

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui



41 años • 2041 artículos • 1332 autores • 52 países.

El rol social de la educación en medios


En esta edición


Tema central


El rol social de la educación en medios

-  **4** La urgencia de la competencia mediática en los programas escolares
Alberto Parola
Agueda Delgado Ponce
-  **13** El desarrollo de la competencia mediática en personas mayores: una brecha pendiente
Ángel Hernando
Alejandra Phillippi
-  **21** Presente y futuro de la alfabetización mediática en Europa: el caso español y portugués
Cristina Ponte
Paloma Contreras-Pulido
-  **28** Avances para el desarrollo de la competencia mediática a partir del currículum de primaria en Colombia y España
M. Amor Pérez-Rodríguez
Yamile Sandoval
-  **36** Las interacciones mediáticas de la juventud boliviana: la competencia mediática de jóvenes de La Paz
Vicent Gozávez Pérez
René Zeballos Clavijo



-  **43** La competencia mediática en niños y jóvenes: La visión de España y Ecuador
Isidro Marín-Gutiérrez
Elena Díaz-Pareja
Ignacio Aguaded

-  **50** Competencia mediática ante la Agenda Setting: parámetros de actuación a nivel educativo
Rosa García-Ruiz
Diana Rivera-Rogel

-  **57** La alfabetización mediática en la televisión infantil *online*: programas del Canal Pakapaka
Jacqueline Sánchez-Carrero
Heleny Méndiz-Rojas

-  **65** Educomunicación y radios universitarias: Panorama internacional y perspectivas futuras
Ignacio Aguaded
Daniel Martín-Pena





Ensayo



73

El sistema de comunicación en la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador: Un análisis desde el enfoque de las teorías de sociedad y masas de McQuail.
Caroline Ávila



82

Periodismo y nuevas tecnologías: los ejes del pensamiento hegemónico y una posible contra agenda
Florencia Saintout



90

Redes de actores en medios de prensa.
Una metodología para abordar la hegemonía en los medios de comunicación: el ejemplo de las elecciones de 2013 en Paraguay.
Rubén Juste de Ancos



Informe



96

La colonización de la mirada. Un análisis de la información internacional en la prensa puertorriqueña
Israel Rodríguez Sánchez



Visual



105

Miceláneos al fin del 2013
Diego S Acevedo



Reseñas



107

Anuario Obitel 2013
Memoria social y ficción televisiva en Iberoamérica
Alexandra Ayala Marín

Chasqui es un espacio para el desarrollo y difusión del pensamiento crítico en torno a la relación comunicación, cultura y política en el ámbito latinoamericano. Participan académicos, escritores, periodistas, artistas y otros pensadores unidos por la necesidad común de proponer, desde la comunicación, ideas impugnadoras al pensamiento dominante y al poder.

Redes de actores en medios de prensa

Una metodología para abordar la hegemonía en los medios de comunicación: el ejemplo de las elecciones de 2013 en Paraguay.



Rubén Juste de Ancos

Universidad Católica de Asunción. Licenciado en Sociología, Master en Metodología de la Investigación, Doctorando en el departamento de Sociología IV de la Universidad Complutense de Madrid. Docente en la Universidad Católica de Asunción.

Correo

rubenjuste@ucm.es

Recibido: octubre 2013
Aprobado: noviembre 2013

Resumen

Este artículo reflexiona sobre las bondades de una visión relacional del discurso en el estudio de los medios de comunicación. Dicho enfoque integra aspectos tanto de la teoría del análisis de redes sociales (ARS), como del análisis ideológico del discurso (AID). Simultáneamente, y para ilustrar estas posibilidades, serán expuestos algunos resultados de una investigación realizada durante las elecciones de Paraguay en 2013. Esta aproximación puede generar resultados útiles en el estudio de los mecanismos de producción y reproducción del poder de actores políticos en los medios de comunicación de masas (MCM).

Palabras clave: análisis de redes sociales - medios de comunicación - elecciones-paraguay - análisis del discurso - actores políticos - redes dinámicas- visone.

Resumo

Este artigo reflete sobre as vantagens de uma visão relacional do discurso no estudo dos meios de comunicação. Tal enfoque integra aspectos tanto da teoria da análise de redes sociais (ARS), como da análise ideológica do discurso (AID). Simultaneamente, e para ilustrar estas possibilidades, serão expostos alguns resultados de uma pesquisa realizada durante as eleições do Paraguai em 2013. Esta aproximação pode gerar resultados úteis no estudo dos mecanismos de produção e reprodução do poder de atores políticos nos meios de comunicação de massa (MCM).

