determinado. Por esta razón se realizó un test confirmatorio sobre la eficacia de la geolocalización como criterio para la obtención de mensajes. Los resultados atestiguaron que este criterio omitía gran parte de los mensajes que se habían publicado por parte de usuarios que se declaran residentes en España. Un estudio realizado en 2013<sup>642</sup> concluyó que sólo el 1,6% de los usuarios de Twitter tenían activada la opción de geolocalización por coordenadas.

Para confirmar y actualizar estos datos se realizó un test con fecha del 21 de enero de 2016.

---

Miranda, Panama, Panamá, Paraguay, Peru, Perú, Puerto Rico , rep dom, Salvador, Santo Domingo, Uruguay, Venezuela.

<sup>642</sup> Leetaru, Wang, Cao, Padmanabhan y Shook (2013). Mapping the global Twitter heartbeat: The geography of Twitter. *First Monday*, 18(5).

Se llevó a cabo una búsqueda en Twitter Archiver en lengua castellana con la expresión de búsqueda *pp / podemos / psoc*. Se obtuvieron 3.879 *tweets* desde las 20:51 del 11 de enero de 2017 hasta las 22:00 del 21 de enero. De estos 3.879 *tweets* se verificó la localización de perfil de todos ellos y se descubrió que 2.595 del total tenían una localización que era referente ineludible a una localidad compatible con España. El resto de mensajes que no daban una confiabilidad total por no referirse a un lugar situado en España se descartaron. Estos resultados que no se tuvieron en cuenta tampoco garantizaban que representaran mensajes de lugares fuera de España. Por ejemplo la localización del perfil “ciudadana del mundo” que ofreció cuatro resultados sí que se había enviado desde España según el filtro de geolocalización por coordenadas realizando una segunda comprobación. Es decir, un usuario que tenía una localización de perfil indeterminada sí que estaba publicando sus *tweets* desde España.

Sin embargo, pese a que el filtro de localización por coordenadas puede detectar el lugar exacto en que se ha publicado cada *tweet* se realizó una segunda búsqueda en las mismas condiciones pero activando el filtro de geolocalización.

Los resultados ofrecieron 1.019 *tweets*, una cifra muy inferior al total de mensajes que como ha podido indicarse tienen una elevada posibilidad de referirse a España. Si consideramos que el análisis de las localizaciones de la búsqueda sin filtro de coordenadas es cercano a la realidad se puede deducir que únicamente un 39,2% aproximado de los usuarios susceptibles de residir en España de esta muestra tienen activada la opción de geolocalización.

Pese a tratarse de una pequeña tentativa la diferencia de porcentaje de usuarios respecto al estudio *Mapping the global Twitter heartbeat: The geography of Twitter* (Leetaru, Wang, Cao, Padmanabhan y Shook, 2013) de un 1,6% a un 39,2% podría alertar de un cambio en la actitud de los usuarios, una relajación en las exigencias sobre privacidad o diferencias geográficas respecto los perfiles de usuarios de un país a otro. En todo caso este es un campo fértil para futuras investigaciones.



## 8. Bibliografía

- Aiello, L. M., Petkos, G., Martin, C., Corney, D., Papadopoulos, S., Skraba, R., ... y Jaimes, A. (2013). Sensing trending topics in Twitter. *IEEE Transactions on Multimedia*, 15(6), 1268-1282. <https://dx.doi.org/10.1109/TMM.2013.2265080>
- Albelda Marco, M. (2010). Atenuación, eufemismos y lenguaje políticamente correcto. En M. Aleza Izquierdo (coord.), *Normas y usos correctos en el español actual* (pp. 342-374). Valencia: Tirant lo Blanch.
- Allan, J., Papka, R., y Lavrenko, V. (1998). On-line new event detection and tracking. En *Proceedings of the 21st annual international ACM SIGIR conference on Research and development in information retrieval* (pp. 37-45). ACM. Nueva York: Association for Computing Machinery.
- Allan, J. (Ed.). (2012). Topic detection and tracking: event-based information organization. En *The Information Retrieval Series, Vol. 12*. Nueva York: Springer Verlag.
- Alonso-Muñoz, L. y Casero-Ripollés, A. (2016). La influencia del discurso sobre cambio social en la agenda de los medios. El caso de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca. *Revista de Ciencias Sociales*, (11), 25-51. <https://dx.doi.org/10.14198/OBETS2016.11.1.02>
- Alsina, M. R. (2001). *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas* (Vol. 11). Barcelona: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Amores, J. Á. B. (2011). *Estilos de investigación social. Técnicas, epistemología, algo de anarquía y una pizca de sociología* (Vol. 83). Zaragoza: Universidad de Zaragoza.
- Anderson, C. (2008). The end of theory: The data deluge makes the scientific method obsolete. *Wired magazine*, 16(7), 16-07. Recuperado 13 febrero 2018, de <http://www.uvm.edu/pdodds/files/papers/others/2008/anderson2008a.pdf>
- Angenot, M. (1989). *1889: un état du discours social*. Longueuil, Québec: Le Préambule.
- Angenot, M. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires: Siglo XXI.

- Angenot, M., Dalmasso, M. T., y Boria, A. (1998). *Interdiscursividades: de hegemonías y disidencias*. Córdoba: Editorial Universidad Nacional de Córdoba.
- Antón Crespo, M., y Alonso del Barrio, E. (2016). El “trending topic” frente a la “agenda setting”. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 21.
- Arcavi, A. (2003). The role of visual representations in the learning of mathematics. *Educational studies in mathematics*, 52(3), 215-241.
- Arduini, S. (2000). *Prolegómenos a una teoría general de las figuras*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Atefeh, F., y Khreich, W. (2015). A survey of techniques for event detection in twitter. *Computational Intelligence*, 31(1), 132-164. <https://dx.doi.org/10.1111/coin.12017>
- Azaustre, A., y Casas, J. (1997). *Manual de retórica española*. Barcelona: Ariel.
- Belmonte, J., y Guillamón, S. (2008). Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV. *Comunicar*, 16(31).
- Berlanga Fernández, I., Mas, V., Salvador, J., y Alberich Pascual, J. (2016). Facebook y la metáfora. La comunicación retórica en las redes sociales digitales. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 25, 413-431. <https://doi.org/10.5944/signa.vol25.2016.16945>
- Betancur, A. (2005). *Aproximación semiótica a la narrativa*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Bitonte, M. E. (2002). Los colectivos identitarios en el espacio de la crisis. *Encuentro Argentino de Carreras de Comunicación Social, Olavarría*.
- Black, M. (1962). *Models and metaphors: Studies in language and philosophy*. Ithaca: Cornell University Press.
- Boczkowski, P. J. (2010). *News at work: Imitation in an age of information abundance*. Chicago, Londres: University of Chicago Press.

- Boyd, D., y Crawford, K. (2011, September). Six provocations for big data. *A decade in internet time: Symposium on the dynamics of the internet and society* (Vol. 21). Oxford: Oxford Internet Institute. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1926431>
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching: Collaborative online news production*. Nueva York: Peter Lang.
- Burbules, N. C. (2002). The Web as a rhetorical place. En I. Snyder, *Silicon literacies: Communication, innovation and education in the electronic age* (pp. 75-84). Recuperado 13 febrero 2018, de <http://faculty.education.illinois.edu/burbules/papers/rhetoric.html>
- Burdick, A., Drucker, J., Lunenfeld, P., Presner, T., y Schnapp, J. (2012). *Digital\_Humanities*. Cambridge: MIT Press.
- Burgess, J., y Bruns, A. (2012). Twitter archives and the challenges of “Big Social Data” for media and communication research. *M/C Journal*, 15(5). Recuperado 13 febrero 2018, de <http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/561>
- Cantera, L. M., y Blanch, J. M. (2010). Percepción social de la violencia en la pareja desde los estereotipos de género. *Psychosocial intervention*, 19(2), 121-127. Recuperado 13 febrero 2018, de [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1132-05592010000200003](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-05592010000200003)
- Capdevila, A. (2002). *El Análisis del nuevo discurso político: acercamiento metodológico al estudio del discurso persuasivo audiovisual* (Tesis doctoral. Universitat Pompeu Fabra, Cataluña) Recuperado de <http://hdl.handle.net/10803/7518>
- Capdevila, A. (2004) *El discurso persuasivo: la estructura retórica de los spots electorales en televisión*. Bellaterra, Castellò de la Plana, Barcelona, Valencia: Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra, Universitat de València
- Cardoso, G. (2008). *Los medios de comunicación en la sociedad en red* (Vol. 2). Barcelona: Editorial UOC.

