



Polarización en periódicos españoles: significado y contextos de uso

Polarization in Spanish newspapers: meaning and contexts of use

M.^a DOLORES PORTO REQUEJO
UNIVERSIDAD DE ALCALÁ¹
<https://orcid.org/0000-0003-0111-9356>

Artículo recibido el / *Article received*: 2022-10-24
Artículo aceptado el / *Article accepted*: 2023-04-17

RESUMEN: La palabra *polarización* se ha popularizado en los últimos años, extendiendo su significado más allá del ámbito político a situaciones de enfrentamiento en cualquier otro contexto. Este trabajo presenta un estudio pormenorizado de la frecuencia de uso, contextos y extensión del significado en un corpus de noticias publicadas en los dos periódicos españoles más leídos, *El País* y *El Mundo*, durante el año 2021. Para ello se han combinado metodologías de la Lingüística de Corpus y del Análisis Crítico y Socio-cognitivo del Discurso, analizando tanto las frecuencias, colocaciones y construcciones sintácticas, como los contextos, los esquemas de imagen y las metáforas conceptuales que conforman su significado. Los resultados apuntan a un posible abuso del término por parte de los medios y a la confirmación de la palabra *polarización* como una palabra clave, que juega un papel esencial en el discurso político y mediático y que ayuda a definir el actual contexto social y cultural en España.

Palabras clave: discurso, socio-cognitivo, corpus, periódicos, metáforas, significado, contexto.

ABSTRACT: *Polarization* has become a popular word in recent years, as its meaning has been extended beyond the political field to any situation of conflict in other contexts. This work presents a detailed study of the frequency, contexts and extension of the meaning in a corpus of news published in the two most read Spanish newspapers, *El País* and *El Mundo*, during the year 2021. For this, methodologies of Corpus Linguistics and Critical and Socio-cognitive Discourse Analysis have been combined, analyzing both frequencies, collocations and syntactic constructions, as well as contexts, image schemas and conceptual metaphors that conform its meaning. The results point to a possible abuse of the term by the media and to the confirmation of the word *polarization* as a key word, which plays an essential role in the political and media discourse and which helps to define the current social and cultural context in Spain.

¹ Este trabajo se enmarca dentro del proyecto I+D+i *Polarización y discursos digitales: perspectivas críticas y socio-cognitivas* (PID2020-119102RB-I00), financiado por La Agencia Estatal de Investigación, Ministerio de Ciencia e Innovación.

and meaning extension of the word in a corpus of news from the two main Spanish newspapers, *El País* and *El Mundo*, in 2021. For this, methodologies from both Corpus Linguistics and Critical Socio-cognitive Discourse Analysis have been combined, by analyzing frequencies, collocations, syntactic constructions as well as contexts, image schemas and the conceptual metaphors that shape its meaning. Results point to a possible abuse of the term in the media and the confirmation of *polarization* as a keyword, playing an essential role in political and media discourse, defining the current socio-cultural context in Spain.

Key words: discourse, socio-cognitive, corpus, newspapers, metaphors, meaning, context.

1. INTRODUCCIÓN

El término *polarización* parece haberse popularizado en los últimos años. Numerosos estudios señalan que la polarización es un fenómeno que se ha extendido de forma preocupante en la sociedad española (Alonso, 2021; Garrido *et al.*, 2021; Miller y Torcal, 2020; Torcal y Comellas, 2022; entre otros) e incluso en algunos medios se asegura que España es el país más polarizado de nuestro entorno (La Sexta, 2022, 18 de enero), apuntando generalmente a las redes y los memes como la principal causa de polarización (Paz *et al.*, 2021, Zamora *et al.* 2021). Como consecuencia de esta creciente atención al fenómeno, es posible observar que la palabra *polarización* se repite en los medios con mayor frecuencia, a menudo asociada a escenarios de conflicto y enfrentamiento social, y que se ha empezado ya a utilizar en otros contextos fuera del ámbito político o puramente ideológico, en lo que se ha venido denominando *polarización afectiva*. Así, a mediados del año 2022, se encontraban alusiones en diversos periódicos españoles al «debate sobre el estado de la polarización» en referencia al «debate sobre el estado de la nación» que se celebra anualmente en el Congreso de los Diputados, indicando así que este año se trataba de un debate muy polarizado, es decir, un debate en el que no parecía posible llegar a ningún consenso.² Pero más allá de la política, también se describían en los medios escenarios de polarización en circunstancias tan poco trascendentes como un festival de canciones, el *Benidorm Fest*, en el que, según un periódico digital, al observar un intenso debate en redes sociales sobre la votación a los finalistas, se aseguraba que «una cuestión polariza a España».³

Considerando esta situación, el propósito de este trabajo es examinar, en primer lugar, si, como parece, la palabra se ha venido utilizando con más frecuencia en los periódicos españoles en los últimos años y si los contextos en los que se puede encontrar han cambiado o se han ampliado. Confirmada esta hipótesis, las cuestiones que se plantean en esta investigación son i) cuáles son los contextos en los que esta mayor

² *El País* (14/07/2022) «Un debate sobre el estado de la polarización» «España encabeza el ‘ranking’ de países polarizados» <https://elpais.com/podcasts/hoy-en-el-pais/2022-07-14/un-debate-sobre-el-estado-de-la-polarizacion.html>

El Mundo (19/07/2022) «Lo llaman el Debate sobre el estado de la nación, pero bien podría llamarse el Debate sobre el estado de la polarización» (...que es algo ya tan nacional como la siesta, el gol de Iniesta o la tortilla de patatas) <https://www.elmundo.es/papel/2022/07/19/62cf207fe4d4d81d2a8b4599.html>

³ (Huffington Post – 28/01/2022) https://www.huffingtonpost.es/entry/tanxugueiras-rigoberta-bandini-encuesta_es_61f2a38ce4b04f9a12b9c112

frecuencia puede observarse; ii) cómo los nuevos contextos y las colocaciones más extendidas afectan al significado original del término; iii) si es posible decir que se está abusando de la palabra *polarización* en los medios y iv) qué efectos puede tener el uso repetido del término y su expansión a nuevos contextos. Para ello se han combinado las metodologías y herramientas de análisis de la lingüística de corpus, por un lado, que aportan datos cuantitativos sobre frecuencias de uso y colocaciones léxicas más comunes, y por otro del análisis del discurso crítico y socio-cognitivo, que permiten un estudio cualitativo sobre la evolución del significado en términos de esquemas de imagen, categorización y extensiones metafóricas.

En la siguiente sección, se exponen en primer lugar los resultados de una primera exploración de frecuencias de la palabra *polarización*. Esta exploración, como se ha señalado, es un paso previo a la investigación propiamente dicha, con el fin de confirmar de manera objetiva que la frecuencia de uso del término se ha incrementado en las últimas décadas y, si es así, en qué nuevos contextos se utiliza. Una vez confirmada esta hipótesis, las secciones 3 y 4 presentan el marco teórico de la investigación, incidiendo, primero, en la relevancia de estudiar el discurso de los medios y los efectos de encuadre (*framing*) que se derivan de la selección léxica, y analizando después en detalle el significado del término desde la perspectiva de la Lingüística Cognitiva, revelando tanto las metáforas conceptuales como los esquemas de imagen subyacentes, lo que permitirá después observar si existe una evolución de este significado. A continuación, en la sección 5, se presentan los resultados del estudio realizado en un corpus extraído de prensa digital española, con un análisis pormenorizado de frecuencias, colocaciones léxicas y contextos de uso desde un punto de vista cuantitativo, así como la identificación y exploración de las metáforas que aparecen en el corpus analizado y que contribuyen a la construcción del significado. Finalmente, en la sección de conclusiones, se intentará responder a las cuestiones planteadas como objetivos de la investigación.

