



DISCURSO

& SOCIEDAD

Copyright © 2016  
ISSN 1887-4606  
Vol.10(3), 441-465  
[www.dissoc.org](http://www.dissoc.org)

---

*Artículo*

---

**El discurso de *El País* sobre inversiones  
españolas en Latinoamérica**

***The discourse of El País on Spanish investments in  
Latin America***

*Manuel Torres-Mendoza*

Universidad Nacional de Educación (Ecuador)

*César Colorado*

Universitat Pompeu Fabra (España)

## Resumen

*En el artículo se analiza el discurso del diario El País sobre las inversiones de empresas españolas en Latinoamérica. Se identifica el encuadre mediático empleado que se infiere a partir de un análisis lingüístico en el que se identifica el tema, las evaluaciones y recomendaciones planteadas por el diario. La metodología empleada se basa en la teoría de la valoración y los encuadres periodísticos. Desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso se puede afirmar que en los editoriales de El País se justifican actitudes, y se recomiendan acciones, vinculadas al contexto económico-financiero global; un discurso que promueve una ideología económica que defiende libertad total para el capital financiero. Este discurso es coherente con la estrategia de PRISA (matriz de El País).*

**Palabras clave:** *El País*, encuadre, ACD, Latinoamérica, evaluación, PRISA

## Abstract

*This article analyzes El País' discourse on the investments of Spanish companies in Latin America. The media framing is inferred from a linguistic analysis in which the topic, is evaluations and recommendations made by the newspaper are identified. The methodology is based on critical discourse analysis, Appraisal Theory and journalistic frames. We suggest that in its editorials, El País justifies certain attitudes and recommends particular actions linked to the global economic and financial context. The discourse El País promotes involves an economic ideology that advocates total freedom for the financial capital. This discourse is coherent with PRISA (El País' parent company) financial strategy.*

**Keywords:** *El País*, framing, CDA, Latin America, Appraisal, PRISA

## Introducción

Conocer la ideología en el discurso de *El País* sobre las multinacionales españolas en Latinoamérica es una inquietud que surge a partir de una duda; similar a la que tuvieron Daniel Hallin y Paolo Mancini cuando se preguntaban si la comercialización favorece a la independencia de los medios de comunicación o la perjudica (Hallin y Mancini, 2008). Es importante investigar la estructura empresarial de los medios y su relación con lo que publican en el proceso de construcción de la realidad social (Berger y Luckmann, 1997; Herman y Chomsky 2008; Moscovici, 1979). Resulta esencial analizar el énfasis en los contenidos de los medios y cómo estos se estructuran discursivamente.

El objetivo de esta investigación es identificar la estrategia discursiva sobre las multinacionales españolas en Latinoamérica de los editoriales del diario español de mayor difusión: *El País*. En cuestiones económicas, el diario difunde un encuadre cercano a las posturas más liberalizadoras y condescendientes con la inversión extranjera, sea esta positiva o no. La estrategia de inversiones del propio medio apunta a estas actividades, al margen de que den beneficios, como han demostrado otros autores (Véase Almiron & Segovia, 2001, entre otros). El encuadre discursivo de este diario sobre las inversiones extranjeras en un mundo globalizado emite recomendaciones que conviene tener en consideración cuando se analiza el contexto socioeconómico en que se producen. Consideramos que el encuadre es insinuar “señalando un significado así como un conocimiento sociocultural” (Tannen, 209:302).

Que la opinión publicada se interprete como pública se debe, en parte, al carácter prescriptor que se otorga a los medios como institución encargada de informar a la sociedad de lo que acontece. Las instituciones con mayor facilidad para difundir su discurso son aquellos poderes desde los que se configuran las relaciones políticas y económicas. Desde esta perspectiva, junto al poder político y al económico está el ideológico, que proyecta los intereses de unos pocos como si se tratase del sentido común (Berger y Luckmann, 1995; Hall, 1982).

En este artículo se presenta una parte del análisis de 555 editoriales sobre Latinoamérica publicados entre los años 2001 y 2010 en el diario español *El País*, concretamente de los que tratan sobre las inversiones de empresas transnacionales españolas en Latinoamérica. En el apartado dos se detalla el marco teórico y metodológico desde el que se analiza la muestra. El apartado tres se desglosa el análisis aplicado a los editoriales. En el punto cuatro se

contrastan los resultados obtenidos del análisis con las premisas lanzadas en la introducción y sustentadas por el marco teórico en el que este trabajo se basa; en el quinto epígrafe se confronta el discurso con el contexto económico.

### Marco teórico y metodología

Esta investigación se ubica bajo el paraguas del Análisis Crítico del Discurso (ACD). En este ámbito académico se interpreta el discurso como una forma de práctica social y se sugiere una dialéctica entre este y las estructuras sociales que lo configuran (Fairclough y Wodak, 1997). El conocimiento general construido por las instituciones sociales, entre ellas la prensa, deja trazas ideológicas que desde el ACD se identifican y denuncian en aras de subvertir las relaciones de poder que acontecen en una sociedad. Los editoriales son un género periodístico donde las opiniones son evidentes y reflejan la actitud del diario en calidad de empresa.

Con el objetivo de develar la ideología, en el artículo se analiza la forma textual que adquiere la actitud (Martin y White, 2005), mediante la evaluación que se hace a los actores y sus acciones. A través de un análisis semántico-pragmático (Cuenca y Hilferty, 1999: 94) se pueden identificar los **temas** globales sobre los que editorializa (los actores y los actos), la **actitud** respecto a ese tema (las huellas ideológicas) así como las **recomendaciones** propuestas (la modalidad deóntica). Para tener un mayor conocimiento del análisis, se debe tener en consideración la función pragmática del discurso entendido como acto ilocutivo directivo (Kulka, 2000). La enunciación y el enunciado son dos caras de la misma moneda con la que las instituciones generadoras de significados construyen el sentido común con una intención ideológica.

Estos elementos son los que componen el encuadre en los editoriales y se activan a partir de dispositivos lingüísticos que conectan significados de los discursos sociales (Entman, 1993; Goffman, 1974; van Dijk, 1977). No es el objetivo de esta comunicación analizar la extensa producción científica sobre *framing*, ampliamente detallada en otras investigaciones (Borah, 2011; D'Angelo & Kuypers, 2010 y Matthes, 2009). No obstante, conviene mencionar algunas de sus principales aspectos ya que se lo utiliza para analizar el discurso de los editoriales identificando los elementos lingüísticos que lo componen.

El concepto de *frame* tiene que ver con las expectativas que las personas se generan a la hora de abordar una situación. Este término (denominado en castellano marco, enfoque o encuadre) fue popularizado a partir del uso hecho por Erving Goffman cuando sugirió que las definiciones de la situación se

construyen de acuerdo a principios de organización (Goffman, 1974). Este concepto deriva hacia la comunicación mediática en tanto que también en ésta se produce una interacción, aunque en diferido. De este modo, esta teoría pasa del ámbito sociológico al informativo, así como al trabajo en las redacciones periodísticas (Tuchman 1978). Otra disciplina desde la que se trabaja el encuadre es la lingüística cognitiva, quien lo estudia como un tipo de modelo cognitivo idealizado (Cuenca y Hilferty, 1999).