Casañas, J. T. (2009). Los ejes principales en el diseño de un corpus diacrónico: el caso del CICA. En Cantos Gómez, P. y Sánchez A. (Ed.). *A survey of corpus-based research* (pp. 21-36). Murcia: AELINCO, Asociación Española de Lingüística de Corpus.

Casero-Ripollés, A. (2015). Estrategias y prácticas comunicativas del activismo político en las redes sociales en España/Strategies and communicative practices of political activism on social media in Spain. *Historia y comunicación social*, 20(2), 533-548.  
<https://dx.doi.org/10.14198/OBETS2016.11.1.02>

Casero-Ripollés, A., y Micó-Sanz, J. L. (2017). The incidence of geographical location in the political discussion on Twitter. En Institute of Electrical and Electronics Engineers (Ed.). *Information Systems and Technologies (CISTI), 2017 12th Iberian Conference* (pp. 1-6). Piscataway: IEEE. <https://dx.doi.org/10.23919/CISTI.2017.7976019>.

Chakraborty, G., Pagolu, M., y Garla, S. (2013). *Text mining and analysis: practical methods, examples, and case studies using SAS*. Cary: SAS Institute.

Charaudeau, P. (1995). Une analyse sémiolinguistique du discours. *Langages*, 29(117), 96-111. <https://dx.doi.org/10.3406/lgge.1995.1708>

Chen, H. H., y Ku, L. W. (2002). An NLP & IR approach to topic detection. En Allan, J. (Ed.). *Topic detection and tracking*, (pp. 243-264). En The Information Retrieval Series, Vol. 12. Nueva York: Springer Verlag. <https://dx.doi.org/10.1007/978-1-4615-0933-2>

Chowdhury, G. G. (2003). Natural language processing. *Annual review of information science and technology*, 37(1), 51-89. <https://dx.doi.org/10.1002/aris.1440370103>

Cohen, B (1963). *The press and foreign policy*. Princeton: Princeton University Press.

Coriat, B. (2000). *El taller y el robot: ensayos sobre el fordismo y la producción en masa en la era de la electrónica*. México: Siglo XXI.

Cornfield, M., Carson, J., Kalis, A., y Simon, E. (2005). *Buzz, blogs, and beyond: The Internet and the national discourse in the fall of 2004*. Recuperado 13 febrero 2018, de <http://www.pewinternet.org/2005/05/16/buzz-blogs-and-beyond/>

- Courtès, J. (1991). *Analyse sémiotique du discours, de l'énoncé à l'énonciation*, Paris: Hachette.
- Courtès, J., Greimas, A. J., y Vasallo, S. (1980). *Introducción a la semiótica narrativa y discursiva: metodología y aplicación*. Buenos Aires: Hachette.
- Cruz Martínez, A. G., Páez Vivanco, S. L., Prieto Inzunza, A., Trigoso Domínguez, G., y Vergara Monreal, J. (1980). Dios en la tierra: oposición semica y estructura. *Semiosis*, enero-junio 1980(4), 3-15. Recuperado 13 febrero 2018, de <https://cdigital.uv.mx/handle/123456789/6237>
- Cuvardic, D. (2004). La metáfora en el discurso político. *Revista Reflexiones*, 83(2). Recuperado 13 febrero 2018, de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/reflexiones/article/view/11403>
- Damborenea, R. G. (2013). *Figuras retóricas y otros ingredientes del discurso político: Manual del orador*. Villanueva de Mena: Ediciones Uso de Razón.
- de la Fuente, F. V. (1997). *Teoría general de la información*. Madrid: Nóesis.
- Delle Donne, F. (2008). El discurso político y la legitimación. *Question*, 1. Recuperado 13 febrero 2018, de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/637>
- Deller, R. (2011). Twittering on: Audience research and participation using Twitter. *Participations*, 8(1), 216-245. Recuperado 13 febrero 2018, de <http://www.participations.org/Volume%208/Issue%201/deller.htm>
- Du, Y. R. (2017). Intermedia agenda setting effects. En P. Rossler (Ed.). *International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 779-791). Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0033>
- Ebner, M., y Schiefner, M. (2008, January). Microblogging-more than fun. En *Proceedings of LADIS mobile learning conference* (Vol. 155) (p. 159). IADIS Publications
- Eco, U. (1993). *Lector in fabula. La cooperación interpretativa en el texto narrativo*. Barcelona: Lumen.

- Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen.
- El-Assady, M., Gold, V., John, M., Ertl, T., y Keim, D. (2016). Visual Text Analytics in Context of Digital Humanities. *Work. Vis. Digit. Humanit. as part IEEE VIS*, 1-10. <https://dx.doi.org/10.1111/cgf.12873>
- Farrell, H., y Drezner, D. W. (2008). The power and politics of blogs. *Public Choice*, 134(1-2), 15-30. <https://dx.doi.org/10.1007/s11127-007-9198-1>
- Fernández Constantinides, M. (2011). El discurso político y la politicidad de los discursos. Una hipótesis de trabajo sobre la gestión de colectivos de identidad en periodismo y política. *Question*, 1(30), 23. Recuperado 13 febrero 2018, de <http://repositorio.una.edu.ar/handle/56777/1232>
- Flis, I., Steinová, E., y Wouters, P. (2016). Digital Humanities Are a Two-Way Street. *Isis*, 107(2), 346-348. Recuperado 13 febrero 2018, de <https://dspace.library.uu.nl/handle/1874/346746>
- Foucault, M. (1997). *La arqueología del saber*. México: Siglo XXI.
- Frías, E. R., y González, M. S. (2014). *Ciencias Sociales y Humanidades Digitales*. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social
- Galiana, A. A., y Rigall, J. C. (1994). *Introducción al análisis retórico: tropos, figuras y sintaxis del estilo*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, Servicio de Publicacions e Intercambio Científico.
- Gallego, F. (2013). Social TV Analytics: Nuevas métricas para una nueva forma de ver televisión. *Index. comunicación*, 3(1), 13-39. Recuperado 13 febrero 2018, de <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/49>
- García, R. R. (2014). Twitter y la teoría de la Agenda-Setting: mensajes de la opinión pública digital/Twitter and the Agenda-Setting theory: messages from the digital public opinion. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 20(1), 249-265. [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2014.v20.n1.45230](http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n1.45230)