2. EVOLUCIÓN DE FRECUENCIAS Y CONTEXTOS DE USO DE *POLARIZACIÓN*

Con el fin de comprobar la hipótesis de que la palabra *polarización* se utiliza con mayor frecuencia en los últimos años y para determinar si este aumento de frecuencia es o no significativo, se llevó cabo, en primer lugar, una búsqueda del término en los corpus del español de la Real Academia Española. La Real Academia Española dispone de varios corpus de referencia para el estudio del español, entre ellos dos de carácter generalista que son los que se han utilizado para esta exploración: el Corpus de Referencia del Español Actual (CREA), que se compone de una amplia variedad de textos escritos y orales, producidos en todos los países de habla hispana desde 1975 hasta 2004, y el Corpus del Español del Siglo XXI (CORPES XXI), de características similares, que, en su versión 0.94, comprende textos orales y escritos desde el año 2000 al 2021 y que se sigue actualizando periódicamente.⁴ Además de su amplitud y fiabilidad, respaldada por la institución, ambos corpus están codificados de manera que permiten la selección de subconjuntos por variedades del español, por tipos de texto, por temas, por años, etc. y son de libre acceso.

Los resultados en el Corpus de Referencia del Español Actual (CREA) muestran que el 25% del total de apariciones del término recogidas en España entre 1974 y 2004 se concentran en los años 2000 y 2001 (ver Tabla 1). Por su parte, la búsqueda en el Corpus del Español del Siglo XXI (CORPES XXI) arroja datos aún más esclarecedores,

⁴ En el momento de redactar este artículo, la versión más actualizada de este corpus es la 0.99, publicada en enero de 2023.

ya que se observa en las últimas décadas una clara tendencia al alza en la frecuencia de apariciones del término, hasta casi duplicarse en los últimos diez años (ver Tabla 2).

Tabla 1. Polarización en el CREA

Año	%	Casos
2000	13.20	28
2001	11.32	24
1994	8.96	19
1988	7.54	16
1987	6.60	14
1982	6.13	13
1989	5.66	12
1992	5.18	11
1975	4.71	10
Otros	30.66	65

Tabla 2. Polarización en el CORPES XXI

Período	Freq	Fnorm.
2016-2020	178	7,69
2011-2015	154	5,22
2006-2010	96	2,72
2001-2005	44	1,33

Con el fin de recabar resultados aún más recientes y de carácter global, se realizó también una búsqueda en *Google*, utilizando la herramienta de «búsqueda avanzada», que permite delimitar periodos concretos de búsqueda. La búsqueda en la web es especialmente útil cuando se trata de estudiar fenómenos de uso real del lenguaje muy recientes, como en este caso, y que no están aún disponibles en corpus académicos.⁵ Si bien, los resultados cuantitativos obtenidos con esta herramienta no pueden ser tomados de forma absoluta como exactos, sí es posible observar una clara tendencia al incremento en la frecuencia de uso del término en la red en un rango de tiempo de sólo tres años (ver Tabla 3).

Tabla 3. Polarización en Google

2021	72.900
2020	61.700
2019	50.300

Google permitió además aplicar un filtro por países, para hacer una búsqueda comparativa y examinar si en otras lenguas en los países de nuestro entorno más inmediato se está produciendo también un fenómeno semejante de popularización de la palabra *polarización*. Los resultados, recogidos en la Tabla 4, sí parecen indicar un aumento progresivo de la frecuencia de uso en Reino Unido, Italia y Alemania entre 2019 y 2021. No así en Francia, donde la frecuencia de uso se ha mantenido estable en el

⁵ En referencia a las ventajas y limitaciones de utilizar buscadores como *Google* para la lingüística de corpus ver Diemer 2011, Ferraresi 2009. Para conocer mejor el estado de la cuestión sobre la utilización de la web como corpus, ver González Fernández 2017.

periodo establecido.⁶ Cabe entender que, si el término se utiliza con mayor frecuencia, es porque el fenómeno suscita una preocupación semejante que también va en aumento en otros países europeos.

Tabla 4. Comparación de la frecuencia del término *polarización* en distintos países europeos

	2021	2020	2019
España <i>polarización</i>	12.200	9.600	7.770
Reino Unido <i>polarisation</i>	10.500	9.110	7.790
Francia <i>polarisation</i>	12.800	13.100	13.900
Italia <i>polarizzazione</i>	8.730	8.920	6.370
Alemania <i>polarisation</i>	7.240	6.570	5.610

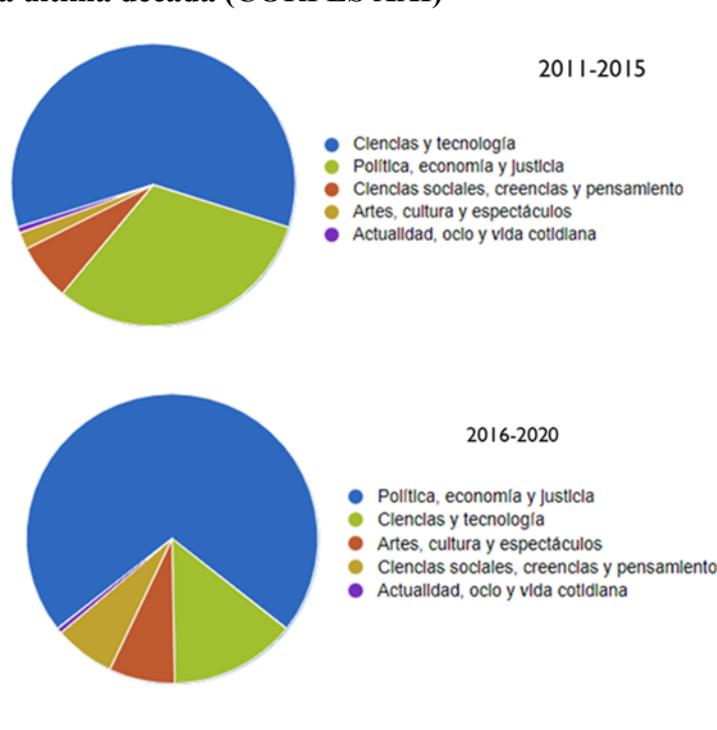
En cuanto a los contextos de uso, no es posible distinguirlos fácilmente utilizando *Google*, pero sí en los corpus de la Real Academia, que revelan un cambio en los contextos de gran relevancia para el presente trabajo. Como se puede ver en la Tabla 5, los textos en los que aparecía la palabra *polarización* entre los años 2011-2015 versaban principalmente sobre «ciencia y tecnología», mientras que a partir de 2016 la tendencia se invierte y más del 70% de las apariciones tiene lugar en temas relacionados con «política, economía y justicia», y además su uso se extiende de manera notable a textos sobre «arte, cultura y espectáculos». El cambio se observa aún más claramente en los gráficos proporcionados por la herramienta estadística del CORPES XXI reproducidos en la Figura 1.

Tabla 5. Distribución por temas del término en la última década en España (datos obtenidos en CORPES XXI)

	Ciencia y tecnología	Política, economía y justicia	CC. SS., creencias y pensamiento	Arte, cultura y espectáculos
2011-2015	92 (59,7 %)	48 (31,1 %)	10 (6,5%)	3 (1,9 %)
2016-2020	25 (14 %)	127 (71,3 %)	12 (6,7%)	13 (7,3 %)

⁶ Es necesario señalar de nuevo que los resultados puramente numéricos no deben interpretarse como definitivos, dado el método que utiliza *Google* para este tipo de búsquedas generalizadas en la Web, pero sí permite observar tendencias cuando, como en este caso, las diferencias son comparativamente significativas.