### **Estructura del editorial**

Se considera que el editorial es el género periodístico de opinión que expresa el punto de vista de un medio sobre temas relevantes y de actualidad. Habitualmente, el director del periódico decide el tema y marca el énfasis que debe apuntar (Moreno, 2002). A pesar de la primacía del director del medio para imponer una línea, el editorial es la expresión de un colectivo profesional (los periodistas) y empresarial (el consejo de administración) que representa al periódico en su conjunto (Casals y Santamaría, 2000).

Los editoriales evalúan las acciones de los actores políticos y recomiendan soluciones. Poseen un esquema, o superestructura, que organiza el mensaje que el periódico, como institución, dirige a los gobernantes o a la sociedad. Van Dijk propone que las partes que conforman los editoriales son tres: acontecimiento, evaluación y conclusión (van Dijk, 1992). Este esquema es similar a la definición que se utiliza aquí del encuadre (la más extendida entre los investigadores), la del académico Robert Entman, en la que defiende que un encuadre tiende a: “to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described” (1993: 52). Estos elementos (definición de la situación o tema, evaluación y recomendación) son analizados a partir de los términos lingüísticos identificados en cada uno de ellos, lo que permite ajustar el concepto de *framing* a parámetros reconocibles desde un análisis textual.

Por las características de los editoriales, y la función que cumplen, resulta pertinente realizar un análisis de lo que significan (semántico) y de lo que implican (pragmático). En los siguientes apartados se describen las categorías de análisis y su adaptación al objeto de estudio. Una primera parte del análisis identifica los temas sobre los que se editorializa, luego se clasifican las evaluaciones que se hacen sobre estos temas, para terminar con un análisis de las recomendaciones de solución al problema presentado. Estos tres elementos son explicados de forma concisa en los siguientes epígrafes.

### **El Tema o la definición de la situación**

Para Brown y Yule existen muchas formas de expresar el tema de un texto (Brown y Yule, 1993). Por ello, la noción de tema planteado en este artículo remite a aquello sobre lo que se opina o comenta; son los hechos o asuntos principales que preocupan o sobre los cuales el diario opina. El tema sobre el que opina el diario son las **inversiones españolas en Latinoamérica**. Este se codifica en forma de proposiciones o enunciados que reflejen su macroestructura semántica (van Dijk, 1977). Las estrategias de evaluación de los temas tratados en los editoriales son explicadas en el siguiente apartado.

### **La Evaluación**

Para analizar esta dimensión se recurre a la Teoría de la Valoración (Appraisal theory), desarrollada por la Escuela de Sydney (ver al respecto Martin y White, 2005), una corriente que analiza los términos que sirven para “evaluar, adoptar posiciones, construir personas textuales o identidades discursivas, asumir roles, negociar relaciones, y transformar en ‘naturales’ las posturas intersubjetivas que son, en última instancia, ideológicas” (Kaplan 2004: 53). Se distinguen tres categorías: la **Actitud, el Compromiso y la Gradación**.

Estas dos últimas categorías no forman parte del análisis pues interesa conocer la ideología que se expresa en la Actitud. Esta categoría está relacionada tanto con respuestas emocionales como con sistemas de valores determinados por la cultura y las normas sociales. Se divide en tres subtipos: Afecto, Juicio y Apreciación. El Afecto se relaciona con las evaluaciones ligadas a los sentimientos y a las emociones; el Juicio evalúa las normas sociales y la conducta; por último, la Apreciación está ligada a cuestiones estéticas, tanto de objetos como de procesos (Martin y White, 2005, Kaplan, 2007).

### **La Recomendación**

Por último, en la recomendación deben considerarse aquellos enunciados que utilicen la forma modal deóntica que se relaciona con los conceptos de obligación, permiso y prohibición. Así, esta remite a normas sociales y códigos de conducta, que regulan el comportamiento de las personas y establecen lo permitido u obligatorio. Este tipo de modalidad también se vincula con los valores de Juicio (Kaplan, 2007).

Para analizar estas recomendaciones es necesario utilizar la categoría de modalidad deóntica relacionada con el “deber ser” o el “deber hacer” así como formas léxicas relacionadas semánticamente “perífrasis verbales, adjetivos adverbios” (Calsamiglia y Tusón, 2007: 179).

### Análisis de la muestra

Para obtener la muestra de análisis se han seleccionado, de los 555 editoriales sobre Latinoamérica publicados entre 2001 y 2010, aquellos que opinan sobre la situación de las multinacionales españolas que operan a la vez en varios países de esta región. La aproximación es inductiva con el fin de que el análisis determine el encuadre, cuestión que sería condicionada si la aproximación se realiza de manera deductiva y preestablecida.

Los editoriales escogidos sobre la situación de las inversiones de las multinacionales españolas en Latinoamérica son los siguientes:

| FECHA      | TITULAR                        | Nº de palabras (párrafos) |
|------------|--------------------------------|---------------------------|
| 19-08-2007 | Reciprocidad con Latinoamérica | 768 (6)                   |
| 13-11-2007 | Demagogia populista            | 467 (5)                   |

### Tema o definición de la situación

El tema de los editoriales versa sobre las opiniones del diario *El País* sobre las multinacionales españolas en Latinoamérica. En la Tabla 1 se presenta los enunciados en los que se describen los temas o situaciones evaluadas en los editoriales.

Tabla 1 Temas o eventos evaluados

| TITULAR                        | Proposición que define el tema del editorial   |
|--------------------------------|--|
| Reciprocidad con Latinoamérica | <i>Se manejan dos temas centrales. La libertad de mercado y la reciprocidad legal entre países para invertir en la industria de la información y el entretenimiento. El primero constituye el eje central del editorial, mientras que el segundo, opera en el esquema de la recomendación.</i> |
| Demagogia populista            | <i>El tema del editorial es la actuación de los gobiernos latinoamericanos sobre las inversiones de empresas españolas en Latinoamérica.</i>   |

## La evaluación en los editoriales

Los editoriales que componen la muestra han sido analizados aplicando las categorías descritas en el marco teórico-metodológico (se subrayan las expresiones valorativas). El primero (3.2.1) es el titulado “Reciprocidad con Latinoamérica”, el segundo, (3.3.1) “Demagogia Populista”.

### Reciprocidad con Latinoamérica

La libertad de mercado es valorada de forma positiva a lo largo de la editorial. Para esto, se recurre a diversas estrategias y opciones semánticas de valoración (subrayado).

- (1) Los recientes movimientos corporativos en varios conglomerados de medios de comunicación ponen de relieve que los procesos globales están afectando al mundo de la información y el entretenimiento con una pujanza comparable a la que se puede comprobar en el sector financiero. La compra de Dow Jones por Rupert Murdoch no es así un hecho aislado o fortuito. Responde a la lógica de una empresa global en un mercado global, y también a la nada desdeñable circunstancia de que Murdoch encabeza visiblemente la internacional conservadora. Su apoyo sin reservas a las políticas de Reagan y Thatcher, la belicosis de su cadena de televisión, Fox, o su defensa entusiasta de la intervención armada en Irak son algunos de los hitos que explican la presencia ahora, en su Consejo de Administración, del ex presidente español, José María Aznar. Murdoch no es nadie que haya ocultado sus ideas, más bien retrógradas, y es conocida la capacidad abusiva que tiene a la hora de intervenir en la línea de los medios que posee.