- Gauntlett, D. (2008). *Media, gender and identity: An introduction*. Londres: Routledge.
- Godino, J. D., Gonzato, M., Cajaville, J. A., y Fernández, T. (2012). Una aproximación ontosemiótica a la visualización en educación matemática. *Enseñanza de las ciencias: revista de investigación y experiencias didácticas*, 30(2), 109-130. Recuperado 13 febrero 2018, de [https://ddd.uab.cat/pub/edlc/edlc\\_a2012m6v30n2/edlc\\_a2012m6v30n2p109.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/edlc/edlc_a2012m6v30n2/edlc_a2012m6v30n2p109.pdf)
- Greimas, A. J. (1971). *Semántica estructural: investigación metodológica*. Madrid: Gredos.
- Grijelmo, Á. (2014). *El estilo del periodista*. Madrid: Taurus.
- Grize, J. B. (1990). *Logique et langage*. Paris: Ophrys.
- Groshek, J. (2008). Homogenous agendas, disparate frames: CNN and CNN International coverage online. *Journal of broadcasting & electronic media*, 52(1), 52-68. <https://doi.org/10.1080/08838150701820809>
- Groshek, J., y Groshek, M. C. (2013). Agenda trending: Reciprocity and the predictive capacity of social networking sites in intermedia agenda setting across topics over time. *Media and Communication*, 1(1), 15. <https://doi.org/10.12924/mac2013.0101001>
- Guo, L., y McCombs, M. E. (Ed.). (2015). *The power of information networks: New directions for agenda setting* (Vol. 8). Londres: Routledge.
- Gupta, V., y Lehal, G. S. (2009). A survey of text mining techniques and applications. *Journal of emerging technologies in web intelligence*, 1(1), 60-76. Recuperado 13 febrero 2018, de [https://www.researchgate.net/publication/42802926\\_A\\_Survey\\_of\\_Text\\_Mining\\_Techniques\\_and\\_Applications](https://www.researchgate.net/publication/42802926_A_Survey_of_Text_Mining_Techniques_and_Applications).
- Gutiérrez-Sanz, V. (2016). Retórica de los discursos digitales. Una propuesta metodológica para el análisis de los discursos en Twitter. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 69, 67-103. Recuperado 13 febrero 2018, de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/23378>.
- Herrero Cecilia, J. (1997). Lo comparación y la analogía como estrategia retórico-discursiva para evocar la figura inefable de la mujer supranatural en La Morte amoureuse de

Théophile Gautier.. *ThéLèMe. Revista Complutense De Estudios Franceses*, (11), 451. Recuperado 13 febrero 2018, de

<http://revistas.ucm.es/index.php/THEL/article/view/THEL9797120451A>

Herring, S. C., Kouper, I., Scheidt, L. A., y Wright, E. (2004). *Women and children last: The discursive construction of weblogs*. Recuperado 13 febrero 2018, de <https://conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/172825/Comments10.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Hogenboom, F., Frasinca, F., Kaymak, U., y De Jong, F. (2011). An overview of event extraction from text. En *Workshop on Detection, Representation, and Exploitation of Events in the Semantic Web (DeRiVE 2011)*. En *Tenth International Semantic Web Conference (ISWC 2011): 23-27 de octubre* (Vol. 779) (pp. 48-57). Berlin: Springer-Verlag

Hu, Y., y Hong, Y. (2017). Modeling Twitter Engagement in Real-World Events. En *Proceedings of the 50th Hawaii International Conference on System Sciences: 4-7 de enero*. Honolulu: University of Hawai'i Recuperado 13 febrero 2018, de <https://pdfs.semanticscholar.org/98dc/b362f298612fb9ca41f8c740e12e4e4f0168.pdf>

Jackson, P., y Moulinier, I. (2007). *Natural language processing for online applications: Text retrieval, extraction and categorization* (Vol. 5). Amsterdam: Benjamins, .cop

Jänicke, S., Franzini, G., Cheema, M. F., y Scheuermann, G. (2017, Septiembre). Visual text analysis in digital humanities. *Computer Graphics Forum*, 36(6), 226-250. <https://doi.org/10.1111/cgf.12873>

Jiang, Y. (2014). 'Reversed agenda-setting effects' in China Case studies of Weibo trending topics and the effects on state-owned media in China. *Journal of International Communication*, 20(2), 168-183. <https://doi.org/10.1080/13216597.2014.908785>

Jockers, M. L. (2013). *Macroanalysis: Digital methods and literary history*. Urbana: University of Illinois Press.

Johnson, Thomas J, (2013) *Agenda Setting in a 2.0 World: New Agendas in Communication*. Nueva York: Routledge.

Kalmegh, S. R., y Deshmukh, S. N. (2014). Categorical Identification of Indian News Using J48 and Ridor Algorithm. *International Refereed Journal of Engineering and Sciences (IRJES)* 3(6). Recuperado 13 febrero 2018, de <http://www.irjes.com/Papers/vol3-issue6/Vesion%202/J367984.pdf>.

Kath, R., Schaal, G. S., y Dumm, S. (2015). New Visual Hermeneutics. *Zeitschrift für germanistische Linguistik*, 43(1), 27-51. <https://doi.org/10.1515/zgl-2015-0002>

Kaplan, F. (2015). A map for big data research in digital humanities. *Frontiers in Digital Humanities*, 2, 1. <https://doi.org/10.3389/fdigh.2015.00001>

Kayser, W., Mouton, M. D., y Yebra, V. G. (1965). *Interpretación y análisis de la obra literaria*. Madrid: Gredos.

Kim, S. T., y Lee, Y. H. (2006). New functions of Internet mediated agenda-setting: Agenda-rippling and reversed agenda-setting. *Korean journal of journalism & communication studies*, 50(3), 175-205. <https://doi.org/10.1111/jcom.12088>

Kitchin, R. (2014). Big Data, new epistemologies and paradigm shifts. *Big Data & Society*, 1(1). <https://doi.org/10.1177/2053951714528481>

Kirk, A. (2016). *Data visualisation: a handbook for data driven design*. Los Angeles: Sage.

Krane, M. (2010). *The socially filtered media agenda: a study of agenda setting among news outlets on Twitter* (Tesis doctoral. University of Missouri, Estados Unidos). Recuperado de <https://mospace.umsystem.edu/xmlui/handle/10355/8129>

Kulshrestha, J., Kooti, F., Nikraves, A., y Gummadi, P. K. (2012). Geographic Dissection of the Twitter Network. En *ICWSM: 4 de junio*. Dublin: Association for the Advancement of Artificial Intelligence. Recuperado 13 febrero 2018, de [https://people.mpi-sws.org/~juhi/ICWSM2012-geo\\_dissection.pdf](https://people.mpi-sws.org/~juhi/ICWSM2012-geo_dissection.pdf)

Kunneman, F. A., y van den Bosch, A. P. J. (2014). Event detection in Twitter: A machine-learning approach based on term pivoting. Grootjen, F.; Otworowska, M.; Kwisthout, J.

(Ed.). *Proceedings of the 26th Benelux Conference on Artificial Intelligence* (pp. 65-72). Nimega: Radboud University. <https://dx.doi.org/10.1017/S1351324916000036>

Larrondo, M. (2013). El Discurso Político Kirchnerista hacia la juventud en contextos de actos de militancia. *Astrolabio*, (11), 334-363. Recuperado 13 febrero 2018, de <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/astrolabio/article/viewFile/2891/7402>

Lee, G. (2005). *Agenda setting effects in the digital age: Uses and effects of online media*. (Tesis doctoral no publicada. University of Texas at Austin, Estados Unidos). Recuperado de <http://hdl.handle.net/2152/1606>

Lee, J. K. (2009). *Incidental exposure to news: Limiting fragmentation in the new media environment*. (Tesis doctoral), University of Texas at Austin, Estados Unidos. Recuperado de <http://hdl.handle.net/2152/6686>.

Lectaru, K., Wang, S., Cao, G., Padmanabhan, A., y Shook, E. (2013). Mapping the global Twitter heartbeat: The geography of Twitter. *First Monday*, 18(5). <https://doi.org/10.5210/fm.v18i5.4366>

Le Guern, M., y Vélez Serrano, L. (1982). Metáfora y argumentación. *Semiosis, julio-diciembre 1982*(9), 27-38. Recuperado 13 febrero 2018, de <http://cdigital.uv.mx/handle/123456789/6253>

Lerner, E. G. (2010). Intertextualidad e isotopía: Enfoques convergentes y complementarios. *Diario de Campo*, (1), 4-10. Recuperado 13 febrero 2018, de <https://revistas.inah.gob.mx/index.php/diariodecampo/article/view/3414/6849>

Mahmud, J., Nichols, J., y Drews, C. (2014). Home location identification of twitter users. *ACM Transactions on Intelligent Systems and Technology (TIST)*, 5(3), 1-21. <https://doi.org/10.1145/2528548>

Maingueneau, D. (1984). *Genèses du discours*. Bruselas: Mardaga.