Palavras-chave: Análise de Redes Sociais, Meios de Comunicação, eleições, Paraguai, Análise do Discurso, atores políticos, redes dinâmicas, Visone.

Resumo

This work will expose the goodness of our relational view of discourse in the study of media. This approach integrates aspects of both social network analysis (ARS), and the ideological discourse analysis (AID) theory. Simultaneously, and to illustrate these possibilities, a research held in Paraguay during 2013 Presidential elections will be presented. This approach can lead to many useful results for the research of political actor's mechanisms of production and reproduction of power within mass media (MCM).

Palavras-chave: Social Network Analysis - Media- elections - Paraguay - Discourse Analysis - dynamics networks - Visone.

Introducción

Durante las últimas décadas, determinados conceptos y categorías clásicas han ido cayendo en el olvido en los estudios de procesos políticos y sociales (Ansaldi 2007; Blackburn, 1977). Algunas categorías que antes se consideraban *indispensables* para todo análisis, y más aún para la especificidad latinoamericana (como eran la dependencia, dominación, clases sociales, poder, conflicto, etc.) hoy han ido perdiendo fuerza frente a un alud de conceptos derivados de la Sociedad del Conocimiento y de la Información (virtualidad, redes sociales, Nación, identidad, etc.), empujados por el optimismo de una ola democrática que inunda la región (Sorj, 2010). Sin embargo, aunque la totalidad de dictaduras se hayan disuelto en Latinoamérica, siguen siendo necesarios determinados conceptos y miradas, más aun cuando ciertos procesos regresivos siguen abiertos (Ansaldi, 2012, p. 504).

Este olvido no implica únicamente la pérdida de un vocabulario, sino de una visión que ahondaba en procesos amplios, estructuras sociales y relaciones. Este giro también ha llevado aparejado una nueva selección de objetos, haciendo que determinados acontecimientos históricos -como hoy son los procesos de ruptura del orden democrático como los de Haití (2004) Honduras (2009) y Paraguay (2012)- no sean problematizados. Por el contrario, son vistos como *casos atípicos* que entorpecen una lectura coherente del proceso de democratización regional en Latinoamérica o bien abordados con miradas exclusivamente politológicas y procedimentales (Llanos y Marsteintredet, 2010). Ante esto, es nuestro deber ahondar y profundizar en aquellos conceptos y categorías, con la aplicación de innovaciones metodológicas que permitan una mejor comprensión de dichos fenómenos y su puesta en valor. En este ámbito, el análisis de redes sociales (ARS), como una aproximación metodológica estructural (Requena, 2012; Rodríguez, 1995), ha abierto un campo amplio de estudio y ha revalorizado antiguas categorías como poder, relación, dependencia, periferia o centralidad.

El fenómeno político paraguayo abordado se adapta bien a estas categorías. Las estructuras de poder y dominación son más fácilmente perceptibles en momentos de conflicto; como

sucedió con el juicio político a Fernando Lugo ocurrido los días 21 y 22 en junio de 2012. En dicha coyuntura se hacen manifiestos los movimientos de las fuerzas tradicionales y emergentes por la imposición de una visión de la realidad, por la definición de opuestos ideológicos que pudiera beneficiar una determinada relación de poder. Más aun, la existencia de un proceso electoral un año después, el 22 de abril de 2013, agudizará este proceso.

En este artículo expondremos una determinada forma de abordar este tipo de procesos: desde la perspectiva del posicionamiento ideológico, es decir, desde la ubicación de determinados actores políticos en la prensa paraguaya, como lugar desde donde se intenta imponer una definición de la realidad social y política: en un caso, que beneficie las condiciones de dominación dadas; en otro, que permita la emergencia de nuevas relaciones de dominación. La ideología entendemos es la mediación que hace visible la relación entre el *qué* y el *para qué* de dicho posicionamiento. La metodología utilizada, el análisis de redes sociales (ARS) con énfasis en las redes dinámicas (Bender de Moll, 2006), permite acudir a lo concreto de la dimensión ideológica de una noticia de prensa, esto es, a la forma en que asocian o disocian a los distintos sujetos políticos -en un ellos y un nosotros- estableciendo distancias y divisorias entre los mismos.

