

**UNIVERSIDAD DE BARCELONA  
FACULTAD DE FILOLOGÍA**



**UNIVERSITAT DE  
BARCELONA**

**MÁSTER OFICIAL EN COMUNICACIÓN ESPECIALIZADA  
(ESPECIALIDAD: COMUNICACIÓN CULTURAL)**

**TRABAJO FIN DE MÁSTER**

**CURSO 2016-2017**

**POLÍTICA Y NARRADORES NO FIDEDIGNOS:  
MARCOS DE INTERPRETACIÓN DEL PROCESO  
DE INDEPENDENCIA DE CATALUÑA**

Alumna: Rocío Carrasco Gras

Tutor: Joseph Hilferty

Barcelona, 12 de septiembre de 2017



# ÍNDICE GENERAL

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>7</b>
1.1 INTERÉS DE LA ELECCIÓN DEL TEMA .....	7
1.2 HIPÓTESIS .....	9
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	9
1.4 ESTRUCTURA DEL PRESENTE TRABAJO .....	10
<b>2. CONTEXTUALIZACIÓN .....</b>	<b>11</b>
<b>3. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>16</b>
3.1 ANÁLISIS DE MARCOS .....	17
3.2 TEORÍA DE LA METÁFORA CONCEPTUAL Y METONIMIA .....	23
3.3 SESGO DE CONFIRMACIÓN: INGROUP Y OUTGROUP .....	28
<b>4. METODOLOGÍA .....</b>	<b>34</b>
4.1 FASES DE ANÁLISIS .....	34
4.2 CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL CORPUS .....	35
<b>5. ANÁLISIS .....</b>	<b>38</b>
5.1. MARCOS INTERPRETATIVOS .....	46
5.1.2 UNOS BUENOS Y OTROS MALOS .....	46
5.1.2 INDEPENDENCIA, CONTABILIDAD .....	56
5.1.3 UNA PARTE POR TODA CATALUÑA .....	60
5.1.4 UN CAMINO HACIA LA INDEPENDENCIA .....	62
5.1.6 LUCHAR DISCUTIENDO .....	67
5.2. METAMARCO INTERPRETATIVO O NARRATIVA SUBYACENTE .....	71
5.2.1 EN EL GRUPO O FUERA DE ÉL .....	72
<b>6. CONCLUSIÓN .....</b>	<b>77</b>



## ÍNDICE ESPECÍFICO DE FIGURAS

FIGURA 1. 3º BARÓMETRO DE OPINIÓN POLÍTICA (BOP) DE 2012 DEL CENTRE D'ESTUDIS D'OPINIÓ DE CATALUÑA.....	12
FIGURA 2. 4º BARÓMETRO DE OPINIÓN POLÍTICA (BOP) DE 2010 DEL CENTRE D'ESTUDIS D'OPINIÓ DE CATALUÑA.....	13
FIGURA 3. 4º BARÓMETRO DE OPINIÓN POLÍTICA (BOP) DE 2006 DEL CENTRE D'ESTUDIS D'OPINIÓ DE CATALUÑA.....	14
FIGURA 4. 4º BARÓMETRO DE OPINIÓN POLÍTICA (BOP) DE 2010 DEL CENTRE D'ESTUDIS D'OPINIÓ DE CATALUÑA.....	14
FIGURA 5. 3º BARÓMETRO DE OPINIÓN POLÍTICA (BOP) DE 2012 DEL CENTRE D'ESTUDIS D'OPINIÓ DE CATALUÑA.....	15
FIGURA 6. RESULTADOS DE LAS ELECCIONES DE 2012 AL PARLAMENT DE CATALUNYA EXTRAÍDOS DE LA PÁGINA WEB GENCAT DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA.....	34
FIGURA 7. GRÁFICO ELABORADO POR REGIONAL MANIFESTO PROJECT QUE MUESTRA EL PORCENTAJE DE LOS TEMAS MÁS ENFATIZADOS EN EL PROGRAMA DE CIUTADANS DE 2012 TENIENDO EN CUENTA EL PORCENTAJE DE FRASES .....	38
FIGURA 8. GRÁFICO ELABORADO POR REGIONAL MANIFESTO PROJECT QUE MUESTRA EL PORCENTAJE DE LOS TEMAS MÁS ENFATIZADOS EN EL PROGRAMA DEL PARTIDO POPULAR CATALÁN DE 2012 TENIENDO EN CUENTA EL PORCENTAJE DE FRASES .....	39
FIGURA 9. GRÁFICO ELABORADO POR REGIONAL MANIFESTO PROJECT QUE MUESTRA LA COMPARACIÓN DE LOS TEMAS MÁS ENFATIZADOS EN LOS PROGRAMAS DE CIU DE 2010 Y 2012 TENIENDO EN CUENTA EL PORCENTAJE DE FRASES .....	40
FIGURA 10. GRÁFICO ELABORADO POR REGIONAL MANIFESTO PROJECT QUE MUESTRA EL PORCENTAJE DE LOS TEMAS MÁS ENFATIZADOS EN EL PROGRAMA DE ESQUERRA DE 2012 TENIENDO EN CUENTA EL PORCENTAJE DE FRASES .....	41
FIGURA 11. GRÁFICO ELABORADO POR REGIONAL MANIFESTO PROJECT QUE MUESTRA EL PORCENTAJE DE LOS TEMAS MÁS ENFATIZADOS EN EL PROGRAMA DEL PSC DE 2012 TENIENDO EN CUENTA EL PORCENTAJE DE FRASES .....	42
FIGURA 12. ESQUEMA DE ELABORACIÓN PROPIA PARA REPRESENTAR EL FRAME “BUENOS Y MALOS” .....	46
FIGURA 13. ESQUEMA DE ELABORACIÓN PROPIA PARA REPRESENTAR EL FRAME “BUENOS Y MALOS” .....	47
FIGURA 14. ESQUEMA DE ELABORACIÓN PROPIA PARA REPRESENTAR EL FRAME “BUENOS Y MALOS” .....	48
FIGURA 15. ESQUEMA DE ELABORACIÓN PROPIA PARA REPRESENTAR EL FRAME “BUENOS Y MALOS” .....	51
FIGURA 16. ESQUEMA DE ELABORACIÓN PROPIA PARA REPRESENTAR EL FRAME “BUENOS Y MALOS” .....	52

<b>FIGURA 17. ESQUEMA DE ELABORACIÓN PROPIA. REPRESENTACIÓN DEL MARCO INTERPRETATIVO “UNA PARTE POR TODA CATALUÑA” EN EL DISCURSO DE PPC Y C’S</b>	<b>59</b>
<b>FIGURA 18. ESQUEMA DE ELABORACIÓN PROPIA. REPRESENTACIÓN DEL MARCO INTERPRETATIVO “UNA PARTE POR TODA CATALUÑA” EN EL DISCURSO DE CIU Y ERC</b>	<b>61</b>
<b>FIGURA 19. IMAGEN DE CAMPAÑA CREADA POR CONVERGÈNCIA I UNIÓ PARA LAS ELECCIONES DE 2012 AL PARLAMENT DE CATALUNYA.....</b>	<b>63</b>
<b>FIGURA 20. IMAGEN EXTRAÍDA DEL PROGRAMA ELECTORAL DE PPC PRESENTADO PARA LAS ELECCIONES DE 2012 AL PARLAMENT DE CATALUNYA.....</b>	<b>65</b>
<b>FIGURA 21. CAPTURA DEL ANUNCIO CREADO POR PSC PARA LAS ELECCIONES DE 2012 AL PARLAMENT DE CATALUNYA.....</b>	<b>68</b>
<b>FIGURA 22. CAPTURA DEL ANUNCIO CREADO POR PSC PARA LAS ELECCIONES DE 2012 AL PARLAMENT DE CATALUNYA.....</b>	<b>69</b>
<b>FIGURA 23. 3º BARÓMETRO DE OPINIÓN POLÍTICA (BOP) DE 2012 DEL CENTRE D’ESTUDIS D’OPINIÓ DE CATALUÑA.....</b>	<b>73</b>

# 1. INTRODUCCIÓN

¿Qué provoca la perpetuación de un conflicto a lo largo de décadas?, ¿por qué distintos grupos sociales quedan estancados en la incapacidad de alcanzar soluciones mediante la comunicación?, ¿cómo se produce la transformación de la información en argumentos en contra del grupo opuesto? Interpretamos los conflictos sociales que nos rodean y nos afectan a través de lentes que condicionan nuestra mirada. En el caso de esta investigación, ¿por qué existen dos visiones completamente opuestas respecto al proceso de independencia de Cataluña? A lo largo de este trabajo, trataremos de responder a estas preguntas, pero, previamente a su desarrollo, resulta conveniente formalizar una justificación que exponga el porqué de abarcar este tema en concreto y, sobre todo, exteriorizar el interés acerca del mismo. De igual forma, con el fin de facilitar la lectura y comprensión, también especificaremos en este primer apartado la hipótesis y los objetivos, así como las secciones básicas en las que se estructura el trabajo.

## 1.1 INTERÉS DE LA ELECCIÓN DEL TEMA

Resulta del todo imposible justificar el interés en relación al tema de este TFM sin antes haberlo introducido realizando una aproximación al proceso conocido como globalización que estamos experimentando colectivamente, y las consecuencias que este conlleva en las diferentes culturas del mundo. La globalización, por un lado, y la reafirmación de identidades culturales, por otro, son dos fenómenos contrapuestos que han coexistido en paralelo mundialmente durante las últimas décadas. Entendemos que la globalización es un “process that erodes national boundaries, integrating national economies, cultures, technologies, and governance, producing complex relations of mutual interdependence” (Norris, 2000: 2). Sin embargo, “al tiempo que la cultura se mundializa, resurgen con más fuerza las reivindicaciones de las identidades culturales primarias, la desterritorialización provoca nuevas territorializaciones culturales” (Bolívar, 2001: 265).

Asociada a la homogeneización cultural, la globalización ha llegado a convertirse en amenaza de culturas locales que, a lo largo del tiempo, llegan a manifestarse en identidades específicas. Desde dicha contraposición, surgen conflictos de los que hoy en día somos testigos, y las políticas de los Estados-nación que gobiernan diferentes identidades en un mismo marco estatal,

juegan un papel resolutivo en la tensión generada entre globalización y la reivindicación más local.

*“Therefore despite plausible theories that the rise of global governance may lead towards growing cosmopolitanism, most of the available empirical studies lean towards a skeptical perspective. At least within Europe, national publics vary significantly in their support for the institutions and policies of the new world order, and the last thirty years has not seen the rise of a more internationalist orientation” (Norris, 2000: 5).*

El Estado-nación fue instaurado en la Edad Moderna para gestionar institucionalmente las sociedades. Sin embargo, los problemas que enfrentamos en el siglo XXI han pasado a ser globales. La economía, el calentamiento global, la acidificación de los océanos o la posesión de armas nucleares son temas que escapan al marco de acción de los Estado-nación, generándose, de este modo, una crisis en la capacidad de representación de la sociedad a través de los mismos. En este contexto en el que los Estados-nación pierden representatividad y en el que aparecen núcleos de marginalización, las sociedades viran de nuevo a sus identidades. Al sentirse desligadas del Estado como instrumento de representación que otorga sentido a sus vidas, estas sociedades construyen su sentido a partir de quienes son históricamente, emergiendo así la identidad como construcción alternativa de sentido. De esta manera, actualmente se está produciendo una separación entre el Estado y la nación debido a la diferenciación en sus valores: mientras los del Estado son instrumentales y sirven a la globalización, las naciones que han quedado excluidas a la hora de generar su propio Estado, como Cataluña, País Vasco, Escocia o Quebec, se sienten desconcertadas en un mundo globalizado donde han perdido autonomía.

“La idea es que en el momento en que el Estado se ve privado de una fuerza identitaria que sostenga su difícil maniobra en el mundo de la globalización, ese Estado trata de relegitimarse volviendo a llamar a su gente, es decir, a su nación; pero esa nación, en muchos casos, ya se ha separado del Estado y cree que no está siendo representada” (Castells, 2010: 260). En el caso de España, durante la legislatura de José María Aznar, se planteó un proyecto de España como país importante en el mundo que, explícitamente, rechazaba la idea de una sociedad española multicultural. Desde el Estado español, se hizo llamada a una nación española unicultural, tratando de construir una nación sobre la base de una unidad cultural y nacional que no existe en España, mientras las naciones existentes no se ven representadas, como es el caso de Cataluña.



Por este motivo, en el trabajo que se desarrollará a continuación, analizaremos el discurso político de Convergència i Unió (CiU), Esquerra Republicana de Catalunya (ERC), Partit Popular de Catalunya (PPC), Ciutadans (C's) y Partit dels Socialistes de Catalunya (PSC) durante las elecciones de 2012 al Parlament de Catalunya con la intención de desvelar los marcos de interpretación del proceso de independencia de la nación catalana, circunstancia que exhibe la anteriormente explicada reivindicación identitaria en oposición a las imposiciones estatales. De este modo, profundizaremos en la dinámica establecida entre la visión del Estado español y la visión de la nación catalana sustentada en una fuerte e histórica identidad cultural. En conclusión, el interés por el cual se ha escogido el tema de estudio presentado reside en la motivación de conocer la realidad que cada uno de los partidos políticos creó para interpretar el proceso de independencia, diferentes visiones que hacen referencia a diferentes sistemas de creencias y que se relacionan con una manera de actuación concreta que, en última instancia, se traslada a la sociedad.

## **1.2 HIPÓTESIS**

En la investigación partiremos de dos hipótesis:

1. Si cada partido político tiene propósitos diferentes respecto a la independencia de Cataluña, entonces utilizarán distintos marcos interpretativos para enmarcar el desacuerdo entre Cataluña y España.
2. Si los diferentes marcos interpretativos utilizados por los partidos políticos se relacionan con las identidades culturales prototípicas presentes en Cataluña, se crearán marcos incompatibles que complicarán el diálogo entre catalanes y españoles.

## **1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

Por consiguiente, con la realización de esta investigación pretendemos cumplir tres objetivos básicos:

1. Definir los marcos mediante los cuales los partidos políticos enmarcaron el proceso de independencia de Cataluña durante las elecciones de 2012.
2. Relacionar dichos marcos con las identidades culturales prototípicas en Cataluña.
3. Exponer los marcos que configuran la independencia catalana como incompatibles y como causas del problema dialógico.

#### **1.4 ESTRUCTURA DEL PRESENTE TRABAJO**

En este sentido, la investigación se presentará en una estructura de cinco apartados claramente diferenciados. Primero, realizaremos un breve recorrido histórico en el apartado Contextualización que permitirá ubicar y comprender con mayor profundidad la situación de Cataluña durante las elecciones de 2012. El segundo será el Marco Teórico sobre el cual sustentaremos la investigación realizada posteriormente. Esta sección se estructurará a su vez en tres subapartados en los cuales desarrollaremos la Teoría de Marcos, la Teoría de la Metáfora Conceptual y, por último, el sesgo cognitivo de confirmación profundizando en los conceptos de *in-group* y *out-group*. Avanzando hacia las secciones más prácticas del trabajo, en tercer lugar, expondremos la metodología escogida y empleada para la consecución de esta investigación, explicitando tanto los pasos seguidos como los motivos de selección de dicha metodología en concreto y de los materiales de análisis. En cuarto lugar, expondremos el análisis en el que presentaremos los marcos de interpretación del proceso de Cataluña durante las elecciones de 2012. Por último, en quinto lugar, realizaremos la conclusión del trabajo reflejando la aportación del mismo al ámbito académico.

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN

Tras la Dictadura de Primo de Rivera (1923-1930), el Estatuto de Autonomía de Cataluña de 1932, aprobado por las Cortes de la Segunda República Española, otorgó por primera vez a Cataluña una ley en la que se reconocía un gobierno y parlamento propios. Este estatuto estuvo vigente hasta la dictadura franquista (1939-1975), durante la cual, el catalanismo y todos los rasgos diferenciales de la cultura catalana fueron reprimidos. Una vez concluido el franquismo, el Estatuto de Autonomía de 1979 convirtió a Cataluña en Comunidad Autónoma dentro de España, otorgando una mayor autonomía al parlamento y gobierno propios en áreas como la educación y la sanidad, aunque no se logró la oficialidad única del catalán como se pretendía. Un año después, en 1980, se celebraron las primeras elecciones al Parlamento de Cataluña, las cuales fueron ganadas por *Convergència i Unió*, federación entre los partidos *Convergencia Democrática de Cataluña* y *Unión Democrática de Cataluña*, encabezada por Jordi Pujol, que ocupó la presidencia durante 23 años, hasta las elecciones de 2003 en las que ganó el tripartito. Presidido por Pasqual Maragall y formado por PSC-PSOE, *Esquerra Republicana de Cataluña* (ERC) e *Iniciativa per Catalunya-Verds* (ICV), su principal objetivo fue cambiar el Estatuto de Autonomía de 1979.

El acuerdo en el Parlamento de Cataluña sobre el texto definitivo para cambiar el Estatuto de Autonomía no se alcanzó hasta el 30 de septiembre de 2005. En 2006, las Cortes aprobaron el nuevo estatuto con recortes respecto al aprobado en el Parlamento. Sin embargo, en 2010, la sentencia del Tribunal Constitucional sobre el Estatuto de Autonomía de Cataluña de 2006 fue negativa. La sentencia del Tribunal supuso un duro golpe en aspectos relacionados con la identidad nacional, la lengua, la administración de justicia o la posibilidad de disponer de una Hacienda propia. El crecimiento de apoyo al independentismo, llegado este momento, fue exponencial, y el 9 de julio de 2010 se produjo en Barcelona la manifestación de rechazo a la sentencia bajo el lema *Som una nació, nosaltres decidim*, a la que asistieron todos los partidos catalanes exceptuando PPC y *Ciutadans*. Cuatro meses después, CiU ganó las elecciones al parlamento catalán y Artur Mas se convirtió en presidente de la Generalitat.

En las elecciones de 2010, CiU logró 62 de los 135 escaños. Durante dicha legislatura, Mas proyectó dos objetivos: primero, la recuperación económica en un contexto de profunda crisis y, segundo, promover un nuevo pacto fiscal para Cataluña por el cual las instituciones catalanas

tuviesen la potestad de recaudar todos los impuestos de Cataluña y reducir el dinero que se transfiriera de los impuestos que pagan los catalanes a otras regiones de España. Tras el voto en el Parlamento, el 20 de septiembre de 2012 Mas organizó una reunión con Mariano Rajoy para negociar acerca de este pacto fiscal. Sin embargo, la sociedad civil catalana no esperó a que la reunión tuviese lugar y el 11 de septiembre, día nacional de Cataluña, se produjo la masiva manifestación por la independencia de Cataluña bajo el lema *Catalunya, nou estat d'Europa*. Significativas delegaciones de partidos políticos asistieron a la manifestación, incluyendo CiU, ERC y algún miembro del PSC. Nueve días después, Mas demandó en la reunión con Rajoy la autonomía fiscal completa para las instituciones catalanas. Rajoy denegó la petición, y el 25 de septiembre, el presidente de la Generalitat anunció en el Parlamento catalán la imposibilidad de asegurar un acuerdo fiscal. De esta manera, Mas concluyó que, tras la manifestación, las voces de las personas debían ser escuchadas y transformadas en votos, por lo que convocó elecciones para 25 de noviembre de 2012.

Este hecho no solo hizo que CiU redefiniera sus reclamaciones territoriales, sino que avivó sectores de la sociedad civil catalana. Referéndums no oficiales se han ido organizando en Cataluña en diferentes poblaciones desde 2009. Y diferentes muestras manifiestan que el apoyo popular a la independencia aumentó desde el 25,2% en 2010 al 44,3% en 2012, como se observa en la comparación de las figuras 1 y 2.

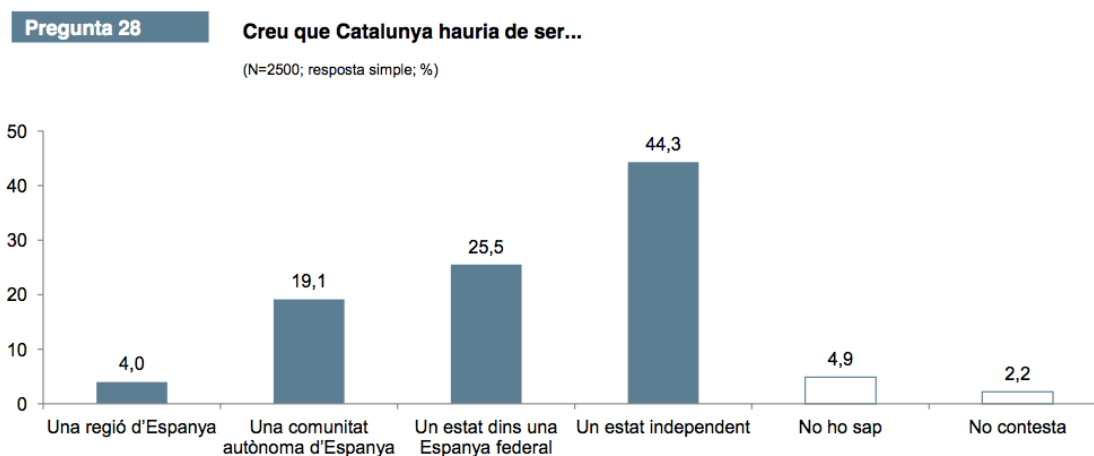


Figura 1. 3º Barómetro de Opinión Política (BOP) de 2012 del Centre d'Estudis d'Opinió de Catalunya

**Pregunta 28****Creu que Catalunya hauria de ser...**

(N=2000; resposta simple; %)

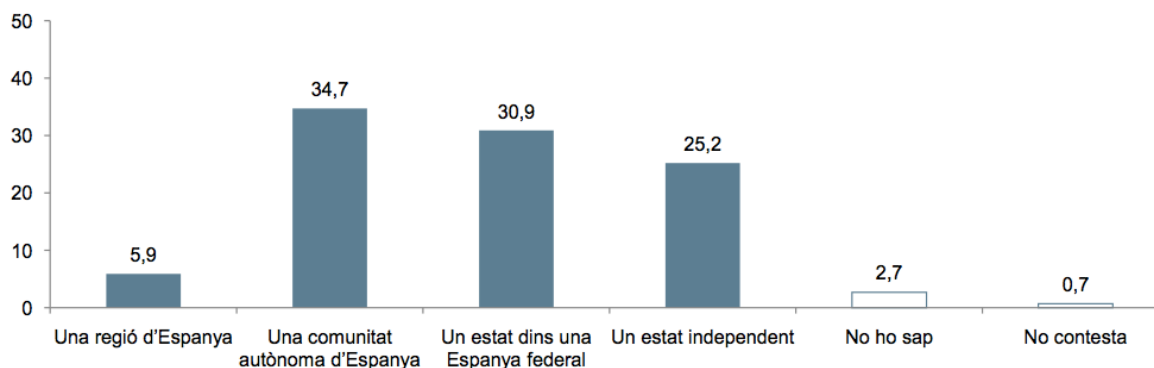


Figura 2. 4º Baròmetre de Opinió Política (BOP) de 2010 del Centre d'Estudis d'Opinió de Catalunya

Las elecciones del 25 de noviembre de 2012 fueron convocadas dos años antes de lo esperado tras la negativa de Mariano Rajoy de negociar un nuevo sistema de financiación para Cataluña. Tras este hecho, CiU centró su campaña en la promesa de organizar un referéndum sobre la independencia de Cataluña, lo que resulta de alta relevancia ya que esta es la primera vez que CiU abandona su tradicional ambivalencia respecto a la independencia y se sitúa en una posición secesionista. Las elecciones de 2012 se convirtieron en unas de las más excitantes celebradas hasta el momento, pues constituyeron un punto de inflexión cuando CiU, un partido de centro-derecha, hizo por primera vez campaña por la independencia. Sin embargo, los resultados sorprendieron: CiU perdió 12 de los 62 escaños ganados en 2010. El Parlamento se polarizó y fragmentó y Esquerra Republicana de Catalunya, el partido de trayectoria secesionista, dobló el número de asientos y, por primera vez, fue el segundo con más votos.