Figura 1. Gráficos de la distribución por temas del término *polarización* en la última década (CORPES XXI)



3. **POLARIZACIÓN EN EL DISCURSO PERIODÍSTICO: EFECTOS DE ENCUADRE, AGENDA Y VALOR INFORMATIVO**

El estudio del discurso periodístico tiene ya una larga tradición en el marco del Análisis Crítico del Discurso, especialmente desde la década de los 80 (van Dijk, 1988). En el marco de esta disciplina, se entiende que el discurso de los medios tiene una importante dimensión ideológica, más allá de la mera transmisión de contenidos, y que desempeña un papel esencial en la producción y reproducción de actitudes y creencias en la sociedad (Van Dijk, 2009). Algunos autores aseguran que las noticias contribuyen de algún modo a la «construcción de la realidad» (Tuchman, 1978; Hawkins & Pingree, 1981; Gamson *et al.* 1992). En este sentido, la selección de los recursos textuales o visuales son un aspecto fundamental en la redacción de las noticias, que puede contribuir significativamente a la formación o al cambio de actitudes en la audiencia.

El concepto de encuadre (*framing*) explica los mecanismos por los que el lenguaje y las imágenes seleccionados en la construcción de una noticia promueven una determinada interpretación de los sucesos que se presentan (Entman, 1993; Pan & Kosicki, 1993; Scheufele, 1999). Gamson & Modigliani (1987) señalan que las noticias se presentan en «paquetes» que incluyen no sólo la información sino también argumentos, imágenes, metáforas y símbolos que influyen en el modo en que la audiencia reacciona ante un determinado asunto. Tewksbury & Scheufele (2019) combinan este concepto de encuadre con el de agenda (*agenda setting*), por el que los medios deciden qué asuntos son relevantes y merecen mayor atención. De este modo, la frecuencia de exposición de la audiencia a un acontecimiento, unida al encuadre, es decir, a la interpretación que se proporciona, es lo que afecta a las creencias, actitudes y juicios de valor de la opinión pública.

Un experimento llevado a cabo por Simon y Jerit (2007) demostró que las actitudes de los participantes hacia el aborto por nacimiento parcial (PBA) variaban según su exposición a una serie de artículos sobre el tema, dependiendo de si en ellos se utilizaba

exclusivamente el término «bebé» o «feto». También, Thibodeau y Boroditsky (2011) demostraron empíricamente que la percepción de los sujetos sobre la delincuencia era diferente si se manipulaban los encuadres modificando las metáforas conceptuales utilizadas: LA DELINCUENCIA ES UN VIRUS o LA DELINCUENCIA ES UNA BESTIA, y, en consecuencia, las soluciones que proponían al problema también eran diferentes.

Por otra parte, Van Dijk señala que, mientras que el discurso académico tiende a matizar sus afirmaciones, los medios buscan más bien un «efecto dramático», en la creencia de que los lectores se interesan más y recuerdan mejor las noticias cuando estas se «exageran» (Van Dijk, 2009: 195). En relación con esta idea, Bednarek y Caple (2014) afirman que el valor de la noticia (por su negatividad, por su proximidad, etc.) no siempre es algo extrínseco, sino que depende en gran medida del modo en que se cuenta, es decir, del lenguaje utilizado y, en su caso, también de las imágenes seleccionadas para acompañar la noticia (Cotter, 2010; Caple y Bednarek, 2016).

De un modo u otro, todos los estudios recogidos parecen coincidir en que la selección del lenguaje utilizado es un factor decisivo en el modo en que un acontecimiento se entiende y se interpreta por parte de la opinión pública. Así pues, el estudio del uso de la palabra *polarización* y del léxico con el que esta se asocia, tanto en colocaciones como en el análisis de las metáforas que construyen el concepto, revelarán los efectos de encuadre que guían la interpretación del fenómeno por parte de la audiencia y que influyen en su percepción del entorno social y político. Además, estos efectos se pueden ver reforzados por el incremento de la frecuencia, es decir, por la exposición repetida y la «exageración, el «efecto dramático» que intenta aportar un mayor valor informativo a la noticia.

4. EL SIGNIFICADO METAFÓRICO DE *POLARIZACIÓN* Y SUS ESQUEMAS DE IMAGEN

El primer significado del término *polarización*, el más habitual en el CREA hasta el año 2000, tiene que ver, como se ha señalado, con el ámbito de la ciencia y la tecnología para referirse a la orientación de las ondas de luz o electromagnéticas. El diccionario de la Real Academia Española recoge como la primera de las acepciones de *polarizar* la de «restringir en una dirección las vibraciones de una onda transversal, como la luz u otras radiaciones electromagnéticas» (Real Academia Española, 2021). Sin embargo, el incremento de la frecuencia de uso en la última década está relacionado, como hemos visto, con otro significado, propio de contextos sociales y políticos.

Fuera del ámbito científico, la palabra *polarización* es un término metafórico, cuyo significado se deriva de la metáfora conceptual LA IDEOLOGÍA ES ESPACIO, por la que proyectamos nuestra experiencia sobre el espacio físico en el dominio conceptual del pensamiento político. En consecuencia, interpretamos el pensamiento político como *posicionamientos* ideológicos, normalmente en términos de derecha o izquierda. Una extensión lógica de esta metáfora es LA DIFERENCIA IDEOLÓGICA ES DISTANCIA ESPACIAL, que se manifiesta en expresiones comunes como «*extrema* derecha/*extrema* izquierda», o de «posturas *alejadas* entre sí». Siendo así, podemos concebir que, en ese espacio metafórico, los extremos más alejados son los dos *polos* y por tanto el fenómeno de la polarización, implica «moverse» hacia los extremos, interponiendo la máxima distancia posible entre dos posiciones políticas.⁷

⁷ Más adelante se verá que, en muchas ocasiones, el significado se ha ampliado y se habla de polarización incluso cuando el «espectro político» está muy fragmentado y existen más de dos opciones, o «polos».

Cabe hacer notar además que, mientras que la acepción tecnológica tiene generalmente una evaluación positiva, la polarización política o social suele verse como un fenómeno negativo. Una persona que no sea experta en el comportamiento de las ondas de luz puede haberse familiarizado con el concepto de polarización al comprarse unas gafas de sol con «cristales polarizados» que reducen los reflejos y mejoran la visibilidad, lo que se interpreta como un efecto positivo. Sin embargo, cualquier alusión a un escenario político o a una sociedad polarizados, se percibe como una circunstancia negativa. Es posible que esta evaluación negativa del término tenga que ver, no sólo con los contextos de uso en los que suele aparecer la palabra, como veremos, sino también con los esquemas de imagen que subyacen al significado espacial de la metáfora de la *polarización* como distancia ideológica.⁸

Los esquemas de imagen son estructuras preconceptuales muy básicas, basadas en nuestra realidad física corporeizada y en nuestra interacción con el entorno, que utilizamos para interpretar conceptos más complejos tales como ARRIBA/ABAJO, DENTRO/FUERA, DELANTE/DETRÁS, EQUILIBRIO, RECIPIENTE, etc. (Johnson, 1987; Hampe, 2005; Peña, 2012). En la interpretación del término *polarización*, el esquema de imagen que se activa es el de CENTRO/PERIFERIA, por el cual valoramos intuitivamente que todo lo que está en el CENTRO es importante y todo lo que se encuentra en la PERIFERIA es accesorio, marginal y menos relevante. Así, por ejemplo, el corazón, los pulmones y otros órganos esenciales para la vida se encuentran en el centro del cuerpo humano, mientras que las extremidades resultan menos imprescindibles para la continuidad de la existencia. También en los ordenadores que manejamos a diario, denominamos «periféricos» a los dispositivos accesorios que se conectan al procesador principal o «unidad central», que es la parte más importante, la que realiza la computación de los datos. De esta forma, un proceso de *polarización*, esto es, de desplazamiento hacia los extremos, se valora intuitivamente en sentido negativo, ya que conlleva la ausencia de un centro que se percibe como primordial e indispensable en cualquier realidad.

Con todo, es necesario señalar que la interpretación y el uso habitual de la palabra *polarización* no depende únicamente de su significado metafórico o de los esquemas de imagen subyacentes al mismo, sino también, y sobre todo, de los contextos y el modo en que se utiliza. Es el uso dentro una comunidad de hablantes y en un contexto político, social y cultural específicos, el que promoverá la evolución de este significado original prototípico. Para estudiar esta evolución, se ha llevado a cabo un análisis más detallado de los contextos de utilización del término en un corpus recogido con este propósito y que se expone a continuación.