En el primer párrafo del editorial se menciona el verbo “afectar”, que presupone un perjuicio, es decir, una acción que altera desfavorablemente; sin embargo, el término “pujanza” significa brío, vigor; es decir, una fuerza positiva, de tal manera que su empleo, como un adverbio de modo (“pujanza”), modifica el sentido del verbo “afectar”, y construye una acción de tipo positiva.

El sentido de “afectación positiva” de los negocios globales se refuerza al compararla con el sector financiero en donde, se presupone, a través de una enunciación epistémica de certeza (“se puede comprobar”), los negocios globales también tienen “pujanza”, es decir, una “afectación positiva”. En otras palabras, se está valorando los negocios globales como un proceso económico de trascendencia social, lo que constituye una valoración positiva de Apreciación.

En segundo lugar, la compra de Dow Jones (empresa editora del diario de información financiera *The Wall Street Journal*, entre otros) por parte de News Corp. (propiedad de Rupert Murdoch) es considerada como un hecho no

aislado, ni fortuito, sino que “responde a la lógica de una empresa global en un mercado global”. Esto implica que la compra es una acción normal entre los hombres de negocios como Murdoch. En este sentido, se emite un Juicio de Estima Social positivo (Normalidad). Es decir, se está valorando como natural la compra de Dow Jones.

Más adelante, se formulan una serie de categorizaciones negativas acerca de Murdoch: “encabeza visiblemente la internacional conservadora”. También se afirma que es de derechas (apoya a Reagan y Thatcher, reconocidos políticos de derechas), belicista (a través de su cadena de televisión FOX) y se menciona “su defensa entusiasta de la intervención armada en Irak”; es retrógrado (en sus ideas) y abusivo en “la línea de los medios que posee”. Presupone que supervisa los contenidos que se producen en sus empresas mediáticas. En conjunto, esta serie de categorizaciones construyen un Juicio de Sanción Social negativo (de Integridad Moral) acerca de Murdoch. A pesar de esta valoración negativa en torno a la integridad del magnate de los medios se distingue positivamente su figura como hombre de negocios, no de forma explícita, sino refiriendo que la compra de Dow Jones es una muestra de la importancia que tienen los negocios de libre mercado a nivel internacional, lo que, además, no es raro, sino normal entre los hombres de negocios como Murdoch.

- (2) Por los mismos días en que se anunciaba dicha compra del diario neoyorquino, se produjo también la adquisición del periódico *El Tiempo* de Bogotá a cargo del grupo español Planeta, y la de la primera cadena de radio chilena por parte de PRISA. Al margen de las ostensibles diferencias entre ambos hechos (Planeta edita el diario de la derecha radical española, *La Razón*, y controla Antena 3, mientras PRISA posee *EL PAÍS* y la SER), dichas noticias ponen de relieve que un mercado tan amplio como el hispanoparlante constituye una oportunidad para que las empresas de medios (argentinas, españolas, mexicanas, chilenas o de cualquier otra nacionalidad) puedan operar globalmente. La existencia de más de cuarenta millones de hablantes de español en Estados Unidos hace además que ese mercado resulte especialmente atractivo. La incidencia electoral de los hispanos en los comicios norteamericanos (habitualmente prodemócratas, excepto en el área de Miami) permite pronosticar que los grupos de opinión ultraconservadores han de fijarse con mayor atención en el futuro del sector de los medios de comunicación latinoamericanos.

En el segundo párrafo se mencionan otras dos compras: la del periódico *El Tiempo* de Bogotá (Colombia) por el grupo español Planeta, y la de una cadena radio chilena por el grupo español PRISA. Ambas compras, al igual que la adquisición hecha por Murdoch, son negocios de libre mercado a nivel global, y ambas, del mismo modo, son valoradas en términos positivos. Justifica invertir en el mercado hispanoparlante porque es una “oportunidad” para “operar globalmente”. Es decir, la compra de medios como negocio

internacional es percibida (nuevamente) como un proceso económico de relevancia social: es oportuno, es positivo para el libre mercado. En estos términos constituye una evaluación positiva (de Apreciación).

Por otro lado, se pronostica un posible interés (expresado de manera modal deóntica “han de fijarse”) de los grupos ultraconservadores en los medios latinoamericanos ya que hay 40 millones de migrantes latinos en EE.UU. que votan principalmente a los Demócratas en las elecciones estadounidenses. Esta correlación en el editorial entre los medios en Latinoamérica, los grupos conservadores y las elecciones en EE.UU. resulta un tanto extraña y no se puede entender del todo hasta la lectura de los siguientes párrafos.

- (3) Aznar se mueve cada vez con mayor desparpajo en el mundo de los negocios internacionales, en el que existe constancia de su actividad en pro de los grupos mediáticos de la derecha, coherente con su política de intervencionismo contra los medios de comunicación independientes durante su etapa en el Gobierno. Pero mientras él comprende bien los entresijos del sector y las consecuencias políticas de cómo se distribuya el poder en el mismo, el Gobierno de Rodríguez Zapatero continúa evidenciando cierta falta de criterio en esta materia. La retórica sobre nuestra política en Latinoamérica no acaba de ocultar las deficiencias profundas que padece. Como muestra basta un botón: la oportunidad de que los grupos de medios hispánicos (españoles o latinoamericanos) puedan operar libremente en lo que resulta su mercado natural (una misma lengua, una misma cultura) viene siendo obstaculizada por la diversidad de legislaciones nacionales, que no favorece a las empresas españolas.

A partir del tercer párrafo la valoración positiva del libre mercado se basa, por una parte, en reconocer a los actores sociales que impulsan las inversiones internacionales, y por otra parte, en criticar a quienes no las propician. En primer lugar, se hace referencia al ex-presidente español José María Aznar, a quien (como en el caso de Murdoch) por un lado, se le sanciona por ser un actor político de derechas, pero, por otro lado, se le reconoce su capacidad para gestionar políticas económicas de libre mercado. En cuanto al primer aspecto, se señala la relación de Aznar con grupos de derecha y, dentro de su mandato, como ejecutor de una política intervencionista en detrimento de los medios de comunicación independientes. Ambas categorizaciones conforman un Juicio de Sanción Social negativo (de Integridad Moral), ya que ser derechas e intervencionista (al igual que belicista o abusivo como antes se categorizó a Murdoch), ante la opinión pública, son comportamientos que atentan contra el respeto, lo bueno o lo justo.

En cuanto al segundo aspecto, a Aznar se le valora positivamente a través de dos Juicios de Estima Social (de Capacidad); esto es, se le atribuyen dos cualidades, por un lado, actuar con “desparpajo” (es decir, con facilidad) en los

negocios internacionales, y por el otro, tener (habilidad de) comprensión sobre el poder económico y político en el mundo de los negocios.