Martínez-Gamboa, R. (2015). Patrones cuantitativos en novelas chilenas de los siglos XIX a XXI. *Onomázein*, (32), 239-253. <https://doi.org/10.7764/onomazein.32.14>

Martínez-Gamboa, R. (2016). Big Data en Humanidades Digitales: de la escritura digital a la “lectura distante”. *Revista chilena de literatura*, (94), 39-58. Recuperado 13 febrero 2018, de <https://revistas.uchile.cl/index.php/RCL/article/view/44969/47051>.

Masanet, M. J. (2016). Pervivencia de los estereotipos de género en los hábitos de consumo mediático de los adolescentes: Drama para las chicas y humor para los chicos. *Cuadernos. info*, (39), 39-53. <https://doi.org/10.7764/cdi.39.102>

Mayoral, J. A. (1994). *Figuras retóricas*. Madrid: Síntesis.

Mayordomo, T. A. (2005). Retórica, comunicación, interdiscursividad. *Revista de investigación lingüística*, 8, 7-34. Consultado el 13 febrero 2018 d Recuperado 13 febrero 2018, de <http://revistas.um.es/ril/article/view/6671/6471>

McCombs, M. E., y Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public opinion quarterly*, 36(2), 176-187. Recuperado 13 febrero 2018, de <https://www.jstor.org/stable/2747787>

McCombs, M. (2005). A look at agenda-setting: Past, present and future. *Journalism studies*, 6(4), 543-557. <https://doi.org/10.1080/14616700500250438>

Meraz, S. (2008). The blogosphere’s gender gap. Poindexter, P. M., Meraz, S., Weiss A. S., *Women, men and news: divided and disconnected in the news media landscape*, 129-151. Nueva York: Routledge.

Meraz, S. (2009). Is there an elite hold? Traditional media to social media agenda setting influence in blog networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(3), 682-707. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01458.x>

Milà i Fontanals, M. (1848) *Manual de retórica y poética*. Barcelona: Impr. Y Fundición de Pons y C.

Moniruzzaman, A B M y Hossain, Syed. (2013). NoSQL Database: New Era of Databases for Big data Analytics - Classification, Characteristics and Comparison. *Int J Database Theor Appl*. 6. Recuperado 13 febrero 2018, de <https://arxiv.org/abs/1307.0191>

- Moratalla, T. (2003). La hermenéutica de la metáfora: de Ortega a Ricoeur. *Revista Espéculo*,(4). Recuperado 13 febrero 2018, de <http://www.biblioteca.org.ar/libros/151608.pdf>
- Moretti, F. (2005). *Graphs, maps, trees: abstract models for a literary history*. Londres: Verso.
- Morstatter, F., Pfeffer, J., Liu, H., y Carley, K. M. (2013). Is the Sample Good Enough? Comparing Data from Twitter's Streaming API with Twitter's Firehose. En *Proceedings of the Seventh International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*: 8-11 de julio de 2013 (pp. 400-408) ICWSM. Palo Alto: Association for the Advancement of Artificial Intelligence. Recuperado 13 febrero 2018, de <https://arxiv.org/pdf/1306.5204.pdf>
- Murthy, D. (2013). *Twitter: Social communication in the Twitter age*. Medford: Polity Press.
- Páez Vivanco, S. L. (1986). Discurso e isotopía. *Semiosis, enero-junio 1986*(16), 131-145. Recuperado 13 febrero 2018, de <https://cdigital.uv.mx/handle/123456789/6306>
- Pêcheux, M., y Ezquerro, M. A. (1978). *Hacia el análisis automático del discurso* (Vol. 277). Madrid: Gredos.
- Perelman, C. (1998). *El imperio retórico: retórica y argumentación*. Bogotá: Grupo editorial Norma.
- Pérsico, M. M. (2014) Estrategias de refuerzo, polémica y persuasión en un discurso de Néstor Kirchner desde una perspectiva enunciativo-argumentativa. En *II Convegno Lingue e política: 27 y 28 de noviembre de 2014* (pp. 26-28). Padova: Università di Padova. Recuperado 13 febrero 2018, de [http://www.academia.edu/21446657/Estrategias\\_de\\_refuerzo\\_pol%C3%A9mica\\_y\\_persuasi%C3%B3n\\_en\\_un\\_discurso\\_de\\_N%C3%A9stor\\_Kirchner\\_desde\\_una\\_perspectiva\\_enunciativo-argumentativa](http://www.academia.edu/21446657/Estrategias_de_refuerzo_pol%C3%A9mica_y_persuasi%C3%B3n_en_un_discurso_de_N%C3%A9stor_Kirchner_desde_una_perspectiva_enunciativo-argumentativa)
- Petkos, G., Papadopoulos, S., Aiello, L., Skraba, R., y Kompatsiaris, Y. (2014, June). A soft frequent pattern mining approach for textual topic detection. En Akerkar, R., Thessalonikēs, A. P. y ACM (Ed.). *Proceedings of the 4th International Conference on Web*

*Intelligence, Mining and Semantics (WIMS14)* (p. 25). Nueva York: Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2611040.2611068>

Prada Oropeza, R. (1979). El modelo constitucional en Greimas. *Semiosis, julio-diciembre 1979*(3), 69-84. Recuperado 13 febrero 2018, de <http://cdigital.uv.mx/handle/123456789/5914>

Przepiórkowski, A., y Ogrodniczuk, M. (Ed.). (2014). Advances in Natural Language Processing. En *9th International Conference on NLP, PoITAL 2014*: 17-19 de septiembre de 2014. Cham: Springer. Recuperado 13 febrero 2018, de <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-10888-9>

Quintero Ramírez, S. (2017). Metonimia como recurso cohesionador en el texto periodístico deportivo. *ELUA. Estudios de Lingüística*, (31) 269-284. <https://doi.org/10.14198/ELUA2017.31.14>

Ramsay, S. (2007). Algorithmic criticism. En Siemens, R. y Schreibman (Ed.). *A Companion to Digital Literary Studies*. Oxford: Blackwell. Recuperado 13 febrero 2018, de <http://www.digitalhumanities.org/companionDLS/>

Ramírez, S. S. (2015). *Los titulares en los cibermedios deportivos: Principales figuras retóricas y su aplicación didáctica* (Tesis doctoral. Universidad de Extremadura, Extremadura). Recuperado de <http://hdl.handle.net/10662/3089>

Rastier, F. (2005). *Semántica interpretativa*. México: Siglo XXI.

Ricoeur, P. (2001). *La metáfora viva*. Madrid: Ediciones Cristiandad.

Rogstad, I. (2016). Is Twitter just rehashing? Intermedia agenda setting between Twitter and mainstream media. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(2), 142-158. <https://doi.org/10.1080/19331681.2016.1160263>

Russell Neuman, W., Guggenheim, L., Mo Jang, S., y Bae, S. Y. (2014). The dynamics of public attention: Agenda-setting theory meets big data. *Journal of Communication*, 64(2), 193-214. <https://doi.org/10.1111/jcom.12088>

- Russom, P. (2011). Big data analytics. *TDWI best practices report, fourth quarter, 19*, 40. Recuperado 13 febrero 2018, de <https://tdwi.org/research/2011/09/best-practices-report-q4-big-data-analytics.aspx>
- Sánchez, M. E. G. (2005). Los sustitutos eufemísticos y la claridad del texto informativo/Euphemistic Substitutes and Clarity of the News Texts. *Estudios sobre el mensaje periodístico, 11*, 309-328. Recuperado 13 febrero 2018, de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0505110309A/12495>
- Saito, S., Ohno, S., y Inaba, M. (2010). A platform for cultural information visualization using schematic expressions of cube. *Proceedings of the Digital Humanities, 1*. Recuperado 13 febrero 2018, de <http://dh2010.cch.kcl.ac.uk/academic-programme/abstracts/papers/pdf/ab-796.pdf>
- Scheufele, D. A., y Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of communication, 57*(1), 9-20. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00326.x>
- Schreibman, S., Siemens, R., y Unsworth, J. (Ed.). (2008). *A companion to digital humanities*. Malden: Blackwell Pub. Recuperado 13 febrero 2018, de <http://www.digitalhumanities.org/companion/>
- Segre, C. (1985). *Principios de análisis del texto literario* (Vol. 13). Barcelona: Crítica.
- Siapera, E. y Veglis, A. (2012) *The Handbook of Global Online Journalism*. Malden: Wiley-Blackwell
- Sloan, L., y Quan-Haase, A. (Ed.) (2017). *The SAGE handbook of social media research methods*. Londres: Sage Publications.
- Sosa, N. (2000). Estrategias retóricas en la construcción de la actualidad periodística. Análisis de la noticia de la prensa. En A. Gimante (Comp.), *Ensayos semióticos*, 107-115. México: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Asociación Mexicana de Estudios Semióticos.

