

ANÁLISIS DEL DISCURSO PERIODÍSTICO. UNIVERSO METODOLÓGICO Y ESTUDIOS DE CASO

Coordinación

Antonia Isabel Nogales Bocio

María Dolores Ortiz Herrera

Universidad de Sevilla

Presentación Libro de Actas

El análisis del discurso es una de las metodologías más extendidas y consolidadas en el área de las Ciencias Sociales. Una herramienta que permite una interpretación completa del discurso desde una dimensión total, en la que se tiene en cuenta el contexto en el que se produce el mensaje y que supera el reduccionismo de aquellos estudios basados en la intencionalidad dialéctica o lingüística. Por ello, cada vez son más abundantes las investigaciones que se centran o se fundamentan en esta metodología y con el objetivo de aunarlas y darles cabida en la primera edición del *Congreso Internacional Comunicación y pensamiento, Comunicar* surge el simposio 016 bajo el título “Análisis del discurso periodístico. Universo metodológico y estudios de casos”.

En concreto, este libro de actas recoge siete de las investigaciones presentadas al simposio en las que el análisis del discurso, entendido desde un enfoque interdisciplinar, ha sido la herramienta metodológica esencial y el rasgo común. Las otras siete comunicaciones presentadas han sido seleccionadas para formar parte de una obra monográfica que verá la luz también en el presente año (2016). En cada una de las propuestas que integran este bloque del presente libro de actas se ha abordado una temática diferente dentro de la comunicación y más concretamente, del discurso mediático. Dos características que han permitido, por un lado, aunar investigadores con intereses comunes y por otro, fomentar el enriquecimiento mutuo al compartir sus estudios durante las sesiones del congreso.

Los trabajos que componen este simposio profundizan sobre el estudio del proyecto educativo en la narrativa fílmica del cine mexicano; la evaluación del impacto mediático en los movimientos sociales, la comunicación política a través de los spots electorales, la

imagen de la familia española en el tardofranquismo, los temas sobre alimentación en la prensa vasca, el método Educare o el habla andaluza.

En primer lugar, aparece la investigación de Rosario Olivia Izaguirre Fierro y Eustolia Durán Pizaña de la Universidad Autónoma de Sinaloa titulada “El proyecto educativo en la narrativa filmica del cine mexicano: la modernidad entre la magia, la política y la razón”. Un estudio en el que a través de la hermenéutica textual y tomando como referencia las películas “Un embrujo” (Carrera, 1998) y “Caminando pasos... caminando” (Weingartshorfer, 1977) se analiza el discurso fílmico para extraer conclusiones sobre la idea de quién narra, qué narra y cuáles son las vinculaciones con lo educativo en el mundo social del siglo XX mexicano.

Por su parte, David Gutiérrez Marín, de la Universidad Pablo de Olavide, presenta una comunicación centrada en la construcción de la identidad pública en los medios de comunicación mediante su participación como agentes del impacto mediático que generan los movimientos sociales. Más concretamente, el trabajo “La selección estructural en los estudios de impacto mediático” aborda la evaluación del impacto producido por el Movimiento 15-M en los medios de comunicación mediante el análisis de los discursos recogidos en la prensa local sevillana a través de la muestra seleccionada entre 2011 y 2013. Con ello, verifica una propuesta metodológica para la evaluación del impacto mediático de los movimientos sociales, en la que la selección de la muestra se erige como un elemento determinante de los resultados obtenidos.

Posteriormente, se publica el estudio titulado “La felicidad y los valores que la conforman en la comunicación política: análisis narratológico de los spots electorales de los partidos españoles tradicionales y emergentes (1993- 2015)” que corresponde a Cristina Sánchez-Sánchez de la Universidad Pompeu Fabra. El objetivo de la autora, a partir de un análisis de contenido cualitativo y de orientación narratológica, es identificar los valores relacionados con la felicidad que aparecen en los spots electorales para las elecciones a la Cortes Generales Españolas, así como estudiar su función y construcción dentro de estas piezas electorales a lo largo de las más de dos décadas analizadas.

A continuación, se encuentra la investigación de Carla Garrido Zanón, de la Universidad de Valencia titulada “La familia española en el tardofranquismo: una aproximación desde el humor gráfico de *Hermano Lobo*” y cuyo objetivo es caracterizar la institución familiar en los últimos años de la dictadura franquista y determinar su tratamiento a través del

humor gráfico del semanario *Hermano Lobo*. Todo ello, mediante un análisis de contenido aplicado a las viñetas publicadas en la revista en las que aparecen escenas familiares con el fin de extraer información de ellas para interpretar su significado histórico y social.

Asimismo, también forma parte de este simposio la comunicación “Prensa vasca y alimentación: un análisis cuantitativo (2014)” presentada por tres investigadores de la Universidad del País Vasco: Flora Martín Murillo, José Ignacio Armentia Vizúete y Elena Olabarri Fernández. El objetivo de su trabajo es analizar, a través de una metodología cuantitativa, cuáles son las temáticas que ofrece la prensa vasca en el ámbito de la alimentación, su diferente peso según los medios y la relevancia que se concede a cada una de ellas. Con los resultados, sus autores establecen la relevancia de la alimentación en la agenda mediática de la prensa vasca y sus preferencias en cuanto a las temáticas y los géneros empleados.

Otro de los estudios de este simposio ha sido el presentado por Miguel González Santos de la Universidad Complutense de Madrid y cuyo título es: “Método Educare para la diagnosis, evaluación y análisis del impacto de los contenidos audiovisuales en valores humanos en el comportamiento social”. Concretamente, este trabajo propone el método Educare, que se basa en los valores de la verdad, el deber, la paz, el amor y la no-violencia, para el diagnóstico y corrección de los efectos perniciosos de los medios de comunicación audiovisuales en el deterioro de los comportamientos sociales.

Por último, cierra este simposio el trabajo “La presencia del andaluz en los medios de comunicación” firmado por Marta León-Castro Gómez de la Universidad de Sevilla. Una comunicación en la que se reflexiona sobre el papel que ocupa en la actualidad la modalidad lingüística andaluza dentro del contexto de España y, fundamentalmente, la visión, a menudo reducida y simplista, que de ella ofrecen los medios de comunicación.