5. ANÁLISIS DEL USO DE *POLARIZACIÓN* EN LA PRENSA

Para realizar un estudio en profundidad del modo en que se utiliza el término en la sociedad española en la actualidad, se analizó un corpus de noticias en prensa digital combinando las herramientas de la Lingüística de Corpus y del Análisis Crítico Socio-Cognitivo del Discurso. Las primeras nos proporcionaron datos cuantitativos sobre las frecuencias de uso en el último año, las colocaciones léxicas más comunes, las construcciones sintácticas en que suele aparecer, así como los contextos en que se utiliza, puesto que su significado se ha extendido más allá del ámbito político. Las segundas nos han permitido un examen de tipo cualitativo de esos primeros datos sobre la extensión del

⁸ Para una descripción del valor axiológico de los esquemas de imagen ver Krzeszowski (1997) Podhorodecka (2007) y para su aplicación en el análisis de metáforas en el discurso, ver Đurović (2015), Hart (2011), Porto (2022).

significado, su potencial evaluativo y una valoración sobre el posible abuso de los medios en el empleo del término.

En los siguientes apartados de esta sección, se exponen la metodología de recogida y análisis del corpus (sección 5.1), la evolución del significado a partir del análisis de las frecuencias, colocaciones y contextos de uso (sección 5.2) y la conceptualización que del fenómeno de la polarización reflejan algunas de las metáforas conceptuales identificadas en el corpus (sección 5.3).

5.1. DATOS Y METODOLOGÍA

Para la composición del corpus de análisis se recogieron datos de dos periódicos, *El País* y *El Mundo*, por ser los más leídos en España (exceptuando *Marca*, que es un diario deportivo).⁹ Ideológicamente, *El País* es un diario de centro-izquierda, afín al PSOE (Partido Socialista Obrero Español), partido que gobierna actualmente, mientras que *El Mundo*, de centro-derecha y más en consonancia con el PP (Partido Popular), partido en la oposición, se muestra, en general, más crítico con las declaraciones oficiales y la política gubernamental. Aunque el análisis comparativo según la ideología de las publicaciones no se encuentra entre los objetivos de este estudio, la selección de estos dos diarios, de alguna manera también «polarizados», permite abarcar las distintas perspectivas en el caso de que estas pudieran afectar al modo en que se usa el término *polarización*. En cualquier caso, durante el estudio se mantuvieron los datos de ambos diarios por separado, con el fin de detectar cualquier diferencia significativa que pudiera encontrarse.

Utilizando las herramientas de búsqueda avanzada de *Google*, se recogieron 100 publicaciones de cada periódico, ya fueran noticias, entrevistas, reportajes o columnas de opinión, que contuvieran al menos una vez la palabra *polarización*. El intervalo temporal corresponde al año 2021, el año inmediatamente anterior al de la realización de esta investigación, y la selección es puramente aleatoria, recogiendo las primeras que aparecieron en los resultados del buscador, sin distinguir si la palabra se encontraba en el titular o en el cuerpo de la publicación. Únicamente se excluyeron los contextos de ciencia y tecnología, es decir, aquellos en los que la palabra se refería a la polarización de las ondas, ya que esta acepción no es la que deseamos investigar. La Tabla 6 recoge los datos del corpus.

La herramienta utilizada para el análisis es #LancsBox, creado por la Universidad de Lancaster y de acceso gratuito.¹⁰ Este software permite una exploración en profundidad de los textos seleccionados mediante búsquedas de palabras clave, cómputos de frecuencias absolutas o relativas, dispersión, búsqueda y visualización de colocaciones léxicas, etc. En particular, para el presente trabajo se ha empleado principalmente la utilidad KWIC (*Key Word in Context*), que genera una lista de ocurrencias de un término en forma de concordancias. De esta forma es posible ver las asociaciones léxicas y construcciones más comunes del término en los textos analizados, calcular automáticamente las frecuencias absolutas de aparición, su distribución en los textos, así como frecuencias relativas aplicando diversos coeficientes, como el de información mutua (MI score), que contrasta la frecuencia hallada en el corpus de estudio con la estadísticamente probable, señalando así la fortaleza de la asociación entre ambos términos. La herramienta permite también seleccionar y filtrar los resultados para realizar

⁹ El País: 761.000 lectores/día; El Mundo: 438.000 lectores/día. Datos de la AIMC (Asociación para la Investigación de medios de Comunicación) para 2022 <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/diarios> (último acceso 10/10/2022)

¹⁰ La versión utilizada es #LancsBox 6.0, disponible en <http://corpora.lancs.ac.uk/lancsbox>.

un estudio más cualitativo, por ejemplo, de las asociaciones léxicas y de las metáforas que se han identificado en la muestra.

Tabla 6. Datos del corpus recogido para el análisis

Periódico	Nº de textos	Nº de palabras
El País (http://elpais.com)	100	106.551
El Mundo (https://www.elmundo.es)	100	109.637
Total	200	216.188

5.2. FRECUENCIAS, COLOCACIONES Y CONTEXTOS

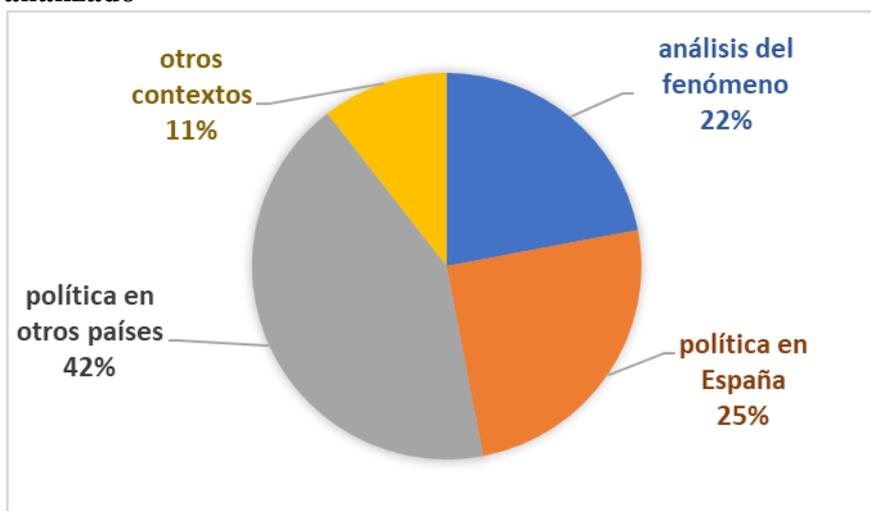
Una primera clasificación de las publicaciones nos permitió identificar los contextos más frecuentes de uso del término (ver Tabla 7). Como cabía esperar, en los dos periódicos españoles la gran mayoría de apariciones se da en artículos sobre la situación política, principalmente en España, pero también, de forma significativa, en países latinoamericanos (México, Perú, Ecuador) y en otros países (Alemania, EEUU, Israel...). Las ocurrencias en estos contextos se dan sobre todo en momentos en los que en esos países tuvo lugar algún tipo de proceso electoral durante el año 2021, ya sean elecciones federales, como es el caso de Alemania, México o EEUU, o nacionales para la elección de presidente como en Ecuador, Perú o Israel. En España, por ejemplo, aparte de cuestiones generales de polarización política, se concentra un buen número de las apariciones en los meses de abril y mayo en publicaciones relacionadas con las elecciones regionales en la Comunidad de Madrid.