Spillman, L. (1995). Culture, social structures, and discursive fields. En Agger B. (Ed.). *Current Perspectives in Social Theory*, 15(1), 129-54. Greenwich: JAI Press

Suárez del Solar, M. A. (2013). "Monopolios mediáticos": ¿nuevo blanco de los discursos presidenciales?. (Trabajo de Fin de Licenciatura. Universidad de San Andrés, Argentina). Recuperado de <http://repositorio.udesar.edu.ar/jspui/bitstream/10908/11202/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.L.%20Com%20Mar%C3%ADa%20Agustina%20Su%C3%A1rez%20del%20Solar.pdf>

Sweetser, K. D., Golan, G. J., y Wanta, W. (2008). Intermedia agenda setting in television, advertising, and blogs during the 2004 election. *Mass Communication & Society*, 11(2), 197-216. <https://doi.org/10.1080/15205430701590267>

Takeshita, T. (2006). Current critical problems in agenda-setting research. *International Journal of Public Opinion Research*, 18(3), 275-296. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edh104>

Tomachevski, B. (1982). *Teoría de la literatura* (Vol. 15). Madrid: Akal.

Trumpener, K. (2009). Critical response I. Paratext and genre system: A response to Franco Moretti. *Critical Inquiry*, 36(1), 159-171. <https://doi.org/10.1086/606126>

Valenzuela, S., y McCombs, M., (2014) Agenda-Setting Theory: The Frontier Research Questions. En Kenski, K, Hall Jamieson, K. (Ed.). *The Oxford Handbook of Political Communication* (pp. 633-645). Oxford: Oxford University Press  
<https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.48>

Vargo, C. J. (2011). *National television news and newspapers as media salience, Twitter as public salience: An agenda-setting effects analysis*. (Tesis doctoral. University of Alabama, Estados Unidos). Recuperado de [http://libcontent1.lib.ua.edu/content/u0015/0000001/0000521/u0015\\_0000001\\_0000521.pdf](http://libcontent1.lib.ua.edu/content/u0015/0000001/0000521/u0015_0000001_0000521.pdf)

Verón, E. (1980). Discurso, poder, poder del discurso. En *Anais do Primer Coloquio de Semiótica* (92). São Paulo, Rio de Janeiro: Edições Loyola, Pontificia Universidade Católica

Verón, E. (1993). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.

Verón, E., Arfuch, L., y Chirico, M. M. (1987). *El discurso político: Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette.

Vilares, J. (2006). Aplicaciones del Procesamiento del Lenguaje Natural en la Recuperación de Información en Español. *Procesamiento del lenguaje natural*, 36, 57-58. Recuperado 13 febrero 2018, de <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/1258>

Wartena, C., y Brussee, R. (2008). Topic detection by clustering keywords. In *Database and Expert Systems Application, 2008. DEXA'08*. (pp. 54-58). Turin: IEEE, Computer Society. <https://doi.org/10.1109/DEXA.2008.120>

Yu, J., y Aikat, D. (2005). News on the Web: Agenda setting of online news in Web sites of major newspaper, television and online news services. En *Annual meeting of the International Communication Association*, Nueva York: International Communication Association. Recuperado 13 febrero 2018, de [http://www.allacademic.com/meta/p15225\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p15225_index.html)

## Anexos

### Anexo 4.1 Parrilla de TV que ha servido de universo

Total de cadenas de TV incorporadas y total de programas visionados para la generación de los resúmenes textuales que fueron procesados durante el marco de la investigación (20-29 de febrero, 2016).

<b>Emisora</b>	<b>Total programas</b>
#0	6
13TV	18
324TV	6
Antena 3	84
Bein Liga	4
Bein Sport	9
BTV	59
Canal Sur	41
Cuatro	61
Canal Sur	12
Divinity	1
EITB	1
El Punt Avui	2
Esport 3	65
ETB1	39
ETB2	63
Intereconomía TV	12
K33	23
La 2	57
La Sexta	87
Mega	12
Tele5	117
Tele7	18
Tele Bilbao	21
TD8	24
TeleDonosti	4
Tele Madrid	93
Televisión de Galicia	26
TV3	143
TVE	144
TVE Euskadi	18
TVE Galicia	18
TVE Madrid	22
TVE Valencia	18
TVE 24h	37
TV Mediterráneo	1

Tabla a.4.1 Listado cuantitativo de programas de TV incluidos como universo para la investigación y agrupados por cadenas.

## Anexo 4.2 Parrilla de radio que ha servido de universo

Total de emisoras de radio incorporadas y total de programas visionados para la generación de los resúmenes textuales que fueron procesados durante el marco de la investigación (20-29 de febrero, 2016).

<b>Emisora</b>	<b>Total programas</b>
Barcelona FM	3
Cadena Ser Andalucía	5
Cadena Ser Bilbao	25
Cadena Ser Madrid	74
Cadena Ser Catalunya	59
Cadena Ser Valencia	5
Canal Sur Andalucía	5
Capital Radio	3
Catalunya Radio	28
Catalunya Informació	4
COPE	51
COPE Andalucía	5
COPE Madrid	46
COPE País Vasco	11
COPE Valencia	5
Es Radio	20
Es Radio Madrid	9
Euskal Irrati Radio	15
Gestiona Radio	11
Intereconomía Radio	20
Onda Cero	46
Onda Cero Andalucía	5
Onda Cero Madrid	45
Onda Cero Valencia	5
Onda Cero Bilbao	15
Onda Madrid	30
Onda Vasca	15
Radio 4	6
Radio 5	6
Radio 5 Madrid	5
RAC1	26
Radio Euskadi	31
Radio Nacional 1	61
Radio Nacional 1 Andalucía	5
Radio Nacional 1 Bilbao	15

Radio Nacional 1 Madrid	24
Radio Nacional 1 Valencia	5
Radio Nacional 1 Bilbao	5

Tabla a.4.2 Listado cuantitativo de programas de radio incluidos como universo para la investigación y agrupados por emisoras.

## Anexo 4.3 Resultados cuantitativos obtenidos mediante Elastic Search

Tal como se comentó en el punto 4.2.5 Primer test parcial de metodología, las pruebas iniciales para la obtención de términos relevantes cuantitativamente dentro del universo se realizaron empleando el motor de búsqueda Elastic Search. Este modelo fue descartado principalmente porque su aplicación suponía una potencial pérdida de control en la obtención de datos.

<i>Top 100 unusual terms in title, Count</i> <sup>643</sup>
indonesia,118
princesa,154
lledo,117
comunion,128
israelies,75
caram,84
leonor,101
millones,538
nucleares,53
malasia,89
cabello,110
autobuses,72
emilio,90
manipular,61
humanidades,76
corea,88
lucia,86
divisas,57
china,207
cisjordania,41
exportaciones,79
pitonisa,36

<sup>643</sup> Los 100 términos más inusuales aparecidos en título (traducción de la consulta original ofrecida por Elastic Search)

oleoducto,30
tunez,41
zaida,44
vestager,61
bancos,100
hamilton,62
miniaturizar,29
repatriarlos,25
eurocamara,44
mexico,245
mercedes,71
presenten,28
gobierno,388
litros,36
narcotrafico,66
dolares,139
curry,48
cantera,43
primera,262
palestinos,68
denuncia,168
laden,57
norte,113
minerales,22
bermudas,22
bolsa,163
zakarín,30
nuevo,288
multa,69
terrorista,51
suddenlink,20
comunicacion,80
oskar,18
goitia,18
cordova,38
80.000,36
invitacion,29
visite,19
imola,25
comandante,43
refugiados,72
premio,142
vasco,87

incluía,20
acogeran,20
comercial,77
diosdado,45
mondragon,18
inmigrantes,134
israel,65
lewandowski,20
acuerdo,169
bardo,19
miercoles,102
empresas,154
monja,35
españa,392
etiopia,17
frecuentes,26
sector,130
parroco,15
pagara,45
policia,165
habla,68
google,87
boateng,20
accepten,14
vierte,14
bombas,31
rechaza,116
videollamadas,16
atentado,74
bruselas,91
godzilla,19
encalla,15
presidente,165
apelacion,33

Tabla a.4.3 Listado de términos extraídos por Elastic Search tras consulta de toda la base de datos de Acceso Group sobre el día 20 de mayo de 2015 tomando como histórico dos meses.