En segundo lugar, en contraposición con la valoración positiva de Aznar, se hace referencia a José Luis Rodríguez Zapatero (y a su gobierno) quien, en cambio, es representado en términos negativos como un sujeto político incapaz, ya que no propicia una política de libre mercado en Latinoamérica que beneficie a las empresas españolas que invierten en dicha región (última línea del párrafo tres). Por ejemplo, mientras la mexicana Televisa puede operar libremente en España para comprar una cadena de televisión (a raíz de la modificación de ley hecha por Aznar), en México ninguna empresa extranjera puede comprar una cadena de televisión. Debido a esta situación, se emplean dos juicios de Estima Social para valorar negativamente la (Capacidad) política del “Gobierno de Rodríguez Zapatero”; esto es, es una política con “falta de criterio” y que tiene “deficiencias”. El cuarto párrafo del editorial dice:

- (4) Precisamente fue Aznar quien ordenó una modificación legal que permite a cualquier extranjero, por ejemplo, ser propietario del cien por cien de una cadena de televisión en España. De modo que la mexicana Televisa, que ya es dueña del 40 % de La Sexta, podría hacerse de la totalidad de la misma, o Murdoch comprar Antena 3 si se la vendieran. Pero las empresas españolas no puede en absoluto operar en México y tienen limitada a un 25% su eventual participación en una cadena de Estados Unidos.

En relación con la cualidades de Capacidad, en el cuarto párrafo se menciona que fue justamente Aznar quien, en su etapa de gobierno, “ordenó una modificación legal que permite a cualquier extranjero comprar el cien por cien de una cadena de televisión en España”. Pone el ejemplo de la empresa mexicana Televisa quien es dueña del 40% de la cadena de televisión española La Sexta.

- (5) En sentido contrario, países americanos que obstaculizan poco o nada las inversiones españolas se encuentran con que sus empresas topan con dificultades difíciles de aceptar o explicar, como por ejemplo un límite del 25% de participación en una radio española. Las empresas iberoamericanas deberían moverse en el mercado global del español de forma absolutamente liberalizada, lo que permitiría aumentar su competencia y eficacia. Liberalizado o no el mercado, el principio de reciprocidad debe imponerse.

En el quinto párrafo se formula una evaluación negativa hacia las leyes españolas que ponen “dificultades difíciles de aceptar o explicar” como limitar a un 25% la participación accionarial de una empresa extranjera en una radio española. En este párrafo se emiten también los enunciados deónticos que se manejan el editorial con el objetivo de recomendar al gobierno español un

comportamiento acorde con la visión del diario sobre la inversión extranjera en medios de comunicación.

- (6) Algunos comentaristas malintencionados vieron en el nombramiento de Aznar para el consejo de Murdoch una compensación a los servicios prestados por ese cambio legal que facilitaría en cualquier momento la llegada del magnate australiano al mercado español. Más difícil resulta entender que el Gobierno de Rodríguez Zapatero no exija y aplique cuanto antes el principio de reciprocidad, dentro de la liberalización más absoluta, con los Gobiernos de todas las repúblicas hermanas de América Latina. Estamos seguros de que todos los Gobiernos del área se mostrarán dispuestos a cooperar. Si alguno no quiere reciprocidad, será coherente entonces que las empresas de sus nacionales no tengan aquí más ni mejores facilidades que las de los españoles en ese país. De otra forma, los responsables tendrán que explicar por qué.

En el sexto y último párrafo se emiten evaluaciones que, siguiendo la estela del editorial, juzga a los ex presidentes españoles Aznar y Zapatero. En primer lugar se afirma, sin mencionar nombres, que “algunos comentaristas malintencionados” (Juicio de Sanción Social ligado a la Veracidad) vieron en el nombramiento de Aznar para el consejo News Corporation una compensación de Rupert Murdoch por el cambio legal hecho por el ex presidente que permitiría al magnate australiano, o a cualquier otro, entrar en el mercado audiovisual español.

La valoración que se hace del ex presidente Zapatero es crítica por cuanto cree que resulta “difícil” (Apreciación negativa de Complejidad) de entender que él “no exija y aplique cuanto antes el principio de reciprocidad dentro de la liberalización más absoluta”. Es decir, que *El País* considera que la legislación que ha de hacerse en España en el sector audiovisual debe ser *ad hoc*.

Tabla 2 la actitud en el editorial *Reciprocidad con Latinoamérica*

| Reciprocidad con Latinoamérica          |        |               |              |
|---|--------|---------------|--------------|
| TÉRMINOS                                | AFECTO | JUCIO         | APRECIACIÓN  |
| Reciprocidad                            |        |               | +Balance     |
| están afectando                         |        |               | - Valuación  |
| pujanza                                 |        |               | +Valuación   |
| no es así un hecho aislado o fortuito   |        | +Normalidad   |              |
| lógica de una empresa global            |        | +Normalidad   |              |
| nada desdeñable                         |        |               | +Valuación   |
| internacional conservadora              |        | - Anormalidad |              |
| Sin reservas                            |        |               | +Complejidad |
| belicosidad                             |        | - Integridad  |              |
| no es nadie que haya ocultado sus ideas |        | +Veracidad    |              |
| más bien retrógradas                    |        |               | - Valuación  |
| abusiva                                 |        | - Integridad  |              |

|  |  |              |               |
|--|--|--------------|---------------|
| Derecha radical                              |  |              | - Valuación   |
| constituye una oportunidad                   |  |              | +Valuación    |
| especialmente atractivo                      |  |              | +Calidad      |
| cada vez con mayor desparpajo                |  | +Capacidad   |               |
| política de intervencionismo                 |  | - Integridad |               |
| él comprende bien los entresijos             |  | +Capacidad   |               |
| falta de criterio                            |  | - Capacidad  |               |
| las deficiencias profundas                   |  | - Capacidad  | - Calidad     |
| Obstaculizada                                |  | - Capacidad  |               |
| no favorece a las empresas españolas         |  | - Capacidad  | - Balance     |
| no pueden en absoluto operar                 |  |              | - Balance     |
| dificultades difíciles de aceptar o explicar |  |              | - Complejidad |
| comentaristas malintencionados               |  | - Veracidad  |               |
| Difícil resulta entender                     |  |              | - Complejidad |

En la tabla anterior (2) se aprecia claramente como la categoría de juicio ostenta la mayoría de evaluaciones negativas; ligadas a las cuestiones legales (las negativas) y morales. Lo mismo podría decirse de la categoría de la Apreciación. Llama la atención que ni una sola de las evaluaciones sea formulada desde la categoría del Afecto. Es decir, las opiniones que el diario manifiesta no contemplan las cuestiones emocionales para calificar las políticas que los gobiernos de Latinoamérica ejecutan.

### Demagogia Populista

El tema central del editorial es evaluado en dos ejes principales. Por un lado, se respalda las inversiones españolas en Latinoamérica a través de una serie de valoraciones positivas. Por otro lado, se critica a gobiernos latinoamericanos que obstaculizan dichas inversiones, recurriendo a diversas valoraciones de carácter negativo; sumado a esto se opera también una representación de Latinoamérica como una región con varios problemas sociales. El primer párrafo dice así:

- (1) Es una realidad bien conocida que España es el segundo inversor más importante de Latinoamérica. El primero, si se excluye Brasil. En los últimos 20 años, empresas como Telefónica, Repsol, Indra, las grandes eléctricas, Gas Natural o los bancos Santander y BBV entendieron que era rentable invertir en países que tenían una escasez preocupante de infraestructuras y servicios y cuyos Gobiernos, en términos generales, eran más que favorables a la llegada de dinero exterior que dinamizara unas economías casi siempre al borde del precipicio.