La investigación expuesta aquí como ejemplo se llevó a cabo a partir de la recolección de nombres de actores políticos y sociales que aparecían en los artículos de la sección de política de los principales medios de prensa escrita (Última Hora, ABC, y La Nación) entre los meses de enero a abril de 2013¹. Dichos datos han servido como base para la construcción de cuatro matrices cuadradas (relaciones entre actores), correspondientes a los artículos de prensa en la temporalidad señalada. En dichas matrices se incluyen el conjunto de alusiones existentes (entre personas, en su mayoría actores políticos) en cada una de las noticias y en el conjunto de ellas en el periodo de estudio.

¹ Es necesario aquí agradecer al equipo de análisis de medios de la Fundación de Estudios Germinal por su colaboración en este trabajo, tanto en la recogida de datos, en la tabulación, y corrección. Agradecemos especialmente a Henrique Ferreira, Rodrigo Centurión, Oscar González y Guillermo Rojas.

1. Los medios de comunicación como terreno visibilizador de la pugna por la hegemonía

El campo comunicacional o mediático se presenta como una esfera desde donde observar este enfrentamiento, este proceso de lucha política, a veces desigual, por la hegemonía. Los medios de comunicación, y en particular, una determinada selección de un *corpus de noticias*, nos permiten visualizar una dimensión de este campo de batalla, donde distintas fuerzas políticas intentarán posicionarse en relación a otras- en oposición o alianza-, en un juego por definir un marco de explicación de la situación política que sea más favorable a sus intereses. Es pues, en el ámbito mediático donde centraremos esta investigación.

Su posición privilegiada se da al constituirse en mediadores de una economía del signo, en tanto definen quién aparece y quién no, o quien aparece asociado a determinados nombres, instituciones y actores; O más específicamente, desde su capacidad para fijar ciertos temas, *agenda setting* (McCombs, 2006), conformar marcos de comprensión (*frames*), o para silenciar actores o temas (*espiral del silencio*). Lo que lleva a éstos a tener una posición relevante de poder en un proceso político. Como ejemplo no tiene el mismo valor que un candidato a la Presidencia X aparezca en un conjunto de noticias asociado al candidato del partido mayoritario, que aparecer por el contrario asociado a sectores minoritarios. Por consiguiente, no resulta extraño que en un contexto electoral los MCM (medios de comunicación de masas) se erijan como campo de lucha política fundamental para los candidatos (McCombs, 2006), en un intento por posicionarse en un lugar *preferente o central* frente a los otros.

Existe por ello una estrecha relación entre poder político y medios de comunicación. Ahora bien, dicha relación puede entenderse desde una posición de *control social* del poder político o económico (Mann, 1991), a gerentes o garantes del poder dominante (Althusser, 1997). Es decir, puede reducir la capacidad de expresión del poder político dominante y por ende ampliar la capacidad de expresión de la oposición política; o viceversa.