Sin embargo, debemos tener en cuenta que estas elecciones tuvieron lugar en un contexto de desafección política, desconfianza en las instituciones políticas y rechazo a quienes las ocupan y, también, en una situación de crisis económica entre medidas y recortes. En las figuras 3, 4 y 5, se puede observar la evolución del sentimiento de pertenencia a Cataluña y/o España en 2006, 2010 y 2012 respectivamente, tres de los momentos clave de la historia reciente de Cataluña respecto al proceso de independencia. Como se advierte, en 2006 el 44,3% de catalanes se sentían tanto españoles como catalanes. En 2010, este grupo representaba el 42,5%,

aumentando el grupo de aquellos que solo se sienten catalanes del 14,5% en 2006 a un 20,3% en 2010. Por último, en 2012, aquellos que sentían pertenencia a ambas identidades representaban el 35%, mientras el grupo de identidad únicamente catalana subió a un 29,6%.

#### 4. 5. SENTIMENT DE PERTINENÇA

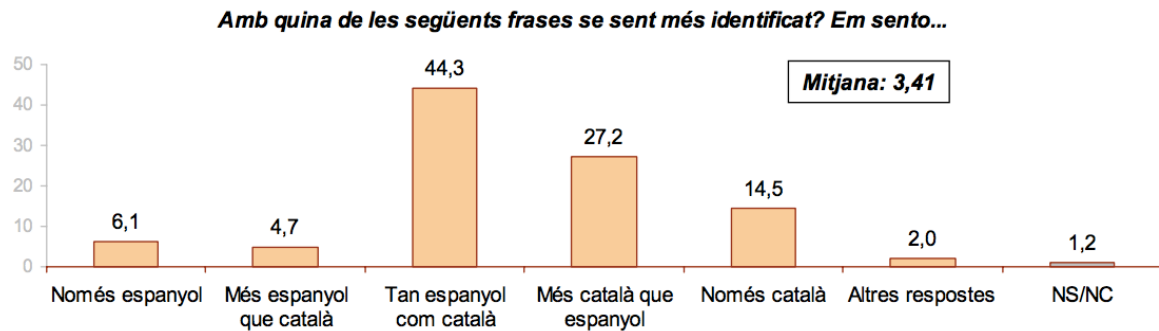


Figura 3. 4º Barómetro de Opinión Política (BOP) de 2006 del Centre d'Estudis d'Opinió de Catalunya

#### 4.5 Sentiment de pertinença

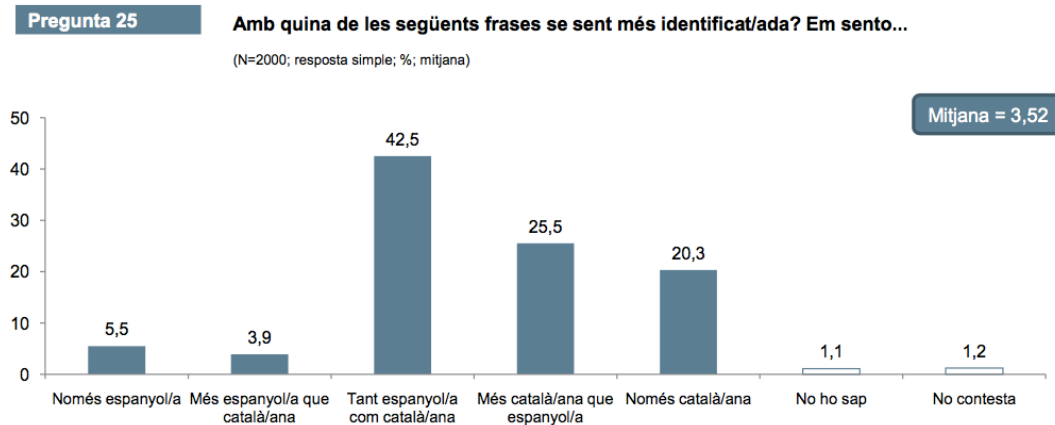


Figura 4. 4º Barómetro de Opinión Política (BOP) de 2010 del Centre d'Estudis d'Opinió de Catalunya

#### 4.4 Sentiment de pertinença

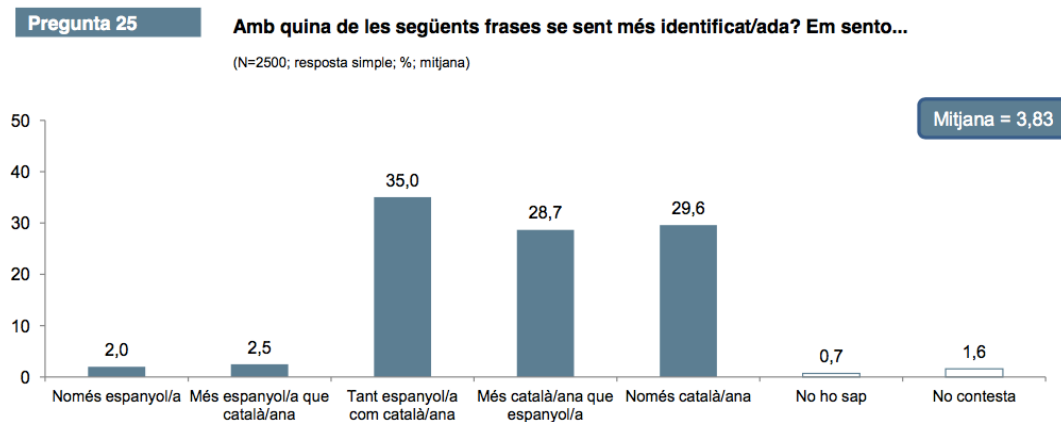


Figura 5. 3º Barómetro de Opinión Política (BOP) de 2012 del Centre d'Estudis d'Opinió de Catalunya

En 2012, los derrotados fueron aquellos que integraban el tripartito, PSC, ERC y ICV. Y los dos primeros, debido a crisis internas, decidieron sustituir a sus líderes por el federalista Pere Navarro y el independentista Oriol Junqueras, respectivamente. Dichos movimientos internos en los partidos se relacionan con la evolución respecto al sentimiento de pertenencia mostrada en los gráficos, al igual que la declaración secesionista, por primera vez en 2012 de CiU.

*“Claro está que cuesta mucho menos contestar a una encuesta que decidir su vida y la de sus hijos con un voto. Pero lo importante es la tendencia. Y ahí es donde la confluencia de crisis económica, crisis de legitimidad política y humillación de la propia identidad conducen al mayor sentimiento independentista de la historia contemporánea de Catalunya” (Castells, 2012).*

En conclusión, escogemos en este trabajo como objeto de análisis las elecciones de 2012 ya que representan la culminación de la historia reciente de Cataluña respecto a la independencia, que había ido en aumento desde 2006. Como consecuencia, la política catalana se sitúa en una nueva dirección y en un cambio de discurso que pretendemos analizar a lo largo de esta investigación.

### 3. MARCO TEÓRICO

*The old 17th Century rationalist view of reason implies that, if you just tell people the facts, they will reason to the right conclusion — since reason is universal. We know from recent elections that this is just false. “Old-fashioned... universal disembodied reason” also claims that everyone reasons the same way, that differences in world-view don’t matter. But anybody tuning in to contemporary talk shows will notice that not everybody reasons the same way and that world-view does matter (Lakoff, 2006)*

Si visualizamos el panorama político al que actualmente asistimos, y siguiendo con las afirmaciones que George Lakoff (2006) expone en la cita anterior desde la lingüística cognitiva, se torna necesario destacar cómo las personas que conforman la sociedad no razonan del mismo modo, cómo lo que para unas sirve, para otras no y, sobre todo, cómo la visión del mundo que tienen importa y afecta a los modos de pensar. Aplicando el concepto de modernidad líquida de Bauman (2000), la política nunca ha sido menos sólida. Se podría decir que le cuesta mantener su forma. David Martí (2013) define en *The 2012 Catalan Election: The First Step Towards Independence?*, las elecciones catalanas de 2012 como unas de las más excitantes celebradas hasta el momento a nivel mundial, pues se produjo una intensa campaña que estimuló el debate político, constituyéndose además 2012 como un año de inflexión ya que fue cuando CiU, un partido de centro-derecha, hizo por primera vez campaña por la independencia. En 2012, el panorama político en Cataluña fluyó como no lo había hecho hasta el momento, y desde la política catalana surgieron dos modos de razonar desde dos visiones muy distintas de entender el mundo.

En este apartado del trabajo se desarrollará el apartado teórico sobre el cual se sustenta la investigación sobre los marcos de interpretación de las elecciones catalanas de 2012. Concretamente, lo dividiremos en tres secciones a lo largo de las cuales se expondrán los conceptos necesarios para la comprensión del posterior análisis. La primera de estas secciones abordará la explicación del análisis de marcos, la teoría empleada para extraer los marcos de



interpretación del proceso de independencia de Cataluña y penetrar en esas dos visiones de la realidad mencionadas anteriormente. En segundo lugar, explicaremos la teoría de la metáfora conceptual, apartado en el cual también se desarrollará la noción de metonimia al tratarse ambas de recursos figurativos. Para finalizar con el marco teórico, abordaremos la explicación del sesgo de confirmación adentrándonos en los conceptos de *in-group* y *out-group*.

### 3.1 ANÁLISIS DE MARCOS

*“El enmarcado tiene que ver con elegir el lenguaje que encaja en tu visión del mundo”*  
(Lakoff, 2004: 7)

En esta investigación se ha llevado a cabo un análisis del discurso político que supera los elementos puramente lingüísticos que conforman un texto, pues la intención es traspasar las limitaciones de este tipo de enfoque para, de esta forma, posibilitar la detección de los marcos interpretativos del proceso de independencia durante las elecciones catalanas de 2012. “Llama la atención que los tópicos que ofrece la lingüística cognitiva no hayan sido suficientemente abordados por los analistas del discurso, lo cual se traduce en una restricción al potencial latente de investigación que se brinda desde este enfoque” (Palma y Manrique, 2010: 130). Es por este motivo por el que se ha decidido emplear en esta investigación el análisis de marcos, procedente de la lingüística cognitiva, para llevar a cabo el análisis de corpus a partir de materiales reales de los partidos políticos seleccionados. Si bien es cierto que las palabras y las estructuras de las oraciones, esto es, las formas lingüísticas, son un aspecto esencial en la comprensión, “existen otros elementos relacionados con aspectos cognitivos y pragmáticos que posibilitan la coherencia del discurso y, por ende, su comprensión” (Palma y Manrique, 2010:184).

La lingüística cognitiva puede definirse como la convergencia de distintas líneas de investigación que comparten ciertos postulados en relación a los estudios del lenguaje. La Asociación Internacional de Lingüística Cognitiva la define como la ciencia que examina “the relation of language structure to things outside language: cognitive principles and mechanisms not specific to language, including principles of human categorization; pragmatic and interactional principles;

and functional principles in general”<sup>1</sup>, denotando la conexión entre lenguaje, pensamiento y experiencia. La lingüística cognitiva surge como reacción a la visión generativista derivada del estudio del lenguaje de Noam Chomsky, en la que se entiende que los distintos niveles lingüísticos (la fonología, la sintaxis y la semántica) son modulares autónomos. La evolución que supone el cognitivismo deriva hacia la visión de un lenguaje no compartimentado. Esto es, según la lingüística cognitiva, el lenguaje forma parte de la cognición humana y, por tanto, está relacionado con otras capacidades cognitivas. Debido a ello, es imposible realizar un análisis aislado del lenguaje, sino que se debe tener en cuenta su uso, la categorización como organización de nuestro pensamiento y todos los componentes que lo integran (gramática, semántica, pragmática y léxico). Podemos resumir esta visión de la lingüística cognitiva mediante la siguiente afirmación de Lakoff: “the new view is that reason is embodied in a nontrivial way. The brain gives rise to thought in the form of conceptual frames, image-schemas, prototypes, conceptual metaphors, and conceptual blends. The process of thinking is not algorithmic symbol manipulation, but rather neural computation, using brain mechanisms” (Lakoff, 2006). El lenguaje es un instrumento de conceptualización y, según esta configuración del mismo, se convierte en el vehículo para expresar el significado.

Una de las nociones clave de la lingüística cognitiva es el concepto de *frame* (o bien, marco, como lo llamaremos a lo largo de esta investigación). La idea de marco tiene una larga historia, remontándose a autores como Immanuel Kant y Frederic Bartlett, y pasando por académicos como Erving Goffman y Marvin Minsky, entre otros muchos. Charles J. Fillmore, uno de los más influyentes lingüistas en este campo y a quien dispondremos como referente en esta sección del marco teórico, afirma que “by the term “frame” I have in mind any system of concepts related in such a way that to understand any one of them you have to understand the whole structure in which it fits. When one of the things in such a structure is introduced into a text, or into a conversation, all of the other are automatically made available” (Fillmore, 1982: 11). Cabe destacar que existen diferentes términos para referirse al concepto de marco. Para Lakoff el marco es un “modelo cognitivo idealizado”, el cual define como “estructuras mentales que conforman nuestro modo de ver el mundo. Como consecuencia de ello, conforman las metas que nos proponemos, los planes que hacemos, nuestra manera de actuar y aquello que cuenta como el resultado bueno o malo de nuestras acciones” (Lakoff, 2004: 4). Por su parte, Cuenca y Hilferty, los autores de habla hispana más versados en lingüística cognitiva, proponen el término

---

<sup>1</sup> Cita extraída de la página web de la ICLA consultada el 18 de julio de 2017. Disponible en <http://www.cognitivelinguistics.org/en/about-cognitive-linguistics>

“dominios cognitivos”, usando la terminología de Ronald Langacker, que definen como “representaciones mentales de cómo se organiza el mundo y pueden incluir un amplio abanico de informaciones, desde los hechos más indiscutibles y comprobados empíricamente hasta los errores más flagrantes, las imaginaciones más peregrinas o las supersticiones” (Cuenca y Hilferty, 1999: 70).

A principios de los años 60, Fillmore comenzó el *Project on Linguistic Analysis* en la Universidad Estatal de Ohio consistente en una descripción semántica de los verbos del inglés. Tras el desarrollo y la profundización en dicho trabajo, llegó a la conclusión de la existencia de estructuras cognitivas asociadas a dichos verbos. Esto es, una palabra, o un verbo en el caso específico del estudio que Fillmore estaba llevando a cabo, activa un marco de conocimiento relacionado con dicho concepto específico al que se hace referencia. De este modo, las personas entendemos las palabras porque accedemos al conocimiento esencial almacenado en nuestro cerebro que se relaciona con esa palabra en concreto. Por ejemplo, no podremos entender el significado de la palabra *vender* si no sabemos qué es una transacción comercial, que también incluye, entre otras cosas, a un vendedor, un comprador, el producto, dinero, etc. Observamos así, como ya destacábamos de la lingüística cognitiva, cómo los marcos, o estructuras mentales de conocimiento, ponen énfasis en la continuidad entre el lenguaje y la experiencia, pues conocemos qué es una acción de compra-venta y los pasos a seguir en ella gracias a la repetición de esa misma práctica, entendiéndose de esta manera la importancia del conocimiento cultural para el uso de las palabras.

Uno de los ejemplos de Fillmore más citados para explicar el concepto de marco es la palabra inglesa *bachelor*. Una definición tradicional de esta palabra consistiría en indicar que se trata de un hombre que nunca se ha casado. Sin embargo, como Fillmore indica, esta definición falla al explicar el porqué de no considerar al Papa o a un niño que ha crecido en la jungla, como Tarzán, un *bachelor*. De este modo, Fillmore apuntó que esta palabra enmarca un mundo simplificado en el que se desarrollan ciertos eventos prototípicos como que los hombres se casan a cierta edad y que los matrimonios duran para siempre. En este mundo, un *bachelor* es aquel hombre que no se ha casado, aunque ya ha superado la edad que se considera usual para ello, y por tanto se convierte en eminentemente una persona para casarse. Por tanto, según la teoría de marcos, las palabras evocan el background de conocimiento que tenemos acerca de ellas. Este conocimiento del que ya disponemos se basa en experiencias recurrentes, por lo que podemos concluir que las palabras representan categorías de experiencias.

Como se observa, hemos introducido el concepto de categoría, pues debemos explicitar que “comprendemos el mundo no sólo en términos de cosas individuales sino en términos de categorías de cosas” (Cifuentes, 1992: 135). Recapitulando lo anteriormente explicado, podemos afirmar que los marcos son estructuras mentales que subyacen a la categorización. De esta manera, la categorización es un proceso mental mediante el cual los seres humanos somos capaces de relacionar las entidades del mundo, pues “solo así podemos reducir la infinitud a finitud, premisa previa para la existencia del pensamiento y del lenguaje” (Cuenca y Hilferty, 1999: 64). La categorización es un mecanismo que permite la simplificación de la realidad gracias a la organización de la información. Las personas utilizamos dos procedimientos para categorizar: generalización y abstracción, siendo el primero obviar las diferencias y agrupar según semejanzas y el segundo destacar esos rasgos diferentes. “Si no generalizáramos, no podríamos sobrepasar el nivel de las entidades individuales y la realidad sería caótica y constantemente nueva, de forma que no podríamos llegar a una estructuración conceptual. Si no discrimináramos, todo sería uno y tampoco habría pensamiento” (Cuenca y Hilferty, 1992: 32).

Profundizando en la categorización, la perspectiva aquí planteada se aleja del enfoque de categorización tradicional, pues se basa en categorías difusas constituidas por miembros prototípicos y periféricos y no por condiciones necesarias y suficientes. Es decir, si preguntásemos a un grupo de personas por un ejemplo de la categoría animales domésticos, probablemente el mayor número de respuestas apuntarían hacia perro y gato antes que pez de colores. Por tanto, en una categoría existen elementos que son más característicos que otros, es decir, más prototípicos en la categoría. Teniendo en cuenta esta aclaración, en esta investigación utilizamos el enfoque de la categorización basado en prototipos, alejándonos de la categorización como proceso constituido por bloques estancos.

Rosch define los prototipos como “instances that contain the attributes most representative of items inside and least representative of items outside the category” (Rosch, 1978: 4). De este modo, las categorías no se entenderán como conceptos limitados y definidos, sino que el paso de una categoría a otra es gradual a través de los miembros periféricos. Utilizando esta teoría de prototipos, en la que “las categorías se forman por la intersección de una o varias propiedades típicas” (Cuenca y Hilferty, 1992: 39), Fillmore propuso descripciones de significados de palabras. El lingüista llegó a la conclusión de que resulta imposible entender el significado de una palabra si no se entiende la cultura en la que dicha palabra se incluye. Como hemos mencionado con anterioridad, los marcos como estructuras de conocimiento a las que recurrimos para entender

el significado de una palabra, están fuertemente relacionados con la cultura, el contexto y las experiencias recurrentes. Podemos afirmar, de esta forma, que el punto importante reside en “precise the nature of the relationship between the word and the category, and the precise nature of the relationship between the category and the background” (Fillmore, 1982: 136)

Centrando el concepto de marco y la teoría de prototipos en su aplicación en esta investigación, el proceso de entender un texto se relaciona con recuperar o percibir los marcos evocados por el léxico del texto y relacionar ese esquema de conocimiento con la visión del mundo a la que el texto se refiere. Aunque el texto no presente explícitamente toda la información, las personas construyen, mentalmente, un contexto complejo dentro del cual están las palabras del texto. Se puede decir entonces que, en el proceso de usar el lenguaje, el hablante aplica un marco a una situación mediante el uso de palabras que se reconocen como dentro de ese marco, lo que demuestra el intento de dicho hablante de que los receptores apliquen el mismo marco.

El análisis de marcos, basado en la noción de *frame* desarrollada anteriormente, es precisamente una de las propuestas mediante las cuales se pueden detectar los aspectos subyacentes a los elementos lingüísticos esenciales de un texto y, por ello, como apuntábamos en un principio, resulta adecuado como enfoque de esta investigación, pues podemos extraer más que los elementos lingüísticos, podemos llegar a las estructuras mentales de interpretación de la realidad. Resulta necesario distinguir, llegado a este punto, la diferencia entre *frame* y *framing*, pues el marco es una estructura mental que contiene nuestro conocimiento de cómo funciona el mundo, mientras el *framing* es la perspectiva no neutral que imponemos a nuestro conocimiento del mundo. Esto es, no es solamente interpretar la realidad sino crearla según los propios intereses. Empleando el ejemplo de la transacción comercial que hemos introducido con anterioridad, podemos distinguir como se emplean diferentes *framing* para un mismo marco. De esta manera, se puede decir:

- a) María compró el coche por 20000 euros.
- b) El coche costó 20000 euros.
- c) BMW vendió el coche por 20000 euros.

Las tres oraciones utilizan el mismo marco, el marco de la transacción comercial, pero en cada caso el *framing* es diferente, ya que (a) enfatiza a la compradora que es María, (b) destaca el

producto comprado, el coche en este ejemplo, y, por último, (c) concede la importancia a BMW que es el vendedor.

De esta manera, el análisis de marcos permite una visión más amplia del discurso político que el mero análisis exclusivo de los elementos lingüísticos. El objetivo de esta investigación, como ya se ha indicado, es conocer la manera en la que se definió el proceso independentista durante las elecciones en cuestión, lo que incluye detectar el rol de los actores relevantes: los partidos políticos seleccionados y la sociedad de Cataluña, así como las posturas tomadas frente al tema de debate o la manera de enfocarlo y abordarlo. Es decir, se pretende descubrir el *framing* de la independencia de Cataluña por cada partido político para definir los marcos creados. De esta forma, el análisis de marcos permite extraer ideas y conceptos a partir de la información de un discurso, aunque estos no estén explícitamente expuestos en el mismo. Por ejemplo, en el marco de un restaurante, al decir "after we ate, we got up and left" (Lakoff y Johnson, 1999: 117), se deduce que los protagonistas pidieron la cuenta y pagaron. Los marcos interpretativos son generadores de inferencias que aportan una información no explicitada en el texto.

Como hemos entendido, los marcos son estructuras conceptuales de organización de la realidad de un individuo que conforman el soporte cognitivo necesario para la comprensión y la coherencia textual. Ahora bien, es necesario saber que estos marcos se activan a través de evocaciones de elementos lingüísticos presentes en el discurso que se asocian a la memoria a largo plazo. Por ello, empleando el análisis de marcos:

*El analista del discurso es capaz de formular hipótesis, generar inferencias, imágenes mentales, y develar propósitos discursivos asociados a una visión particular del mundo y manifestada en el plano discursivo. Inclusive, el analista es capaz de advertir conocimiento sobre algunos conceptos que no es explicitado lingüísticamente en el discurso pero que es inferido por vía de la experiencia memorizada asociada al concepto en cuestión (Palma y Manrique, 2010: 141)*

En el ámbito de la política, los marcos:

*Conforman nuestras políticas sociales y las instituciones que creamos para llevar a cabo dichas políticas. Cambiar nuestros marcos es cambiar todo esto. El cambio de marco es cambio social. [...] Cambiar de marco es cambiar el modo que tiene la gente de ver el mundo. Es cambiar lo que se entiende por sentido común. Puesto que el lenguaje activa*

*los marcos, los nuevos marcos requieren un nuevo lenguaje. Pensar de modo diferente requiere hablar de modo diferente (Lakoff, 2004: 4)*

De este modo, el análisis de marcos nos permite extraer el enfoque interpretativo que cada uno de los partidos políticos seleccionados otorgó al proceso de independencia en las elecciones de 2012. Consecuentemente, se otorga al proceso de independencia una narrativa ya que, como Lakoff (2008) afirma “complex narratives -the kind we find in anyone's life story, as well as in fairy tales, novels, and dramas- are made up of smaller narratives with very simple structures. Those structures are called "frames" or "scripts." (Lakoff, 2008: 28). Por tanto, extrayendo los marcos interpretativos más relevantes de las elecciones de 2012, podemos estudiar la narrativa subyacente a estos que “tiene un gran poder de persuasión o manipulación puesto que estas estructuras mantienen un vínculo muy estrecho con el mundo emocional del receptor” (Palma y Manrique, 2010: 140).