## Anexo 4.4 *Stop-lists* empleados en la investigación

Como se comentó en 4.3.2 Palabras excluidas en el procesamiento (stop-words), esta investigación ha aplicado ciertos listados consensuados o resultado de la observación empírica para eliminar términos presumiblemente innecesarios en la determinación de los asuntos principales dentro de un universo textual de noticias o UGC.

### *Stop-list* Proyecto Snowball

<i>a</i>	<i>está</i>	<i>esto</i>	<i>había</i>	<i>hubieron</i>	<i>nuestro</i>	<i>son</i>	<i>tenidos</i>
<i>al</i>	<i>estaba</i>	<i>estos</i>	<i>había</i>	<i>hubiese</i>	<i>nuestros</i>	<i>son</i>	<i>teniendo</i>
<i>algo</i>	<i>estaba</i>	<i>estoy</i>	<i>habíais</i>	<i>hubieseis</i>	<i>o</i>	<i>soy</i>	<i>tí</i>
<i>algunas</i>	<i>estabais</i>	<i>estuve</i>	<i>habíamos</i>	<i>hubiésemos</i>	<i>os</i>	<i>su</i>	<i>tiene</i>
<i>algunos</i>	<i>estábamos</i>	<i>estuviera</i>	<i>habían</i>	<i>hubiesen</i>	<i>otra</i>	<i>sus</i>	<i>tiene</i>
<i>ante</i>	<i>estaban</i>	<i>estuvierais</i>	<i>habías</i>	<i>hubieses</i>	<i>otras</i>	<i>suya</i>	<i>tienen</i>
<i>antes</i>	<i>estabas</i>	<i>estuviéramos</i>	<i>habida</i>	<i>hubimos</i>	<i>otro</i>	<i>suyas</i>	<i>tienes</i>
<i>como</i>	<i>estad</i>	<i>estuvieran</i>	<i>habidas</i>	<i>hubiste</i>	<i>otros</i>	<i>suyo</i>	<i>todo</i>
<i>con</i>	<i>estada</i>	<i>estuvieras</i>	<i>habido</i>	<i>hubisteis</i>	<i>para</i>	<i>suyos</i>	<i>todos</i>
<i>contra</i>	<i>estadas</i>	<i>estuvieron</i>	<i>habidos</i>	<i>hubo</i>	<i>pero</i>	<i>también</i>	<i>tú</i>
<i>cual</i>	<i>estado</i>	<i>estuviese</i>	<i>habiendo</i>	<i>qué</i>	<i>poco</i>	<i>tanto</i>	<i>tu</i>
<i>cuando</i>	<i>estado</i>	<i>estuviéseis</i>	<i>habrá</i>	<i>que</i>	<i>por</i>	<i>te</i>	<i>tus</i>
<i>de</i>	<i>estados</i>	<i>estuviésemos</i>	<i>habrán</i>	<i>quien</i>	<i>porque</i>	<i>tendrá</i>	<i>tuve</i>
<i>del</i>	<i>estados</i>	<i>estuviesen</i>	<i>habrás</i>	<i>quienes</i>	<i>se</i>	<i>tendrán</i>	<i>tuviéramos</i>
<i>desde</i>	<i>estáis</i>	<i>estudieses</i>	<i>habré</i>	<i>la</i>	<i>sea</i>	<i>tendrás</i>	<i>tuvierais</i>
<i>donde</i>	<i>estamos</i>	<i>estuvimos</i>	<i>habréis</i>	<i>las</i>	<i>sea</i>	<i>tendré</i>	<i>tuviéramos</i>
<i>durante</i>	<i>estamos</i>	<i>estuviste</i>	<i>habremos</i>	<i>le</i>	<i>seáis</i>	<i>tendréis</i>	<i>tuvieran</i>
<i>e</i>	<i>están</i>	<i>estuvisteis</i>	<i>habría</i>	<i>les</i>	<i>seamos</i>	<i>tendremos</i>	<i>tuvieras</i>
<i>él</i>	<i>están</i>	<i>estuvo</i>	<i>habríais</i>	<i>lo</i>	<i>sean</i>	<i>tendría</i>	<i>tuviéron</i>
<i>el</i>	<i>estando</i>	<i>fue</i>	<i>habríamos</i>	<i>los</i>	<i>seas</i>	<i>tendríais</i>	<i>tuviése</i>
<i>ella</i>	<i>estar</i>	<i>fue</i>	<i>habrían</i>	<i>más</i>	<i>sed</i>	<i>tendríamos</i>	<i>tuviéseis</i>
<i>ellas</i>	<i>estará</i>	<i>fuera</i>	<i>habrías</i>	<i>me</i>	<i>ser</i>	<i>tendrían</i>	<i>tuviésemos</i>
<i>ellos</i>	<i>estarán</i>	<i>fuerais</i>	<i>han</i>	<i>mi</i>	<i>será</i>	<i>tendrían</i>	<i>tuviésen</i>
<i>en</i>	<i>estarás</i>	<i>fuéramos</i>	<i>han</i>	<i>mí</i>	<i>serán</i>	<i>tened</i>	<i>tuviéses</i>
<i>entre</i>	<i>estaré</i>	<i>fuera</i>	<i>has</i>	<i>mía</i>	<i>serás</i>	<i>tenéis</i>	<i>tuvimos</i>
<i>era</i>	<i>estaréis</i>	<i>fuera</i>	<i>hasta</i>	<i>mías</i>	<i>seré</i>	<i>tenemos</i>	<i>tuviste</i>
<i>erais</i>	<i>estaremos</i>	<i>fuera</i>	<i>hay</i>	<i>mío</i>	<i>seréis</i>	<i>tenga</i>	<i>tuvisteis</i>
<i>éramos</i>	<i>estaría</i>	<i>fuera</i>	<i>haya</i>	<i>míos</i>	<i>seremos</i>	<i>tengáis</i>	<i>tuvo</i>
<i>eran</i>	<i>estaríais</i>	<i>fuese</i>	<i>hayáis</i>	<i>mis</i>	<i>sería</i>	<i>tengamos</i>	<i>tuya</i>
<i>eras</i>	<i>estaríamos</i>	<i>fueseis</i>	<i>hayamos</i>	<i>mucho</i>	<i>seríais</i>	<i>tengan</i>	<i>tuyas</i>
<i>eres</i>	<i>estarían</i>	<i>fuésemos</i>	<i>hayan</i>	<i>muchos</i>	<i>seríamos</i>	<i>tengas</i>	<i>tuyo</i>
<i>es</i>	<i>estarías</i>	<i>fuesen</i>	<i>hayas</i>	<i>muy</i>	<i>serían</i>	<i>tengo</i>	<i>tuyos</i>
<i>es</i>	<i>estás</i>	<i>fueses</i>	<i>he</i>	<i>nada</i>	<i>serías</i>	<i>tenía</i>	<i>un</i>