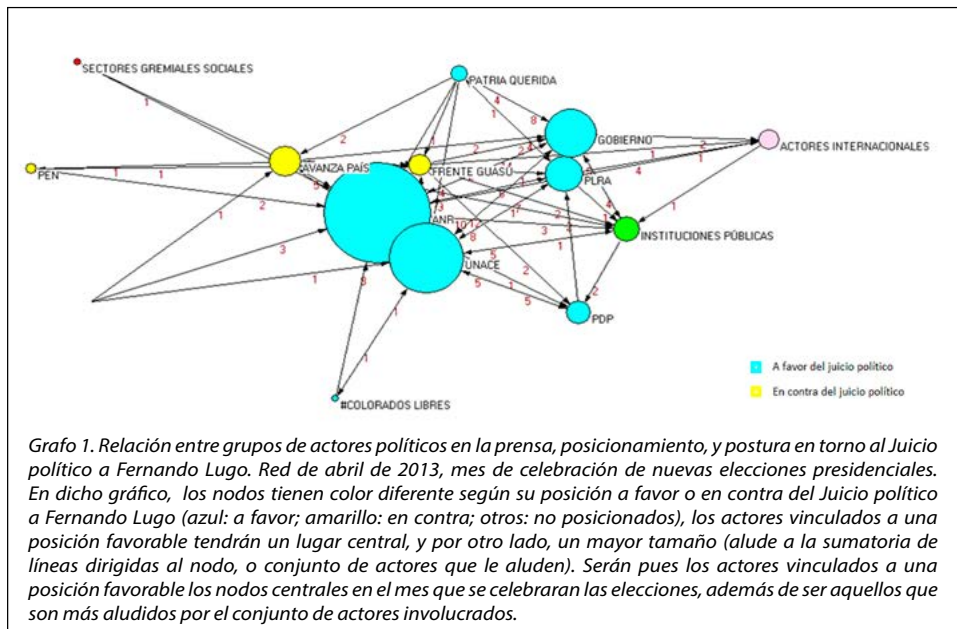
Por ello, es importante vincular el poder de los medios de comunicación y su función, ya sea de apoyo o de oposición con el poder político dominante, con el desarrollo concreto que tienen los medios en cada país o región. En nuestro caso concreto explorado, Paraguay, la construcción de grandes oligopolios de los medios de comunicación (Segovia, 2010) estuvo íntimamente relacionada con la transición de la dictadura a la democracia (Morínigo, 2004). Una transición *incompleta* que ha favorecido la emergencia de una sociedad donde conviven tendencias modernizantes y regresivas, donde emerge de forma constante una contradicción entre clases o grupos sociales e instituciones políticas (Estado y partidos políticos) que amenaza el horizonte de la modernización (Luis Galeano, 2002). Lo cual ha llevado a experimentar episodios regresivos y progresivos, como el intento de golpe de Estado del general Lino Oviedo por un lado (y asesinato del vicepresidente Argaña en 1999), o el ascenso de Fernando Lugo por otro, donde en ambos casos líderes mesiánicos neo-populistas (Galeano, 2002) tratan de conducir una alianza de actores políticos y sociales, en un movimiento con rasgos anti oligárquicos², empujados por un contexto de crisis social y demanda de cambio.

Los MCM tendrían un papel fundamental en estos procesos de permanencia o de ruptura con el pasado. Hay que recordar la gran concentración que existe en Paraguay en torno a la propiedad de los MCM, recayendo principalmente sobre cinco grandes grupos empresariales-familiares. Según el estudio de Segovia (2010) estos son: el grupo Zuccolillo, el grupo Vierci, el grupo Domínguez Dibb, el grupo Wasmosy, el grupo Chena, el grupo Ángel González, y el grupo Rubín. Una concentración, según el autor, que puede verse claramente en la prensa escrita, donde se da la menor tasa de diarios por habitante de toda América del Sur, con 6 diarios impresos diferentes para una población de 6.996.000 personas (con más de un millón de personas

² Es especialmente interesante la definición de populismo hecha por Alfonso Orti (1988), entendiendo el fenómeno como “procesos de movilización política de masas (inicialmente) antioligárquicos y de la identificación de individuos y grupos con mitos y símbolos comunitarios interclasistas, así como de su frecuente involución final, en ocasiones aparentemente irreversible, hacia nuevas formas de reintegración social autoritaria”. (Orti, 1988, p. 96)

por cada diario impreso).

Por ello, es importante vincular la naturaleza de los medios de comunicación con el proceso histórico concreto, en nuestro caso, Paraguay³. En primer lugar entender estas instituciones como empresas cuyos dirigentes están vinculados al proceso de modernización conservadora que vivió el país, íntimamente ligadas al Estado (Ramón Fogel, 2005), y por tanto a los actores políticos dominantes durante este proceso (ANR-Partido Colorado; y en menor medida, PLRA). Se desempeñan así como, “como caja de resonancia de los intereses de las élites económicas que los poseen, al punto de convertirse en grupos de presión sobre el poder político” (Morínigo, 2004). Por otro, en su condición de relator de la vida social y política diaria, sometido a las tensiones que esta posición implica. Como ejemplo tenemos la inevitable tensión a la que fueron sometidos durante el juicio político, pues en tanto “altavoces” de la opinión pública debieron de retransmitir tanto el Juicio político al entonces presidente Fernando Lugo como las posteriores manifestaciones a favor de este. Y sin embargo, dada su vinculación con los sectores tradicionales, debían procurar mantener una posición más cercana con los grupos que promovieron dicho juicio político⁴. Esto les llevará inevitablemente a posicionarse en plenas elecciones presidenciales, y dentro de la esfera mediática, a dos actores enfrentados tras el juicio político: Fernando Lugo, el Frente Guasú, y Avanza País por un lado (grupo pro Fernando Lugo); y por el otro, Partido Colorado-ANR, y Partido Liberal (PLRA) por otro (grupo pro juicio político).