### **3.2 TEORÍA DE LA METÁFORA CONCEPTUAL Y METONIMIA**

*Metaphor has been taken to be the real stuff of philosophy, the domain where issues of meaning and truth arise and can be dealt with (Lakoff y Johnson, 1980: 453)*

Según Lakoff, “nuestro sistema conceptual ordinario, en términos del cual pensamos y actuamos, es fundamentalmente de naturaleza metafórica” (Johnson y Lakoff, 1980: 39). Esto es, los marcos que introducíamos en el apartado anterior de este marco teórico, son de naturaleza metafórica. En la obra *Metáforas de la vida cotidiana* de Lakoff y Johnson, se introduce la idea de que la metáfora impregna nuestro pensamiento y acción más que tratarse únicamente de un recurso figurativo empleado en un tipo de lenguaje poco común que parte de la poesía. Como el título de la obra sugiere, es más bien parte de nuestro día a día. De este modo, si nuestra intención en esta investigación es visualizar los marcos de interpretación según los cuales los partidos políticos enmarcaron la independencia en 2012, la detección de las metáforas conceptuales que subyacen al discurso y que fueron empleadas para transmitir la realidad de modo más simple y familiar se convierte en una prioridad.

En la obra ya mencionada de Lakoff y Johnson, los autores exhiben centenares de ejemplos del uso de metáforas en nuestro día a día y en nuestro lenguaje cotidiano, mostrando como el lenguaje refleja nuestro modo de pensar. Una de las metáforas analizadas es por ejemplo FELIZ ES ARRIBA, TRISTE ES ABAJO que se concreta en expresiones como “me ha subido la moral”, “caí en una depresión” o “me levantó el ánimo”. Esta metáfora, como los autores presentan, se sustenta sobre la base física según la cual “una postura inclinada acompaña característicamente a la tristeza y la depresión, una postura erguida acompaña a un estado emocional positivo” (Johnson y Lakoff, 1980: 51). De este modo, entendemos la metáfora como un proceso cognitivo que, como hemos hecho notar, encontramos en nuestro lenguaje y, por tanto, en nuestro pensamiento. Es una herramienta mediante la cual se simplifica la realidad en la que situaciones complejas son explicadas mediante conceptos básicos y más conocidos.

Hasta el momento hemos hablado de la noción de metáfora conceptual. En este sentido, debemos distinguir metáforas conceptuales de las expresiones metafóricas, a las que también hemos hecho referencia. “Las metáforas conceptuales son esquemas abstractos que sirven para agrupar expresiones metafóricas. Una expresión metafórica, en cambio, es un caso individual de una metáfora conceptual” (Cuenca y Hilferty, 1992: 100). Por ejemplo, LAS PERSONAS SON ANIMALES es la metáfora conceptual, mientras las expresiones metafóricas pueden ser “Eres más lento que una tortuga” o “Eres más terco que un burro”.

Para poder llevar a cabo la detección y análisis de metáforas presentes en los materiales propuestos en esta investigación, es necesario profundizar en la estructura de las metáforas conceptuales. Como sabemos, una metáfora es una figura retórica mediante la cual una realidad o concepto se expresa por medio de otra. De esta manera, como Lakoff y Johnson (1980) apuntan, una metáfora conceptual está compuesta por esta estructura interna en la que existe una realidad o concepto del que hablamos y otro al que hacemos referencia. Los autores hablan de dominio origen y dominio destino respectivamente. De este modo, el dominio origen presta sus conceptos al dominio destino, al cual estos conceptos se aplican. Siguiendo con la metáfora anterior, LAS PERSONAS SON ANIMALES, podemos representar la estructura interna de la siguiente manera:

En la metáfora LAS PERSONAS SON ANIMALES, el dominio origen es animales, mientras que el dominio destino son las personas. De ahí que se diga:



- a) Ser un gallina
- b) Ser más terco que una mula
- c) Ser un cerdo
- d) Ser más lento que una tortuga

Como se observa, estas expresiones metafóricas pertenecen a la metáfora conceptual LAS PERSONAS SON ANIMALES. De este modo, las personas adquieren los rasgos más característicos de los animales en cuestión, transfiriéndose desde el dominio origen animales al dominio destino personas. Generalizando, podemos afirmar que las metáforas resultan eficaces porque solemos tener un conocimiento más amplio del dominio origen que del dominio destino. En el caso concreto del ejemplo propuesto, los animales resultan más básicos y comúnmente conocidos que las personas, más complicadas y cada una diferente (no todas las personas son lentas, pero sí lo son todas las tortugas). En definitiva, la metáfora conceptual extiende los detalles de conocimiento que tenemos del dominio origen al dominio destino.

Llegados a este punto, debemos entender cómo se relacionan el dominio origen y el dominio destino, por lo que es necesario explicar el concepto de proyección. Este concepto teórico establece las correspondencias que enlazan un dominio con otro, y pueden ser de dos tipos: ontológicas y epistémicas. Las ontológicas son aquellas correspondencias entre las entidades del dominio origen y las entidades del dominio destino. Por ejemplo, en la metáfora conceptual EL ENFADO ES EL CALOR DE UN FLUIDO EN UN RECIPIENTE, en la que se relaciona el enfado de las personas con la temperatura de una sustancia, el dominio origen es el calor de un fluido en un recipiente y el dominio destino es el enfado. Esta metáfora se traduce en expresiones como “estalló de rabia” o “me hierve la sangre”. La correspondencia existe, por tanto, entre el recipiente y el cuerpo de una persona. En las proyecciones de tipo epistémico, se establecen correspondencias de conocimiento entre el dominio origen y el dominio destino. Siguiendo con la metáfora conceptual anterior, en el dominio origen los efectos de calentar mucho un fluido son el calentamiento del recipiente, presión interna y agitación. En el dominio destino, los efectos de enfadarse son calentamiento del cuerpo, presión interna y agitación. Se podría razonar, por tanto, que las correspondencias ontológicas son aquellas de semejanza, mientras las epistémicas son los conocimientos que tenemos sobre el dominio origen aplicables al dominio destino, es decir, son los razonamientos comunes en ambos.

Para finalizar la base teórica sobre cual sustentaremos la búsqueda de metáforas conceptuales en el posterior análisis, cabe destacar que el objetivo de la metáfora es relacionar entidades que son analógicamente semejantes, pero no exactamente iguales. Las metáforas funcionan de hecho porque se trata de dos dominios diferentes, uno de los cuales es un concepto básico y permite el entendimiento mejor del otro, satisfaciendo así su actuación como vehículo del razonamiento analógico y permitiendo, a grandes rasgos, una simplificación de la situación ante la que nos encontramos. Ahora bien, debemos tener dos aspectos en cuenta. Primero,

“La misma sistematicidad que nos permite comprender un aspecto de un concepto en términos de otro, necesariamente ha de ocultar otros aspectos del concepto en cuestión. Al permitirnos concentrarnos en un aspecto del concepto, un concepto metafórico puede impedir que nos concentremos en otros aspectos del concepto que son inconsistentes con esa metáfora” (Johnson y Lakoff, 1980: 46).

Segundo, los conceptos fundamentales que forman nuestra estructura metafórica son coherentes con los valores arraigados y compartidos en una cultura, por tanto, las metáforas se sustentan, como los marcos, sobre nuestro bagaje de conocimiento y experiencias.

Otra de las figuras retóricas necesarias para entender el posterior análisis es la metonimia, que podemos definir como “un tipo de referencia indirecta por la que aludimos a una entidad implícita a través de otra explícita” (Cuenca y Hilferty, 1992: 110). Es decir, la principal función de la metonimia es referencial. Por ejemplo, cuando utilizamos la frase “pásame el agua”, gracias a nuestro bagaje de conocimiento, entendemos y pretendemos que una persona nos pase el agua en el interior de un recipiente, por tanto, que nos pase el recipiente. El agua recibe una mención explícita porque es la sustancia que nos interesa y por tanto tiene más relevancia, y el recipiente queda en el plano implícito. De esta manera, el agua es el punto de referencia que activa el recipiente.

Al igual que en el caso de las metáforas, existen metonimias conceptuales y expresiones metonímicas. Por ejemplo, en el caso anterior, se está utilizando la metonimia conceptual EL CONTENIDO POR EL CONTINENTE, mientras la expresión metonímica es “pásame el agua”. En cuanto a la estructura interna de la metonimia, podemos destacar que se constituye por dos partes: la zona activa y el punto referencia. Volviendo al ejemplo anterior, como ya hemos

destacado, el recipiente donde está el agua queda implícito, esto es la zona activa, mientras que aquello explícito es el agua, que se convierte en el punto de referencia.

Sin embargo, la función referencial no es la única función de la metonimia, sino que también exhibe la función de proporcionar comprensión de la realidad. Si tomamos ahora como ejemplo la metonimia “la parte por el todo”, pues es la que resulta de relevancia en esta investigación, observamos que existen muchas partes que podrían representar un todo. De esta forma, escoger qué parte del todo mencionar, determina en qué aspecto nos queremos centrar. Utilizando el mismo ejemplo que exponen Lakoff Johnson, en *Metáforas de la vida cotidiana*, cuando se dice comúnmente que “hay buenas cabezas trabajando en un proyecto”, se usa “buenas cabezas” para referirse a personas inteligentes. En esta metonimia no es solamente importante que se utilice una parte que es la cabeza por el todo, que es la persona, sino que destaca el hecho de que se elija una característica de las personas como es la inteligencia y se asocie a la cabeza. Lo mismo ocurre cuando utilizamos la expresión “La Vanguardia ha venido a cubrir el evento”. Cuando mencionamos el periódico, nos referimos al reportero que la publicación ha mandado para cubrir el evento. De este enunciado, se deriva la importancia de la publicación a la que dicho reportero representa. No sería lo mismo decir, “Margarita Puig ha venido a cubrir el evento”, aunque esta persona sea la reportera, porque igual no se asocia al medio.

Recapitulando, tanto metáfora como metonimia relacionan entidades. Pero mientras la metáfora, como decíamos, tiene una estructura interna formada por dos dominios (dominio origen y dominio destino) y opera mediante estos, la metonimia trabaja sobre dos entidades conceptualmente contiguas de un mismo dominio (el punto de referencia y la zona activa). Estas características representan las diferencias entre ambas figuras retóricas, y distinguir las resulta un punto importante en el posterior análisis. Sin embargo, pese a las diferencias, ambas comparten dicha función de comprensión de la realidad de la que hablábamos anteriormente y, por ello, la detección tanto de una como de la otra es relevante en el análisis de esta investigación para entender la realidad que los partidos políticos trasladaron durante las elecciones de 2012.

De esta manera, la metáfora y la metonimia no son procesos excluyentes. Ninguna de ellas se reduce a meras cuestiones del lenguaje retórico. La metonimia, al igual que la metáfora, forma parte de nuestro día a día, no solamente en nuestro lenguaje, sino como parte de nuestra manera de pensar y de actuar. Mediante estos conceptos metafóricos y metonímicos organizamos nuestro pensamiento y nuestras acciones, y todos estos conceptos metafóricos y metonímicos,

como ya habíamos hecho referencia, se fundan en la experiencia. Ambas, metáforas y metonimias, convergen en un modelo cognitivo prototípico. Por ejemplo, cuando hablábamos anteriormente de la metáfora del enfado, no hay solamente un tipo de enfado, hay muchos, pero todos los otros pueden ser caracterizados como variaciones de este, como por ejemplo puede ser un enfado controlado o un enfado cargado de frustración, en vez de ser simplemente un enfado. El mencionado puede ser un escenario prototípico que cuenta con un número variado de escenarios periféricos o menos representativos de lo que es un enfado. Diciendo que el escenario es prototípico, decimos que de acuerdo a nuestra cultura este es un curso normal del enfado, y al ser prototípico define lo que se espera en base a ciertas condiciones.

En conclusión, las metáforas y metonimias “cumplen una función cognitiva. Los seres humanos, para comprender las experiencias sociales, emplean este recurso lingüístico. Así, los actores políticos utilizan metáforas cognitivas para etiquetar los fenómenos sociales” (Cuvardic, 2004: 62), se sabe que cada una de las palabras clave o las palabras que nos interesan de un texto se asocian a una metáfora a partir de la cual, en nuestro caso concreto, el discurso del partido político en cuestión se centra. Como Schön (1979) hace notar en su obra *Generative metaphor: a perspective on problem-setting in social policy*, la metáfora se constituye como un proceso de traslado de marcos interpretativos, por lo que extrayendo las metáforas y metonimias, decodificando el lenguaje figurativo, llegamos a la definición de los marcos interpretativos del proceso de independencia durante las elecciones catalanas de 2012.

### 3.3 SESGO DE CONFIRMACIÓN: INGROUP Y OUTGROUP

*“The human understanding when it has once adopted  
an opinion draws all things else to support and agree with it”  
(Francis Bacon, 1620: Aphorism 46)*

La primera acepción en la Real Academia Española de la palabra *conflicto* es “combate, lucha, pelea”. La segunda es “enfrentamiento armado”. No es hasta la tercera y cuarta acepción, “apuro, situación desgraciada y de difícil salida” y “problema, cuestión, materia de discusión” respectivamente, que se deja a un lado la disputa física. Definiciones del término conflicto existen

muchas, pero, concretamente en este trabajo, haremos referencia a una situación problemática que precisa una solución y que generalmente se produce por el desacuerdo entre personas, entendiendo por desacuerdo “una categoría amplia aplicable a cualquier caso de dos personas que sostienen actitudes creíbles, contrarias o incompatibles, hacia la misma proposición” (Arroyo, 2014: 83). Kenneth W. Thomas (1976) presentó en su obra *Conflict and Conflict Management: Reflections and Update*, que un conflicto se origina cuando una persona siente que otra ha frustrado o está a punto de frustrar sus objetivos o intereses. Se resalta, de esta manera, la incompatibilidad de las acciones u objetivos de dos o más personas, o incluso los objetivos internos de una misma persona. Sin embargo, aunque Morton Deutsch (1973) apunta que el conflicto puede ser intrapersonal, interpersonal, intragrupo, intergrupo e internacional, en esta investigación abordaremos únicamente el conflicto intergrupo debido a nuestro objeto de estudio.

El conflicto intergrupo es aquel en el que existe desacuerdo entre dos grupos de personas. Por ello, una vez explicado qué entendemos por conflicto en esta investigación, resulta necesario profundizar en el término grupo mediante la Teoría de la Identidad Social (TIS) ya que, “por su condición social, el hombre a lo largo de su vida pertenece a una gran variedad de grupos, que lo identifican socialmente e influyen en sus comportamientos, pensamientos, motivaciones, expectativas, creencias, emociones” (Durán, 2011: 92).

El psicólogo Henri Tajfel desarrolló la Teoría de la Identidad Social alrededor de la década de los cincuenta a partir de los trabajos que estaba llevando a cabo en el ámbito de la percepción categorial. Aunque fueron John Turner y Rupert Brown en su artículo *Social status, cognitive alternatives and intergroup relations* (1978) quienes englobaron las diferentes ideas de Tajfel bajo el nombre Teoría de la Identidad Social. La TIS parte de la idea de que «por muy rica y compleja que sea la imagen que los individuos tienen de sí mismos en relación con el mundo físico y social que les rodea, algunos de los aspectos de esa idea son aportados por la pertenencia a ciertos grupos o categorías sociales» (Tajfel, 1981: 255). La TIS explica, de este modo, que cuando se produce una situación en la que un sujeto se define por sus similitudes con miembros de un grupo y sus diferencias con otros, se produce un proceso de despersonalización. “Esto es, un comportamiento basado en la percepción estereotípica que el sujeto tiene de las características y normas de conducta que corresponden a un miembro prototípico de los grupos o categorías sociales” (Scandronglio, López y San José, 2008: 81). En este contexto, “la conducta intergrupala aparece entonces como un recurso funcional que emerge en el seno de condicionantes contextuales e individuales concretos con el objeto de proporcionar al sujeto estrategias exitosas

de afirmación identitaria y que puede tomar forma en estrategias conductuales y perceptivas muy diversas” (Scandronglio, López y San José, 2008: 86).

Se deduce de lo anteriormente explicado que existe una autocategorización o autoidentificación con los miembros de un grupo y una autodistinción con los miembros de otro. Y, del mismo modo que nos ubicamos a nosotros mismos como miembros de ciertos grupos, también identificamos a otros como pertenecientes a grupos. El proceso psicológico básico que actúa como base en esta formación de grupos es la categorización. Como ya hemos señalado, este término hace referencia al proceso mediante el cual los humanos son capaces de simplificar la realidad. En el marco de la formación de grupos, ubicamos a los demás y a nosotros mismos en categorías, y generamos estereotipos para simplificar la complejidad social. Esto es, al generar estereotipos somos capaces de situar a un gran número de personas en categorías conceptuales más simples, lo que nos permite tener un mismo patrón de actuación frente a todas ellas porque pertenecen al mismo grupo. De este modo, un comportamiento grupal “consists of interactions between two or more individuals (or groups of individuals) which are fully determined by their respective membership in various social groups or categories, and not at all affected by the interindividual personal relationships between the people involved” (Tajfel y Turner, 1979: 34). Debemos tener en cuenta, sin embargo, que los procesos de estereotipaje que conceden las características que permiten el encaje en un grupo u otro, se convierten, según la TIS, en juicios sociales o percepciones. Este aspecto resulta importante porque ofrece una manera de entender las categorías sociales, los grupos, como elementos que se construyen, no como creaciones estáticas en la mente de los sujetos.

Como resultado de categorización de las personas en grupos, como hemos apuntado anteriormente, actuamos con el resto de personas en base a los estereotipos que tenemos sobre los grupos a los que pertenecen. Esta realidad fomenta el favoritismo por el propio grupo. Es decir, cuando existe conflicto intergrupar, se produce *in-group favoritism*, favoritismo por el propio grupo, aspecto según el cual se entiende que las personas pertenecientes a un grupo siempre van a ayudar antes a las de su propio grupo que a las de otro. Este aspecto central del comportamiento humano conduce, además, al *in-group love*, el deseo de ayudar a los miembros del propio grupo, y al *out-group hate*, la motivación de dañar al otro grupo o de aumentar las diferencias entre uno y otro. El *in-group love* y *out-group hate* son los aspectos que motivan a las personas a participar en el conflicto, aunque cabe destacar que el “ingroup love, rather than outgroup hate, is the main motivation” (Weisel, 2015: 11). Resulta evidente afirmar, desde esta

perspectiva, que las percepciones y comportamientos de los miembros de un grupo serán diferentes a los del otro, y que la relación entre los miembros de uno y otro se deteriorará al considerarse de grupos distintos. Como explica Durán (2011), en diversos estudios de laboratorio, Insko y Schopler (1987) han demostrado que las personas muestran un carácter más competitivo y de menos cooperación cuando se relacionan en un ambiente que destaca la pertenencia a un grupo en vez de centrarse en un trato personal e individualizado hacia cada individuo. Esta realidad ha sido llamada como efecto de discontinuidad, caracterizado por la existencia de mayor número de prejuicios, estereotipos y sesgos entre los grupos.

Entre las distintas características del efecto de discontinuidad, en esta investigación destacaremos el sesgo de confirmación. Nuestro sistema cognitivo cuenta con dos métodos principales de procesamiento de información. Por un lado, tenemos el pensamiento de tipo intuitivo y relacional y, por otro, el razonamiento deliberativo que requiere un mayor esfuerzo cognitivo. El primero se relaciona, por ejemplo, con los prejuicios, mientras el segundo puede concernir a la resolución de problemas matemáticos. Como Kahneman (2003) destaca en *Una perspectiva sobre el juicio y la elección*, aunque los dos tipos de pensamiento son empleados en situaciones diversas, es desde el pensamiento de tipo intuitivo desde el cual surgen estrategias heurísticas que inciden sobre nuestros juicios y procesos de toma de decisiones. Un ejemplo de ello es nuestra capacidad de establecer la orientación política de una determinada persona, y de ahí su opinión respecto a temas políticos o morales, a partir de los gustos musicales o estéticos. Esta manera de proceder a través del pensamiento intuitivo basado en información limitada, en la experiencia o en suposiciones correctas o erradas, permite extraer conclusiones que empleamos en nuestra vida cotidiana. En definitiva, la diferencia entre uno y otro tipo de razonamiento reside en que el razonamiento intuitivo “se basa a menudo en una cantidad limitada de conceptos heurísticos simplificadores, más bien que en un procesamiento algorítmico más formal y extensivo” (Cortada de Kohan, 2008: 69).

A nivel adaptativo, podemos afirmar que esta no es necesariamente una característica negativa, pues la realidad actual es cambiante y este tipo de pensamiento permite una rápida adaptación al entorno. Sin embargo, al mismo tiempo, produce errores sistemáticos en el juicio de razonamiento. A estos errores se les llamó por primera vez *sesgos* en 1974 en la obra de Kahneman y Tversky *Juicio bajo incertidumbre: Heurística y sesgos*. De esta forma, “se entiende por sesgo a una predisposición hacia el error” (Pascale, 2007: 159) que “might account for a

significant fraction of the disputes, altercations, and misunderstandings that occur among individuals, groups, and nations” (Nickerson, 1998: 175).

Partiendo de esta realidad, el sesgo cognitivo de la confirmación,

*Connotes a less explicit, less consciously one-sided case-building process. It refers usually to unwitting selectivity in the acquisition and use of evidence. The line between deliberate selectivity in the use of evidence and unwitting molding of facts to fit hypotheses or beliefs is a difficult one to draw in practice, but the distinction is meaningful conceptually, and confirmation bias has more to do with the latter than with the former (Nickerson, 1998: 175).*

De este modo, el sesgo de confirmación es aquel que guía hacia la búsqueda de evidencias con las que sustentar nuestras creencias, en vez de evidencias para rechazarlas. No se trata, sin embargo, de un mal tratamiento de la evidencia intencionado, sino que somos selectivos en la búsqueda e interpretación de las evidencias de una creencia sin hacerlo deliberadamente, por lo que el sesgo de confirmación se convierte en un aspecto determinante en el pensamiento y el comportamiento de las personas.

Condensando lo explicado en este apartado del marco teórico, debemos destacar que, como Tajfel y Turner (1989) apuntan, nuestra identidad se sustenta en los grupos a los que pertenecemos. “The real conflicts of group interests not only create antagonistic intergroup relations but also heighten identification with, and positive attachment to, the in-group” (Tajfel and Turner, 1979: 33). Se puede entender que la identidad social hace referencia entonces a la categorización que hacemos tanto de nosotros como de los otros. Como Turner explica, “social identity, therefore, refers to the shared social categorical self (“us” versus “them”, ingroup versus outgroup, us women, men, whites, blacks, etc.)” (Turner, 1992: 3).

*If we have nothing personally at stake in a dispute between people who are strangers to us, we are remarkably intelligent about weighing the evidence and in reaching a rational conclusion. We can be convinced in favor of either of the fighting parties on the basis of good evidence. But let the fight be our own, or let our own friends, relatives, fraternity brothers, be parties to the fight, and we lose our ability to see any other side of the issue than our own. The more urgent the impulse, or the closer it comes to the maintenance of*



*our own selves, the more difficult it becomes to be rational and intelligent (Thurstone, 1924: 101).*

En conclusión, las personas nos autocategorizamos y categorizamos a los demás en grupos que crean una sociedad en la que la identidad de las personas está, a nivel grupal, estereotipada. Debido a las diferencias entre grupos se puede producir conflicto intergrupalo, fomentado por el fenómeno *in-group favoritism*, que se sustentará en el sesgo de confirmación. Se generará, así, una realidad en la que ser capaces de desmentir nuestras propias creencias y abrirnos a otro grupo, se convierte en una lucha contra corriente.

## 4. METODOLOGÍA

La metodología empleada en esta investigación es el análisis de corpus, a través del cual se pretende estudiar el lenguaje empleado por los partidos políticos Convergència i Unió, Esquerra Republicana de Catalunya, Partit Popular de Catalunya, Ciutadans y Partit dels Socialistes de Catalunya durante las elecciones de 2012 al Parlament de Catalunya. De este modo, se entiende que, siendo la intención de esta investigación el reconocimiento de los marcos de interpretación del proceso de independencia de Cataluña en 2012, la mejor forma de proceder para obtener conclusiones significativas es el análisis del discurso político de cada uno de los partidos mencionados mediante el análisis de marcos. Esto es, en esta investigación se ha decidido estudiar los marcos de interpretación a través del análisis de corpus, pues el estudio pretende ser cualitativo, no cuantitativo o ni exhaustivo. A continuación, se explicará el procedimiento aplicado para la consecución del análisis, se expondrá el porqué de los partidos políticos seleccionados y se profundizará en las razones de selección de la muestra de elementos comunicativos escogidos.