<i>esa</i>	<i>estas</i>	<i>fui</i>	<i>hemos</i>	<i>ni</i>	<i>sí</i>	<i>teníais</i>	<i>una</i>
<i>esas</i>	<i>esté</i>	<i>fuimos</i>	<i>hube</i>	<i>no</i>	<i>sido</i>	<i>teníamos</i>	<i>uno</i>
<i>ese</i>	<i>este</i>	<i>fuiste</i>	<i>hubiera</i>	<i>nos</i>	<i>siendo</i>	<i>tenían</i>	<i>unos</i>
<i>eso</i>	<i>estéis</i>	<i>fuisteis</i>	<i>hubierais</i>	<i>nosotras</i>	<i>sin</i>	<i>tenías</i>	<i>vosotras</i>
<i>esos</i>	<i>estemos</i>	<i>ha</i>	<i>hubiéramos</i>	<i>nosotros</i>	<i>sobre</i>	<i>tenida</i>	<i>vosotros</i>
<i>está</i>	<i>estén</i>	<i>habéis</i>	<i>hubieran</i>	<i>nuestra</i>	<i>sois</i>	<i>tenidas</i>	<i>vuestra</i>
<i>esta</i>	<i>estés</i>	<i>haber</i>	<i>hubieras</i>	<i>nuestras</i>	<i>somos</i>	<i>tenido</i>	<i>vuestras</i>
							<i>vuestro</i>
							<i>vuestros</i>
							<i>y</i>
							<i>ya</i>
							<i>yo</i>

Tabla a.4.4.1 *Stop-list* en castellano del proyecto colaborativo sobre PNL Snowball.

### ***Stop-list* Universidad de Neuchâtel**

<i>a</i>	<i>da</i>	<i>ésta</i>	<i>manera</i>	<i>poco</i>	<i>siguiente</i>	<i>y</i>
<i>actualmente</i>	<i>dado</i>	<i>este</i>	<i>manifestó</i>	<i>pocos</i>	<i>sin</i>	<i>ya</i>
<i>adelante</i>	<i>dan</i>	<i>éste</i>	<i>más</i>	<b><i>podemos</i></b>	<i>sino</i>	<i>yo</i>
<i>además</i>	<i>dar</i>	<i>esto</i>	<i>mayor</i>	<i>podrá</i>	<i>sobre</i>	
<i>afirmó</i>	<i>de</i>	<i>estos</i>	<i>me</i>	<i>podrán</i>	<i>sola</i>	
<i>agregó</i>	<i>debe</i>	<i>éstos</i>	<i>mediante</i>	<i>podría</i>	<i>solamente</i>	
<i>ahí</i>	<i>deben</i>	<i>estoy</i>	<i>mejor</i>	<i>podrían</i>	<i>solas</i>	
<i>ahora</i>	<i>debido</i>	<i>estuvo</i>	<i>mencionó</i>	<i>poner</i>	<i>solo</i>	
<i>al</i>	<i>decir</i>	<i>ex</i>	<i>menos</i>	<i>por</i>	<i>sólo</i>	
<i>algo</i>	<i>dejó</i>	<i>existe</i>	<i>mi</i>	<i>porque</i>	<i>solos</i>	
<i>algún</i>	<i>del</i>	<i>existen</i>	<i>mientras</i>	<i>posible</i>	<i>son</i>	
<i>alguna</i>	<i>demás</i>	<i>explicó</i>	<i>misma</i>	<i>primer</i>	<i>su</i>	
<i>algunas</i>	<i>dentro</i>	<i>expresó</i>	<i>mismas</i>	<i>primera</i>	<i>sus</i>	
<i>alguno</i>	<i>desde</i>	<i>fin</i>	<i>mismo</i>	<i>primero</i>	<i>tal</i>	
<i>algunos</i>	<i>después</i>	<i>fue</i>	<i>mismos</i>	<i>primeros</i>	<i>también</i>	
<i>alrededor</i>	<i>dice</i>	<i>fuera</i>	<i>momento</i>	<i>principalmente</i>	<i>tampoco</i>	
<i>ambos</i>	<i>dicen</i>	<i>fueron</i>	<i>mucha</i>	<i>propia</i>	<i>tan</i>	
<i>ante</i>	<i>dicho</i>	<i>gran</i>	<i>muchas</i>	<i>propias</i>	<i>tanto</i>	
<i>anterior</i>	<i>dieron</i>	<i>grandes</i>	<i>mucho</i>	<i>propio</i>	<i>tendrá</i>	
<i>antes</i>	<i>diferente</i>	<i>ha</i>	<i>muchos</i>	<i>propios</i>	<i>tendrán</i>	
<i>añadió</i>	<i>diferentes</i>	<i>haber</i>	<i>muy</i>	<i>próximo</i>	<i>tenemos</i>	
<i>apenas</i>	<i>dijeron</i>	<i>había</i>	<i>nada</i>	<i>próximos</i>	<i>tener</i>	
<i>aproximadamente</i>	<i>dijo</i>	<i>habían</i>	<i>nadie</i>	<i>pudo</i>	<i>tenga</i>	
<i>aquí</i>	<i>dio</i>	<i>habrá</i>	<i>ni</i>	<i>pueda</i>	<i>tengo</i>	
<i>aseguró</i>	<i>donde</i>	<i>hace</i>	<i>ningún</i>	<i>puede</i>	<i>tenía</i>	
<i>así</i>	<i>dos</i>	<i>hacen</i>	<i>ninguna</i>	<i>pueden</i>	<i>tenido</i>	

<i>aún</i>	<i>durante</i>	<i>hacer</i>	<i>ningunas</i>	<i>pues</i>	<i>tercera</i>
<i>aunque</i>	<i>e</i>	<i>hacerlo</i>	<i>ninguno</i>	<i>que</i>	<i>tiene</i>
<i>ayer</i>	<i>ejemplo</i>	<i>hacia</i>	<i>ningunos</i>	<i>qué</i>	<i>tienen</i>
<i>bajo</i>	<i>el</i>	<i>haciendo</i>	<i>no</i>	<i>quedó</i>	<i>toda</i>
<i>bien</i>	<i>él</i>	<i>han</i>	<i>nos</i>	<i>queremos</i>	<i>todas</i>
<i>buen</i>	<i>ella</i>	<i>hasta</i>	<i>nosotras</i>	<i>quien</i>	<i>todavía</i>
<i>buen</i>	<i>ellas</i>	<i>hay</i>	<i>nosotros</i>	<i>quién</i>	<i>todo</i>
<i>buenas</i>	<i>ello</i>	<i>haya</i>	<i>nuestra</i>	<i>quienes</i>	<i>todos</i>
<i>bueno</i>	<i>ellos</i>	<i>he</i>	<i>nuestras</i>	<i>quiere</i>	<i>total</i>
<i>buenos</i>	<i>embargo</i>	<i>hecho</i>	<i>nuestro</i>	<i>realizado</i>	<i>tras</i>
<i>cada</i>	<i>en</i>	<i>hemos</i>	<i>nuestros</i>	<i>realizar</i>	<i>trata</i>
<i>casi</i>	<i>encuentra</i>	<i>hicieron</i>	<i>nueva</i>	<i>realizó</i>	<i>través</i>
<i>cerca</i>	<i>entonces</i>	<i>hizo</i>	<i>nuevas</i>	<i>respecto</i>	<i>tres</i>
<i>cierto</i>	<i>entre</i>	<i>hoy</i>	<i>nuevo</i>	<i>se</i>	<i>tuvo</i>
<i>cinco</i>	<i>era</i>	<i>hubo</i>	<i>nuevos</i>	<i>sea</i>	<i>última</i>
<i>comentó</i>	<i>eran</i>	<i>igual</i>	<i>nunca</i>	<i>sean</i>	<i>últimas</i>
<i>como</i>	<i>es</i>	<i>incluso</i>	<i>o</i>	<i>según</i>	<i>último</i>
<i>cómo</i>	<i>esa</i>	<i>indicó</i>	<i>ocho</i>	<i>segunda</i>	<i>últimos</i>
<i>con</i>	<i>esas</i>	<i>informó</i>	<i>otra</i>	<i>segundo</i>	<i>un</i>
<i>conocer</i>	<i>ese</i>	<i>junto</i>	<i>otras</i>	<i>seis</i>	<i>una</i>
<i>considera</i>	<i>eso</i>	<i>la</i>	<i>otro</i>	<i>señaló</i>	<i>unas</i>
<i>consideró</i>	<i>esos</i>	<i>lado</i>	<i>otros</i>	<i>ser</i>	<i>uno</i>
<i>contra</i>	<i>esta</i>	<i>las</i>	<i>para</i>	<i>será</i>	<i>unos</i>
<i>cosas</i>	<i>está</i>	<i>le</i>	<i>parece</i>	<i>serán</i>	<i>usted</i>
<i>creo</i>	<i>ésta</i>	<i>les</i>	<i>parte</i>	<i>sería</i>	<i>va</i>
<i>cual</i>	<i>estaba</i>	<i>llegó</i>	<i>partir</i>	<i>si</i>	<i>vamos</i>
<i>cuales</i>	<i>estaban</i>	<i>lleva</i>	<i>pasada</i>	<i>sí</i>	<i>van</i>
<i>cualquier</i>	<i>estamos</i>	<i>llevar</i>	<i>pasado</i>	<i>sido</i>	<i>varias</i>
<i>cuando</i>	<i>están</i>	<i>lo</i>	<i>pero</i>	<i>siempre</i>	<i>varios</i>
<i>cuanto</i>	<i>estar</i>	<i>los</i>	<i>pesar</i>	<i>siendo</i>	<i>veces</i>
<i>cuatro</i>	<i>estará</i>	<i>luego</i>	<i>poca</i>	<i>siete</i>	<i>ver</i>
<i>cuenta</i>	<i>estas</i>	<i>lugar</i>	<i>pocas</i>	<i>sigue</i>	<i>vez</i>