Tabla 7. Contextos de la palabra *polarización* en el corpus analizado

	El Mundo	El País	
Política en España	28	22	50
Política en países latinoamericanos	20	41	61
Política en otros países	14	10	24
Análisis del fenómeno	26	18	44
Otros contextos	12	9	21
	100	100	200

Resulta también significativo el porcentaje de artículos, casi un 25%, que tratan el fenómeno de la polarización en sí mismo (ver Figura 2), más allá de su aplicación a situaciones concretas, tratando de analizar sus causas y efectos en la sociedad, además de su aparente crecimiento y expansión a otros ámbitos, lo cual revela que el concepto forma parte de la agenda de los medios y la preocupación que el fenómeno parece estar causando en la sociedad española.

Figura 2. Gráfico de la distribución de contextos de *polarización* en el corpus analizado



Finalmente, pero especialmente revelador para los objetivos de este estudio, el gráfico muestra un pequeño número de apariciones de la palabra *polarización*, el 11% del total, en contextos que nada tienen que ver con la política, sino con ámbitos de entretenimiento como la música, el cine, o la televisión, donde se habla de audiencias «polarizadas» y se asocia la polarización con situaciones de polémica o de acalorado debate de opiniones o gustos contrarios (ver ejemplos 1-3). También en las secciones de economía, de ciencia y de cultura, se pueden encontrar expresiones como «la polarización de las criptomonedas» o «la polarización geográfica», describiendo circunstancias en las que existe una división clara entre dos grandes grupos bien diferenciados de cualquier tipo (ejemplos 4-7):

- (1) [el reguetón] explica cosas importantes sobre las sociedades actuales y la evolución de la industria musical, pero la *polarización* y la polémica en las redes sociales eclipsan cualquier reflexión (EP092)
- (2) [Shyamalan] el director de origen indio (...) o se le ama o se le odia, una *polarización* que no ayuda a entender qué se esconde detrás de sus giros de guion. (EM054)
- (3) El relato (...) sería más que suficiente para mermar su concurso y más cuando la serie documental de Rocío Carrasco está tan *polarizada* (EM037)
- (4) La *polarización* de las criptomonedas. (...) Desde su aparición, las criptomonedas han dividido a la sociedad inversora entre detractores y seguidores de una forma nunca vista en los mercados financieros. (EP090)
- (5) El consumidor está más *polarizado* (...) Por un lado, aquellos cuyos ahorros han crecido y, por otro lado, los que se han visto afectados y han visto reducidos sus ingresos. (EP012)
- (6) Primero, la *polarización geográfica* con el liderazgo entre Norteamérica y China. Segundo, la *polarización institucional*. El liderazgo en la investigación de la IA no está en una universidad sino en las grandes empresas tecnológicas. (EM057)
- (7) ... donde se quejaba de la *polarización entre ciencias y letras* en la sociedad moderna: dualidad que ha originado la actual brecha entre disciplinas complementarias (EP006)

El análisis de concordancias, por su parte, confirma este panorama general que se ha podido ver en la distribución de los contextos. Las cinco colocaciones más frecuentes que aparecen con *polarización*, en un rango de 10 palabras a derecha o izquierda, son *política, social, redes, España y sociedad*. Estos resultados corroboran que los contextos

más comunes de utilización son los relacionados con la política en España, así como en reportajes y entrevistas que señalan la preocupación por el propio fenómeno en sí, señalando a las redes como la principal causa del mismo, y considerando sus posibles efectos en la sociedad. Más revelador aún resulta el examen de las colocaciones al aplicarle un coeficiente de información mutua (MI score) que nos permite ir más allá de las coocurrencias que serían esperables estadísticamente e identificar las que son más significativas, distinguiendo entre la frecuencia con la que aparecen los términos por separado (frecuencia en el corpus) o conjuntamente (frecuencia de colocación) La tabla 8 muestra los resultados obtenidos, con los términos *afectiva*, *creciente*, *factores*, *clima* y *crispación* en los primeros puestos, seguidos de *preocupa*, *enfrentamiento*, *vive*, *populismo* y *fuerte*.

Tabla 8. Colocaciones más frecuentes aplicando el coeficiente de información mutua (MI)

		MI Score	Frecuencia colocación	Frecuencia en corpus
1	afectiva	8.977	5	5
2	creciente	7.862	12	26
3	factores	7.492	5	14
4	clima	7.392	12	36
5	crispación	7.227	11	37
6	preocupa	7.084	7	26
7	enfrentamiento	7.051	5	19
8	vive	6.729	8	38
9	populismo	6.575	7	37
10	fuerte	6.518	8	44

En consecuencia, y según se desprende de esta lista de colocaciones, la polarización se presenta en la prensa como un fenómeno *creciente*, y por tanto cada vez más *fuerte*, que tiene un carácter no sólo político, sino sobre todo emocional o *afectivo*, vinculado con los *populismos* entre otros *factores*, y que conduce a un entorno, o *clima*, de *crispación* y *enfrentamiento* que los ciudadanos *viven* con *preocupación*.

La asociación de los términos *polarización* y *crispación* es particularmente notable, especialmente al observar que ambos aparecen con frecuencia, hasta en 11 ocasiones, en la forma de binomios léxicos, «polarización y crispación» o «crispación y polarización», como en los ejemplos (8) y (9):

- (8) *Crispación y polarización* son responsabilidad directa de los partidos (EP019)
- (9) Se han celebrado numerosas protestas en las calles, *la polarización y crispación* se han multiplicado (EM042)

Esta construcción de coordinación sugiere una relación de sinonimia que se ve reforzada por la frecuencia de otros binomios semejantes con términos semánticamente muy próximos, como *confrontación* (5 apariciones) o *enfrentamiento* (4 apariciones), a la que se suman otros de evaluación igualmente negativa que evocan también escenarios de enfrentamiento, como *radicalización* (4 apariciones), *populismo* (7 apariciones), *desafección* (4 apariciones), *desencanto* (3 apariciones), *tensión*, *colapso*, etc... (ver ejemplos 10-15).

- (10) ...criticado por haberse dejado arrastrar a la dinámica de *polarización* y a *la confrontación* ideológica, en lugar de intentar un debate sereno (EP029)

- (11) ...contrario siempre al *enfrentamiento* y a la *polarización* como herramienta para ganar elecciones. (EM066)
- (12) Nadie puede hablar seriamente de consenso sobre la inmersión y de unidad civil en las actuales condiciones de *radicalización* y *polarización* (EP080)
- (13) El fin del escrutinio se produce en un clima de *alta polarización* y *tensión social* (EM046)
- (14) ...ven en las elecciones madrileñas la *polarización* y el *populismo* que se ha reproducido a escala global (EP028)
- (15) ...marcó un punto de inflexión definitivo hacia la *polarización* y el *colapso* del proceso (EM097)

Abundando aún más en estas construcciones de coordinación y yuxtaposición, es posible encontrar no ya binomios, sino series de tres o más nombres que activan mecanismos de categorización semántica por los que se crea una relación de cuasi-sinonimia, o cuando menos una fuerte asociación semántica, reforzada por la frecuencia de aparición de estas composiciones, que extiende el significado prototípico de *polarización* y le proporciona una prosodia altamente negativa (ejemplos 16-19).¹¹

- (16) El que fue sucesor de Cristina Cifuentes (...) se va huyendo de la *polarización*, la *crispación* y el *radicalismo* de la política actual (EM011)
- (17) *Malestar*, *desencanto*, *desapego*, *desafección*, *polarización*, *cortoplacismo* y *crispación* son las declinaciones de ese estado de ánimo...(EP019)
- (18) un ensayo en el que reflexiona sobre la *polarización*, la *división política* y el *narcisismo* en el mundo de hoy (EM004)
- (19) Libia reúne todas las razones para no celebrarlas: *proliferación de milicias armadas*, *polarización*, *inestabilidad*, *corrupción* (EM074)

5.3. METÁFORAS: EL CONCEPTO DE LA POLARIZACIÓN

Por último, y para acabar de entender cómo los medios contribuyen a la construcción del concepto de la polarización, se analizaron las metáforas conceptuales que subyacen a las expresiones utilizadas para referirse al fenómeno. En el marco de la Lingüística Cognitiva, el estudio de las metáforas convencionales, de las que a menudo no somos plenamente conscientes, revela el modo en que un concepto se percibe, se entiende y se transmite en una comunidad de hablantes, proyectando características propias de un dominio cognitivo que nos resulta familiar, el dominio fuente, sobre el que nos resulta más abstracto o complejo, el dominio meta, para comprenderlo mejor (Lakoff y Johnson, 1980; Kövecses, 2010; Steen, 2011; entre otros). Desde una perspectiva crítica y socio-cognitiva en el análisis del discurso, la metáfora es además una herramienta ideológica, de construcción de significado, cuyo análisis permite saber cómo determinadas realidades se construyen en un determinado contexto social, cultural y político (Semino, 2008; Mussolf y Zinken, 2009; Charteris-Black, 2018; Koller, 2020; entre otros...).