En el primer párrafo, se emiten dos valoraciones positivas sobre las empresas españolas. En la primera línea, en donde, por sinécdoque, “España” representa

a las empresas españolas, se utiliza una evaluación positiva (de Apreciación) a través del adjetivo “importante”, para indicar su trascendencia económica como uno de los principales inversionistas en Latinoamérica. En la cuarta línea, a las empresas españolas se les asigna el verbo “entender”. Este verbo puede tener varios significados<sup>1</sup>; en este caso, la acepción del verbo “entender” define a las empresas españolas como sujetos sensibles, considerados, ya que ante las necesidades en países latinoamericanos (“una escasez preocupante de infraestructura y servicios”) han asumido la opción de invertir en ellos. En este sentido, el uso del verbo “entender” implica un Juicio positivo de Sanción Social (de Integridad Moral) acerca del comportamiento (sensible) de las empresas españolas.

En este primer párrafo, aunque todavía no se enuncian críticas a países latinoamericanos, no obstante, tales países son representados como sujetos con problemas en dos aspectos; por un lado, subdesarrollo social (“escasez preocupante de infraestructura y servicios”), y por el otro, una economía insegura (“unas economías casi siempre al borde del precipicio”). En cuanto al primer aspecto, para hacer referencia al subdesarrollo social, se emplea una Apreciación negativa (de composición/Balance): el sustantivo “escasez”, unido a una valoración de Afecto (de Inseguridad): el adjetivo “preocupante”. En el segundo aspecto se emplea otra valoración de Afecto (de Inseguridad), sólo que en este caso se recurre a una metáfora dramática (“al borde del precipicio”) para referirse al tipo de economía en Latinoamérica (una economía insegura, inestable).

- (2) Los grupos españoles conocían los riesgos políticos y regulatorios que corrían al invertir en algunos de esos países, especialmente los más proclives a variar las reglas del juego con el partido empezado; pese a lo cual decidieron apostar por el desarrollo de un continente con grandes expectativas y necesidades de capital. Es absurdo pasarles factura porque intenten rentabilizar esas inversiones en interés de ambas partes.

En el segundo párrafo se continúa usando un esquema de valoración similar al del párrafo anterior. En la primera y en la tercera línea se les asigna a las empresas españolas dos verbos: “conocer” y “decidir”. En consonancia con el uso semántico del verbo “entender”, estos dos verbos no sólo caracterizan a las empresas españolas como sujetos sensibles ante el subdesarrollo en Latinoamérica, sino que además las define como sujetos valientes, atrevidos. Es decir, “conocían los riesgos” pero “decidieron apostar”. En este sentido, sobre todo con el verbo “decidir”, se maneja un juicio de Estima Social positivo (Tenacidad) para referirse a la valentía de las empresas españolas. Ahora bien, en contraposición con esta valoración positiva de las empresas

españolas, se vuelve a hacer referencia a Latinoamérica como una región de subdesarrollo (con “necesidades de capital”, referido en la cuarta línea), pero además se sugiere que “algunos países” latinoamericanos son *inestables*, *inseguros*, porque son “proclives a variar las reglas”. Esta valoración de Afecto (Inseguridad), con respecto a los países latinoamericanos que son inestables, se expresa a través de una metáfora deportivo-financiera (en las líneas dos y tres): “variar las reglas del juego con el partido empezado”.

Luego de las valoraciones anteriores, en las líneas cuatro y cinco se reconoce la siguiente argumentación: las empresas españolas, sensibles y valientes, invirtieron en Latinoamérica, ahora intentan obtener ganancias (para ellas y para los países donde invirtieron); sin embargo, se les quiere “pasar factura”. Hasta aquí, por un lado, se puede presuponer que quienes les quieren “pasar factura” son los gobiernos de los países donde invirtieron las empresas españolas (en el siguiente párrafo se asevera esta información y se especifica qué gobiernos quieren “pasarles factura”); por otro lado, “pasar factura” es una metáfora económica que literalmente significa cobrar; no obstante, se suele usar con un significado negativo; es decir, “sufrir (pagar) las consecuencias (la factura) por algo malo que se hizo”. De este modo, se puede derivar esta otra presuposición: ¿por qué se les quiere cobrar, como si hubieran hecho algo malo, a las empresas españolas que, sensibles y valientes, invirtieron en Latinoamérica, región subdesarrollada y con una economía inestable? De acuerdo con este razonamiento implícito en el texto, se considera (desde la perspectiva del periódico) que “pasarle factura” a las empresas españolas “es absurdo” (en la cuarta línea), en un sentido injusto. Es decir, se está emitiendo un juicio de sanción social negativo (Integridad) para criticar a aquellos gobiernos que quieren cobrar a las empresas españolas como si hubieran hecho algo malo.

- (3) Pero las imputaciones contra algunas de ellas han sido utilizadas básicamente como elemento, con frecuencia demagógico, de política interior por parte de los más populistas dirigentes latinoamericanos. Es el caso de la Venezuela de Hugo Chávez o la Bolivia de Evo Morales. La Argentina de Kirchner tampoco ha escapado por completo a esa tentación. Los ataques contra inversores extranjeros, por poca base que tengan, suelen producir réditos electorales. Más elevados cuanto mayor es el grado de nacionalismo del Gobierno que los patrocina.

En la primera línea del tercer párrafo, con poca información contextual, se señala que las empresas españolas han sido imputadas. No se explica de qué o por qué se les acusa (en el párrafo cuatro se menciona pero sólo tangencialmente). En relación con las líneas cuatro y cinco del segundo párrafo se puede presuponer que las acusaciones se deben a que las empresas españolas

intentan rentabilizar sus inversiones. Pero no se precisa esta información en el texto, la atención del editorial se centra más bien en que tales imputaciones son usadas por algunos gobiernos latinoamericanos como elemento “demagógico” (segunda línea del párrafo). La demagogia es una práctica que implica un sentido negativo, está relacionada con la manipulación para conseguir o mantener el poder político. De este modo, con el término “demagógico” se está emitiendo un juicio de sanción social negativo (Veracidad), a través del cual se considera que las acusaciones no son legítimas ya que son empleadas como instrumentos de manipulación por parte de los gobiernos que han hecho esas imputaciones; sobre todo, dice en la línea dos, “los más populistas dirigentes latinoamericanos”. Y, en las líneas tres y cuatro, se cita a algunos de los dirigentes que, según *El País*, son “los más populistas”: Hugo Chávez de Venezuela, Evo Morales de Bolivia, y (Cristina Fernández de) Kirchner de Argentina. Ahora bien, el término “populista”, entre otros usos semánticos (Charadeau, 2009), se suele emplear para deslegitimar a un rival político; es decir, se presupone que un populista es una persona que engaña o manipula al pueblo para tener el poder político (el significado es similar a la palabra demagogia). En este sentido, se trata de otro juicio negativo de sanción social (Veracidad), que reafirma la definición, en particular, de Chávez, Evo y Kirchner, como políticos manipuladores. Esta significación se refuerza líneas adelante ya que, por un lado, las imputaciones vuelven a ser referidas, en la línea cinco, pero no como acusaciones sino como “ataques”, y alguien que ataca, en principio, es un agente malvado; es decir, se trata de otro juicio de sanción social (Veracidad) que continúa evaluando de modo negativo a los dirigentes latinoamericanos citados; por otro lado, en la misma línea cinco, se insiste nuevamente en el sentido manipulador de las imputaciones, ya que “suelen producir réditos electorales”. Es decir, se abona la interpretación de que las imputaciones no son acusaciones legítimas sino que se trata de una manipulación política, principalmente de los dirigentes latinoamericanos mencionados.

