



El rol de la opinión pública en las elecciones autonómicas de Madrid del 22-5-2011 [

2012

text (article)

Analítica

El objetivo de este trabajo es el de analizar los discursos de los medios de comunicación españoles durante el periodo electoral previo a las elecciones repetidos durante la campaña electoral y a la forma con la que lo ha difundido cada periódico. De esta manera, comparando los resultados de la investigación con los resultados electorales, ha sido posible describir de qué manera la prensa española ha contribuido en la creación de la opinión pública de los electores en los temas tratados por la prensa y los frames en los que se han enmarcado. El análisis de estas elecciones se caracteriza, entre otros aspectos, por uno muy peculiar, los movimientos del 15M, que han producido un efecto mediático que ha condicionado los mensajes difundidos por la prensa durante los últimos días de la campaña electoral y nos ha dado la posibilidad de analizar los diferentes enfoques de estos periódicos. Éste es un dato bastante interesante si consideramos que, en principio, el movimiento no tenía ninguna orientación política. En conclusión, podemos afirmar que los resultados de las elecciones han sido determinados por el discurso económico, aunque el tema que ha tenido más influencia en los medios ha sido el del movimiento 15M. En general, hemos podido descubrir los puntos clave de los discursos de los principales partidos políticos españoles, ambos fijados en preparar el terreno a las siguientes elecciones nacionales. autonómicas de la Comunidad de Madrid. Se han analizado algunos de los periódicos más importantes de España a nivel nacional: El País, El Mundo, ABC y Público. De esta forma, se ha conseguido tener una visión general bastante completa. El periodo de investigación es de dos meses, el primero coincide con el mes anterior a las elecciones primarias del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), realizado el 3 de octubre de 2011, y el segundo es el mes previo a las elecciones autonómicas de Madrid del 22 de mayo de 2011. Se han revisado todos los artículos y los titulares sobr

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMzM5ODk3MDE>

Título: El rol de la opinión pública en las elecciones autonómicas de Madrid del 22-5-2011 [electronic resource]

Editorial: 2012

Documento fuente: Redmarka: revista académica de marketing aplicado, ISSN 1852-2300, n. 8, 1, 2012, pags. 149-175

Nota general: application/pdf

Restricciones de acceso: Open access content. Open access content star

Condiciones de uso y reproducción: LICENCIA DE USO: Los documentos a texto completo incluidos en Dialnet son de acceso libre y propiedad de sus autores y/o editores. Por tanto, cualquier acto de reproducción, distribución, comunicación pública y/o transformación total o parcial requiere el consentimiento expreso y escrito de aquéllos. Cualquier enlace al texto completo de estos documentos deberá hacerse a través de la URL oficial de éstos en Dialnet. Más información: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI> | INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS STATEMENT: Full text documents hosted by Dialnet are protected by copyright and/or related rights. This digital object is accessible without charge, but its use is subject to the licensing conditions set by its authors or editors. Unless expressly stated otherwise in the licensing conditions, you are free to linking, browsing, printing and making a copy for your own personal purposes. All other acts of reproduction and communication to the public are subject to the licensing conditions expressed by editors and authors and require consent from them. Any link to this document should be made using its official URL in Dialnet. More info: <https://dialnet.unirioja.es/info/derechosOAI>

Lengua: Spanish

Enlace a fuente de información: Redmarka: revista académica de marketing aplicado, ISSN 1852-2300, n. 8, 1, 2012, pags. 149-175

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es