En los resultados de esta investigación hemos podido observar por ejemplo como el posicionamiento y demarcación de opuestos ideológicos, tendrá como base la restitución del orden político tradicional. Esto es, se dará un papel secundario a la polarización política producida a raíz de la destitución de la máxima figura del Estado (Fernando Lugo). Difuminada esta polarización, se impondrá una lucha ideológica entorno a los dos grandes actores políticos de la historia reciente de Paraguay, el Partido Colorado-ANR, y el Partido Liberal (PLRA) como actores antagónicos dentro del campo político.

2. Análisis de redes sociales y discurso. Posibilidades y limitaciones entorno al objeto y el método.

En la investigación realizada se abordan las referencias entre actores políticos y sociales en las noticias de prensa a partir del Análisis de Redes Sociales. Los datos utilizados fueron recopilados de medios de los principales medios de prensa escritos, Última Hora, ABC, y La Nación⁵, durante los meses de enero a abril del 2013, momento en que se celebraron las elecciones legislativas y presidenciales en el país. Se estaría comparando así información

3 Un estudio sobre los orígenes de la prensa escrita y su derrotero presentes, puede leerse en GONZÁLEZ DE BOSIO Beatriz (2008): *Periodismo Escrito paraguayo*, Intercontinental, Asunción.

4 En efecto, Soler (2012b) ha caracterizado tanto por su temporalidad como por su escenificación, un golpe de Estado en tiempos televisivos. La autora entiende en que ahí quizás radique la eficacia de las nuevas formas de los golpes de Estado en América Latina

5 Son los periódicos generalistas. No así los de mayor tirada, que serían Popular, o Crónica, que serían de contenido rosa.

tanto de carácter relacional como temporal, por lo que nuestro análisis se centraría en las llamadas "redes dinámicas" (Bender de Moll: 2006), donde determinados nodos (actores) estarían añadiéndose o eliminándose según el periodo. Para ello utilizamos el programa *Visone* que permite crear "colecciones" de redes y realizar comparaciones⁶.

Como base empírica, partimos en nuestra investigación de cuatro matrices adyacentes (one-mode) que representan la relación entre un conjunto de actores (362 x 362) en cada uno de los meses (enero, febrero, marzo, abril), conteniendo en cada una de las matrices: actores *nosotros* (filas), actores *ellos* (columnas). Por tanto partimos de matrices con actores similares, donde van añadiéndose o eliminándose actores (*isolates*, o actores no conectados con otros) según el periodo.

La metodológica adoptada, que aborda el análisis de textos periodísticos desde la construcción de redes de actores aludidos y alusivos⁷ supone tener que afrontar distintos interrogantes de orden metodológico.

Dicho objeto de estudio, redes de referencias en las noticias de prensa, nos hace centrarnos en un nivel extensivo, cuantitativo o *fáctico*, esto es, en la posibilidad de reducir un corpus de noticias a datos cuantificables de referencias cruzadas.

Ahora bien, si entendemos un conjunto de prensa en un sentido opuesto al fáctico, es decir en un sentido comprensivo, como *plano objetivo y material de un proceso que encuentra valor hermenéutico en cuanto nos sirve de soporte para llegar a hacer visibles, e interpretables, las acciones significativas de los sujetos en sociedad* (Alonso, 1998, p. 203), la selección (en nuestro análisis) de determinadas unidades semánticas (actores), y su desconexión del contexto general de aparición, tiene como consecuencia negativa de pérdida importante de una visión de

conjunto (Conde: 2010; Ibáñez: 1979; Ortí: 1986), y por tanto de comprensión del fenómeno.

Sin embargo, en este caso omitimos la dimensión de la realidad⁸ de un corpus de noticias que se refiere a opiniones o signos (esto es, al conjunto de relaciones semánticas), para centrarnos en aquella dimensión relacional-sintáctica (relaciones a partir de referencias entre actores -nosotros o ellos- en un conjunto de noticias), manteniendo en un punto central el concepto de relación y totalidad, en tanto el análisis de redes utilizado muestra relaciones entre elementos, pero también la estructura general de relaciones. A partir de estos presupuestos, contrarrestamos la crítica socio-hermenéutica a metodologías cuantitativas que tienen como objeto el individuo/unidad, y obvian la dimensión relacional (social) de todo sujeto/objeto (Ibáñez, 1976: 116); Por consiguiente, nos alejamos de la clásica perspectiva *atributiva* de los actores/unidades dominante en el análisis cuantitativo de textos (Lozares, 2003)⁹.