- (4) Este tipo de imputaciones en ningún caso justifican la presión asfixiante sobre algunas empresas españolas en los últimos años. El problema de fondo de nuestras inversiones en Latinoamérica es que operan en mercados regulados a su antojo por el líder de turno. Esta arbitrariedad se mantuvo en límites razonables durante la década de los noventa. Pero la llegada al poder de Hugo Chávez, en Venezuela, y, en su estela, de dirigentes como los de Bolivia o el resucitado Daniel Ortega, en Nicaragua, ha exacerbado la demagogia contra las empresas españolas. Con el pretexto de una rapacidad proclamada como verdad absoluta, estos Gobiernos, pero no sólo ellos, han entrado en la dinámica perversa de las amenazas de nacionalización y en la revisión permanente de las concesiones de explotación.

En el cuarto párrafo, además de que las empresas españolas son representadas como víctimas, se amplía el grado de crítica contra los dirigentes latinoamericanos citados, a los cuales se suma la mención de Daniel Ortega de Nicaragua. En la primera línea se emite una valoración de Afecto (miedo e Inseguridad): “presión asfixiante”, que dan la idea de que las imputaciones que han hecho tales gobiernos “ahogan” a las empresas españolas. Más adelante, en las líneas tres y seis, se reproduce el argumento de la manipulación política de los dirigentes latinoamericanos “populistas”; quienes, según el editorial, son un “problema” para las empresas españolas. En la línea tres, se señala que los mercados en Latinoamérica están “regulados a su antojo por el líder en turno”, que implica un juicio de sanción social (Integridad Moral) ya que presupone que los “dirigentes populistas” manipulan los mercados. Y la manipulación política no es una práctica positiva sino más bien inmoral. En la línea seis, se recurre a una Apreciación negativa (Balance): “exacerbado”, para indicar que esta práctica manipuladora (demagógica) ha crecido en Latinoamérica con los dirigentes citados (Chávez, Evo, Kirchner, Ortega), y que es justamente esa práctica la que afecta a las inversiones de las empresas españolas.

En las líneas siete y ocho, se menciona tangencialmente la naturaleza de las imputaciones contra las empresas españolas. Se presupone que los gobiernos latinoamericanos han acusado a las empresas españolas de “rapacidad” (línea siete). Pero luego de sugerirlo, se pasa directamente a considerar dicha acusación como una “dinámica perversa” (en la línea ocho). Es decir, se usa una valoración de Afecto (Miedo) para descalificar las imputaciones y presentarlas como una “amenaza” que afecta a las empresas españolas.

- (5) Las acusaciones de inseguridad jurídica están bien fundadas, por mucho que molesten a Chávez u Ortega. Si no se pactan relaciones claras y estables entre los Gobiernos y las empresas, es de temer que las reivindicaciones razonables sobre los recursos nacionales se conviertan en un simple expolio de las cuentas de resultados de las firmas extranjeras. No es de extrañar que empresas españolas estén considerando la hipótesis de retirar sus inversiones en la zona, y de Venezuela en particular, a pesar del coste de semejante decisión. La demagogia y la intervención arbitraria asfixian cualquier negocio.

En la primera línea del quinto párrafo, se presupone que ante las imputaciones de los gobierno latinoamericanos, alguien, muy probablemente las empresas españolas, aunque no se cita quién acusa a los gobiernos latinoamericanos (en particular, a los mencionados en el editorial) de crear una situación de “inseguridad jurídica” para las inversiones españolas. La “inseguridad jurídica” es una expresión de Afecto (Miedo/Inseguridad) que define negativamente las

imputaciones hechas por los gobiernos latinoamericanos; sin embargo, la acusación de “inseguridad jurídica” de las empresas españolas contra los gobiernos latinoamericanos son valoradas positivamente (Apreciación/Valuación) a través de la frase: “bien fundadas”.

Al final del párrafo, en la línea siete, se vuelve a retomar el argumento de la manipulación política de los gobiernos latinoamericanos (“La demagogia”) así como el término “asfixiar”, usado como una valoración de Afecto (miedo e inseguridad) para transmitir una sensación de “ahogo” que afecta a las empresas españolas. Por último, la idea de manipulación política es la que se maneja en el titular del editorial a través de la frase “Demagogia Populista”. Esa manipulación política, a lo largo del editorial, se acusa a los gobiernos latinoamericanos (en especial a Hugo Chávez, Evo Morales, Cristina Fernández de Kirchner y Daniel Ortega), con lo cual, son deslegitimados, y por tanto, se evalúa como ilegítimas las imputaciones (de “rapacidad”, mencionado tangencialmente) que han hecho en contra de las empresas españolas. En el subtítulo se utiliza la frase “inseguridad jurídica”, una expresión de Afecto (de miedo/ inseguridad) que, como aparece en el quinto párrafo, se trata de una acusación en contra de los gobiernos latinoamericanos (los demagógicos y populistas, según el editorial, citados en los párrafos tres y cuatro) por crear un situación de incertidumbre que afecta a las inversiones de las empresas españolas.

Tabla 3 La actitud en editorial *Demagogia populista*

| <i>Demagogia populista</i>                          |               |               |                    |
|---|---------------|---------------|--------------------|
| <b>TÉRMINO</b>                                      | <b>AFECTO</b> | <b>JUCIO</b>  | <b>APRECIACIÓN</b> |
| Demagogia   |               | - Veracidad   |                    |
| Populista   |               |               | - Valuación        |
| <i>inseguridad</i>                                  | - Inseguridad |               |                    |
| <i>amenaza cada vez más</i>                         | - Miedo       |               |                    |
| segundo inversor más importante                     |               |               | +Valuación         |
| Entienden   |               | + Integridad  |                    |
| tenían una escasez                                  |               |               | - Balance          |
| preocupante   | - Inseguridad |               |                    |
| favorables a la llegada de dinero                   |               |               | +Calidad           |
| al borde del precipicio                             | - Miedo       |               |                    |
| conocían los riesgos                                | - Inseguridad |               |                    |
| variar las reglas del juego con el partido empezado | - Inseguridad |               |                    |
| decidieron apostar                                  |               | +Tenacidad    |                    |
| grandes expectativas                                |               |               | +Valuación         |
| y necesidades de capital                            |               |               | - Balance          |
| Es absurdo  |               | - Anormalidad |                    |

|   |         |              |             |
|---|---------|--------------|-------------|
| Demagógico                                  |         | - Veracidad  |             |
| los más populistas dirigentes               |         |              | - Calidad   |
| Los ataques contra inversores extranjeros   |         |              | - Impacto   |
| cuanto mayor es el grado de nacionalismo    |         |              | - Balance   |
| presión asfixiante                          | - Miedo |              |             |
| regulados a su antojo por el líder de turno |         | - Integridad |             |
| Esta arbitrariedad                          |         | - Integridad |             |
| ha exacerbado la demagogia                  |         |              | - Calidad   |
| el pretexto de una rapacidad                |         |              | - Balance   |
| dinámica perversa                           | - Miedo |              |             |
| amenazas de nacionalización                 |         |              | - Impacto   |
| están bien fundadas                         |         | +Veracidad   |             |
| es de temer                                 | - Miedo |              |             |
| reivindicaciones razonables                 |         |              | +Balance    |
| simple expolio de las cuentas               |         |              | - Valuación |
| No es de extrañar                           |         | +Normalidad  |             |
| a pesar del coste de semejante decisión     |         | +Tenacidad   |             |
| demagogia                                   |         | - Veracidad  |             |
| intervención arbitraria                     |         | - Integridad |             |
| asfixian cualquier negocio                  |         |              | - Balance   |