### 4.1 FASES DE ANÁLISIS

Los pasos a seguir para la realización de este estudio comienzan con la elección del corpus de análisis. Para ello, aunque posteriormente profundizaremos en el porqué de esta selección, cabe destacar que se escogieron tanto los programas electorales como los anuncios publicitarios de cada partido político seleccionado creados para la campaña de las elecciones de 2012. Tras la lectura de los programas y la visualización de los spots, el siguiente paso a efectuar fue la localización de las palabras o elementos lingüísticos clave en cada uno de ellos. Se trató de detectar, básicamente, aquellos elementos que componían la integridad del discurso y se utilizaban de manera transversal en todo él, otorgando una coherencia en sintonía con la propuesta política. Por ejemplo, se acusó que la palabra *camino* estaba muy presente en el programa y anuncios creados por Convergència i Unió. Tras aislar esta palabra, se pasó al análisis del contexto en el que se utilizaba, el enfoque que se le otorgaba y la significación. Tras esta primera aproximación, pasamos a la búsqueda de expresiones metafóricas, pues como Schön (1979) hace notar en su obra *Generative metaphor: a perspective on problem-setting in social policy*, la metáfora se constituye como un proceso de traslado de marcos interpretativos,

por lo que extrayendo las metáforas presentes en el discurso se llegó a la definición de los marcos interpretativos del proceso de independencia durante las elecciones catalanas de 2012.

## 4.2 CRITERIOS DE SELECCIÓN DEL CORPUS

Tras la explicación de los pasos seguidos para extraer los marcos de interpretación, resulta necesario exponer el porqué de los partidos políticos escogidos. El motivo es que fueron los más relevantes durante las elecciones en cuestión, por tanto, aportan representatividad de la situación de Cataluña durante estas elecciones concretas. Como se puede observar en la figura 6, Convergència i Unió fue el partido con más votos, además de ser el partido con más tiempo en el poder en Cataluña. El Partit Popular de Catalunya es el partido al frente del Gobierno Español y, por tanto, la oposición directa al proceso de independencia. Tanto Esquerra Republicana de Catalunya como Ciutadans fueron la sorpresa en estas elecciones, obteniendo un mayor número de votos del esperado y usurpando terreno, respectivamente, a CiU y a PPC. Por su parte, el Partit dels Socialistes de Catalunya es parte del bipartidismo a nivel nacional y siempre ha sido la alternativa a CiU en Cataluña.

135 Diputados a elegir

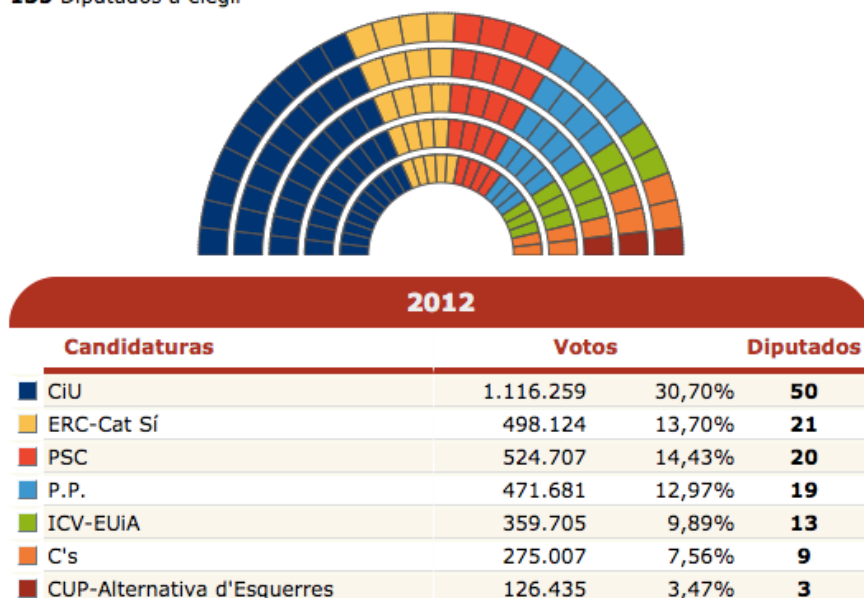


Figura 6. Resultados de las elecciones de 2012 al Parlament de Catalunya extraídos de la página web GenCat de la Generalitat de Catalunya

El corpus bajo análisis, como se ha especificado anteriormente, está conformado por los programas electorales de los partidos políticos seleccionados y los spots publicitarios creados por cada uno de ellos para las elecciones en cuestión. Este corpus se caracteriza por ser un conjunto de materiales pertenecientes a un género concreto como es el lenguaje político. Resulta importante destacar este aspecto ya que su objetivo es ideológico y, por tanto, se debe tener en cuenta el poder persuasivo que genera. Cabe destacar, asimismo, que en este trabajo sobre el discurso político no se ha llevado a cabo el análisis de los agentes políticos o la ideología del mensaje. Más bien, como ya hemos dicho, nuestro trabajo se inscribe en el marco de la Teoría de Marcos y nuestro principal objetivo ha sido estudiar los distintos marcos interpretativos de la independencia durante las elecciones de 2012.

Profundizando ahora en el porqué específico de escoger los programas y los spots publicitarios, comenzando con los primeros, los programas electorales constituyen un material de análisis que aporta una visión amplia de cómo entiende cada uno de los partidos el proceso de independencia catalán. Un programa político puede contar con el número de páginas deseado, sin un mínimo o un máximo, por lo que los partidos políticos pueden explayarse en sus explicaciones y dejar constancia de todo aquello que consideren. Es el único material comunicativo y político que permite esta libertad, pues, por ejemplo, los discursos, las intervenciones en televisión o incluso los propios anuncios publicitarios están limitados por un tiempo y unos formatos concretos. El segundo material de análisis que conforma el corpus son los spots publicitarios que cada uno de los partidos políticos realizó para la campaña de las elecciones de 2012. Gracias a este material, hemos sido capaces de observar cómo cada propuesta recogida en un programa electoral se traduce en un reducto en un spot publicitario, cómo se transformó el conjunto de información del programa en un elemento audiovisual de corta duración, vislumbrando lo que cada partido escogió especificar y lo que no. Con ello, la riqueza de contenido tanto implícito como explícito es evidente, y con ambos materiales abarcamos la propuesta política de cada partido en 2012.

No se debe olvidar, además, que previamente al análisis se ha llevado a cabo la lectura de literatura relacionada con la historia de Cataluña, del nacionalismo catalán y del proceso independentista que se pretende analizar. También se han tenido en cuenta previamente al análisis, datos cuantitativos procedentes del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) y Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) para comprobar la significación de los cambios sociológicos en el proceso independentista a lo largo del tiempo, situando uno de sus puntos clave en 2012. Asimismo, se ha seguido habitualmente los medios de comunicación (sobre todo los periódicos

más relevantes de España y Cataluña: El País y La Vanguardia), así como la comunicación a través de redes sociales y páginas web de interés como la de la Assemblée Nacional Catalana (ANC).

## 5. ANÁLISIS

El análisis emprendido en este Trabajo Final de Máster se fundamenta en los discursos generados durante las elecciones al Parlament de Catalunya en 2012 por los partidos políticos Convergència i Unió (CiU), Esquerra Republicana de Catalunya (ERC), Partit Popular de Catalunya (PPC), Ciutadans (C's) y Partit dels Socialistes de Catalunya (PSC). Ante la imposibilidad de estudiar la totalidad de actos comunicativos de cada uno de los partidos políticos, hemos escogido como material de análisis los programas electorales y los spots publicitarios presentados expresamente para las elecciones en cuestión por cada uno de los partidos ya mencionados. La decisión de esta selección reside en la contraposición de dichos productos comunicativos, de acuerdo con lo expuesto en el apartado anterior, pues en el primero los partidos son capaces de expresar todas y cada una de sus ideas sin preocuparse de un tiempo y un espacio mientras, en el segundo, el formato y el tiempo determinan un tipo de lenguaje conciso y persuasivo. Reuniendo ambos, generamos un conjunto de información que permite observar una misma propuesta en su totalidad.

Durante estas elecciones, cuatro de los partidos políticos seleccionados – exceptuamos en este caso a PSC – tomaron posiciones polarizadas respecto al proceso de independencia catalana que construyeron una relación de oposición entre PPC y C's, por un lado, y CiU y ERC por otro. El Partido Popular de Cataluña y Ciutadans se situaron en contra del proceso de independencia, mientras Convergència i Unió y Esquerra Republicana de Cataluña se posicionaron a favor. Profundizando en ambas posturas, comenzando con los primeros, podemos afirmar que se caracterizan por el notorio rechazo a la independencia catalana y a cualquier negociación entre su propuesta y la de aquellos a favor. Partiendo de la Constitución de 1978, defienden y justifican el marco legal español que imposibilita el proceso de independencia, y entienden el mero intento de secesión como un ataque a ese orden constitucional y a la estabilidad de España como país.

Ciutadans, partido que en aquel momento únicamente actuaba a nivel regional, presentó un programa titulado *Un proyecto para todos* acompañado del eslogan *Mejor unidos*. Se conformó por 29 páginas que destilaron la negación de Ciutadans al proceso de independencia de Cataluña, proponiendo en todos los casos acciones no ventajosas para la identidad o el pueblo

catalán. En base a los datos proporcionados por el proyecto *Regional Manifestos Project*<sup>2</sup>, el 9,8% de sus propuestas se podían calificar como centralizadoras, como se observa en la figura 7, el doble que las que propuso el PPC. Entre ellas encontramos la recuperación de corridas de toros, devolución de multas lingüísticas o la supresión del conocimiento del catalán para acceder a la función pública en Cataluña. En definitiva, Ciutadans no proponía ninguna idea acerca de aumentar el autogobierno de Cataluña ni defendía de alguna forma la identidad, cultura o lengua catalanas.

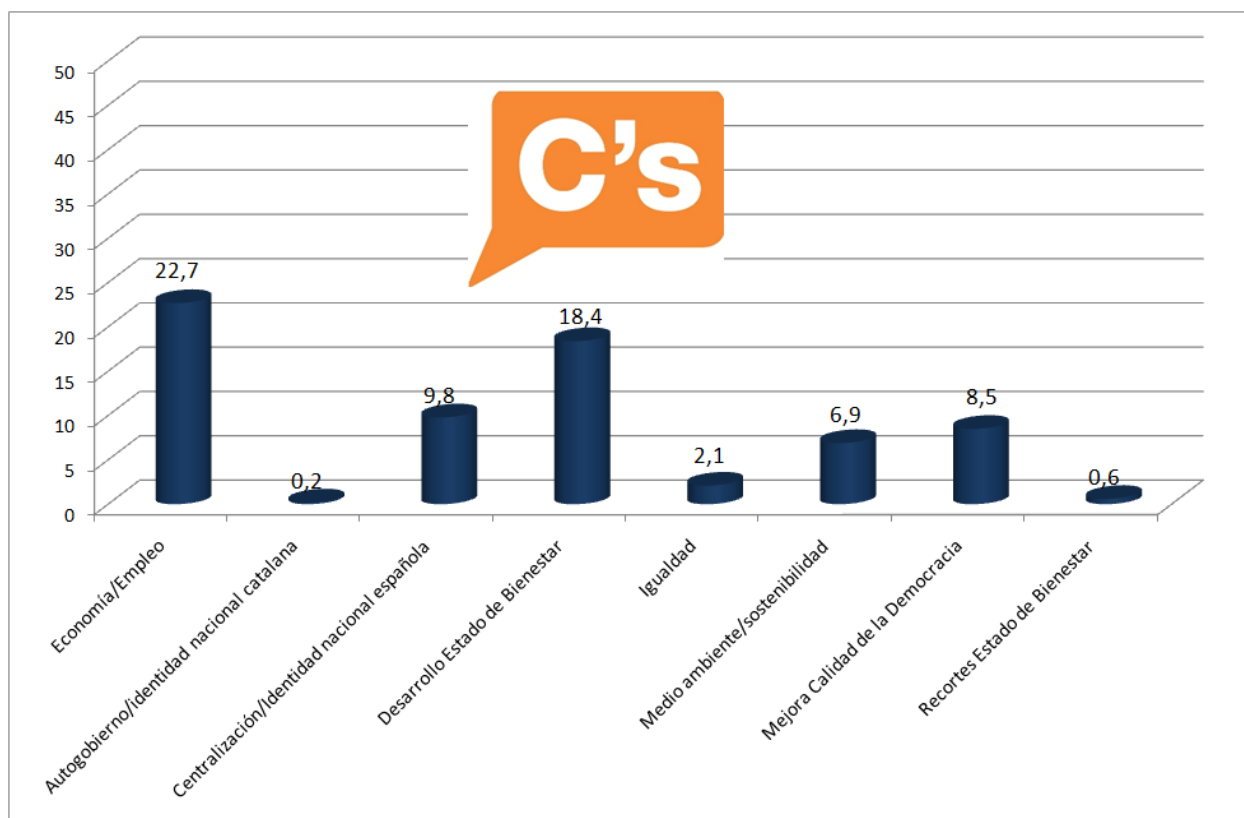


Figura 7. Gráfico elaborado por *Regional Manifesto Project* que muestra el porcentaje de los temas más enfatizados en el programa de Ciutadans de 2012 teniendo en cuenta el porcentaje de frases

<sup>2</sup> Proyecto surgido en 2010 financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España para medir las preferencias políticas de los partidos que compiten en elecciones regionales, empleando para ello el análisis de contenido cuantitativo de los programas electorales (análisis temático del programa electoral según el uso de palabras y frases). Disponible en: <http://www.regionalmanifestosproject.com>

En cuanto al PPC, presentó un programa electoral de 21 páginas titulado *Catalunya sí, España también* junto al eslogan *Juntos sumamos*. Destinó el 7,7% de sus oraciones al debate del proceso de independencia, pero, distinguiéndose del resto de partidos analizados, lo hizo defendiendo la identidad española, a la que dedicó un 5,8% como se puede ver en la figura 8. Asimismo, al igual que Ciutadans, abogó por la centralización en el gobierno español, aunque la “apuesta por la centralización y la españolización solo la defiende en Cataluña y en el País Vasco” (Regional Manifestos Project, 2013), en el resto de comunidades autónomas, el PPC alentó el autogobierno y la identidad autonómica más que la española.

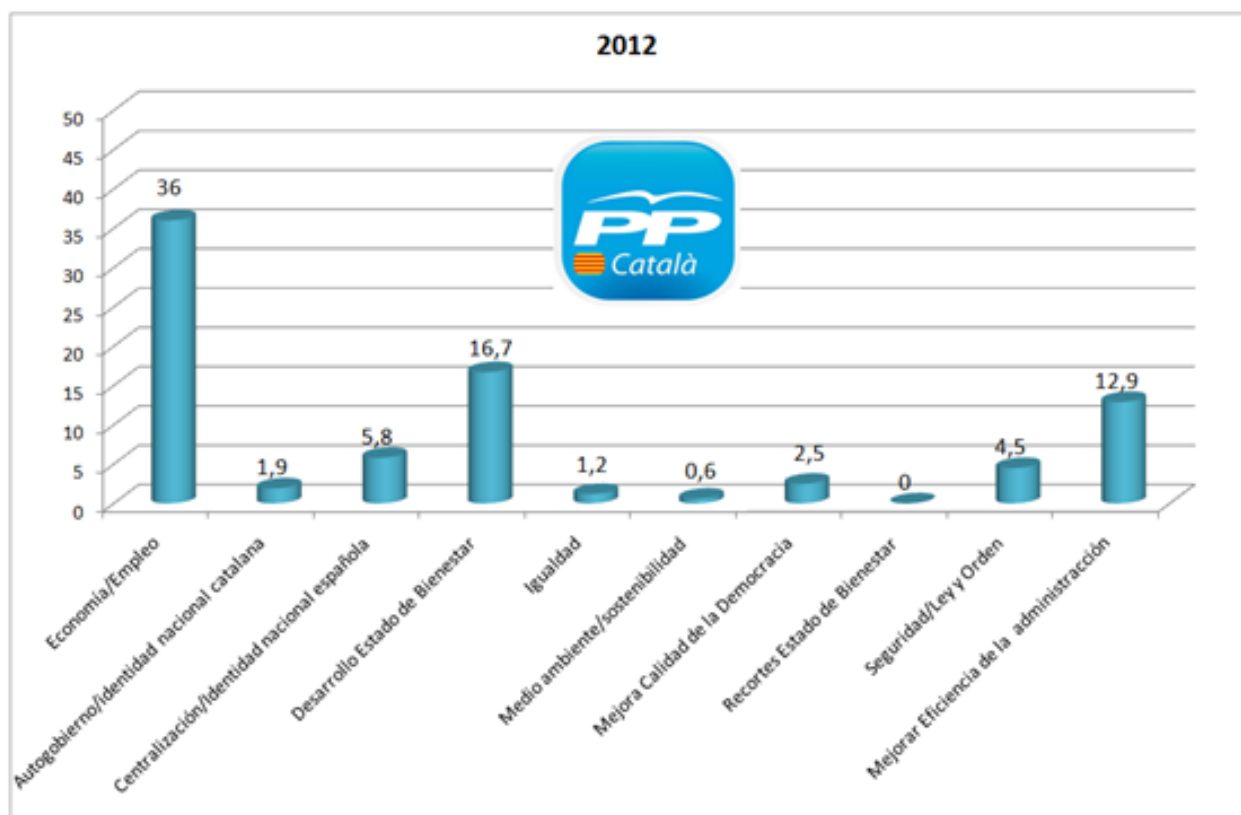


Figura 8. Gráfico elaborado por Regional Manifesto Project que muestra el porcentaje de los temas más enfatizados en el programa del Partido Popular Catalán de 2012 teniendo en cuenta el porcentaje de frases

Abordando ahora la postura de aquellos partidos a favor del proceso de independencia, CiU y ERC entienden la independencia como única solución al malestar social, cultural y económico de



la población catalana y la exigen mediante la conversión de lo que actualmente es la Comunidad Autónoma de Cataluña, en un Estado soberano no vinculado políticamente a España.

CiU presentó un programa de 150 páginas titulado *Catalunya 2020*. Para este partido político, las elecciones al Parlamento de Cataluña de 2012 representan un cambio significativo en relación a su postura ante el proceso de independencia, pues esta es la primera vez en la historia en la que *Convergència i Unió* se declaró independentista. Si bien es cierto que no empleó directamente la palabra independencia, es la primera ocasión en la que este partido político se declaró a favor de la consulta sobre la independencia y el proceso hacia la misma. En su programa de 2012 se hizo evidente el énfasis en la autodeterminación de Cataluña, su construcción como nación y la promoción de la cultura, la lengua y la identidad catalanas. En la figura 9 se muestra cómo las políticas de construcción nacional doblaron en número a las propuestas en 2010, pasando del 8,5% al 19%. Resulta palpable que el partido tomó la decisión de dejar la ambigüedad atrás y propuso directamente la necesidad de la constitución de Cataluña como un estado propio.

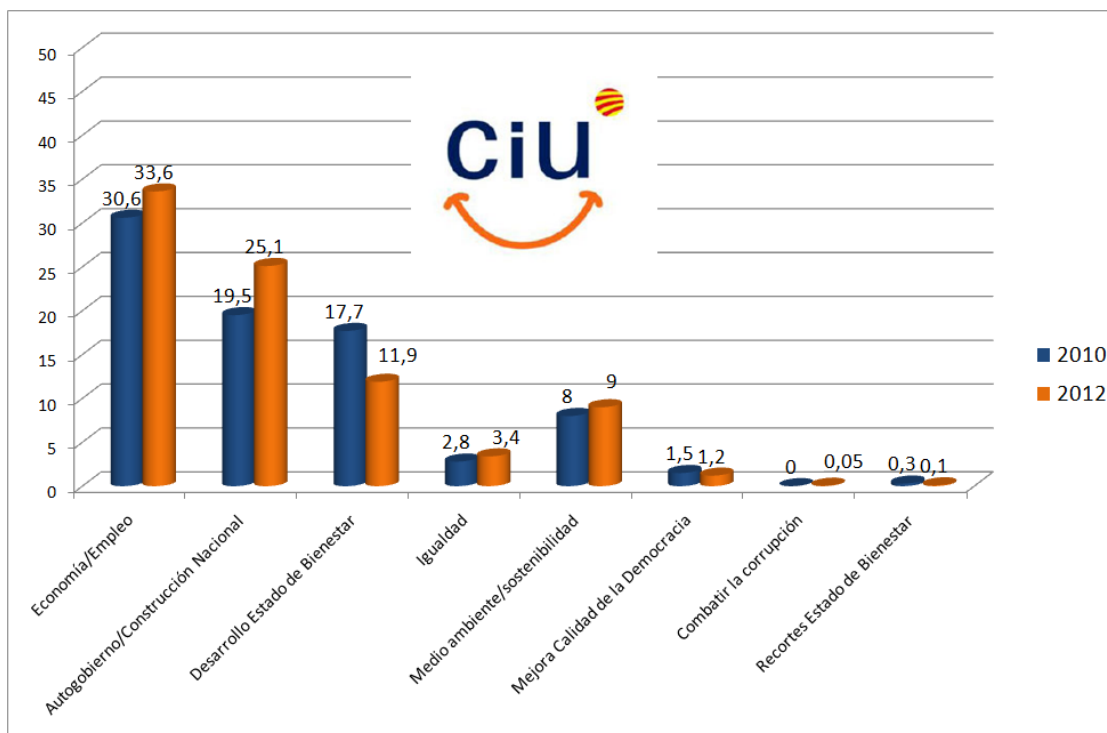


Figura 9. Gráfico elaborado por *Regional Manifesto Project* que muestra la comparación de los temas más enfatizados en los programas de CiU de 2010 y 2012 teniendo en cuenta el porcentaje de frases

Por su parte, la independencia de Cataluña siempre ha sido una prioridad en el programa electoral de Esquerra Republicana de Catalunya. Encontramos esta misma propuesta en todos los programas con los que se ha presentado a las elecciones desde 1980. El programa de ERC en 2012 se constituyó por 178 páginas bajo el título *L'Esquerra d'un nou país* junto al eslogan *Guanyem la independència*. Esquerra otorgó aproximadamente el mismo espacio a dos temas concretos: la construcción nacional catalana y la economía, como se observa en la figura 10. Concretamente, y remitiéndonos de nuevo al análisis de *Regional Manifestos Project*, “el 26% de las frases del programa en las que Esquerra habla de dar mayor poder al gobierno autonómico están dedicadas a la gestión económica” (Regional Manifestos Project, 2013). Asimismo, cabe destacar el alto porcentaje de frases acerca de la cultura y el deporte, dos aspectos importantes que actúan como transmisores de la identidad catalana.