En el cuadro superior podemos observar que nivel de la realidad política y social podemos abordar con este análisis (nivel intermedio entre el grupo de discusión y la encuesta). Por tanto, existen límites que hacen necesario complementar este nivel relacional-fáctico con otros análisis relacionales-comprensivos¹⁰. Al abarcar el contexto de producción de la noticia (noticia en sí), dejamos de lado el contexto de recepción de la noticia (percepción de las noticias por los sujetos, o nivel de la dinámica/conflicto social), nivel que consideramos no puede ser abordado mediante técnicas relacionales-cuantitativas, sino aplicando una

6 Es sabido que uno de los problemas del análisis de redes sociales (ARS) es su característica estática (Pizarro: 2000) y por tanto difícilmente susceptible a un análisis diacrónico.

7 Personas e instituciones pertenecientes a partidos políticos, gobierno, instituciones públicas, medios de comunicación e información, ámbito internacional, o sectores gremiales y sociales.

8 La noticia, en tanto fenómeno sociológico, tendría distintos niveles, referidas a su componente fáctico (nivel extensivo o cuantificable), o discursivo (nivel comprensivo). Véase Alfonso (1986)

9 En el análisis cuantitativo de las noticias prima el análisis de contenido de las mismas donde se produce una atomización de las unidades de análisis (las unidades mínimas de análisis no tienen una conexión en su conjunto, es decir, no se da una relación entre los casos a priori, sino a partir de la conexión a posteriori de casos grupos de casos a partir de variables en común, o características comunes. Esta perspectiva es hoy dominante en el análisis cuantitativo en CC.SS (Lozares, otros: 2003)

10 En este caso analizamos el componente fáctico. Pero quedan otros aspectos del contenido del mensaje que puede ser susceptible de un análisis sociohermenéutico. Para abordar el aspecto relacional del lenguaje véase Ibáñez (1979)

intuición sensible o *transductiva* (Ibáñez: 1979) que establezca relaciones-analógicas en el conjunto del texto (Ortí, 2000; Ibáñez, 1979; Conde, 2010; Alonso, 1998).

Ahora bien, existe una esfera que tiene que ver con el contexto de producción de una noticia y que puede ser abordada a partir del análisis socio-hermenéutico. Este contexto de producción está ligado a movimientos (políticos) en el posicionamiento de las noticias que obedecen más a posicionamientos estratégicos (de los actores políticos involucrados en el proceso electoral) susceptibles a un análisis reticular, que a nuevos "encuadramientos", o movimientos subjetivos de los discursos, ámbitos estos que deben ser abordados desde el contexto de recepción (discurso grupal¹¹). Es decir, no nos interesa aquí cómo percibe el sujeto (social) el conjunto de estrategias políticas que muestra la prensa escrita; en cambio sí abordamos en qué consiste esta estrategia, su evolución, e importancia. Es la estrategia *en sí*, la que nos ocupa en esta investigación, y como logra imponerse- o no- en periodo electoral.

En el conjunto de estrategias que se reflejan en un conjunto de noticias, nos centramos en aquella referida al *posicionamiento ideológico*, esto es, en cómo se demarcan simbólicamente los límites entre distintos actores políticos de referencia, cómo se diferencian, y ante todo, el modo en que se o-posicionan frente a otros individuos y grupos (Van Dijk, 1996). Y es que el gran potencial de poder de los medios de comunicación consiste en su capacidad de separar un *ellos* de un *nosotros* (in groups y out groups), en la dimensión *ideológica* del discurso (Van Dijk, 1996). En este trabajo, trataremos por ello de distinguir, en un corte temporal de noticias de prensa, *aquellos actores que son posicionados en relación con otros actores, y su evolución en el tiempo*.

El precedente metodológico de nuestro enfoque se aproximaría a lo que se ha denominado *network text analysis* (Doefel,

¹¹ Este trabajo pretende ilustrar las posibilidades del análisis de redes en el análisis político-electoral, abordando una dimensión concreta del fenómeno del voto, la relacional-posicional, en tanto descripción relacional de las posiciones ideológicas (ver gráfico 1). No se puede por tanto entender este análisis sino en relación con otros.