Algunas de las metáforas identificadas derivan del modo habitual de hablar sobre el contexto político, como son las que utilizan como dominio fuente los conceptos de CLIMA o ESCENARIO. Y así, del mismo modo que es posible referirse, por ejemplo, a un «escenario político» o un «clima pre-electoral», expresiones ya altamente convencionalizadas, podemos encontrar en el corpus analizado los *metaforemas* «clima de polarización» o «escenario de polarización». Como se ha señalado anteriormente, *clima* es una de las colocaciones más frecuentes de *polarización* y de hecho se ha

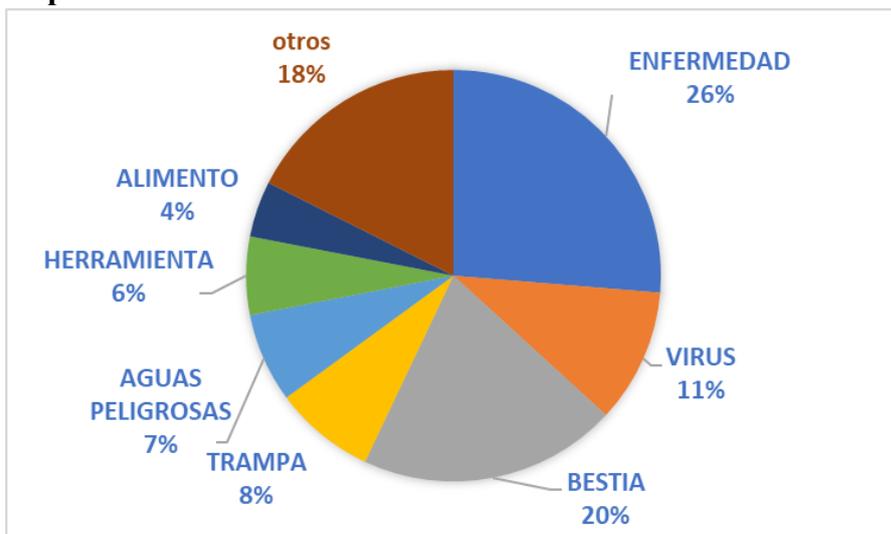
¹¹ Para profundizar en la relación de sinonimia que se crea en este tipo de construcciones ver García Page 2008, o Ellis y Frey 2009

convertido en una de las formas más habituales de referirse al fenómeno. La idea que se transmite con estas expresiones es la de que la polarización lo envuelve todo, afectando a distintos aspectos de la actividad social o política de la que se esté tratando en el discurso, y se hace más evidente en elaboraciones como «ambiente» o «atmósfera» (ver ejemplos 20- 21):

- (20) La reflexión estará centrada en los desafíos de la democracia en la región en un *ambiente de polarización* (EP076)
- (21) seguimos recibiendo informaciones muy contrapuestas y, sobre todo, con un *ambiente político muy caldeado*. Esto sirve para la *polarización* (EM008)

Sin embargo, estas metáforas no son especialmente características de la polarización, pues, como decimos, derivan de las expresiones que utilizamos convencionalmente para hablar del contexto social o político. A continuación, se presentan algunas otras, en orden de frecuencia según el número de apariciones en el corpus, que son más representativas del modo en que se construye el concepto de POLARIZACIÓN y con ello contribuyen a la extensión del significado del término. Para la identificación de los dominios fuente, se han recogido, analizado y clasificado en el corpus aquellos términos que aparecen en estos contextos relacionados con la polarización pero que habitualmente tienen otro significado más básico y se asocian a dominios conceptuales distintos como pueden ser el peligro, la enfermedad, etc.

Figura 3. Gráfico de distribución de los dominios fuente identificados en el corpus



5.3.1. LA POLARIZACIÓN ES UN VIRUS / LA POLARIZACIÓN ES UNA ENFERMEDAD

El dominio fuente más frecuente entre las metáforas identificadas en el corpus es el de ENFERMEDAD, que junto con el de VIRUS constituyen más de un tercio del total (ver Figura 3). No resulta sorprendente la predominancia de estas metáforas en un corpus de noticias recogido a lo largo del año 2021, cuando los efectos del coronavirus causante de la COVID-19 estaban aun presentes cada día en las portadas de estos mismos periódicos y todos los países estaban pendientes de los efectos de las vacunas diseñadas para contrarrestarlos. En este contexto, la polarización se presenta como un virus, que se *reproduce* y se *propaga* con facilidad, capaz de *mutar* e *infectar* a diversos sectores sociales y que es difícil de *contener* (ver ejemplos 22-24):

- (22) El pop es la nueva política: cómo la *polarización* también ha *infectado* la música. (EM016)
- (23) No obstante, en los últimos meses esta *polarización* *está mutando* de naturaleza. (EP026)
- (24) creo que la izquierda (...) busca el *caldo de cultivo* que promueve la polarización (EM055)

Estrechamente relacionada con esta, pero mucho más frecuente y productiva es la metáfora de la ENFERMEDAD. La sociedad o la política se representan como enfermas, *afectadas* o *sufriendo* de polarización, una enfermedad *dañina*, *grave* o *aguda*, a veces *cronificada*, que las *debilita*, y que se debe *prevenir*, o *mitigar* con la adecuada *receta* (ejemplos 25-31).¹²

- (25) Me da pena la *polarización* que *sufre* España y el resto del mundo (EM023)
- (26) [Túnez] ... *debilitado* por la *polarización* política y la crisis económica. (EM001)
- (27) En Cataluña la *polarización* se ha *cronificado* (EP028)
- (28) ¿Cuál es su *receta* para acabar con la polarización y crispación permanentes? (EM091)
- (29) ...abordar «temas que nos afectan a todos, tales como (...) la *prevención* de la *polarización* (EM085)
- (30) la entrada de nuevos partidos ha fragmentado el espectro político y ha *agudizado* la polarización (EP019)
- (31) Sería indeseable que su regreso a la política *agravara* la polarización de la sociedad (EP011)

5.3.2. LA POLARIZACIÓN ES UNA BESTIA

Otra metáfora frecuente en los textos recogidos en el corpus es la que representa a la polarización como una bestia, un animal *brutal* y *agresivo* capaz de *destruir* y especialmente *desgarrar* la sociedad, que inspira *miedo* y del que hay que *huir*, pero al que, por otra parte, algunos políticos *alimentan*, *azuzan* o *espolean* (ejemplos 32-38):

- (32) Guillermo Lasso debe intentar reducir la *polarización* que *desgarra* al país (EP021)
- (33) Este es el gran problema que tenemos en España: una *polarización* *brutal* que cada vez va a más (EM086)
- (34) ...no lo hicieron porque tuvieran *miedo a la polarización* sino porque no encuentran oportunidades para progresar. (EP099)
- (35) ...vaticinaban que después de la pandemia mundial *renacería* con más fuerza la *polarización galopante* en muchos países de Occidente. (EP097)
- (36) La *polarización* reinante, *azuzada* cada mañana desde Palacio Nacional... (EP036)
- (37) ...contribuyendo a degradar el espacio político y a *espolear la polarización* (EM024)
- (38) Me preocupa que los líderes de opinión y las redes estén *alimentando la polarización* porque les conviene (EM008)

¹² Varias expresiones metafóricas que incluyen el término *combatir* se han clasificado como metáforas de ENFERMEDAD por la interpretación de dichas expresiones en el contexto, ya que es habitual hablar de las enfermedades en términos de lucha contra un enemigo.