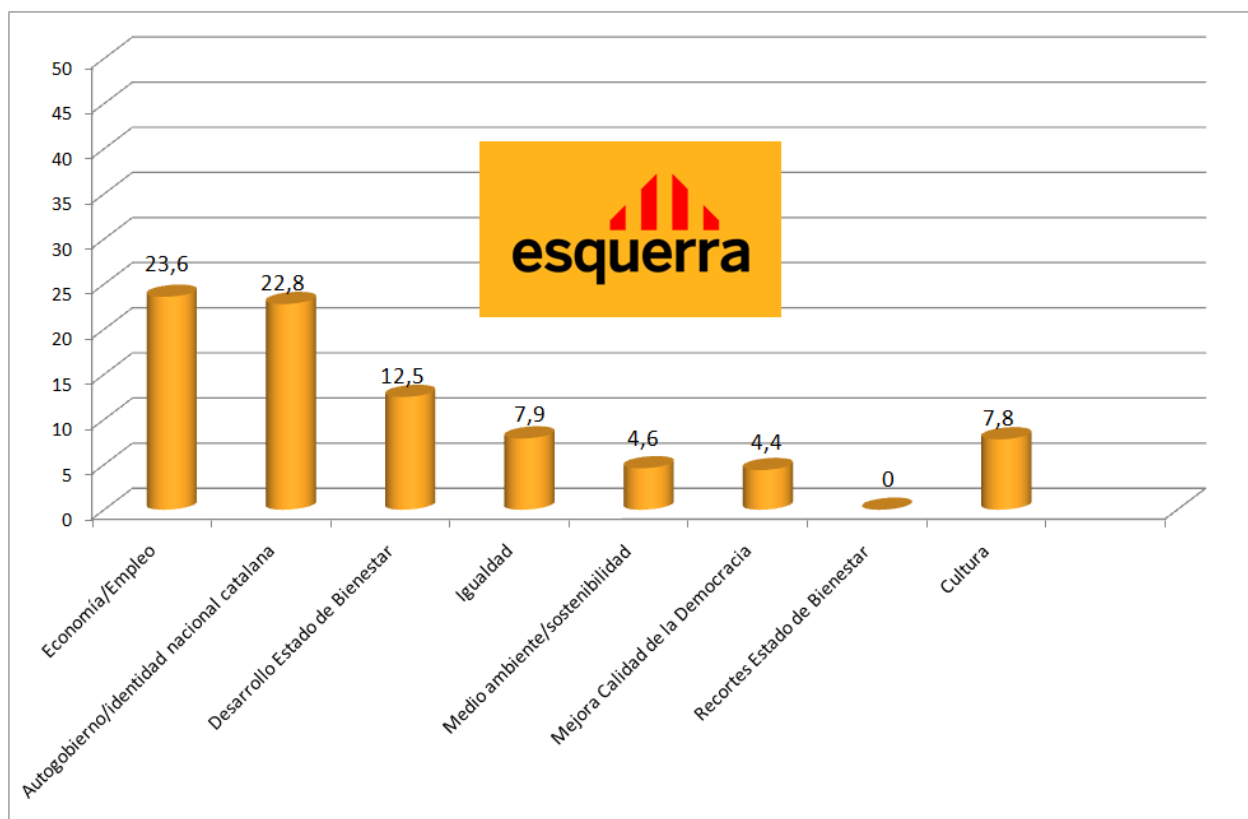


Figura 10. Gráfico elaborado por *Regional Manifesto Project* que muestra el porcentaje de los temas más enfatizados en el programa de Esquerra de 2012 teniendo en cuenta el porcentaje de frases

El caso de PSC, que habíamos dejado apartado momentáneamente, es diferente al de estos cuatro partidos. Durante las elecciones de 2012 al Parlamento de Cataluña, el PSC no se situó directamente a favor o en contra del proceso independentista. Presentó un programa electoral titulado *L'Alternativa sensata* de 114 páginas en el que defendió el derecho a decidir de los catalanes. Aunque si comparamos su programa con el de 2010, “el énfasis en propuestas relacionadas con la profundización del autogobierno o con la construcción nacional (4,5% en 2010; 5,5% en 2012) no ha aumentado apenas” (Regional Manifestos Project, 2013). El PSC apostó por el federalismo como solución al conflicto generado del proceso de independencia, pero como se observa en la figura 11, su foco de atención estuvo en las soluciones para salir de la crisis económica, a las que dedicó el 30% de su programa.

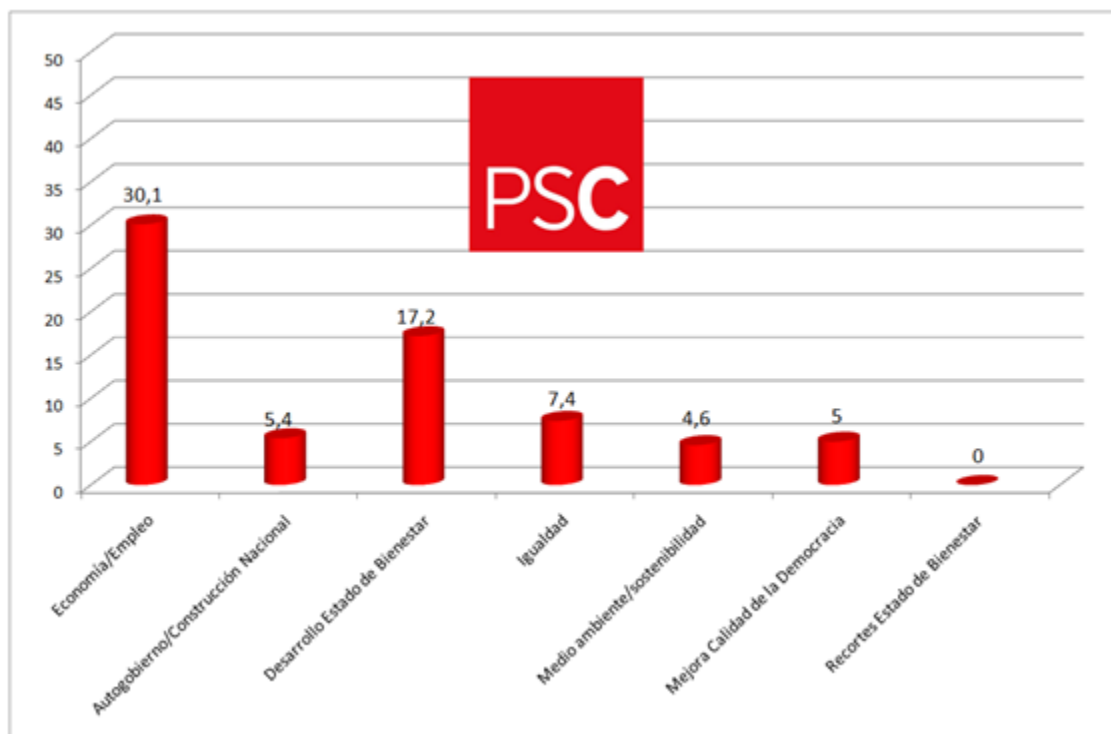


Figura 11. Gráfico elaborado por Regional Manifesto Project que muestra el porcentaje de los temas más enfatizados en el programa del PSC de 2012 teniendo en cuenta el porcentaje de frases

Pasando a realizar una revisión de los spots publicitarios dispuestos como objeto de análisis en este trabajo, comenzando por el Partit Popular de Catalunya, podemos destacar la realización de un spot central y tres secundarios<sup>3</sup>. El spot central, titulado *Tots som catalans*, introducía cinco personas distintas, todas ellas catalanas, pero todas ellas diferentes, celebrando la diversidad en orígenes, gustos futbolísticos y las distintas lenguas. Los spots secundarios son tres, y cada uno de ellos iba dirigido a los votantes de CiU, PSC y Ciutadans respectivamente. Los tres empezaban utilizando un corte de voz del líder del partido al que abordan en ese spot en concreto, para después interpelar al espectador con una pregunta directa. En el caso de CiU, PPC preguntaba al votante: “si eres un votante moderado, ¿por qué quieres lanzarte a una aventura separatista?”. Para dirigirse a los votantes de PSC, preguntaban: “si quieres defender Cataluña dentro de España, ¿por qué votar a un partido que no tiene una posición clara?”. Por último, a los votantes de Ciutadans, PPC los guiaba a la reflexión mediante la pregunta: “si quieres defender España, ¿por qué vas a votar a un partido que solo es catalán?”.

En cuanto a los spots publicitarios creados por Ciutadans, destacamos la realización de un único anuncio<sup>4</sup>, aunque de mayor duración que cualquier otro analizado en este trabajo, en el que diferentes personalidades del partido o afines a sus ideales, recitaban afirmaciones que apoyan la postura del mismo mediante testimonios e ideas personales. Por ejemplo, Javier Nart, abogado y candidato de C's, afirmaba que “España nos roba es una falacia, España se compone de ciudadanos, no de territorios” o César Cabo, periodista, destacaba que “el peor efecto de la independencia de Cataluña es que se van a romper muchas familias”.

Por su parte, CiU introdujo tres spots publicitarios<sup>5</sup> cuyo eje central era la figura de Artur Mas, el candidato a la presidencia. Los tres spots presentaban la misma estética e hilo musical con intención de otorgar unidad. Mientras dos de ellos se centraban en el discurso de Mas, el tercero

---

<sup>3</sup> Los spots de PPC se pueden visualizar en los siguientes links:

[https://www.youtube.com/watch?v=sTTIFaF\\_9xl](https://www.youtube.com/watch?v=sTTIFaF_9xl)  
<https://www.youtube.com/watch?v=rRxyqWIS2B4>  
<https://www.youtube.com/watch?v=HyAAYdFBMyE>  
<https://www.youtube.com/watch?v=uMmY6myBzQg>

<sup>4</sup> El spot realizado por Ciutadans para las elecciones de 2012 puede visualizarse en el siguiente link:

<https://www.youtube.com/watch?v=sKTIkrfTcA8>

<sup>5</sup> Los tres spots publicitarios realizados por CiU pueden visionarse en los siguientes links:

<https://www.youtube.com/watch?v=l-A3hAISNMU>  
<https://www.youtube.com/watch?v=vhiiSN9TnSg>  
<https://www.youtube.com/watch?v=n1szMIQOxHU>

otorgaba voz al pueblo de Cataluña mediante la aparición de diferentes personas confesando aquello que quieren y desean. Esquerra sigue la misma estrategia que CiU. En dos de sus spots<sup>6</sup> utilizaba a Oriol Junqueras, el candidato a la presidencia, como hilo conductor, así como la misma música y estética. Al igual que en el caso anterior, en el tercero se introducían las voces del pueblo de Cataluña, aunque como diferencia, Esquerra lo hizo desde la nostalgia y el recuerdo histórico. Situando la acción en un cementerio, se pretendía realizar un homenaje a todas aquellas personas que lucharon por las libertades de Cataluña en los momentos más adversos.

Por último, el Partit dels Socialistes de Catalunya, también presentó tres spots publicitarios<sup>7</sup>. Todos ellos siguieron el mismo hilo conductor en el que se mostraba al candidato del PSC, Pere Navarro, en el segundo plano de una confrontación entre dos personajes que pretenden representar a los candidatos de CiU y de PPC. En silencio, el candidato dejaba ver el sinsentido que supone la disputa para luego sobreponerse a la situación y plantear las ideas de PSC. Cada uno de los spots llevaba un título que indicaba el tema o la idea lanzada, estos son: personas, federalismo y proyecto.

Tras el análisis de los programas anteriormente presentados y de los spots publicitarios de cada partido político, hemos hallado seis marcos interpretativos del proceso de independencia de Cataluña durante las elecciones de 2012. Se debe tener presente que la temática abordada no es una realidad histórica cerrada, con unas características específicas y unos tiempos concretos. Es por tanto imposible afirmar que las conclusiones aquí extraídas se han mantenido en el tiempo. Más bien, con este estudio, se ha pretendido asentar el inicio de los modos de interpretación del proceso de independencia de Cataluña para comprender en mayor profundidad la situación actual.

---

<sup>6</sup> Los spots publicitarios creados por Esquerra Republicana de Catalunya están disponibles en los siguientes links:

[https://www.youtube.com/watch?v=0TyVE9hO\\_ig](https://www.youtube.com/watch?v=0TyVE9hO_ig)

<https://www.youtube.com/watch?v=-ihlfjDYQ3M>

<https://www.youtube.com/watch?v=BxTrM5loRvw>

<sup>7</sup> Los spots publicitarios de PSC se pueden visionar en los siguientes links:

<https://www.youtube.com/watch?v=6cSISBUN1uU>

<https://www.youtube.com/watch?v=rTzVoYU7w8A>

<https://www.youtube.com/watch?v=BeAXoQpTlok>

## 5.1. MARCOS INTERPRETATIVOS

De este modo, a continuación explicaremos cada uno de los marcos de interpretación construidos durante las elecciones de 2012. Cabe destacar que, aunque dichos marcos pueden ser exclusivos de un partido político, en muchos de los casos es más de uno el que contribuye a su creación, adaptándolo a su visión de la coyuntura. El primer marco interpretativo es *Unos buenos y otros malos*, utilizado por CiU, ERC, PPC y C's. Estos mismos partidos, comparten el segundo marco *Independencia, un negocio* y el tercero *Una parte por toda Cataluña*. El cuarto, *Un camino hacia la independencia*, es utilizado únicamente por CiU, mientras el quinto *Unidos, mejor* corresponde a PPC y C's. El sexto y último marco *Luchar discutiendo* es el que construye en exclusividad PSC. Con intención de clarificar el discurso, junto al desarrollo de cada uno de los marcos, se expondrán ejemplos numerados extraídos de los materiales de análisis.

### 5.1.2 UNOS BUENOS Y OTROS MALOS

Este marco interpretativo se basa en lo que el lingüista George Lakoff (1991) denomina el “cuento de hadas”, una metáfora mediante la cual se reconceptualiza una situación de la vida real como un determinado género de cuento. Cabe esclarecer, previamente a la profundización en su explicación, que la denominación “cuento de hadas” no implica fantasía, sino que el nombre viene dado porque los papeles que los actores asumen en el marco interpretativo y las situaciones que se desarrollan, coinciden con las particularidades de un cuento de hadas. Como explica Lakoff, un cuento de hadas se caracteriza por contar entre su elenco de personajes con un villano, una víctima y un héroe, como se observa en la figura 12. Un cuento de hadas, además, narra la inconfundible historia en la que un villano comete un crimen contra una víctima. Esto ocurre, “due to an imbalance of power and creates a moral imbalance” (Lakoff, 1991). Un crimen que, además, no resulta aislado, sino que se repite en el tiempo y es por lo que un héroe decide actuar para solventar la situación. Para ello, debe recorrer un arduo camino repleto de dificultades, idea que se relaciona con la metáfora de *Un camino hacia la independencia* como veremos más adelante.

Esta construcción narrativa conduce a la creación de un marco en el que existen buenos y malos. Como consecuencia de la construcción de la realidad mediante la metáfora del cuento de hadas, se entiende que el villano es malvado, por lo que el razonamiento, entendimiento o diálogo con

él está fuera de lugar. Al héroe no le quedará otra salida que comenzar una batalla para rescatar a la víctima. Como Lakoff indica, existe una asimetría construida en la metáfora del cuento de hadas, pues el héroe es moral y valiente mientras que el villano es amoral y despiadado. El héroe es racional, y aunque el villano sea astuto y calculador, no se puede razonar con él, por lo que la única opción del héroe es vencerle.

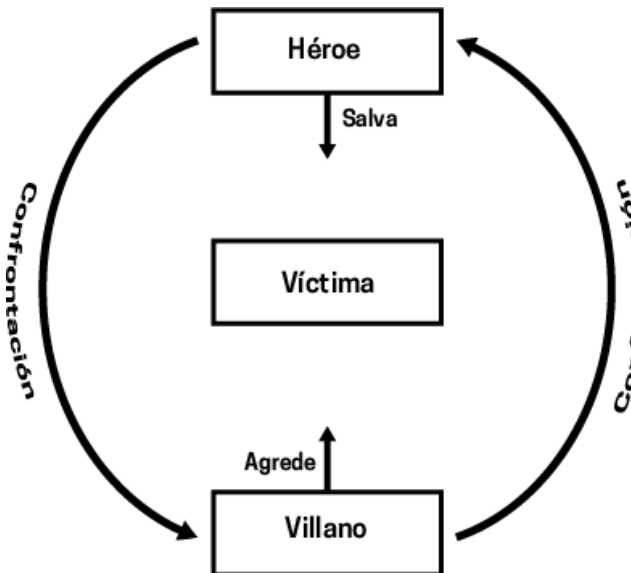


Figura 12. Esquema de elaboración propia para representar el frame “Buenos y malos”

Como ya hemos indicado, C’s, PPC, CiU y ERC construyen *Buenos y malos*, aunque según su posicionamiento a favor o en contra de la independencia otorgan papeles diferentes a los papeles característicos. Para Ciudadans y PPC el villano es el nacionalismo catalán, así como aquellos que lo representan y lo defienden, la víctima es el pueblo de Cataluña que se siente tanto español como catalán y que quiere que Cataluña siga siendo una comunidad autónoma de España. Como héroe, tanto PPC como C’s se identifican a sí mismos. Por su parte, CiU y ERC, colocan en el papel de villano a España y el Gobierno Español que no permite la independencia o la consulta sobre la independencia de Cataluña. La víctima sigue siendo en este caso el pueblo de Cataluña, que quiere decidir sobre su propio destino, pero le resulta imposible debido al impedimento de España. Del mismo modo que en el caso anterior, los propios partidos políticos se identifican a

sí mismos como héroes. Para ejemplificar cada una de estas dos construcciones, a continuación, mostraremos una serie de ejemplos extraídos de los materiales analizados.

Comenzando por aquellos partidos en contra del proceso de independencia, el discurso más claro es el de Ciutadans, que ya carga el preámbulo de su programa electoral de insidias contra el nacionalismo, al que responsabiliza de la actual situación de crisis política y económica de Cataluña. De este modo, se construye el papel de villano apuntando a aquellos que apoyan el nacionalismo catalán y están a favor del proceso de independencia. Como se observa en el ejemplo de (1), la clave reside en explicitar cómo los nacionalistas no son víctimas que se han de salvar, sino que construyen un discurso victimista, lo que le otorga un significado completamente diferente a la palabra “víctima”, repleto de injusticias hacia la ciudadanía. En el ejemplo de (2), Ciutadans construye el papel del nacionalismo como villano atribuyéndole directamente distintivos como deslealtad, vulneración de derechos y libertades e imposición de identidades.

1. “El nacionalismo, en nombre de Cataluña, no repara en llevar a cabo continuos discursos victimistas, constantes exigencias y desafíos al estado de derecho, así como imposiciones lingüísticas e identitarias que vulneran los derechos y libertades de una mayoría de la ciudadanía” (Ciutadans, 2012: 3)
2. “Estamos asistiendo también, por parte del nacionalismo, a la apropiación de las instituciones autonómicas para, por un lado y desde la más absoluta deslealtad, erosionar al Estado del que forman parte y, por otra, vulnerar los derechos y libertades de los ciudadanos, allí donde aquellos y estas colisionan con la nueva identidad colectiva que se quiere imponer” (Ciutadans, 2012: 5)



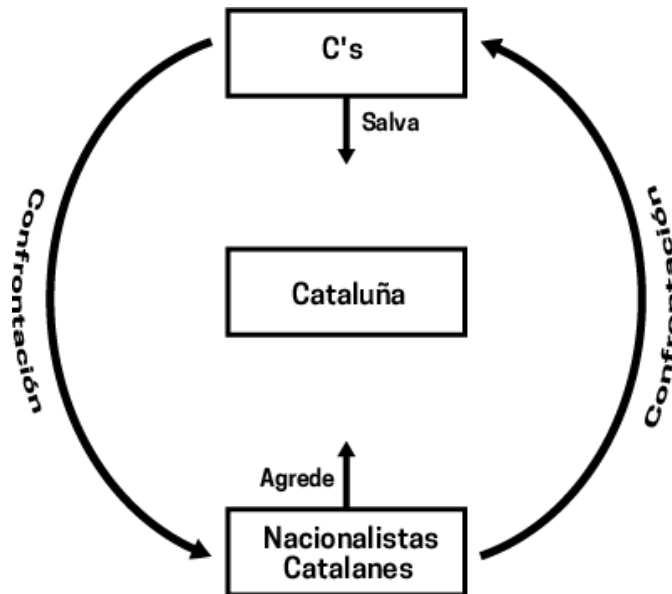


Figura 13. Esquema de elaboración propia para representar el frame “Buenos y malos” aplicado al discurso del partido político Ciutadans

Por su parte, el Partit Popular de Catalunya no identifica al villano directamente con la palabra nacionalistas, pero sí hace referencia al proyecto rupturista que “algunos” están emprendiendo y la irresponsabilidad del mismo. En el ejemplo de (3), se observa cómo haciendo referencia a los nacionalistas catalanes como “algunos”, el PPC es capaz de proyectar la ruptura en ellos situándolos como villanos y consigue, de este modo, ubicar al partido como héroe ofreciendo una Cataluña común. Por su parte, en el ejemplo de (4), el PPC es capaz de representar la incertidumbre hacia la que de nuevo “algunos”, haciendo referencia a los nacionalistas catalanes, pretenden guiar a la ciudadanía, situándolos nuevamente como villanos ya que resulta irresponsable guiar hacia un futuro incierto.

3. “Ante el proyecto rupturista de **algunos**, desde el Partido Popular Catalán queremos una Cataluña de todos y para todos” (PPC, 2012:5)
4. “**Algunos**, de manera irresponsable, dicen que tenemos que avanzar por un camino desconocido, planteando preguntas sin respuesta” (PPC, 2012:5)

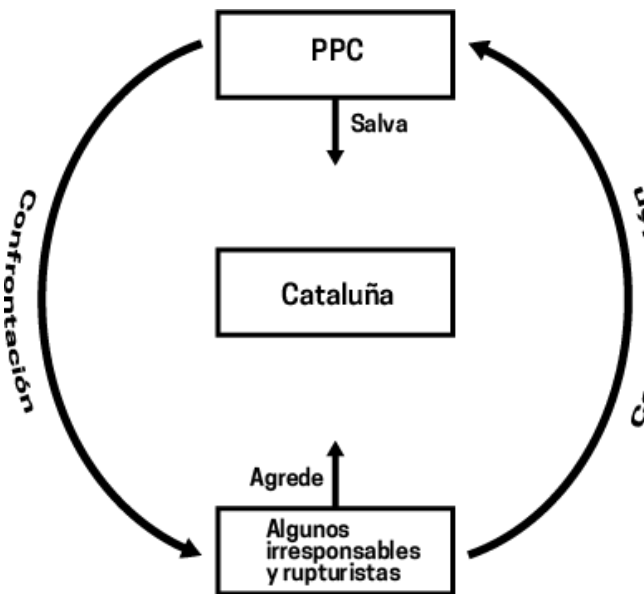


Figura 14. Esquema de elaboración propia para representar el frame “Buenos y malos” aplicado al discurso del partido político PPC

En este enfoque del marco *Buenos y malos*, el pueblo catalán se erige como la víctima de los actos de unos nacionalistas que, tanto PPC como Ciutadans, identifican como un grupo minoritario que no tiene en cuenta los deseos de la mayor parte de la sociedad de Cataluña. Ambos partidos políticos afirman que el proceso de independencia va en contra de aquellas personas que también se sienten españolas y, por tanto, los nacionalistas atentan contra el derecho de estas personas a identificarse como españolas. En el ejemplo de (5) y (6) haciendo referencia a “una mayoría de ciudadanos” y a “todos los catalanes”, Ciutadans y PPC identifican a la víctima, respectivamente, centrando su argumento en el derecho de la ciudadanía a elegir su identidad.

5. “Esa actitud ha arrinconado todo lo relacionado con España y ha marcado el perfil de unos gobiernos dedicados a la deconstrucción del estado marginando a una mayoría de ciudadanos que se sienten tan catalanes como españoles” (Ciutadans, 2012: 2).
6. “Garantizaremos a todos los catalanes su derecho a ser atendidos por las administraciones públicas en la lengua oficial que prefieran” (PPC, 2012:15)

Como ya habíamos señalado, los partidos políticos se constituyen como los héroes y salvadores del pueblo catalán. A través de sus ideas y propuestas para las elecciones, que llevarán a cabo y emprenderán si estos les conceden su voto, pretenden salvar a los catalanes de las injusticias nacionalistas. Como se observa en los ejemplos de (7-9), Ciutadans y PPC se designan respectivamente como el partido que salvará a Cataluña de la secesión si consiguen el voto de la ciudadanía.

7. “En C’s sabemos que el mejor porvenir para Cataluña y los catalanes, que el mejor y más próspero futuro está con España y Europa” (Ciutadans, 2012: 2)
8. “C’s ofrece un proyecto político de convivencia para todos aquellos que quieren seguir sintiéndose catalanes, españoles y europeos. C’s quiere representar y ser la voz de todos aquellos que prefieren pactar a romper y que piensan que la solución no es la ruptura, sino la convivencia” (Ciutadans, 2012: 3)
9. “Somos el voto útil para seguir juntos” (Anuncio PPC, 2012)

Recapitulando, PPC y Ciutadans construyen en su discurso para las elecciones de 2012 un cuento de hadas en el que ellos son los héroes, el nacionalismo catalán es el villano y el pueblo de Cataluña es la víctima. En oposición, Convergència i Unió y Esquerra Republicana de Cataluña otorgan papeles completamente opuestos a los protagonistas del cuento de hadas. Aunque la víctima sigue siendo el pueblo de Cataluña, en este caso el villano es España y el héroe son CiU y ERC, en cada caso respectivamente. Profundizando en esta perspectiva, como se puede observar en los ejemplos de (10) y (11), tanto Convergència como Esquerra, esclarecen cómo España nunca ha respetado los deseos de Cataluña o la expresión de la identidad catalana, pese al bienintencionado intento de los propios catalanes de encontrar un hueco para encajar en el país. De este modo, España queda definida como el villano que a lo largo de los años ha estado menospreciando Cataluña y la manifestación de su cultura.