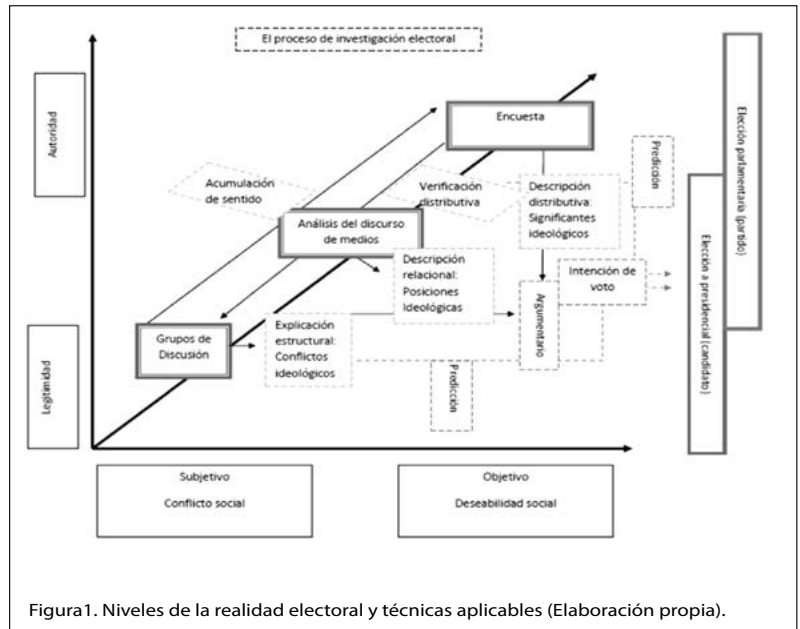


Figura1. Niveles de la realidad electoral y técnicas aplicables (Elaboración propia).

1993; Roberts; 1997; Popping; 2000; Carley: 1993)¹².

3. Conclusiones

La exploración de redes mediáticas o de noticias es un ámbito importante para la comprensión de las mismas. Permite visualizar las distintas estrategias que toman los actores, y su evolución en el tiempo, y a su vez, da cuenta de una cierta permanencia en la estructura de dichas redes

La aproximación a las noticias políticas bajo la simple distinción metodológica entre un "nosotros" y un "ellos" permite un gran avance en el análisis comunicacional. Esta división supone una aproximación cuantitativo-relacional del campo lingüístico, que supera la perspectiva atributiva de los actores/unidades (Lozares, 2003). Aunque por otro lado, y como hemos visto, debemos asumir los límites del mismo, y la necesidad de complementar este nivel relacional-fáctico con otros análisis relacionales-comprehensivos¹³.

¹² En este caso la unidad mínima no son palabras sino el conjunto de un texto que, tras una caracterización teórico-sintáctica, refleja la existencia dos grupos (o actores) diferenciados (nosotros-ellos).

¹³ En este caso analizamos el componente fáctico. Pero quedan otros aspectos del contenido del mensaje que puede ser susceptible de un análisis sociohermenéutico. Para abordar el aspecto relacional del lenguaje véase Ibáñez (1979)

Los resultados de la investigación realizada a partir de esta metodología permiten ver como la brecha abierta por la elección de Fernando Lugo en 2008 como candidato independiente a los partidos tradicionales no se saldó con una apertura en el campo mediático en cuanto a importancia y relevancia. Las elecciones de 2013 y en concreto la estructura de las

noticias durante ese periodo, dan cuenta de la continuidad de los partidos tradicionales en su posición de poder tanto en el campo político como en el campo mediático. En consecuencia, no se logran imponer actores emergentes, que rivalicen en nivel de importancia con los partidos tradicionales. 樂

