

PREMSA I IDEOLOGIA. LA CONNOTACIÓ EN EL DISCURS PERIODÍSTIC



dissenyen i desenvolupen les pràctiques: unes amb procediments de sistematització de dades simples (taules), altres d'aplicació de models lingüístics d'anàlisi del discurs; les tècniques metodològiques sociològiques han consistit en una entrevista en profunditat a un especialista de cada àrea temàtica del treball, i en qüestionaris per a enquestes; d'altra banda, del diàleg mantingut amb la resta de companyes de tutoria de recerca, ha sorgit la creació d'una aplicació in-app (premsa i publicitat). Les dades necessàries, en la quarta etapa s'ha fet l'anàlisi (amb eines matemàtiques o qualitatives) i s'han extret les idees clau i les conclusions generals. En la cinquena, la comunicació, s'ha redactat la memòria escrita, i s'ha fet la presentació i la defensa oral. Per acabar el procés, es valora el resultat de l'experiència en la sessió de tutoria de recerca.

🏠 **INSTITUT PRÍncep DE GIRONA**

👤 **AUTORA**
Natalia García Caldeiro

👩 **TUTORA**
Marisol Calderón Peñuela

☰ **MATÈRIA**
Llengua, història, sociologia, matemàtiques i tecnologia

📎 **TIPUS DE MATERIAL ELABORAT**
Memòria escrita i aplicació per a telèfon intel·ligent

🗨️ **TIPOLOGIA DE RECERCA**
Explicatiu i d'anàlisi
Disseny i producció

IDEA INICIAL

Qüestions

1. La connotació, present en els titulars dels diaris?
2. Els periodistes o les persones que escriuen en la premsa, són conscients que fan una escriptura ideològica?
3. Amb l'aparició de la premsa digital, sorgeix cap canvi en la utilització de les paraules?
4. El lector, és conscient de la subjectivitat quan el diari que llegeix és afí a la seva ideologia?

Hipòtesis

Hipòtesi 1: La connotació marca els diferents àmbits del discurs periodístic.

Hipòtesi 2: Els lectors de premsa no valoren els periòdics per la seva objectivitat, sinó en funció de les seves tendències ideològiques.

PROCÉS D'ELABORACIÓ

La metodologia del treball és explicativa.

No obstant això, també es fa necessari emprar tècniques descriptives.

La recerca s'ha dut a terme en sis etapes. En la primera, el plantejament, ha tingut lloc l'elecció del tema i la planificació inicial de la investigació. La segona etapa ha estat de cerca d'informació. En la tercera etapa, el treball pren un enfocament i un estil personal, ja que es

CONCLUSIONS

Si es tenen en compte la hipòtesi 1 i les qüestions inicials, s'afirma, en primer lloc, que la connotació és present en seccions informatives tan importants com ara les portades dels diaris; simplement amb els titulars es pot definir la tendència ideològica. Pel que fa a la primera qüestió plantejada, es confirma que amb l'aparició d'un nou entorn comunicatiu, com és la premsa digital, sorgeixen canvis en la utilització del llenguatge i les seves connotacions: lèxic, estructura sintàctica, semàntica o informativa. També s'afirma que el lector és conscient de la subjectivitat del diari amb el qual comparteix afinitat ideològica. La hipòtesi 2 es corrobora per les dades obtingudes en les preguntes valorades per correlació lineal, si bé els resultats no són determinants: el grau de fiabilitat no és igual a la percepció d'objectivitat; per això, el que fa decidir o valorar la lectura d'un diari no és l'objectivitat (que el lector distingeix per instint), sinó la ideologia. A partir de la informació obtinguda, es proposa una brúixola política, que situa els diaris segons la seva tendència ideològica.