10. La resposta de l'Estat espanyol al llarg d'aquestes darreres dècades no ha estat pas de lleialtat vers les reivindicacions i els sentiments del poble de Catalunya [...] No és una novetat; tristament, aquesta és la resposta que sempre s'ha trobat el catalanisme polític quan ha intentat aconseguir un encaix a Espanya que respectés el dret de Catalunya a disposar d'una identitat pròpia. I aquesta resposta és independent de les èpoques, dels sistemes polítics i dels governs que han estat al capdavant de l'Estat” (CiU, 2012:9)

11. “L'Estat espanyol ha negat reiteradament l'encaix de Catalunya i ha bandejat les seves necessitats i demandes legítimes i democràtiques; en un procés en què l'Estat espanyol ha optat clarament per la construcció d'un únic pol polític i econòmic autocentrat a Madrid, ha negat Catalunya com a subjecte polític i nacional i ha incomplert reiteradament qualsevol tipus d'acord polític o econòmic; en un procés en què l'Estat espanyol ha volgut eliminar la realitat cultural, històrica i lingüística” (ERC, 2012:9)

Yendo un paso más allá, CiU hace patente que los injustos actos de España no quedan simplemente en un pasivo rechazo, sino que se han producido actos activos de menosprecio hacia el pueblo catalán, como se exterioriza en el ejemplo de (12).

12. “Es va iniciar una campanya de desprestigi i d'atac a Catalunya per part del PP i dels sectors més espanyolistes” (CiU, 2012:10)

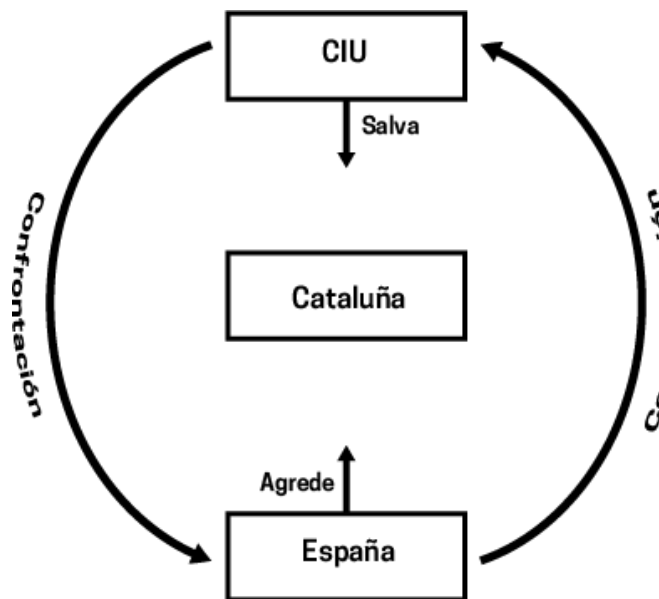


Figura 15. Esquema de elaboración propia para representar el frame “Buenos y malos” aplicado al discurso del partido político de CiU

Las enunciaciones de ERC se dirigen en la misma línea. En el ejemplo de (13) se esclarece cómo España no ha permitido a Cataluña decidir sobre su propio futuro, enmarcándola como el villano. Y, no centrándose solamente en agresiones pasadas, ERC propone soluciones abogando por la justicia internacional si España decide mantener su oposición a la consulta y la independencia, como se deduce del ejemplo de (14), en el que el partido político define a España como antidemocrática.

13. “Fins avui, l'Estat espanyol ha negat qualsevol diàleg i la possibilitat de la consulta al poble català sobre el seu futur” (ERC, 2012:8)
14. “Aquest fet, obvi per a la majoria dels catalans i les catalanes, ha de ser visible internacionalment per posar en evidència l'antidemocràtica posició espanyola i la situació de tensió política generada en no oferir cap sortida democràtica a Catalunya” (ERC, 2012:9)

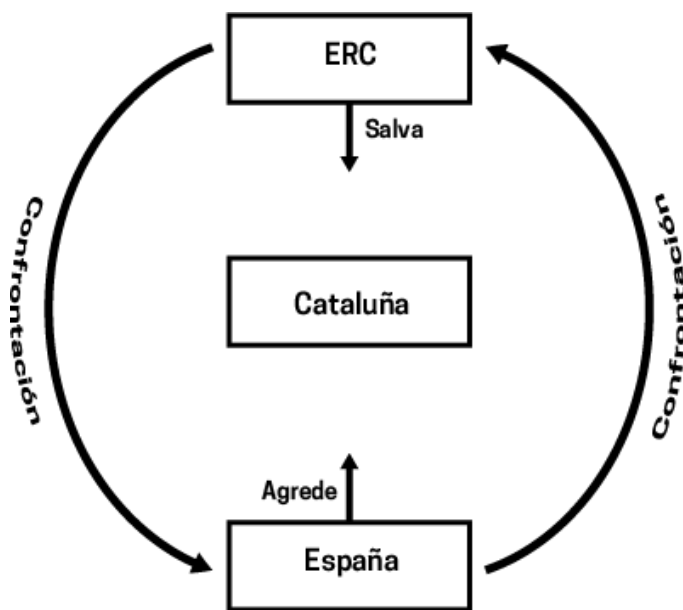


Figura 16. Esquema de elaboración propia para representar el frame “Buenos y malos” aplicado al discurso del partido político ERC

La víctima en este cuento de hadas creado por CiU y Esquerra es, de nuevo, el pueblo de Cataluña. Aunque en esta ocasión, al tratarse de un villano y un héroe diferentes, la agresión es distinta. En los ejemplos de (15-17), se muestra cómo España está privando de libertad a los catalanes para decidir sobre su propio futuro, por lo que imposibilita al pueblo de Cataluña a cumplir sus sueños y a emprender un camino hacia la prosperidad económica y la libertad cultural.

15. “Catalunya té dret a decidir el seu futur i ha arribat el moment de poder exercir aquest dret” (CiU, 2012:12)
16. “Serà el poble de Catalunya el que s’expressarà i haurà de decidir” (CiU, 2012:13)
17. “El poble català és qui s’ha de consultar a l’hora de decidir la relació política que vol establir amb la resta de pobles i estats del món” (ERC, 2012:6)

Dado que Cataluña es incapaz de lograr la independencia por imposición del Gobierno Español, los dos partidos políticos en cuestión se personifican como los héroes que lograrán la consecución de los deseos de los catalanes, a quienes se está reprimiendo y negando sus derechos. En el ejemplo de (18), Esquerra dilucida cómo desde sus inicios, la independencia ha sido su objetivo, cómo ha luchado por conseguirla y cómo gracias a todo su trabajo, en el momento histórico en el que Cataluña se encuentra actualmente, no hay nadie mejor que ellos para hacer posible los deseos de los catalanes. Yendo más allá, en el ejemplo de (19), ERC ofrece políticas específicas respecto a la independencia, prometiendo a los votantes hechos concretos sobre los que sustentarse para decidir a quién otorgar su voto. Por su parte, en el ejemplo de (20), CiU mediante la figura de Artur Mas se posiciona como el héroe que siempre estará dispuesto a actuar, a salvar al pueblo de Cataluña.

18. “A Esquerra fa molts anys que lluitem per assolir-ho. I ara som immensament feliços d’haver contribuït a que avui la independència sigui el gran desig i la gran il·lusió del nostre poble. Cal seguir treballant com mai per fer-ho possible. I a Esquerra Republicana ho sabem fer. Farem un nou país per a tothom” (Anuncio ERC, 2012)
19. “ERC és l’únic partit de l’arc parlamentari català que proposa un rumb clar per tots dos dilemes: en l’àmbit social, avançar cap al model escandinau de producció i repartiment de la riquesa; en l’àmbit nacional, convertir Catalunya en un Estat independent dins la

UE, amb vistes a aconseguir més d'hora que tard la independència i la reunificació del conjunt dels Països Catalans” (ERC, 2012:111)

20. “Jo estic i estaré al vostre costat [...] Convergència i Unió, fem-ho possible” (Anuncio CiU, 2012)

Otorgando papeles de buenos y malos, las acciones que CiU y Esquerra puedan llevar a cabo para salvar al pueblo de Cataluña están justificadas bajo bases morales: el bien siempre tiene que acabar ganando al mal. El héroe tiene que ganar al villano. Así pues, como sabemos, tras el rechazo por parte del Tribunal Constitucional del Estatuto de Autonomía de 2006, Cataluña comenzó un nuevo período en su historia, como se observa en los ejemplos de (21) y (22), comenzando de esta forma el discurso basado en el derecho a decidir de los catalanes. Esto es, ya no únicamente pidiendo la independencia, sino simplemente reclamando el derecho a votar acerca de ella, pues no permitirlo resulta totalmente antidemocrático y otorga a los partidos a favor del proceso de independencia la libertad para actuar dentro de un rango mucho más amplio, incluso aunque escape a la legalidad planteada por España. Tras la negativa del Estatuto por parte de España, todo diálogo quedó descartado y se comenzaron a emprender acciones más agresivas, como se observa en el ejemplo de (23), que quedan justificadas ante la sociedad debido a esta construcción de los partidos políticos como héroes, por tanto, como buenos y morales.

21. “El 20 de setembre, el president de la Generalitat va acudir a la Moncloa amb aquest mandat del Parlament, i en definitiva, del poble de Catalunya. I la resposta del president del Govern espanyol va ser un “no” rotund. Un “no” a la proposta en sí i, per damunt de tot, un “no” a negociar” (CiU, 2012:11)
22. “El procés d'emancipació nacional s'ha accelerat arran del rebuig de l'Estat Espanyol al nou model d'encaix proposat pel poble català amb l'Estatut d'Autonomia de 2006, amb el moviment de consultes populars i, molt especialment, amb la manifestació del passat Onze de Setembre, que ens situa en un nou escenari” (ERC, 2012:4)
23. “En el cas que l'exercici del dret a decidir fos impedit o bandejat, el Parlament de Catalunya, legalment constituït, ho i apel·lant al principi democràtic internacional, declararia unilateralment la independència” (ERC, 2012:8)

Para concluir con este marco interpretativo, podemos afirmar que tanto por parte de CiU y ERC como por parte de C's y PPC se define el proceso de independencia de Cataluña desde el terreno moral. Como se deduce de lo anteriormente explicado, en el discurso político de los cuatro partidos, la situación del proceso de independencia queda definida metafóricamente a partir de la estructura de un cuento de hadas, lo que permite definir unos buenos y unos malos. Dicha metáfora se relaciona inevitablemente con otra: el enemigo como demonio, en la que el villano queda definido como malo, lo que posibilita y permite cualquier acción por parte del héroe, como se ha explicado en el caso de los referéndums de Cataluña calificados como ilegales por España. Desde esta perspectiva, la sociedad puede quedar dividida en dos bandos, aquel en el que los nacionalistas son los héroes y España es el villano, o en el que España es el héroe y los nacionalistas son los villanos. Según la visión que cada individuo decida adquirir, la estructura de la realidad en la que se vive será completamente diferente.

### 5.1.2 INDEPENDENCIA, CONTABILIDAD

El marco que aquí llamamos *Independencia, contabilidad*, utiliza otra metáfora con la que construir la realidad: la Metáfora de Clausewitz, que Lakoff define como “la guerra es política hecha de otra forma” (Lakoff, 1991: 3) y que entiende la política como un negocio. Su comprensión implica necesariamente la explicación de dos ideas. Por un lado, la metáfora de Clausewitz da por entendida la metáfora del Estado como persona, en la que un estado político es conceptualizado como una persona, y las mismas características que podríamos otorgarle a un individuo, se transfieren al Estado. De esta forma, del mismo modo que una persona tiene cierto carácter, puede ser impulsiva o más comedida, tranquila o más agresiva, activa o más bien pasiva, y al igual que una persona vive en un marco de relaciones formado por amigos y enemigos, un estado también se definirá por este tipo de características.

Centrando el aspecto que nos interesa en la metáfora de Clausewitz, una persona siempre busca estar saludable y alcanzar un bienestar, al igual que un Estado, en el que el bienestar se entiende en términos económicos. Cuanta mayor riqueza posee un Estado, más saludable estará. Esta metáfora genera una transformación de términos de ámbito cualitativo, como son las cualidades de una persona, a aspectos cuantitativos. Es decir, ya no hablamos de que España merma la cultura catalana, como *Convergència i Unió* expone en su programa electoral, ahora se hace



referencia a “els 16.000 milions d’euros que cada any marxen de Catalunya i no tornen” (CiU, 2012: 16), lo que afecta a la salud de esta comunidad autónoma.

Por otro lado, en cuanto a la segunda idea, dentro de las ciencias sociales, se entiende que una persona es racional cuando actúa según el propio interés, esto es, maximizar el propio bienestar. Si hemos dicho que en un estado el bienestar es la riqueza, esta mirada de la acción racional se traduce en maximizar las ganancias y minimizar las pérdidas, es decir, la racionalidad se convierte en la maximización del beneficio. El estado será un actor racional cuyas acciones se convierten en transacciones cuyo fin es maximizar los beneficios y minimizar los costes. Adaptando estas dos ideas a la metáfora de Clausewitz, el Estado entendido como persona y la racionalidad como la maximización del beneficio, el proceso de independencia de Cataluña se convierte en una transacción característica del ámbito de los negocios y, en estos términos, el proceso de independencia estaría justificado si las ganancias superan las pérdidas.

Asimismo, cabe destacar que la metáfora de Clausewitz solo permite justificación pragmática, pero, como ya hemos explicado, la metáfora del cuento de hadas admite la justificación moral en la que los actos del héroe quedan justificados al enfrentarse a un villano. Complementándose, los sacrificios que el héroe hace en el cuento de hadas serán los costes en la metáfora de Clausewitz y la victoria serán las ganancias. De este modo, a continuación, explicaremos el uso de la metáfora de Clausewitz por cada uno de los partidos políticos mediante ejemplos, empezando por aquellos en contra del proceso soberanista, PPC y Ciutadans, y acabando por aquellos a favor, CiU y Esquerra.

Tanto Ciutadans como PPC centran su crítica en el uso del proceso soberanista como salvoconducto utilizado por los nacionalistas para evitar los verdaderos problemas económicos de Cataluña, mediante la reorientación de la atención de la sociedad catalana hacia la independencia alejándola directamente de los asuntos económicos. Concretamente, centran esta crítica en CiU, el partido en ese momento en el poder, cuya gestión ha sumido a Cataluña en crisis. Debemos destacar, además, tres aspectos a los que Ciutadans y PPC aluden continuamente. Primero, la vulneración de los derechos y libertades. Segundo, el marco legal en el que se debe entender el proceso de independencia y, tercero, cómo culpabilizan a los nacionalistas de haber emprendido la batalla contra España. Como ya habíamos comentado en *Buenos y malos*, podemos afirmar que, de manera directa y clara, tanto PPC como Ciutadans se acogen a la legalidad para oponerse al proceso soberanista de Cataluña y lo utilizan como

argumento de desacreditación. Sin embargo, otros dos de los principales argumentos utilizados para atacar el discurso independentista son la pertenencia a Europa y la crisis económica, como se observa en los ejemplos de (24-29). Si se produce la ruptura, Cataluña dejará de formar parte de España y, por tanto, de Europa, lo que perjudicará su economía. En este tipo de argumentos, tanto Ciutadans como PPC están concretando aspectos cualitativos, relacionados con el bienestar, en términos que se pueden cuantificar.

24. “Si permanecemos unidos, los beneficios económicos y sociales son mayores que con la independencia” (Ciutadans, 2012: 3)
25. “Con la separación de Cataluña del resto de España, grandes y pequeñas empresas de Cataluña se verían afectadas por la entrada en vigor de unos aranceles para las exportaciones o el uso de una moneda distinta al euro” (Ciutadans, 2012: 3)
26. “Apostamos por seguir siendo parte de la Unión Europea y que lo más importante es, hoy, trabajar y dedicar todos nuestros esfuerzos a salir de la crisis” (PPC, 2012: 5)
27. “Piensa que la separación sería perjudicial, no sería solo una separación de España, sino de una separación de Europa, del mundo libre y de la razón” (Arcadi Espada en el spot publicitario de Ciutadans, 2012)
28. “Es un grave error querer romper con el resto de España, porque esta ruptura conllevaría romper con la Unión Europea” (PPC, 2012:5)
29. “Nos jugamos algo muy importante, los sentimientos, pero algo que es quizá igual de importante, nos jugamos salir de Europa, empobrecer nuestro país, empobrecer Cataluña” (Miguel García en el spot publicitario de Ciutadans, 2012)

Respecto a los partidos a favor del proceso de independencia, su argumento se sustenta sobre el saqueo económico que España está realizando de Cataluña, la comunidad autónoma más próspera del país. Partiendo de este fundamento, se introduce la idea de Cataluña como víctima económica, en la que se entiende que, si Cataluña fuese independiente, sería más próspera y, por tanto, la población viviría mejor. De ahí que deban ser independientes para tener un sistema fiscal propio. Centrándonos en ejemplos concretos, el título del primer capítulo del programa electoral de ERC es “El derecho a decidir para superar la crisis”, en el que ya se observa claramente la vinculación entre el proceso de independencia y la prosperidad económica. En los

ejemplos de (30-32), podemos observar cómo la independencia se relaciona con la economía en un “vivir mejor” del pueblo catalán.

30. “No volem renunciar al que som, i al mateix temps, aquesta és la via que ens permetrà viure millor” (CiU, 2012:9)
31. “Es tracta de poder viure d’acord amb la potencialitat de Catalunya. Cal tenir present que Catalunya té una dimensió econòmica similar o superior a la de Finlàndia, Txèquia, Bèlgica, Portugal, Irlanda o Dinamarca. I es tracta de viure d’acord amb els recursos que generem els mateixos catalans i les empreses catalanes. I en aquest sentit, cal no perdre de vista els 16.000 milions d’euros que cada any marxen de Catalunya i no tornen” (CiU, 2012:16)
32. “Viure millor significa que, en aquests moments, es podria afrontar la crisi econòmica amb millors garanties que es pot fer a hores d’ara” (CiU, 2012:16).

Como se deduce de lo anteriormente explicado, ambos partidos creen necesaria la construcción de un estado catalán soberano para poder vivir mejor y gestionar personalmente los inmensos recursos económicos que generan los catalanes. Cataluña ha llegado a un punto histórico en el que la única solución para que todos los catalanes vivan como merecen, es la independencia.

Para concluir con este marco interpretativo en el que los cuatro partidos políticos presentan el proceso soberanista en clave de negocio, podemos volver a afirmar que se crean dos realidades polarizadas. Por un lado, España como saqueadora de la riqueza de Cataluña, mientras, por otro, se entiende la independencia como un recurso de los nacionalistas para esconder la verdadera situación de Cataluña. En el primer caso, la independencia se convierte en una necesidad para vivir mejor. En el segundo, en una realidad imposible que la Constitución no contempla y que, por tanto, vulnera los derechos de los ciudadanos. Si unimos el primer marco con el segundo, como hemos dicho en un principio, la parte moral del cuento de hadas con la parte pragmática de la metáfora de Clausewitz, España es el villano en la realidad de CiU y Esquerra porque roba los recursos económicos de los catalanes. Por otra parte, los nacionalistas siguen siendo el villano para PPC y Ciudadans porque ocultan la verdad al pueblo catalán y no realizan una buena gestión económica.

### 5.1.3 UNA PARTE POR TODA CATALUÑA

Como hemos indicado al inicio de este análisis, este es el tercer y último marco compartido por CiU, Esquerra, Ciutadans y PPC, que se basa en el concepto de metonimia, tropo que permite utilizar una entidad para referirnos a otra que está relacionada con esta. En el discurso político de estos cuatro partidos, encontramos un caso especial de metonimia: la sinécdoque, en la cual se toma la parte por el todo, de ahí el título *Una parte por toda Cataluña*.

En este marco interpretativo, en el caso de C's y PPC, se entenderá que su víctima, aquellos que se sienten tanto españoles como catalanes, son la mayoría en Cataluña, mientras aquella parte de la población a favor del proceso de independencia son una minoría. Sin embargo, la víctima establecida por CiU y ERC, aquellos catalanes que desean la independencia, son la mayoría en la comunidad autónoma, incluso hacen referencia a esta parte como la totalidad de la sociedad catalana. Es decir, tanto para CiU como para ERC, toda Cataluña está a favor de la independencia. De este modo, los primeros introducen en su discurso la alusión a “todos los catalanes” y la “mayoría”, como se observa en los ejemplos de (33) y (34), refiriéndose a aquellos en contra del proceso de independencia. Como se observa en el ejemplo de (35), “algunos”, hace referencia una parte, una minoría de la sociedad catalana, que está a favor de la independencia.

33. “Un gran proyecto de futuro para todos los catalanes” (PPC, 2012: 5)
34. “El camino emprendido por los que quieren la ruptura con España ha despilfarrado talento y recursos en crear estructuras como si Cataluña fuera un estado; esa actitud ha arrinconado todo lo relacionado con España y ha marcado el per I de unos gobiernos dedicados a la deconstrucción del estado marginando a una mayoría de ciudadanos que se sienten tan catalanes como españoles” (Ciutadans, 2012: 3)
35. “Algunos, de manera irresponsable, dicen que tenemos que avanzar por un camino desconocido, planteando preguntas sin respuesta.

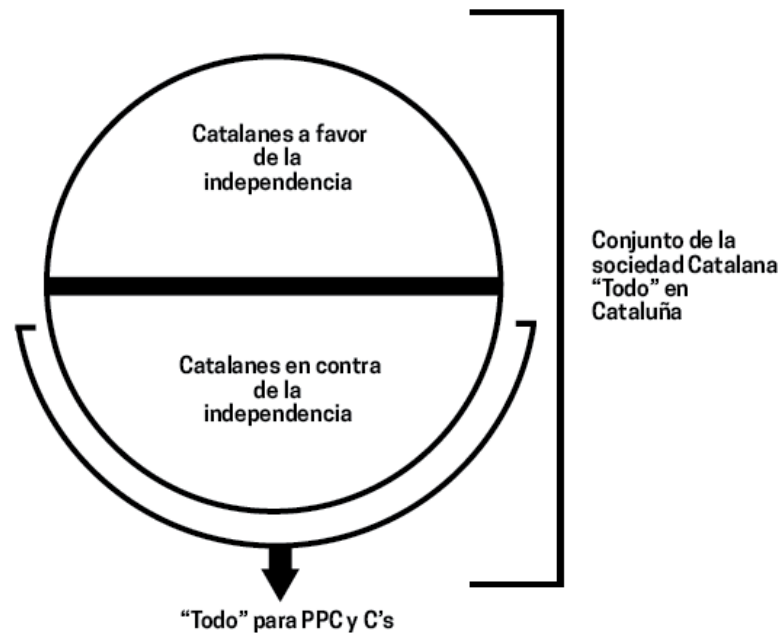


Figura 17. Esquema de elaboración propia. Representación del marco interpretativo “Una parte por toda Cataluña” en el discurso de PPC y C’s

Por su parte, CiU y ERC hablan de Cataluña como conjunto de personas con un único deseo. Son todos los catalanes, es Cataluña, la que ambiciona la independencia. Por ello, utilizarán expresiones como el “pueblo de Cataluña”, “nuestro pueblo”, “Cataluña” o los “catalanes”, como se observa en los ejemplos de (36) y (37), para referirse a aquellos a favor del proceso independentista.

36. El procés d’emancipació nacional s’ha accelerat arran del rebuig de l’Estat espanyol al nou model d’encaix proposat pel poble català (ERC, 2012: 6)
37. “I ara som immensament feliços d’haver contribuït a que avui la independència sigui el gran desig i la gran il·lusió del nostre poble” (Anuncio ERC, 2012)

El enfoque de cada uno de los partidos políticos confiere una interpretación distinta al proceso de independencia de Cataluña. Si nos centramos únicamente en el discurso de PPC y Ciudadans, aquellos en contra del proceso de independencia son la mayoría en Cataluña y, por tanto, la

independencia no tendría ningún sentido porque sería una minoría extremista la que la está solicitando. Por otro lado, focalizándonos en la parte de la realidad que ERC y CiU destacan, veríamos que aquellos a favor del proceso de independencia de Cataluña son todos los catalanes, todo el pueblo catalán, por lo que no escucharle y negarle la independencia es ir en contra de los deseos de la ciudadanía. Como se observa en las figuras 17 y 18, la realidad es que en la sociedad catalana existen personas a favor y en contra de la independencia, pero los partidos políticos focalizan su discurso en la parte que les interesa para la consecución de sus objetivos.