En la tabla (3) anterior se aprecia la mayoría de evaluaciones negativas, sobre todo en cuestiones estéticas: la categoría de la Apreciación (11) y emocionales: del Afecto (9). La categoría ligada a cuestiones legales, el juicio, conlleva menos categorizaciones negativas, a pesar de que el tema del editorial es precisamente las nacionalizaciones que legalmente realizan los gobiernos progresistas de Latinoamérica. Se nota, por tanto, que existe la intención de calificar estas políticas en categorías emocionales o estéticas más que en cuestionar su legalidad. El diario se apunta a la crítica de las políticas desde el punto de vista emocional y estético lo cual da muestra de una escasa valoración jurídica de la misma.

### Recomendación

La modalidad deóntica se manifiesta a través de las siguientes recomendaciones planteadas en los editoriales y que guardan cierta coherencia con la estrategia evaluativa anteriormente analizada.

Tabla 4 recomendaciones en editoriales 1 y 2

| TITULAR                               | Proposiciones de las recomendaciones de los editoriales  |
|---------------------------------------|--|
| <b>Reciprocidad con Latinoamérica</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Los gobiernos y las empresas han de fijarse con atención en los movimientos del mercado de empresas de medios hispanohablantes.</i></li> <li>- <i>Las empresas iberoamericanas deberían moverse en el mercado</i></li> </ul> |

|                            |   |
|----------------------------|---|
|                            | <p><i>global del español de forma absolutamente liberalizada</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Liberalizado o no el mercado, el principio de reciprocidad debe imponerse</i></li> <li>- <i>No se entiende que Zapatero no exija y aplique cuanto antes el principio de reciprocidad.</i></li> <li>- <i>Quien no lo aplique deberá de explicar por qué.</i></li> </ul> |
| <b>Demagogia populista</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Si no se pactan relaciones claras y estables entre los Gobiernos y las empresas, es de temer que las reivindicaciones razonables sobre los recursos nacionales se conviertan en un simple expolio de las cuentas de resultados de las firmas extranjeras.</i></li> </ul>  |

### **El encuadre en el contexto socioeconómico**

Si se toma en consideración los elementos que configuran el encuadre podemos establecer un patrón de evaluación de acontecimientos y de las recomendaciones que formula. En cuanto al primer editorial hay que tener en consideración que las opiniones y recomendaciones que emite *El País* se circunscriben a un contexto de gran interés económico tanto para el diario como para su empresa matriz (PRISA): el mercado de los medios en español. Aquí las críticas se las llevan los gobiernos que no permiten la liberalización más absoluta como los que no la exigen (el gobierno de España). También exhorta al gobierno español a influir en los mandatarios latinoamericanos para que liberalicen el mercado. Para el diario los conservadores Aznar y Murdoch son ejemplos de figuras que conocen bien el mercado y la forma de moverse en él.

Por último, el diario dedica el segundo editorial a criticar a los gobiernos latinoamericanos que cambian la legislación para redefinir la distribución de los beneficios de los contratos que tienen las empresas extranjeras en esos países, sobre todo las españolas. Esta situación irrita de manera evidente al diario, ya que no ahorra epítetos como “populistas”, “demagogia” o “expolio” a las políticas gubernamentales de los países latinoamericanos, sobre todo contra Venezuela, Argentina y Bolivia.

Los editoriales analizados contienen enunciados que remiten a la realidad político-económica, tanto del Reino de España como de otros países Latinoamericanos, que conviene contextualizar en aras de indagar información relevante para el tema. El contexto económico global en el que se mueven las empresas transnacionales posee unas características como la de moverse dentro del área de influencia de los antiguos imperios feudales.

El discurso del diario *El País* referente a las inversiones extranjeras en un mundo globalizado emite recomendaciones a considerar cuando se analiza el contexto en que se producen. Este debe contextualizarse con la realidad

económica que sufre el grupo matriz del diario analizado. De acuerdo a otras investigaciones (Almiron y Segovia, 2012; Nogales, 2010) PRISA ha tenido graves problemas de endeudamiento por las inversiones realizadas para expandir su negocio. Entre el 2005 y julio de 2007 la deuda de PRISA casi se triplicó hasta alcanzar los €2.845 millones (Almiron 2009: 112). La tendencia es al alza hasta el 2008 (Almiron y Segovia 2012). Los pagos de las deudas de PRISA con algunos bancos han debido ser refinanciadas en 2008, 2009 y 2013 (Nogales 2010: 122). Esta necesidad de vender sus empresas lleva al parecer a una estrategia discursiva análoga a la del editorial analizado.

También se dan una serie de relaciones comerciales llevadas a cabo por la empresa matriz del diario, PRISA, con una empresa mexicana: Televisa. En la compra hecha en 2001, Prisa se hace con el 50% del sector de radio del grupo de comunicación mexicano Televisa (*El País* 15/10/2001). Esta compra es legal en México siempre y cuando el grupo extranjero no tome decisiones sobre el contenido del medio, sino que tan solo cobre los beneficios por sus acciones, lo que se conoce en ese país como “inversión neutra”. Por otro lado, hay que recordar que en España estaba próximo a publicarse un nuevo diario de información general *Público*, cuyo perfil ideológico es cercano al entonces gobierno del PSOE. Incluso uno de los directores de *Público*, Félix Monteiro, dejó el cargo para incorporarse, en marzo del 2010, como Secretario de Estado de Comunicación del gobierno de Zapatero. Monteiro también trabajó desde su fundación y durante décadas en el diario *El País*.

Tal y como menciona el editorial, la empresa mexicana Televisa es propietaria de un 40% del canal de televisión La Sexta, y “podría hacerse con la totalidad de la misma”. Los problemas de Sogecable y Audiovisual Sport (PRISA) con Mediapro (La Sexta) por los derechos del fútbol, conocidos como “la 2ª guerra del fútbol” (la 1ª se dio en 1996), han servido de fuente para noticias de ambos grupos destinadas a dañar al rival y favorecer el grupo propio. No sería extraño que el editorial analizado forme parte de esta “guerra”. En la siguiente sección se discuten los resultados de análisis y se explican las conclusiones.

## Conclusiones

Una vez aplicadas las categorías de análisis al editorial se puede contrastar con el marco teórico utilizado en este trabajo. Las conclusiones son las siguientes: Resulta evidente que el discurso defendido por el diario *El País* se ajusta a las necesidades del capital financiero, en el que las inversiones y los flujos monetarios se traducen en compra-venta de acciones en el que las cotizaciones de las empresas dependen en buena parte de lo que se diga de ellas en los

medios. La construcción de la realidad social que se hace en los editoriales de *El País* demuestra una animadversión hacia los gobiernos que no dejan vía libre a las inversiones financieras. Esta animadversión puede deberse a que PRISA (la empresa matriz del diario) tenía, en aquellos años, problemas financieros relacionados con el endeudamiento en el que se ha visto involucrada la empresa en los últimos años.

