

CARLES MARÍN LLADÓ
(Ed.)

**DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL ESPAÑOL
EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Dykinson, S. L.

ÍNDICE

PRELIMINAR.....	9
CARLES MARÍN LLADÓ	
CAPÍTULO 1. LA OPINIÓN Y LA MANIPULACIÓN EX- PRESA EN LOS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN EN ESPAÑA	13
CARLES MARÍN LLADÓ	
CAPÍTULO 2. EL LENGUAJE ESTÁNDAR EN LA RA- DIO: CADENA COPE	37
FERNANDO VILCHES VIVANCOS Y CARLES MARÍN LLADÓ	
CAPÍTULO 3. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DEL ESPA- ÑOL ESTÁNDAR EN LAS NOTICIAS DE <i>EL MUNDO</i>	73
ALBERTO HERNANDO GARCÍA-CERVIGÓN	
CAPÍTULO 4. EL USO DEL ESPAÑOL ESTÁNDAR EN LOS DIARIOS DIGITALES: EL CASO DE <i>EL CONFI- DENCIAL</i>	99
CAROLINA HERRANZ RUBIO	

**CAPÍTULO 5. ANÁLISIS DEL ESPAÑOL EN EL DIARIO
DIGITAL *20 MINUTOS* 125**

LAURA SANZ-SIMÓN

**CAPÍTULO 6. USOS LINGÜÍSTICOS DEL ESPAÑOL
ESTÁNDAR EN EL PERIÓDICO *LA RAZÓN* 151**

RAQUEL PINILLA GÓMEZ

PRELIMINAR

CARLES MARÍN LLADÓ

Investigador principal

Profesor Titular. Universidad Rey Juan Carlos

Si a principios del siglo XXI internet supuso una revolución en la forma de comunicarse y relacionarse entre individuos de los países más desarrollados, solo una década después, con su consolidación y extensión en casi todo el mundo, otro fenómeno, el de las redes sociales, comenzó a afianzarse como herramienta de interacción entre millones de usuarios y con un claro afán por construir comunidades de personas afines. Facebook o Twitter se han convertido hoy en día en los soportes donde el público, entre otras cosas, busca, consume y comparte noticias, provocando que los medios de comunicación tradicionales no sean el punto de confluencia donde el ser humano se las agencia para informarse. Y en el afán de las redes y las comunidades de usuarios por transmitir información bajo prismas propios que consoliden puntos de vista y estados de opinión, nacen y se expanden las *fake news* desde hace pocos años. Y es aquí donde la prensa, la radio, la televisión y los medios digitales tienen una oportunidad para combatir esas noticias falsas y volver a ser referencia informativa, lingüística y de prestigio de antaño. Precisamente en el lenguaje, y en su cuidado, los medios tradicionales se habían erigido como sus principales valedores por el hecho de llegar a todo tipo de público y clases sociales, especialmente si hablamos de los consumidores de radio y televisión y, últi-

mamente, de prensa digital. Los medios de comunicación no solo informan, sino que transmiten conocimiento y educan, y es ahí donde sus profesionales se juegan el renombre y buen hacer. Precisamente en la importancia del lenguaje y en su repercusión pública hecha a través de los medios tradicionales, presentamos esta investigación bajo el título: *Descripción y análisis del español en los medios de comunicación*, llevado a cabo por el Grupo de Análisis del Discurso y Tecnologías de la Información y la Comunicación (GRANADISYTIC), grupo del área de Lengua Española de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC) con una sólida trayectoria en proyectos de investigación sobre medios de comunicación. Como profesor titular del Departamento de Comunicación y Sociología de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la URJC, ha sido un honor que me hayan acogido e integrado en este grupo, y más aún como Investigador Principal de la presente publicación. Espero haber podido transmitir, y continuar haciéndolo en un futuro, mis conocimientos como docente e investigador en el campo del periodismo y de la lengua española, así como mi trayectoria profesional en prensa y en medios radiofónicos y televisivos, siempre relacionada con la información.

Con todo ello, y tras diversas reuniones con el Grupo (cuyos miembros fijos son profesores de Lengua Española en los Grados en Comunicación y en el Grado en Criminología y que figuran al principio de esta publicación), nos pusimos manos a la obra para investigar y analizar el uso del español estándar informativo tanto en radio y prensa, escrita y digital, como en televisión, a través del lenguaje, la opinión e incluso la manipulación expresa de sus principales noticiarios de territorio español.

Con este libro seguimos una línea importante de investigación que debe continuar en un futuro para que personal docente e investigador alerte a los profesionales de los medios de comunicación de los errores que a menudo comenten en sus informaciones. Solamente con la credibilidad de este trabajo, que se conforma a partir de lo enumerado más arriba, se podrá

reconquistar a un público perdido en las *fake news* y a otro que se ha marchado porque necesitaba algo nuevo y diferente, sobre todo el más joven. Existe, pues, una oportunidad de los medios de comunicación para reinventarse en una sociedad, la actual, convertida definitivamente en Sociedad de la Información, Comunicación y Revolución Digital.