Figura 18. Esquema de elaboración propia. Representación del marco interpretativo “Una parte por toda Cataluña” en el discurso de CiU y ERC

#### 5.1.4 UN CAMINO HACIA LA INDEPENDENCIA

Este marco es utilizado de manera recurrente por Convergència i Unió, sobre todo en sus spots publicitarios. Para su explicación, se debe hacer referencia a la metáfora conceptual “la vida es

un camino”, que forma parte de nuestra cultura e imaginario social. En esta metáfora, se entiende que la vida es un camino que debemos recorrer. Profundizando en su significado, todo camino tiene un sentido y un para qué, al igual que tratamos que nuestra vida lo tenga. De este modo, se asocian aquellos elementos propios de un camino a nuestra vida: un destino, los propósitos y dificultades que se convertirán en impedimentos. Esta metáfora se convierte en el discurso de CiU en “la independencia es un camino”, en la que se conceptualiza el proceso de independencia como un camino a recorrer por el pueblo catalán, que unido por un mismo propósito se constituye como el caminante. En este caso, el propósito de este camino es conseguir la independencia. Las dificultades que el pueblo catalán encuentra a lo largo del camino, por ejemplo, que España no la permita, son los impedimentos que juntos deben solucionar.

Asimismo, se debe tener en cuenta que recorrer un camino implica ir hacia delante, esto es, significa avanzar. Remitiéndonos en este punto a las metáforas orientacionales de Lakoff y Johnson explicadas en *Metáforas de la vida cotidiana* (1980), la orientación delante y detrás la reciben aquellos objetos que se mueven, y en nuestra lengua el tiempo se estructura mediante la metáfora “el tiempo es un objeto que se mueve”, como se observa en ejemplos como “preparado para las semanas que tenemos por delante” o “ansío que llegue la navidad”. El tiempo, por tanto, recibe esta orientación delante y detrás, situándose el futuro delante y el pasado detrás. Si un camino es avanzar y el futuro es delante, recorrer un camino es ir hacia el futuro. Del mismo modo, avanzar es positivo siempre y cuando el rumbo esté orientado al destino deseado. Retroceder se presenta como negativo precisamente porque la dirección no es hacia el destino deseado, sino todo lo contrario. De este modo, la independencia se convierte en un camino hacia el futuro que es positivo, en un camino que aunque lleno de incertidumbres, como todo camino y toda vida, permitirá al pueblo catalán avanzar.

Centrando la explicación en el discurso de CiU, se proyecta un duro camino hacia la independencia al final del cual todo el esfuerzo habrá valido la pena ya que se habrá avanzado en positivo. Conectamos en este punto con la metáfora de Clausewitz que explicábamos con anterioridad, pues las pérdidas, las dificultades, son menores que las ganancias y, por ello, valdrá la pena. Para aplacar las incertidumbres que este nuevo camino plantea, *Convergència i Unió* sitúa a Artur Mas, la única cara visible del partido en los tres spots que CiU realizó para la campaña de 2012, como la figura en la que delegar los sueños que el pueblo catalán desea cumplir, y se convierte en una figura a seguir en este camino. En uno de los anuncios de campaña, en consonancia con la Figura 19, Artur Mas aparece rodeado de banderas catalanas,

siendo vitoreado y aplaudido por el pueblo, mientras él alza los brazos hacia el cielo. Se construye una figura a la que seguir en el camino que es la independencia y en la que delegar “la voluntad de un pueblo”.

38. “Junts estem fent camí, un camí cap al futur, un camí on encara no hi ha res decidit, sabem que no serà un camí fàcil, però tot es possible. En cal la força de tots per recorre'l. Perquè només fent-nos costat podrem avançar”. (Anuncio CiU, 2012)
39. “Arribarem tant lluny com vosaltres vulgueu, i en aquest camí sabeu que joestic y sempre estaré al vostre costat”. (Anuncio CiU, 2012)

Para concluir, es necesario destacar que, aunque este marco es utilizado potentemente por CiU, PPC y Ciudadans exponen ciertas pinceladas del mismo en su discurso. Como se observa en los ejemplos de (40-42), hacen referencia a la lógica de los caminos mediante la cual entendemos que un camino hace falta para llegar al destino, pero en los que nos podemos perder. Esto es, PPC y Ciudadans destacan las incertidumbres que un camino desconocido plantea.

40. “Adentrarse ahora en otros caminos que no sabemos a dónde nos llevan, perjudicaría gravemente la recuperación económica y la creación de puestos de trabajo” (PPC, 2012: 5)
41. “Algunos, de manera irresponsable, dicen que tenemos que avanzar por un camino desconocido, planteando preguntas sin respuesta. Nosotros, desde el Partido Popular Catalán, proponemos a todos los catalanes y catalanas un camino seguro, de libertad y progreso. Es el camino de la creación de puestos de trabajo y de garantía de nuestro Estado del Bienestar” (PPC, 2012: 6)
42. “El camino emprendido por los que quieren la ruptura con España ha despilfarrado talento y recursos en crear estructuras como si Cataluña fuera un estado” (Ciudadans, 2012: 2)





*Figura 19. Imagen de campaña creada por Convergència i Unió para las elecciones de 2012 al Parlament de Catalunya*

### 5.1.5 UNIDOS, MEJOR

Este marco interpretativo refiere a la expresión cotidiana “la unión hace la fuerza”, y es utilizado enérgicamente por PPC y C’s. La metáfora conceptual que subyace a esta expresión la podemos relacionar con una edificación, construida mediante ladrillos y cemento. Los ladrillos por separado, sin nada que los una, son fáciles de mover y de romper. Sin embargo, cuando estos mismos ladrillos se unen mediante el cemento para formar una pared tras otra y acabar construyendo el edificio, son mucho más difíciles de romper e imposibles de mover individualmente sin destruir el conjunto. Por tanto, los ladrillos unidos son más fuertes que separados. De esta forma, podemos equiparar esta realidad con las personas y las ideas. Un grupo de personas sin nada que las una, sin un mismo objetivo, son más débiles y dubitativas, cuando este grupo de personas está unido por una misma finalidad, por unas mismas ideas, la fuerza que se genera del grupo es mucho más fuerte que la que se puede generar de la individualidad. De ahí que otra de las expresiones cotidianas que empleamos sea “las ideas nos cimientan”. Entendemos así el porqué de la expresión “la unión hace la fuerza” y, además, como afirma el Centro Virtual Cervantes en su página web<sup>8</sup> acerca de la misma, “contando con la

<sup>8</sup> La página web en cuestión está disponible en el siguiente enlace: <https://goo.gl/CEm7iy>

colaboración y solidaridad de muchas personas, ya sean fuertes o en apariencia débiles, se pueden alcanzar el éxito, vencer a cualquier rival o salir airoso de una situación difícil”.

Centrando el tema, tanto PPC como C's basan su discurso en argumentos centralistas y de unión frente a la ruptura que proponen los partidos a favor del proceso de independencia. El eslogan que ambos utilizan es “Juntos, sumamos”, haciendo referencia a que permaneciendo unidos, Cataluña junto a España, serán más fuertes.

43. “Este esfuerzo compartido tendrá mayores probabilidades de éxito si estamos unidos y juntos trabajamos para dar solución a los problemas, porque unidos somos más fuertes” (PPC, 2012: 4)
44. “Consideramos que la división, la confrontación y la ruptura introducen riesgos, tensiones, incertidumbres y dificultades en el camino para salir de la crisis y mejorar las condiciones de vida de los catalanes y el resto de españoles” (Ciutadans, 2012: 3)
45. “A lo largo de la historia hemos demostrado que cuando vamos juntos somos capaces de llegar más lejos, de hacer las cosas mejor y de lograr metas que actuando por separado habrían sido inalcanzables” (PPC, 2012: 4)



*Figura 20. Imagen extraída del programa electoral de PPC presentado para las elecciones de 2012 al Parlament de Catalunya*

De esta forma, tanto PPC como Ciutadans, partidos políticos en contra del proceso de independencia, utilizan a lo largo de su discurso construido para las elecciones de 2012, el argumento unionista como representación de la fortaleza. Para ambos, el proceso de independencia implica división y, por tanto, debilidad. PPC y Ciutadans se personifican de este modo como los responsables de mantener la unión y por tanto la fuerza de España, frente a los nacionalistas catalanes que pretenden crear una ciudadanía y un país débil.

### 5.1.6 LUCHAR DISCUTIENDO

Este es el marco según el cual el PSC estructura la realidad del proceso independentista durante las elecciones de 2012. La perspectiva del PSC se centra en el rechazo de la independencia aportando soluciones que permitan a Cataluña encajar en España, frente a aquellos que solo ven la independencia como única solución y aquellos centralistas e inmovilistas que ven el Gobierno de España como núcleo.

Para comprender el marco interpretativo creado por los socialistas catalanes, debemos introducir la metáfora estructural “una discusión es una guerra” utilizada por Lakoff y Johnson en *Metáforas de la vida cotidiana*. Una discusión, también llamada argumento por los autores, es “tanto un discurso construido para apoyar una posición, como un proceso de razonar, debatir o discutir. Por tanto, cuando se alude a la metáfora “argument is war” hay que considerar ese doble sentido” (Lakoff, 1980: 40).

Al tratar una discusión como una guerra, es decir, en términos bélicos, se puede inferir una parte ganadora y otra perdedora, la parte contraria es un oponente, se atacan las posiciones y se defienden las propias, se plantea la manera de actuación mediante estrategias, etc. En el caso del PSC, su discurso se centra en mostrar una discusión, por tanto una guerra, entre los partidos a favor de la independencia y los que están en contra. Se puede observar en los spots publicitarios del partido como dos personas, que pretenden representar a Alicia Sánchez-Camacho y a Artur Mas, están discutiendo sin escucharse la una a la otra. No existe una batalla física, pero sí una batalla verbal en la que se denota agresividad, con ataques, defensas y contraataques como en el caso de una guerra. En el ejemplo de (46) y (47), se observa como el PSC condena ambas posiciones, tanto las del Gobierno de España como la del Parlament. En el primero de estos ejemplos, el PSC ataca al Gobierno Español caracterizándolo como

inconstitucional, mientras en el segundo ejemplo, el ataque se produce contra el Gobierno Catalán incapaz de realizar una buena gestión de la situación. De este modo, se observa al candidato del PSC no participando de esta discusión/guerra y mostrándose como “l’alternativa sensata” ante estas dos posiciones.

46. “El Govern del Partit Popular, lluny d’abordar aquest creixent malestar provocat per la Sentència va emprendre una ofensiva recentralitzadora en l’actual legislatura, amb mesures que han estat considerades inconstitucionals” (PSC, 2012: 3)
47. “La dissolució del Parlament per part del President de la Generalitat, tan sols 21 mesos després d’haver pres possessió, demostra la seva incapacitat per gestionar la difícil situació de Catalunya, causada en part pel seu propi govern i, sobretot, desvetlla la voluntat d’amagar de l’esfera pública el debat sobre la seva gestió al front de la Generalitat de Catalunya” (PSC, 2012: 4)

Debemos tener en cuenta que entender una discusión como una guerra conlleva ciertas implicaciones. Para hacernos una idea de estas, Lakoff propone que imaginemos una cultura en la que las discusiones se entendiesen como una danza y no en términos bélicos. Los participantes serían bailarines en vez de oponentes y el fin, en vez de ganar o perder, sería ejecutar la danza de manera equilibrada. Como el autor afirma, “en esta cultura, la gente consideraría las discusiones de una manera diferente, las experimentaría de una manera distinta, las llevaría a cabo, de otro modo y hablaría acerca de ellas de otra manera. Pero nosotros seguramente no consideraríamos que estaban discutiendo en absoluto, pensaríamos que hacían algo distinto simplemente” (Lakoff, 1981: 41). Con este ejemplo, entendemos por qué actuamos como lo hacemos cuando discutimos en nuestra cultura. Por supuesto, no se está afirmando que las discusiones son una categoría de guerras, pues las primeras son discusiones verbales y las segundas son conflictos armados, sino que se trata de una metáfora en la que se entiende y experimenta un conflicto en términos de guerra.

El PSC, al utilizar este marco en el que sus oponentes políticos se encuentran en guerra, y las guerras son generalmente percibidas como negativas y de lo que se debe huir, se colocan a ellos mismos como la alternativa a elegir, una alternativa que no genera conflicto ni malestar.

48. “El que no necessitem són més incerteses, més inestabilitat i més barreres” (PSC, 2012: 4)

49. “Davant de tots dos camins sense sortida és essencial que el PSC sigui fidel a sí mateix i mantingui els seus propis valors, i la capacitat de transformació de la realitat de Catalunya que sempre hem demostrat” (PSC, 2012: 5)



Figura 21. Captura del anuncio creado por PSC para las elecciones de 2012 al Parlament de Catalunya

Para este partido, que se sitúa a favor de la consulta y el derecho a decidir, la alternativa al centralismo firme y a la independencia como única solución, es el federalismo, y es la alternativa que ofrecen frente al conflicto y la guerra, frente al inmovilismo del Gobierno español y la independencia como única solución a todos los problemas de Cataluña. Esta solución implica una reforma constitucional, pero supone una solución al retroceso y la ruptura, por un lado, y al inmovilismo que proponen otros partidos por otro.

50. “Perquè creiem fermament que la prosperitat de Catalunya es veurà enfortida amb una nova relació federal amb Espanya amb un nou marc de relacions que reconegui, a nivell institucional, la singularitat de la nació catalana” (PSC, 2012: 5)

51. L'alternativa federalista és l'única capaç d'articular un sistema institucional equilibrat, en el qual Catalunya formi part d'Espanya sense renunciar en res a la seva identitat i als seus projectes col·lectius" (PSC, 2012: 5)
52. "Manifestem el nostre convenciment que els ciutadans i ciutadanes de Catalunya hauran de decidir lliurement sobre qualsevol proposta de canvi substancial de les relacions entre Catalunya i Espanya, acordada entre les institucions catalanes i espanyoles, a través d'un referèndum en el que es plantegi una pregunta clara a la que s'hagi de respondre de forma inequívoca, acceptant o rebutjant el projecte sotmès a consulta" (PSC, 2012: 11)
53. Un federalisme integrador i horitzontal, on el centre de poder únic es transforma en un reconeixement de diferents centres de poder, relacionats horitzontalment, no jeràrquicament o vertical, i treballant en cooperació al servei dels ciutadans des de la proximitat. (PSC, 2012: 6)



Figura 22. Captura del anuncio creado por PSC para las elecciones de 2012 al Parlament de Catalunya

En definitiva, el discurso de PSC pone de manifiesto una situación de conflicto de la que ellos mismos se alejan, utilizando en su lenguaje términos relacionados con la horizontalidad, la

cooperación y la proximidad, como se observa claramente en el ejemplo de (53). Empleando directamente palabras como “integrador” y “cooperación”, PSC pretende establecer unas políticas en las que el Gobierno Español no estará por encima del catalán en la toma de decisiones, sino que se creará una estructura en la que el balance y el equilibrio serán la base para actuar.

## 5.2. METAMARCO INTERPRETATIVO O NARRATIVA SUBYACENTE

Tras el análisis del discurso político de cada partido seleccionado, observamos la división de la política catalana en dos grupos con posiciones opuestas: aquellos a favor del proceso independentista y aquellos en contra, dejando a un lado la propuesta del Partit dels Socialistes de Catalunya por no ser relevante en este apartado del estudio, aunque cabe destacar que fue el segundo partido más votado en las elecciones de 2012. Sin embargo, si sumamos por un lado aquellos votos dirigidos a PPC y C's (746.688 votos), y por otro sumamos los votos a CiU y ERC (1.614.383 votos), podemos observar cómo los votantes que optaron por una u otra postura superan a aquellos que optaron por la alternativa propuesta por PSC, diferenciándose así los dos grupos ya mencionados: a favor de la independencia y en contra.

Como habíamos establecido en el marco teórico de esta investigación, y realizando un breve repaso a los conceptos básicos que resultan relevantes en este apartado, cuando hablamos de grupos de personas, implícitamente se entiende que aquellas pertenecientes a un mismo grupo comparten ciertas características que, generalmente, difieren del grupo opuesto. En nuestro caso, un grupo comparte el deseo por la independencia y el otro, el rechazo por la misma. De esta manera, estos grupos generan identidades sociales con las que las personas que conforman una sociedad pueden o no identificarse. De nuevo, en nuestro caso, independentistas o unionistas. Asimismo, de acuerdo con la Teoría de la Identidad Social (TIS), las personas tienden a clasificarse a ellas mismas y a otras en varias categorías sociales, como la religión, el género o la edad. De este modo, los miembros de un mismo grupo cuentan con unas características que se aceptan grupalmente y que son diferentes a las del grupo opuesto.

Como se ha explicado en el marco teórico de este trabajo, según la TIS, las categorías sociales o los grupos, se entienden como elementos que se construyen, no como creaciones estáticas en la mente de los sujetos. En el caso específico de situarse en el grupo favor o en el grupo en

contra de la independencia, entendemos que ambos cuentan con características estereotípicas que agrupan a unos individuos en un grupo y a otros en otro y que, estas características de aceptación en un grupo u otro, pueden ir cambiando, como pueden ser los argumentos económicos introducidos a la propuesta independentista a partir de las consecuencias de la crisis económica.

Montserrat Clua i Fainé en QUADERNS-E de l'Institut Català d'Antropologia afirma que en:

*“Todo proceso político de reclamación de una nación y sus derechos presupone una identidad nacional definida y claramente distinguida de la identidad del estado/nación de la que quiere separarse. Y que este contexto político de reivindicación nacional tensiona, directa o indirectamente, las identidades en juego dentro del territorio, presionando a los ciudadanos para que se posicionen de forma clara en una de las dos identidades opuestas que están en juego” (Clua, 2014: 82)*

De este modo, encontramos tras el análisis de todos los marcos anteriores, un metamarco que genera una narrativa subyacente. Una de las acepciones del prefijo meta-, según la RAE, es “entre”. De esta forma, este marco transversal se constituye como un marco entre marcos que genera la necesidad de tomar posiciones, de estar dentro de un grupo o fuera de él, provocando la aparición así de una narrativa que subyace al proceso independentista en la que se generan dos bandos y se polariza la sociedad.

### **5.2.1 EN EL GRUPO O FUERA DE ÉL**

Al manifestarse esta diferenciación entre dos grupos sociales, aquellos a favor de la independencia y aquellos en contra, se produce lo que en el marco teórico de esta investigación ya se ha definido como conflicto intergrupalo: los grupos no están de acuerdo, en este caso, acerca del proceso de independencia y se produce conflicto debido a ello. Cuando existe conflicto intergrupalo, se produce *in-group favoritism*, favoritismo por el propio grupo. Lo que conduce, además, al *in-group love*, el deseo de ayudar a los miembros del propio grupo, y al *out-group hate*, la motivación de dañar al otro grupo o de aumentar las diferencias entre uno y otro.

Como consecuencia de esta circunstancia en la que existen dos grupos cuyos miembros siempre van a tener una actitud más positiva hacia el mismo grupo, se produce un sesgo de confirmación



que provoca la búsqueda e interpretación de evidencias parciales que apoyan las creencias o las expectativas ya existentes. Es decir, se prestará más atención y se proporcionará más credibilidad a aquellas evidencias o datos que soporten la teoría o la posición ya tomada, más específicamente en este contexto, aquellas a favor del proceso de independencia o aquellas en contra.

De este modo, el Partit Popular de Catalunya, Ciutadans, Convergència i Unió y Esquerra Republicana de Catalunya, mediante los discursos construidos para las elecciones de 2012 al Parlament de Catalunya, interpelan a los dos grupos a los que hemos hecho referencia, aquellos en contra de la independencia y aquellos a favor, respectivamente. Al dirigirse concretamente a estos grupos sociales, los partidos políticos generan *in-group love* y *out-group hate* e instan a las personas a tomar posiciones motivándolas a participar en el conflicto, en este caso, motivándolas a votar a un partido u otro. Se crea por tanto un metamarco en el que existe un conflicto en el que la sociedad catalana debe tomar una posición y participar del mismo.

Llegados a este punto, se debe establecer una clara diferencia entre el discurso a favor de la independencia y el discurso en contra de la misma, pues CiU y ERC en su discurso aluden directamente a un valor sagrado, mientras PPC y Ciutadans son incapaces de ello. Tanto CiU como ERC abogan directamente por el valor sagrado de la identidad catalana, como se observa en los ejemplos de (54) y (55). “Political leaders often appeal to sacred values as a way of mobilizing their constituents to action” (Tran and Axelrod, 2008: 227). Los valores sagrados son los marcos morales que definen un grupo, como por ejemplo la religión o la nación. En este caso, la identidad catalana es un valor sagrado para una parte del pueblo de Cataluña. Como se observa en la figura 23, un 29,6% se siente únicamente catalán.

54. Catalunya és una nació. Per la seva història, per la seva identitat, per la seva personalitat política, però fonamentalment perquè se'n sent i ho vol continuar essent (CiU, 2012:9)
55. “Des de la seva represa al segle XIX, el catalanisme ha formulat diferents propostes polítiques amb l'objectiu de garantir la pervivència de la llengua i la nació catalanes, afavorir el progrés econòmic i el benestar dels seus ciutadans” (ERC, 2012: 7)

#### 4.4 Sentiment de pertinença

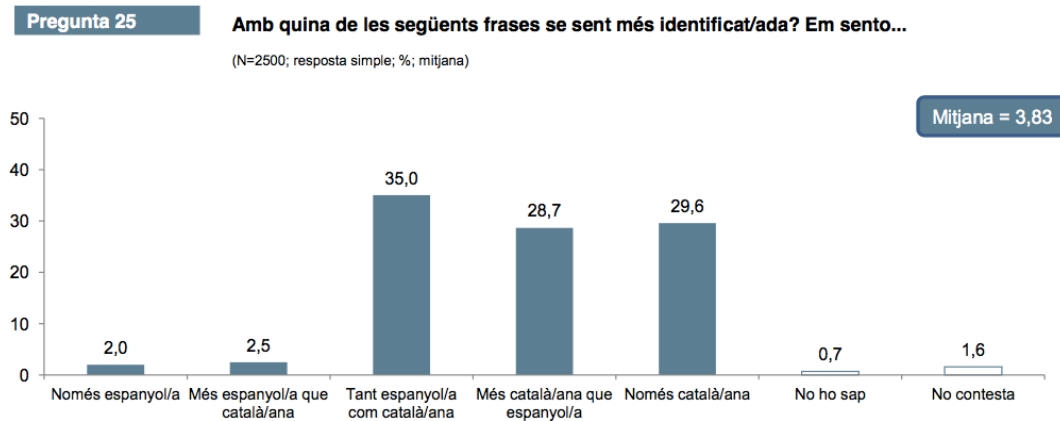


Figura 23. 3º Barómetro de Opinión Política (BOP) de 2012 del Centre d'Estudis d'Opinió de Catalunya

Es importante tener en cuenta el valor sagrado al que CiU y ERC apelan ya que,

*The existing empirical work on sacred values has been focused predominantly on conflicts embedded in a complex historical contexts often marking the life and identity of several generations. Yet, it seems possible that issues with a much narrower historical context can become sacred values, especially when they involve identity-related issues such as sovereignty (Dehghani, Iliev and Sachdeva, 2009: 930)*

De este modo, aunque el deseo por la independencia ha estado presente históricamente, es a partir de 2012 cuando Cataluña como nación y Estado independiente se expande como un valor sagrado basado en la identidad catalana. Tras todas las negativas por parte de España, y tras los catalanes sentir que se está violando un valor sagrado, se crea una realidad en la que ser catalán es absoluto e inviolable, una realidad en la que Cataluña como estado independiente es una necesidad, y una realidad en la que los argumentos económicos no tendrán ningún peso porque los valores sagrados se sustentan sobre las creencias morales independientes de cualquier objetivo material concreto. Esto es, “such deeper “cultural” values that are bound up with people’s identities often trump trade- offs with other values, particularly economic ones” (Tran and Axelrod, 2008: 222).