5.3.3. LA POLARIZACIÓN ES UNA TRAMPA y LA POLARIZACIÓN ES AGUAS PELIGROSAS

Aunque menos frecuentes en el corpus analizado, se encuentran varias expresiones metafóricas que reflejan la conceptualización de la POLARIZACIÓN como una TRAMPA, a veces un *abismo*, del que es difícil *escapar* (ejemplos 39-40), o bien como unas AGUAS *agitadas* o *turbulentas* por las que resulta peligroso *navegar* (41-42):

- (39) Como ocurrió con las mascarillas o las vacunas, la Copa se ha visto *atrapada en la polarización* política brasileña (EP046)
- (40) [Gomes] no representaría esa *vía de escape a la polarización* entre Lula y Bolsonaro. (EP066)
- (41) España avanza con rapidez hacia *las turbulentas aguas del populismo y de una polarización* cada vez más radical. (EP013)
- (42) La polarización existe y los líderes como Trump *surfean la ola* mejor que nadie. (EP081)

5.3.4. LA POLARIZACIÓN ES UNA HERRAMIENTA y LA POLARIZACIÓN ES UNA INVERSIÓN

La mayoría de las metáforas identificadas en el corpus tienen un sentido indiscutiblemente negativo (ENFERMEDAD, BESTIA, TRAMPA, etc...), pero existen circunstancias en las que algunos partidos políticos utilizan la polarización y se sirven de ella en su propio interés. En estos casos, la polarización se representa como una herramienta con la que trabajan o en la que se apoyan, o en ocasiones, como una inversión económica de la que obtener algún beneficio (ejemplos 43-45)

- (43) ...contrario siempre al enfrentamiento y a la *polarización como herramienta* para ganar elecciones. (EM066)
- (44) Alberto Fujimori se ha *apoyado en la polarización*. (EP040)
- (45) El partido busca *obtener réditos políticos de la polarización* que suscita la pandemia y las medidas para paliarla (EP059)

5.3.5. Otras metáforas

Otras metáforas identificadas resultan menos representativas en el corpus analizado, no solo por su menor frecuencia como el de LA POLARIZACIÓN ES UN ALIMENTO o UN CAMINO (ejemplos 46-47), sino también por tratarse de expresiones más creativas y puntuales, como las metáforas de la BOMBA o EL ÁCIDO CORROSIVO (ejemplo 48). Entre estas, hay también metáforas que se crean por la presión del contexto, como es el caso de LA POLARIZACIÓN ES RUIDO, que se encuentra en los textos sobre la polarización en la música (ejemplos 49-50):

- (46) La *polarización* en México está siendo *aderezada* con un peligroso componente de intolerancia (EP003)
- (47) Ese *camino de la polarización* me parece grave. (EP062)
- (48) ...recuperar la capacidad de alcanzar acuerdos que *desactiven la polarización* y el populismo (EM045)
- (49) Y, con *la polarización a todo volumen*, a los matices probablemente se los lleven los ventarrones (EP036)
- (50) La *polarización* de la sociedad moderna *amplificada* por las redes sociales ha saltado al pop (EM016)

6. CONCLUSIONES

El significado original y prototípico del término polarización es una metáfora espacial que evoca un movimiento hacia los extremos. Utilizado principalmente en contextos políticos, se asocia habitualmente a la idea de distanciamiento ideológico, que se puede interpretar como algo negativo por cuanto implica alejarse del centro, es decir de la posibilidad de alcanzar acuerdos. En relación a los dos primeros objetivos de investigación, se observa que su utilización se ha extendido a otros ámbitos distintos del puramente político y que, como consecuencia, este significado se ha visto parcialmente modificado. Un examen de las colocaciones léxicas más frecuentes ha revelado que el término se usa más bien como un sinónimo de *choque* o *confrontación*, acentuando aún más la evaluación negativa original. Al extenderse a otros contextos, es sobre todo esta idea de oposición entre dos grupos la que permanece y que, según se afirma, es un obstáculo para la apreciación de la música y el cine o para el avance de la ciencia. En el ámbito político, además, la polarización no se da solamente entre dos polos o dos posturas ideológicas, izquierda y derecha, como cabría esperar, sino que el fenómeno parece agudizarse con el auge de nuevos partidos y la fragmentación del espectro político. Es decir, que la polarización no se refiere ya a dos extremos, como se desprende del significado originario, sino a una situación de enfrentamiento constante en la que se rechaza la posibilidad de negociación o de diálogo, más difícil aun cuando hay más de dos participantes implicados. Esta circunstancia es la que se refleja en el desarrollo de la expresión «polarización afectiva» o en la frecuencia de las colocaciones con «radicalización» y «populismos».

Al mismo tiempo, las metáforas más frecuentes con las que se construye el concepto son también de carácter marcadamente negativo, evocando situaciones de riesgo: VIRUS, ENFERMEDAD, BESTIA, TRAMPA... y que cuando son positivas, como podría ser el caso de HERRAMIENTA o INVERSIÓN, se utilizan en contextos de crítica a quienes se sirven de ella en beneficio propio. Además, los periódicos reproducen el término en boca de políticos que la utilizan como reproche, acusándose unos a otros de «polarizar a la opinión pública», pero que también emplean escritores, actores, psicólogos, etc. por lo que su utilización parece haberse extendido, más allá de los medios, a todos los sectores sociales y profesionales con una intencionalidad de fuerte crítica. Por lo tanto, el encuadre (*framing*) que la utilización de la palabra polarización proporciona a cualquier noticia o reportaje en el que aparece es el de algo marcadamente negativo, vinculado a circunstancias de peligro y asociado a términos como *crispación*, *enfrentamiento*, *tensión*, *colapso*, etc. en estructuras que invitan a asociar sus significados.

Por otra parte, y en referencia al tercer objetivo de investigación planteado, parece posible hablar de un abuso del término por parte de los medios, que describen como «polarizada» cualquier situación en la que hay más de una opinión, aunque se trate de aspectos tan banales como la audiencia de un programa televisivo (ver ejemplo 3) o la clásica dualidad entre ciencias y letras (ver ejemplo 7). Se describe así un panorama generalizado, un «clima», de polarización que se califica de «fuerte», «creciente» o incluso «extrema» y que afecta a todos los sectores de la sociedad.

En cuanto a los posibles efectos que el exceso de uso continuado del término por parte de los medios puede tener sobre la audiencia, especialmente al combinarse esta agenda con el encuadre de evaluación negativa que se ha señalado, cabría señalar la creación de un cierto estado de alarma en la opinión pública, al presentarse un entorno social y político en permanente conflicto. Este aparente estado de alarma puede verse como una estrategia propia de los medios con el fin de captar la atención de los lectores y aumentar el valor informativo (*news values*) de sus publicaciones.