Tabla a.4.4.2 *Stop-list* en castellano usado por el equipo de PLN de la Universidad de Neuchâtel. El término “podemos” se ha resaltado por ser un término original del listado pero no aplicado en la investigación.

*Stop-lists* tras Test de procesamiento y de metodología de delimitación discursiva

<i>Stop-list</i> general	<i>Stop-list</i> prensa	<i>Stop-list</i> Twitter	<i>Stop-list</i> radio y TV
<i>españa</i>	<i>agencia</i>	<i>bit</i>	#CULTURA
	<i>agencias</i>	<i>ly</i>	DECLARACIONES
	<i>corresponsal</i>	<i>pic</i>	#DEPORTES
	<i>madrid</i>	<i>twitter</i>	#ECONOMIA
		<i>q</i>	ENTREVISTA
		<i>rt</i>	#ESPORTS
		...	#FUTBOL
		“	#INTERNACIONAL
		“rt	#POLITICA
			#SOCIEDAD
			#SOCIETAT
		#TENIS	
<b><i>Stop-list</i> blogs / prensa online</b>			
22	<i>lunes</i>	<i>artículo</i>	
23	<i>martes</i>	<i>caso</i>	
24	<i>miércoles</i>	<i>día</i>	
25	<i>jueves</i>	<i>efe</i>	
26	<i>viernes</i>	<i>euros</i>	
27	<i>sábado</i>	<i>espana</i>	
28	<i>domingo</i>	<i>españa</i>	
29	<i>feb</i>	<i>noticias</i>	
	<i>febrero</i>	<i>mes</i>	
	2015	<i>mundo</i>	
		<i>poder</i>	
		<i>press</i>	

Tabla a.4.4.3 *Stop-lists ad hoc* tras Test de procesamiento y de metodología de delimitación discursiva (ver 4.3.5).

## **Anexo 4.5 Noticias analizadas para verificar confiabilidad de plataforma**

Tal como se comentó en el punto 4.3.4 Test de confiabilidad de plataforma, era necesario confirmar que PPTNU era una herramienta válida para detectar términos potencialmente representativos de temas tratados en medios de comunicación y *social media*. Por esta razón se realizó un segundo test en que se procesó en paralelo el texto de tres noticias. Un procesamiento se realizó manualmente y otro usando la plataforma.

De esta forma se pudo confirmar de nuevo la efectividad del sistema y las omisiones que pueden generarse con un análisis manual.

### **Noticia 1**

La CE aprueba una ayuda de 2.720 millones para el griego Piraeus. La CE aprueba una ayuda de 2.720 millones para el griego Piraeus Podrá cubrir las necesidades de capital detectadas por el BCE Agencias Madrid. La Comisión Europea (CE) aprobó ayer una ayuda de Estado adicional de 2.720 millones de euros para el banco griego Piraeus, a fin de que pueda cubrir las necesidades de capital detectadas en las pruebas de solvencia del Banco Central Europeo bajo el escenario más desfavorable. El Ejecutivo comunitario determinó que las medidas ya aplicadas por el banco en su plan de reestructuración de julio de 2014, además de las contenidas en el programa enmendado, permitirán al Piraeus "asegurar financiación a la economía griega en línea con las reglas sobre ayudas de Estado" de la Unión Europea (UE). El banco Piraeus es el segundo mayor prestamista de hogares y empresas helenas y ha conseguido cubrir una importante parte de sus necesidades de capital (1.940 millones) con inversores privados. "Es una señal de la confianza de los mercados", sostuvo la comisaria europea...". Como parte del tercer rescate a Grecia, el pasado 31 de octubre el BCE, en su calidad de supervisor bancario único de la eurozona, identificó en las pruebas de resistencia a los cuatro bancos griegos sistémicos unas necesidades de capital de 4.930 millones de euros para el Piraeus.

### **Noticia 2**

Todas las miradas puestas en el BCE. Todas las miradas puestas en el BCE L Un aumento de los tipos en EEUU podría tener efectos colaterales sobre el crédito en Europa a reunión

que el consejo de gobierno del BCE celebra este jueves ha adquirido una relevancia aún mayor, si cabe, por el temor a que la inestabilidad generada por el aumento de la amenaza del terrorismo yihadista después de los atentados de París del pasado 13 de noviembre pueda frenar en seco el débil crecimiento de la zona euro. La presión sobre este órgano colegiado... la efectividad del programa de expansión cuantitativa (QE, por sus siglas en inglés) con vistas a ampliarlo e, incluso, aprobar medidas adicionales para impulsar a la economía comunitaria. Pero los expertos alertan de que el principal temor en los últimos meses de la cúpula del BCE... el crédito al sector privado, lo que restaría eficacia a alguna de las medidas que mantiene en vigor el BCE para facilitar a las empresas y familias europeas el acceso a la liquidez. De ahí que una de las opciones para Draghi sea poner el foco en evitar cualquier posible... por si fuera necesaria más adelante. Además de conjurar los riesgos externos, el BCE deberá velar por la estabilidad del euro (cuya debilidad sustenta las ganancias de competitividad de las exportaciones comunitarias fuera de la UE) y otorgar más margen para que las reformas estructurales

### **Noticia 3**

El euro baja hasta los 1,0580 dólares en Fráncfort. Fráncfort (Alemania), 30 nov (EFECOM).- El euro bajó hoy en la apertura del mercado de divisas de Fráncfort y se cambiaba a 1,0580 dólares, frente a los 1,0595 dólares en las últimas horas de la negociación del viernes. El Banco Central Europeo (BCE) fijó el viernes el cambio oficial del euro en 1,0580 dólares. EFECOM

## **Fe de erratas**

### **Página 17**

En el párrafo quinto donde dice: “Alsina, M. R.”, debe decir “Rodrigo Alsina, M.”

### **Página 24**

En el párrafo primero donde dice: “(McCombs y Valenzuela, 2014, p.2)”, debe decir “(Valenzuela y McCombs, 2014, p.635)”

### **Página 29**

En el párrafo cuarto donde dice: “Kayser (1965) afirma”, debe decir “Kayser, Mouton y Yebra (1965) afirman”

### **Página 295**

En el párrafo sexto donde dice: “Alsina, M. R.”, debe decir “Rodrigo Alsina, M.”