De esta manera, CiU y ERC incorporan en su discurso un compendio de argumentos basados en la identidad catalana como valor sagrado y en argumentos de carácter utilitarista, conformando de esta manera un discurso moral y económico al mismo tiempo. Los actores políticos invocan en su discurso los valores sagrados como método de desacreditar a los adversarios. Por ejemplo, cuando los partidos políticos a favor del proceso de independencia acusan a España de violar su derecho a decidir, se observa que lo que funciona como sagrado en una sociedad es completamente inefectivo y mundano en otra. En este caso, para el Gobierno Español será irrelevante el derecho a decidir de los catalanes, sino que lo importante será cumplir la legalidad de la Constitución Española. Se conforma aquí la parte moral, mientras que con argumentos económicos como el saqueo que España realiza de Cataluña, se crean argumentos que atraerán a aquellos votantes más utilitaristas.

En el caso de los discursos políticos de PPC y C's, se alude al "principio de una nación española unicultural, [...] trata manifiestamente de construir una nación sobre la base de una unidad cultural y nacional que no existe en España en estos momentos y que, además, ni siquiera está reconocida en la Constitución Española" (Castells, 2010: 260). En definitiva, el discurso independentista de CiU y ERC tiene mucha más fuerza en Cataluña porque se sustenta sobre la base de una identidad catalana arraigada en la sociedad que, además, genera un *in-group* basado en valores sagrados, mientras que el discurso de PPC y Ciutadans debe sustentarse en algo más que el valor sagrado de la identidad española porque es inexistente. Por ello, alude a la legalidad y a la ruptura de derechos y libertades de aquellas personas que se sienten tanto españolas como catalanas, pues aludir a una identidad española única constituye un argumento vacío.

En conclusión, a través de este metamarco transversal a todos los marcos de interpretación del proceso de independencia se genera, como hemos indicado, una narrativa subyacente según la cual la sociedad catalana debe tomar posiciones, debe decidir quiénes son los buenos y los malos, y se adentrará en una relación endogámica basada en el sesgo de confirmación según la cual el discurso en línea con su postura será el único que escuchará y las personas hacia las que tendrá una actitud más positiva serán aquellas que piensen del mismo modo. Charles Lord, Lee Ross y Mark Lepper de la Universidad de Stanford, llevaron a cabo un estudio sobre la relación entre el sesgo de confirmación y la actitud polarizada. Concretamente, explican que "our thesis is that belief polarization will increase, rather than decrease or remain unchanged, when mixed or inconclusive findings are assimilated by proponents of opposite viewpoints. This

"polarization hypothesis" can be derived from the simple assumption that data relevant to a belief are not processed impartially". La sociedad de Cataluña, al recibir el impacto de los dos discursos políticos opuestos, más que converger en un punto común porque se cuenta con evidencia de las dos posturas, se polariza ante la disponibilidad de evidencias contradictorias generadas por los partidos políticos analizados en esta investigación PPC, Ciutadans, CiU y ERC.

## 6. CONCLUSIÓN

Si bien es cierto que los anteriores son marcos de interpretación del proceso de independencia creados durante las elecciones al Parlament de Catalunya en 2012, las personas solo aceptan aquellas ideas que guardan coherencia con sus propios marcos ya existentes, es decir, el discurso de un partido o líder político tiene que conectar con los marcos que ya se tienen instalados ya que si no sus votantes y simpatizantes lo rechazarán. La conexión del discurso de CiU y ERC con la identidad catalana conecta con la base común del pueblo catalán. Asimismo, estos partidos reproducen una idea en la que la comunidad autónoma más productiva de España está siendo saqueada por un Estado español que la frena y no la deja crecer y seguir su destino. Los catalanes sienten frustración y desafección por una España que no les permite ser y, de este modo, el discurso de estos partidos políticos confirma tanto el saqueo económico como la existencia de una identidad catalana histórica, única e independiente de la española.

Por su parte, el discurso de Ciutadans y PPC se centra en desvelar la intención de aquellos partidos políticos a favor del proceso de independencia de desviar el foco de atención de los verdaderos problemas de Cataluña. Ciutadans y PPC, afirman que, aprovechando la situación de crisis económica e institucional del Gobierno Español, CiU y ERC utilizan la propuesta independentista como una solución a todos los males de Cataluña. Además, estos partidos dejan patente que una Cataluña fuera de España, sería una Cataluña fuera de la UE, la ONU y otros organismos internacionales. En definitiva, determinan que Cataluña tiene dos problemas fundamentales, el nacionalismo catalán y la clase política, que constituyen el origen de todos los demás. La solución para estos dos partidos en contra del proceso de independencia, reside en eliminar las políticas de mantenimiento y promoción de la identidad nacional catalana y en la lucha contra la corrupción de la clase política.

En cuanto al PSC, propone el federalismo como solución inmediata a la situación entre Cataluña y España. Se sitúa a favor de la consulta a los catalanes e intenta ofrecer una solución a medio camino entre el sí y el no rotundos que generan un conflicto irresoluble. Finalmente, cabe tener en cuenta que la víctima, en todos los casos el pueblo de Cataluña, siempre se califica como inocente, y el ataque va más orientado a la política catalana por un lado y a la española por otro. De este modo, es importante remarcar que el pueblo de Cataluña siente que está viviendo un momento histórico. Participando en el proceso de independencia, está participando en un acto

de importante repercusión que podría guiar a Cataluña hacia un futuro mucho más brillante, por un lado, o hacia un futuro más incierto por otro.

“Pero precisamente aquí está el quid de la cuestión: parece que la situación actual en Cataluña no depende tanto de cuál es la realidad de la situación dentro y con España sino de su percepción” (Clua i Fainé, 2014: 97). De esta manera, la percepción que Clua i Fainé expone en la cita anterior, viene marcada en nuestro caso de estudio por cada uno de los marcos creados por los partidos políticos para enmarcar el proceso de independencia durante las elecciones catalanas de 2012. Los partidos políticos PPC y Ciutadans por un lado, y CiU y ERC por otro, crearon dos contextos opuestos según los que entender la independencia, en los que existían buenos y malos, en los que la economía y la corrupción jugaban un papel clave. Dos contextos en los que una misma circunstancia como es la independencia, evocaba un camino hacia un “vivir mejor” y, al mismo tiempo, camino repleto de incertidumbre.

Es el pueblo de Cataluña, quien percibe estos dos modos diferentes de razonamiento respecto a la independencia, cargados de emociones y sentimientos, quien decide en qué realidad vivir, quien acepta o rechaza los marcos creados por los partidos políticos teniendo en cuenta los suyos ya existentes. ¿En aquella en la que los nacionalistas catalanes son los malos y en la que se ocultan los verdaderos problemas de Cataluña tras el proceso de independencia o en aquella en la que España es el villano que no respeta la identidad catalana y saquea económicamente a la comunidad autónoma más productiva de España? De esta forma, el pueblo de Cataluña se divide en dos grupos, aquellos a favor del proceso de independencia y aquellos en contra, caracterizados por el *in-group favoritism* y el sesgo cognitivo de confirmación, provocando de esta manera una polarización de la sociedad catalana amplificadas al recibir el impacto de dos discursos políticos opuestos.

Recapitulando, la primera hipótesis de este trabajo final de master exponía que, si cada partido político tiene propósitos diferentes respecto a la independencia de Cataluña, entonces utilizarán distintos marcos para enmarcar el desacuerdo entre Cataluña y España. Tras el análisis realizado, no podemos confirmar que los partidos políticos analizados utilizaran diferentes marcos, a excepción del PSC. Sin embargo, si podemos constatar la utilización de diferentes *framings* para los mismos marcos. Esto es, por ejemplo, los partidos políticos emplearon el marco *Unos buenos y otros malos*, pero cada uno de ellos aplicó diferentes *framings* según sus propios intereses, e igualmente sucede con el resto de marcos analizados. La segunda hipótesis

expuesta indicaba que, si los diferentes marcos interpretativos utilizados por los partidos políticos se relacionan con las identidades culturales prototípicas presentes en Cataluña, se crearán marcos incompatibles que complicarán el diálogo entre catalanes y españoles. Como hemos presentado exponiendo el metamarco “En el grupo o fuera de él”, creándose dos grupos de personas, aquellas a favor del proceso de independencia y aquellas en contra, se genera *in-group favoritism* y se desarrolla el sesgo de confirmación, lo que provocará mayor tensión entre grupos. Asimismo, el discurso de CiU y ERC interpela el valor sagrado de la identidad catalana que genera una mayor polarización de la sociedad creándose dos grupos entre los que el diálogo se torna complicado.

Como hemos indicado a lo largo de este trabajo, los grupos de personas pueden estar unidos por diferentes motivos, como puede ser religión o género. En nuestro caso “nations [...] achieve personal relevance for individuals when they become sentimentally attached to the homeland (affectively involved), motivated to help their country (goal-oriented), and gain a sense of identity and self-esteem through their national identification (ego involved)” (Druckman, 2010: 63). De este modo, podemos afirmar que esta nación catalana sin estado ha desarrollado un nacionalismo basado en la identidad catalana, teniendo en cuenta que:

*There appears to be some distinctions that can be made between "patriotism" and "nationalism" [...] Patriotism seems to lead to strong attachments and loyalty to one's own group without the corresponding hostility toward other groups while nationalism encourages an orientation involving liking for one's own group and disliking of certain other groups (Druckman, 2010: 63)*

La pregunta que podemos formular para finalizar este trabajo es, entonces, cómo limitar la lealtad hacia un mismo grupo, en este caso, hacia nuestra nación, sin generar sentimientos negativos hacia la otra. Esto es, ¿se puede crear *in-group love* sin provocar *out-group hate*? ¿Se puede generar patriotismo en vez de nacionalismo? Wayne C. Booth, crítico literario americano, entendía las novelas como un acuerdo o pacto entre el autor y el lector. Haciendo referencia al título de este trabajo, Booth introdujo el concepto de “narrador no fidedigno”, del inglés *unreliable narrator*, en su obra *The rethoric of fiction*. Teniendo en cuenta que un narrador poco fidedigno es aquel personaje que narra una historia que no puede ser entendida al pie de la letra, podemos realizar una relación de similitud entre las historias de los narradores no fidedignos y las historias acerca de la independencia de los partidos políticos analizados a lo largo de esta investigación.

Y aunque novela no es discurso político, detectar narradores no fidedignos puede ser crucial “because narrators who clearly fall on the unreliable side of the line are in many respects more troublesome to deal with” (Booth, 1961: 274).



## BIBLIOGRAFÍA

- Aparicio, Santiago (10 de enero de 2017): “Lo líquido en la política española: Homenaje a Bauman”, *Diario 16*. Disponible en: <https://goo.gl/ZRkqx9> [Consultado el día 27 de mayo de 2017]
- Arroyo, Gustavo; Matienzo, Teresita; Marafioti, Roberto y Santibañez Cristián (2014): “Explorando el desacuerdo: epistemología, cognición y sociedad”, *Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento*, Colección Huanidades
- Asamblea Nacional Catalana. Disponible en: <https://assemblea.cat/> [Consultado el día 25 de marzo de 2017]
- Ashforth, Blake y Mael, Fred (enero 1989): “Social Identity Theory and the Organization”, *The Academy of Management Review*, Volumen 14, páginas 20 – 39. Disponible en: <https://goo.gl/kkJy5A> [Consultado el día 23 de junio de 2017]
- Atran, Scott y Axelrod, Robert (2008): “Reframing Sacred Values”, *President and Fellows of Harvard College: Negotiation Journal*, páginas 221 – 246
- Bacon Francis (1620): “The New Organon: Aphorism 46”. Disponible en: <https://goo.gl/PpXpSH> [Consultado el día 3 de julio de 2017]
- Bauman, Zygmunt (2000): “Modernidad líquida”, *Fondo de Cultura Económica*
- Booth, Wayne C. (1961): “The rethoric of fiction”, *The University of Chicago Press*, London
- Canel, Maria José y Gurrionero, Mario (2008): “Estudios de Comunicación Político”, *Asociación de Comunicación Político*, Navarra
- Castelló, Enric y Capdevila, Arantxa (2013): “Defining pragmatic and symbolic frames: Newspapers about the independence during the Scottish and Catalan elections”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Volumen 19, páginas 979 – 999
- Castells, Manuel (18 de febrero de 2012): “El poder de la identidad”. *El País*. Disponible en: <https://goo.gl/D29Fdz> [Consultado el día 16 de abril de 2017]
- Castells, Manuel (15 de septiembre de 2012): “Catalunya, ¿revolución tranquila? Revolución no implica violencia: la revolución nacional de Catalunya será pacífica o no será”. *La Vanguardia*. Disponible en: <https://goo.gl/2MPR22> [Consultado el día 13 de marzo de 2017]

- Castells, Manuel (2010): "Globalización e identidad", *Quaderns de la Mediterrània* 14, páginas 255 – 262
- Centro Virtual Cervantes. "La unión hace la fuerza", *Instituto Cervantes*. Disponible en: <https://goo.gl/ZRKRha> [Consultado el día 20 de junio de 2017]
- Cifuentes Honrubia, Jose Luis (1996): "Gramática cognitiva: fundamentos críticos", *Eduema*, Madrid
- Cifuentes Honrubia, José Luis (1992): "Teoría de prototipos y funcionalidad semántica", *E. L. U A.*, 8, páginas 133 – 177
- Clua i Fainé, Montserrat (2014): "Identidad y política en Cataluña: el auge del independentismo en el nacionalismo catalán actual". *Quaderns-e: Institut Català d'Antropologia*, Número 19, páginas 79 – 99
- Coleman, Linda and Kay, Paul (Marzo 1981): "Prototype semantics: The English Word Lie", *Language*, Volumen 57, páginas 26 – 44. Disponible en: <https://goo.gl/8LS38k> [Consultado el día 24 de junio de 2017]
- Cortada de Kohan, Nuria (2008): "Los sesgos cognitivos en la toma de decisiones", *International Journal of Psychological Research*, Volumen 1, páginas 68 – 73
- Cuenca, Maria Josep y Hilferty, Joseph (1999): "Introducción a la lingüística cognitiva", *Editorial Ariel*, Barcelona
- Dehghani, Morteza; Rumen, Iliev; Sachdeva, Sonya; Atran, Scott; Ginges, Jeremy and Medin, Douglas (December 2009): "Emerging sacred values: Iran's nuclear program", *Judgment and Decision Making*, Volume 4, páginas 930 – 933
- Desrosiers, Marie-Eve (31 de agosto de 2011): "Reframing Frame Analysis: Key Contributions to Conflict Studies", *Taylor and Francis Online*, páginas 1 – 23. Disponible en: <https://goo.gl/nVmeq9> [Consultado el día 6 de junio de 2017]
- Druckman, Daniel (1994): "Nationalism, Patriotism, and Group Loyalty: A Social Psychological Perspective", *Mershon International Studies Review* 38, páginas 43 – 68
- Durán García, Martha Consuelo (2011): "Procesos cognitivos implicados en el conflicto", *Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología*, Volumen 8, páginas 91 – 95
- Duszak, Anna (2002): "Us and Others: Social identities across languages, discourses and cultures". *University of Warsaw*, John Benjamins Publishing House, Philadelphia.

- Elias, Anwen (13 de marzo de 2015): "Catalan Independence and the Challenge of Credibility: The Causes and Consequences of Catalan Nationalist Parties' Strategic Behavior". *Taylor and Francis Online*, páginas 83 – 103. Disponible en: <https://goo.gl/iQZ3ZL> [Consultado el día 10 de junio de 2017]
- Entman, Robert M. (1993): "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm", *Journal of Communication* 43, Northwestern University. Disponible en: <https://goo.gl/hJxMCH> Consultado el día 8 de junio de 2017]
- Entman, Robert (2007): "Framing Bias: Media in the Distribution of Power". *Journal of Communication* 57, páginas 163 – 173
- Fillmore, Charles (1982): "Linguistics in the morning calm: Frame Semantics", *The Linguistic Society of Korea*, Hanshin Publishing Company, Korea
- Fogelin, Robert (Winter 1985): "The Logic of Deep Disagreements", *Informal Logic*, Volume VII.1
- Fu, Feng; Tarnita, Corina; Christakis, Nicholas; Wang, Long; Rand, David y Nowak, Martin (21 de junio de 2012): "Evolution of in-group favoritism", *Scientific Reports*, 2, 460; DOI:10.1038/srep00460. Disponible en: <https://www.nature.com/srep/> [Consultado el día 13 de junio de 2017]
- Fusi, Juan Pablo, (2000): "España. La evolución de la identidad nacional". Madrid, Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <https://goo.gl/LWNNp4> [Consultado el día 21 de abril de 2017].
- Generalitat de Catalunya (2012): "Resultados elecciones 2012 al Parlament de Catalunya". Disponible en: <https://goo.gl/tjB3t5> [Consultado el día 18 de marzo de 2017]
- Generalitat de Catalunya (2012): "Baròmetre d'Opinió Política (BOP). 3a onada 2012 - REO 705". Disponible en: <https://goo.gl/2DR5dh> [Consultado el día 1 de mayo de 2017].
- Generalitat de Catalunya (2010): "Baròmetre d'Opinió Política (BOP). 4a onada 2010 - REO 612" Disponible en: <https://goo.gl/pQqjdN> [Consultado el día 1 de mayo de 2017].
- Generalitat de Catalunya. "Estatuto de Autonomía de 1979". Disponible en <https://goo.gl/PBMkbD> [Consultado el día 20 de abril de 2017]
- Goffman, Erving (1974): "Frame Analysis: An essay on the Organization of Experience", *Harper and Row*, New York
- Holland, Dorothy and Quinn, Naomi (1987): "Cultural Models in Language and Thought", *Press syndicate of the University of Cambridge*, New York

- International Cognitive Linguistics Association: "About Cognitive linguistics Historical Background". Disponible en: <https://goo.gl/RZF2Ct> [Consultado el día 17 de mayo de 2017]
- Johnston, Hank (1995): "A methodology for frame analysis: from discourse to cognitive schemata", en "Social Movements and Culture", *Hank Jonhsnton y Bert Klandermans editors*. Regents of the University of Minnesota, páginas 217 – 246
- Johnston, Hank (1991). "Tales of nationalism: Tales of Nationalism, Catalonia", *New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press*
- Kahneman, Daniel (2003): "Una perspectiva sobre el juicio y la elección: Mapeando la racionalidad limitada". *Psicólogo Americano* 58, páginas 697 – 720
- Lakoff, George (2008): ¡No pienses en un elefante! Lenguaje y debate político. Viena edicions, Barcelona
- Lakoff, George (16 de octubre de 2006): "Defending Freedom: A response to Steven Pinker". *New Republic*. Disponible en: <https://goo.gl/pw3hwm> [Consultado el día 3 de julio de 2017]
- Lakoff, George y Johnson, Mark (Agosto 1980): "Conceptual metaphor in everyday language", *The Journal of Philosophy*, Volume 77, Issue 8, páginas 453 – 486
- Lakoff, George y Johnson, Mark (2001): "Metáforas de la vida cotidiana", *Catedra Teorema*, Madrid
- Lakoff, George y Kovecses, Zoltán (mayo 1983): "The cognitive model of anger inherent in American English", *Linguistics Department*, University of California Berkeley
- Lord, Charles; Ross, Lee y Lepper, Mark (1979): "Biased Assimilation and Attitude Polarization: The Effects of Prior Theories on Subsequently Considered Evidence", *Journal of Personality and Social Psychology*, volume 37, páginas 2098 – 2109
- Margalit, Fox (15 de octubre de 2005): "Wayne C. Booth, crítico que analizó la retórica", *El País*. Disponible en: <https://goo.gl/P5yHUr> [Consultado el día 22 de julio de 2017].
- Martí, David (26 de junio de 2013): "The 2012 Catalan Election: The First Step Towards Independence?" en "Regional and Federal Studies", *Taylor and Francis Online*, volumen 23, páginas 507 – 516. Disponible en: <https://goo.gl/HSTm9M> [Consultado el día 13 de mayo de 2017]
- Mas, Artur (25 de septiembre de 2012): "Discurs del president de la Generalitat en el debat de Política General. Parlament de Catalunya", *Generalitat de Catalunya, Departament de*

- Presidència, Oficina del President*. Disponible en <https://goo.gl/D4bvLU> [Consultado el día 13 de marzo de 2017]
- Nickerson, Raymond (1998): “Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises”, *Review of General Psychology*, Volume 2, páginas 175 – 220
- Norris, Pippa (2000): “Global Governance & Cosmopolitan Citizens”, en *Globalization and Governance* editado por Joseph S. Nye Jr. y Elaine Kamarck
- Palma, Julio y Manrique, Beatriz (2010): “La teoría de los frames en el análisis del discurso”, *Lingua Americana*, Año XIV No 26, páginas 129 – 142
- Pascale, Ricardo y Pascale, Gabriela (2007): “Toma de decisiones económicas: el aporte cognitivo en la ruta de Simon, Allais y Tversky y Kahneman”, *Ciencias Psicológicas*, páginas 149 – 170. Disponible en: <https://goo.gl/dGbP9F> [Consultado el día 5 de junio de 2017]
- Pi, Jaume (11 de septiembre de 2012): “Masiva manifestación por la independencia de Catalunya”. *La Vanguardia*. Disponible en: <https://goo.gl/gd5Nw3> [Consultado el día 13 de marzo de 2017].
- Regional Manifestos Project (23 de noviembre de 2012): “El programa de Ciutadans, nadie más antinacionalista catalán”. Disponible en: <https://goo.gl/pf2QGs> [Consultado el día 20 de marzo de 2017].
- Regional Manifestos Project (22 de noviembre de 2012): “El programa de Esquerra Republicana de Catalunya: “som i serem”. Disponible en: <https://goo.gl/Kh7LaA> [Consultado el día 20 de marzo de 2017].
- Regional Manifestos Project (18 de noviembre de 2012): “El programa del PP en Cataluña: liberalismo económico y... ¡defensa del estado del bienestar!”. Disponible en: <https://goo.gl/zsf6Md> [Consultado el día 20 de marzo de 2017].
- Regional Manifestos Project (15 de noviembre de 2012): “El programa del PSC... si te gustó en 2010, te gustará en 2012”. Disponible en: <https://goo.gl/mxW9vw> [Consultado el día 20 de marzo de 2017].
- Regional Manifestos Project (12 de noviembre de 2012): “El programa de CiU dos años después... ¡Que nos habíamos olvidado de la autodeterminación!”. Disponible en: <https://goo.gl/qyKsD8> [Consultado el día 20 de marzo de 2017].
- Rosch, Eleanor (1978): “Principles of Categorization” en “Cognition and categorization”, *Lawrence Erlbaum*, New Jersey, páginas 27 – 48

- Rivas, Antonio (1998): "El análisis de marcos: una metodología para el estudio de los movimientos sociales" en "Los movimientos sociales: transformaciones políticas y cambio cultural", *Pedro Ibarra y Benjamín Tejerina editores*. Madrid, Editorial Trotta, páginas 181 – 212
- Sabada Garraza, Teresa; Rodríguez Virgili, Jordi y Bartolomé Castro, Manuel (2012): "Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política", *Observatorio (OBS\*)*, páginas 109 – 126. Disponible en: <https://goo.gl/HpWfit> [Consultado el día 10 de junio de 2017].
- Scandroglio, Bárbara; López Martínez, Jorge y San José Sebastián, Ma Carmen (2008): "La Teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias", *Psicothema*, Volumen 20, páginas 80 – 89
- Schön, Donald (1979): "Generative metaphor: a perspective on problem-setting in social policy" en "Metaphor and Thought", editado por Andrew Ortony, páginas 137 – 163
- Schudson, Michael (10 de noviembre de 2010): "Politics as Cultural Practice". *Taylor and Francis Online*, páginas 421 – 431. Disponible en: <https://goo.gl/qHmpK4> [Consultado el día 3 de mayo de 2017].
- Tajfel, Henri (1981): "Human Groups and Social Categories: Studies in Social Psychology" *Press syndicate of the University of Cambridge*, New York
- Tajfel, Henri y Turner, John (1979): "An intergrtive theory of intergroup conflict", en W. G. Austin, & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations*, páginas 33 – 37, Monterey, CA: Brooks/Cole
- Wolyie Hussein, Jeylan (mayo 2016): "Frame analysis of the politics of identity and conflict at territorial frontiers: the case of Jarso-Girhi in Eastern Ethiopia". *Taylor and Francis Online*, páginas 79 – 99. Disponible en: <https://goo.gl/fjErvY> [Consultado el día 22 de abril de 2017].
- Weisel, Ori y Böhm, Robert (2015): "Ingroup love" and "outgroup hate" in intergroup conflict between natural groups", *Journal of Experimental Social Psychology* 60, páginas 110 – 120