El encuadre discursivo que PRISA maneja y que se manifiesta a través de los editoriales de su principal diario se corresponde con una ideología que le aleja del lugar en que le ubicaban tradicionalmente. Los aspectos relativos a las cuestiones medioambientales o feministas, a pesar de no ser objeto de análisis, sí mantienen algunos vestigios del progresismo del que *El País* disfrutó a principios de la transición española. No obstante, en cuestiones económicas, el diario difunde un encuadre cercano a las posturas más liberalizadoras y condescendientes con la inversión extranjera, sea esta positiva o no. Esto puede deberse a que la estrategia de inversiones del propio medio se apunta a estas actividades, al margen de que den beneficios, como han demostrado otros autores (Véase Almiron & Segovia, 2001, entre otros).

Como conclusión general, los resultados del análisis confirman una estrategia dirigida a deslegitimar a gobiernos que protegen su mercado de inversores foráneos o que, mediante impuestos, no permiten que las empresas puedan obtener la máxima rentabilidad. La defensa de los inversores es patente en un discurso que bien podría encajar en medios ultra-liberales en lo económico.

## Notas

<sup>1</sup> Las primeras 3 acepciones del DRAE definen la palabra entender como **1.** tr. Tener idea clara de las cosas. **2.** tr. Saber con perfección algo. **3.** tr. Conocer, penetrar

## Referencias

- Almirón Roig, N. (2008b).** “La deuda de Sogecable y Prisa: análisis y génesis de una estrategia empresarial global de alto riesgo”. En *Quaderns del CAC*, n. 29, pp. 105-116.
- Almiron, N., & Segovia, A. I. (2012).** “Financialization, economic crisis, and corporate strategies in top media companies: The case of Grupo Prisa”. En *International Journal of Communication*, 6, 24.
- Bagdikian, B. H., & Bagdikian, B. H. (1983).** *The media monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Berger P. & Luckmann T. (1997)** *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido: la orientación del hombre moderno*. Barcelona: Paidós.

- Bolívar, A. (1997).** La negociación de la evaluación en editoriales de periódicos. En *Boletín de Filología*, 36, Pág-7.
- Borah, P. (2011).** “Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade's literature”. En *Journal of Communication*, 61(2), 246-263.
- Brown, G., & Yule, G. (1993).** *Análisis del discurso*. Madrid: Visor Libros.
- Calsamiglia, H. T., & Tusón, A. (2007).** *Las cosas del decir: Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel
- Casals, C., & Santamaría, L. (2000).** *La opinión periodística: argumentos y géneros para la persuasión*. Madrid: Fragua.
- Castelló, E. (2008)** *Identidades mediáticas*. Barcelona: UOC
- Cuenca, M. J. & Joseph Hilferty. (1999).** *Introducción a la lingüística cognitiva*. Barcelona: Ariel.
- D'Angelo, P., & Kuypers, J. A. (Eds.) (2010).** *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives*. Routledge.
- Entman, R. (1993)** “Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm” en *Journal of Communication* 43 (4) 51-58.
- Fairclough, N. & Wodak, R. (1997)** “Análisis crítico del discurso”. En Van Dijk (2009) *El discurso como interacción social*, (pp 367-405).
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- Hall, S. (1982).** “The rediscovery of ideology: Return of the repressed in media studies”. En Hall, S., Gurevitch, M., Bennett, T., Curran, J., & Woollacott, J. (1982). *Culture, society and the media*. (pp 52-85). New York.
- Kaplan, N. (2004).** “Nuevos desarrollos en el estudio de la evaluación en el lenguaje: la teoría de la valoración”. *Boletín de Lingüística*, 16(22). [http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev\\_bl/article/view/1468/1376](http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_bl/article/view/1468/1376) (recuperado el 14/02/2014)
- Kaplan, N. (2007).** *La construcción discursiva del evento conflictivo en las noticias por televisión*. (Doctoral dissertation, Tesis de doctorado de la Universidad Central de Venezuela)
- Kulka, S. B. (2000).** “Pragmática del discurso”. En van Dijk (2000) *El discurso como interacción social: estudios del discurso, introducción multidisciplinaria* (pp. 67-100). Gedisa.
- Llul, J. (1997)** *Medios, comunicación, cultura: aproximación global*. Buenos Aires. Amorrortu.
- Martin, J. R., & White, P. R. (2005).** *The language of evaluation*. Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan.

- Matthes, J. (2009).** “What's in a frame? A content analysis of media framing studies in the world's leading communication journals, 1990-2005”. En *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 86(2), 349-367.
- Matthes, J., & Kohring, M. (2008).** “The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity”. En *Journal of Communication*, 58(2), 258-279.
- Moreno Espinosa, P. (2002).** “Géneros para la persuasión en prensa: los editoriales del Diario *El País*”. En *Ámbitos: revista andaluza de comunicación*, (9-10), 226-238.
- Moscovici, S. (1979).** *El Psicoanálisis, su imagen y su público*. Ed. Huemul, Buenos Aires, 2a. edición.
- Nogales, A. (2010)** “La llegada de Liberty Acquisition Holding al accionariado de Prisa y sus consecuencias. Ejemplos prácticos del diario El País”. 3er Congreso Nacional de ULEPICC España, Universidad de Salamanca.
- Tuchman, G. (1978).** *Making news*. New York: Free Press.
- Van Dijk, T. (1977)** “Semantic Macro-Structures and Knowledge Frames in Discourse Comprehension”. En Marcel Adam Just and Patricia A. Carpenter (Eds.) *Cognitive Processes in Comprehension*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Van Dijk, T. (1992)** “Racism and argumentation: "Race Riot" Rhetoric in Tabloid Editorials”. En: F. H. van Eemeren, et al. (Eds.), *Argumentation illuminated*. (pp. 242-259). Dordrecht: Foris.
- Van Dijk, T. (2008)** Semántica del discurso e ideología en *Discurso & Sociedad*, Vol 2(1), (pp 201-261).
- Wodak, R. (2001)** What CDA is about: a summary of its history, important concepts and its developments en Wodak, R., & Meyer, M. (Eds.). (2009). *Methods for critical discourse analysis*. Sage.

## Notas biográficas



**Manuel Torres Mendoza** es doctor en Comunicación Pública por la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona. Trabaja como docente-investigador en la Universidad Nacional de Educación del Ecuador, donde también ejerce como director de tutorías. Ha sido docente en grado y postgrado en la Universitat Oberta de Catalunya y en la Universidad Casa Grande del Ecuador.



**César Colorado** es doctor en Comunicación Lingüística y Mediación Multilingüe por la Universidad Pompeu Fabra (UPF). Investiga la representación de movimientos sociales y la protesta social en la prensa desde la perspectiva del Análisis Crítico del Discurso. Ha cursado la Licenciatura en la Lengua y Literatura Hispánicas en la Universidad Veracruzana (México) y el Master en Lingüística y Aplicaciones Tecnológicas (en la UPF). Además de investigador, se desempeña también como traductor, periodista, corrector de estilo y profesor de español como segunda lengua. Asimismo, ha estudiado historia de las religiones y paleografía (con especialidad en la transcripción de textos jurídicos novohispanos).