Queda la duda de si esto ocurre sólo en español o si es un fenómeno más extendido en países de nuestro entorno, o si por el contrario, tal y como señalan algunas fuentes, «España encabeza el ranking de países polarizados». Por ello, es necesario extender esta investigación, tanto desde una perspectiva diacrónica para conocer su evolución, como geográfica, a otros países y otras lenguas, además de ampliar el estudio a otros medios de comunicación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, Ana (21 de marzo de 2021) ¿Es España el país más polarizado de Europa? *El Independiente* <https://www.elindependiente.com/internacional/2021/03/21/es-espana-el-pais-mas-polarizado-de-europa/>
- Bednarek, Monica y Helen Caple. 2014. Why do news values matter? Towards a new methodological framework for analysing news discourse in Critical Discourse Analysis and beyond. *Discourse & Society* 25(2): 135 –158. <https://doi.org/10.1177/0957926513516041>
- Caple, Helen y Monica Bednarek. 2016. Rethinking news values: What a discursive approach can tell us about the construction of news discourse and news photography. *Journalism*, 17(4), 435–455. <https://doi.org/10.1177/1464884914568078>
- Charteris-Black. Jonathan. 2018. *Analysing political speeches: Rhetoric, discourse and metaphor*. Bloomsbury Publishing.
- Cotter, Colleen. 2010. *News Talk: Investigating the Language of Journalism*. Cambridge University Press
- Diemer, Stefan. 2012. Corpus linguistics with Google? En *Proceedings of the International Society for the Linguistics of English* (pp. 1–14). Boston, MA: Boston University Press. Recuperado en <https://www.bu.edu/isle/files/2012/01/StefanDiemer-Corpus-Linguistics-with-Google.pdf>
- Durović, Tatjana. 2015. Cognitive linguistics meets critical discourse analysis: The representation of asylum seekers in Serbian media discourse. En Mišić-Ilić B. and Lopičić V. (Eds.) *Jezička istraživanja [Language, literature, discourse: Linguistic research]* (pp. 283–295). UDC.
- Ellis, Nick C. y Eric Frey. 2009. The psycholinguistic reality of collocation and semantic prosody (2). En Roberta Corrigan, Edith A. Moravcsik, Hamid Ouali y Kathleen Wheatley (eds.), *Formulaic language*. John Benjamins.
- Entman, Robert M. 1993. Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43: 51–58.
- Ferraresi, Adriano. 2009. Google and beyond: web-as-corpus methodologies for translators. *Tradumàtica*, 7: 1–8. Recuperado en <https://raco.cat/index.php/Tradumatica/article/view/154831>
- Gamson, William A., David Croteau, William Hoynes, y Theodore Sasson. 1992. Media images and the social construction of reality. *Annual Review of Sociology*, 18(1): 373–393.
- Gamson, William A. y Andre Modigliani. 1987. The changing culture of affirmative action. *Research in Political Sociology*, 3: 137–177.
- García-Page, Mario. 2008. *Introducción a la fraseología española. Estudio de las locuciones*. Anthropos.
- Garrido, Antonio, Maria Antonia Martínez Rodríguez y Alberto Mora Rodríguez. 2021. Polarización afectiva en España. *Más Poder Local*, (45), 21–40. Recuperado en

- <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/polarizacion-afectiva-en-espana-mpl45>
- González Fernández, Adela. 2017. La web como corpus: un esbozo. *Lengua y Habla* 21: 126–150. Recuperado en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6175061.pdf>
- Hampe, Beate. 2005. Image schemas in Cognitive Linguistics: Introduction. In B. Hampe (ed) *From Perception to Meaning: Image Schemas in Cognitive Linguistics*. Mouton de Gruyter
- Hawkins, Robert P. y Suzanne Pingree. 1981. Using television to construct social reality, *Journal of Broadcasting*, 25:4, 347–364 <https://doi.org/10.1080/08838158109386459>
- Hart, Christopher. 2011. Force-interactive Patterns in Immigration Discourse: A Cognitive Linguistic Approach to CDA. *Discourse & Society* 22(3):269–286.
- Jeffries, Lesley y Brian Walker. 2017. *Keywords in the Press: The New Labour Years*. Bloomsbury
- Johnson, Mark. 1987. *The Body in the Mind. The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason*. Chicago University Press
- Koller, Veronica. 2020. Analysing metaphor in discourse. In Hart, Chrisitopher (ed) *Researching Discourse* (pp. 77–96). Routledge
- Kovecses, Zoltan. 2010. *Metaphor: A practical introduction*. Oxford University Press.
- Krzyszowski, Tomasz. 1997. *Angels and Devils in Hell*. Energeia
- La Sexta (18 de enero de 2022) *España, a la cabeza de los países más polarizados: Sandra Sabatés analiza los motivos en El Intermedio* https://www.lasexta.com/programas/-intermedio_2022011861e733da04912a0001d4425a.html
- Lakoff, George y Mark Johnson. 2008 . *Metaphors we live by*. University of Chicago Press.
- Miller, Luis y Mariano Torcal. (31 de octubre de 2020) Veinticinco años de polarización afectiva en España. *The Conversation*: <https://theconversation.com/veinticinco-anos-de-polarizacion-afectiva-en-espana-149237>
- Musolff, Andreas y Jörg Zinken (eds) (2009/2015). *Metaphor and Discourse*. Palgrave MacMillan
- Pan, Zhongdang y Gerald Kosicki. 1993. Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10, 55–75.
- Paz, María Antonia, Ana Mayagoitia-Soria y Juan-Manuel González-Aguilar. 2021. From Polarization to Hate: Portrait of the Spanish Political Meme. *Social Media + Society*, 7(4). <https://doi.org/10.1177/20563051211062920>
- Peña Cervel, M. Sandra (2012). Los esquemas de imagen. En Ibarretxe-Antuñano, Iraide y Javier Valenzuela (eds) *Lingüística cognitiva*. (pp. 69–98). Anthropos
- Podhorodecka, Joanna. 2007. *Evaluative Metaphor: Extended meanings of English motion verbs*. Wydawnictwo naukowe AP.
- Porto, M. Dolores. 2022. Water Metaphors and Evaluation of Syrian Migration: The Flow of Refugees in the Spanish Press, *Metaphor and Symbol*, 37:3, 252–267, <https://doi.org/10.1080/10926488.2021.1973871>
- Real Academia Española (2021) Polarizar. Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.5 en línea]. <https://dle.rae.es> [consultado 15 de octubre de 2022].
- Real Academia Española: Banco de datos (CORPES XXI) [en línea]. Corpus del Español del Siglo XXI (CORPES). <http://www.rae.es> [Consultado el 15 de octubre de 2022]
- Real Academia Española: Banco de datos (CREA) [en línea]. Corpus de referencia del español actual. <http://www.rae.es> [consultado el 15 de octubre de 2022]

- Scheufele, Dietram A. 1999. Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1), 103–122
- Semino, Elena. 2008 *Metaphor in Discourse*. Cambridge University Press.
- Simon, Adam F. y Jennifer Jerit. 2007. Toward a theory relating political discourse, media, and public opinion. *Journal of Communication*, 57(2), 254–271
- Steen, Gerard. J. 2011. The contemporary theory of metaphor—now new and improved!. *Review of Cognitive Linguistics* 9(1), 26–64.
- Tewksbury, David H., y Dietram. A. Scheufele. 2019. News Framing Theory and Research. En M. B. Oliver, A. A. Raney, & J. Bryant (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (pp. 51–68). Routledge.
- Thibodeau, Paul H. y Lera Boroditsky. 2011. Metaphors we think with: The role of metaphor in reasoning. *PLoS ONE*, 6(2): e16782. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0016782>
- Torcal, Mariano y Josep M. Comellas. 2022. Affective Polarisation in Times of Political Instability and Conflict. Spain from a Comparative Perspective, *South European Society and Politics*, 27:1, 1–26 <https://doi.org/10.1080/13608746.2022.2044236>
- Tuchman, Gaye. 1978. *Making news: A study in the construction of reality*. The Free Press
- Van Dijk, Teun A. 1988. *News as discourse*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Van Dijk, Teun A. 2009. News, discourse, and ideology. En K. Wahl-Jorgensen y T. Hanitzsch (Eds) *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 211–224). Routledge
- Zamora-Medina, Rocío, Salvador Gómez-García y Helena Martínez-Martínez. 2021. Los memes políticos como recurso persuasivo online. Análisis de su repercusión durante los debates electorales de 2019 en España. *Opinião Pública*, 27(2), 1–24. <https://doi.org/10.1590/1807-01912021272681>