Bibliografía

- Alvira, F. (1986), *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación social*. Madrid: Alianza.
- Ansaldi, Waldo & Giordano Verónica (2012), *América Latina la construcción del orden*. (Vol. 2) De las sociedades de masas a las sociedades en procesos de reestructuración. Buenos Aires: Ariel.
- Bender-Demoll, Skye & McFarland, Daniel (2006), The art and science of Dynamic Network Visualization. *Journal of Social Structure*. 7. (2)
- Blackburn, Robin (1977), *Ideología y Ciencias Sociales*. Barcelona: Ediciones Grijalbo
- Conde, F. (2010), *Análisis sociológico del sistema de discursos*. Madrid: CIS
- Doefl, Marya L. (1998), What Constitutes Semantic Network Analysis? A Comparison of Research and Methodologies. *Official Journal of the International Network for Social Network Analysis*. 21 (2), 16-26
- Duarte Recalde, Liliana (2012), "Variaciones en el comportamiento electoral en Paraguay", en *América Latina Hoy*, Ediciones Universidad de Salamanca, Vol. 60, abril, pp. 117-138
- Fogel, Ramón (2005), *Estructura social y procesos políticos*. 2005. Servilibro. Asunción
- Freeman, Linton C. (1979), Centrality in Social Networks. Conceptual Clarification. *Social Networks*. 1: 215-239.
- Granovetter, Mark (1985), Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *The American Journal of Sociology*. 9, (3), 481-510
- Ibáñez, J. (1979) *Más allá de la Sociología. El grupo de discusión: Técnica y crítica*. Madrid: SIGLO XXI.
- Knoke, D. & Kuklinski, J. H. (1982), *Network Analysis*, Londres: Sage.
- Lozares, Carlos & Verd, Joan M; Olivé, Joan M. (2003), Relaciones, redes, y discurso; revisión y propuestas en torno al análisis reticular de datos textuales. *REIS*, 101, 03, 175-200.
- Mccombs, Maxwell (2006), *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Madrid: Paidós
- Mann, Michael (1991), *Las fuentes del poder social*. (Volumen 1), Una historia del poder desde los comienzos hasta 1760 d.C. /. Madrid: Alianza Editorial.
- Mellado, Noemí B. (2013), Regionalismo sudamericano: sus características. *Revista de la Secretaría del Tribunal Permanente de Revisión*. 1, 1.
- Morínigo, José Nicolás & Britez, Edwin. (2004). La construcción de la opinión pública en Paraguay. Asunción: Ediciones Promur-Ges.
- Mills, Charles Wright (1965), *The power elite*. Nueva York: Oxford university press.
- Ortí, Alfonso (1986), La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta semidirectiva y la discusión de grupo" En GARCÍA FERRANDO, M.; IBÁÑEZ, J. *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación social*. Madrid: Alianza
- Ortí, Alfonso (1981), Oligarquía y pueblo en la Interpretación populista de la historia: la crítica mitológica del latifundismo en el liberalismo social. *Revista estudios sobre Historia de España, Madrid, Universidad Menéndez y Pelayo*. 2, (1), 315-348.
- Ortí, Alfonso (1988), Para analizar el populismo: movimiento, ideología y discurso populistas. *Revista Historia Social. UNED*. 2, 75 – 98
- Pizarro, Narciso (1979), *Metodología sociológica y teoría lingüística*. Madrid: Alberto Corazón Edits.
- Pizarro, Narciso (2000), Regularidad relacional, redes de lugares y reproducción social. *Política y sociedad*. 33, 167-198
- Polanyi, Karl (2007), *La gran transformación: los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*. Buenos aires: Fondo de Cultura Económica.
- Requena Santos, Félix (2012), *Análisis de redes sociales: orígenes, teorías y aplicaciones*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- Rodríguez, Josep A. (1995), *Análisis estructural y de redes*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- Scott, John. (2000). *Social Network Analysis: A Handbook*. Londres: SAGE Publications.

Soler, Lorena (2012a), *La larga invención del golpe: el Stronismo y el orden político en Paraguay*. Colección Estudios de nuestra América.

Soler, Lorena (2012b), "Lugo: el palacio y la plaza", en *Franquismo en Paraguay. El golpe.*, SOLER, Lorena y Roco Carbone (editores) Buenos Aires: 8vo Loco ediciones, 28-35.

Sorj, Bernardo & Fausto, Sergio (2010), *América Latina: transformaciones geopolíticas y democracia*. Buenos Aires: Siglo XXI

Snijders, Tom. (2011) *Exploratory Social Network Analysis with Pajek*. New Yory: Cambridge University Press.

VAN DIJK, Teun A. (1996) *Análisis ideológico del Discurso*. *UAM. México*. 6, 15-43.

Wasserman, Stanley & Faust, Katherine (1994), *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press.