

UNIVERSITAT JAUME I

Trabajo de Fin de Grado

**El tratamiento del referéndum sobre la independencia de
Escocia de 2014 en la prensa británica y escocesa**

**Media treatment during the referendum about Independence in
Scotland 2014 in the British and Scottish press**

Alumna: Celia Guerrero García – 73400768-V

Tutor: Andreu Casero Ripollés



Grado en Periodismo

PE0932 - Trabajo de Fin de Grado (2015/2016)

Castellón, 30 de junio de 2016

ÍNDICE

1. Introducción.....	9
2. Marco teórico y revisión de la literatura.....	11
2.1. Marco teórico: teoría del <i>framing</i> o encuadre.....	11
2.2. La prensa escocesa.....	12
2.3. Revisión de la literatura.....	13
3. Objetivos.....	16
4. Hipótesis.....	16
5. Técnica.....	17
6. Diseño de la muestra.....	18
7. . Exposición de los resultados: análisis del discurso.....	20
7.1. Plano contextual: tres momentos clave para entender el referéndum.....	20
7.2. Plano discursivo.....	21
7.2.1. Denominación del proceso independentista	21
7.2.2. Presentación del proceso independentista desde los ejes del conflicto.....	24
7.2.3. Presentación de los actores principales del conflicto: Alistar Darling y Alex Salmon.....	28
7.2.4. Presentación de las dos partes: Escocia y Reino Unido...33	
8. Conclusiones.....	37
Bibliografía.....	40

Resumen

En esta investigación se estudia el tratamiento que hizo la prensa de referencia escocesa y británica, sobre el proceso de independencia escocés en el periodo previo del referéndum del 18 de septiembre de 2014 en sus noticias. Su objetivo principal es averiguar el desarrollo de la perspectiva periodística ofrecida a diversos temas considerados de especial relevancia en este análisis. De este modo, hemos realizado un análisis del discurso escogiendo tres periodos temporales de especial relevancia para este proceso, el inicio oficial de la campaña del referéndum (26 de mayo de 2014), el primer debate televisivo de la BBC entre ambos líderes de la campaña: Alex Salmond y Alistair Darling (5 de agosto de 2014) y el día de la votación del referéndum (18 de septiembre de 2014). La muestra está integrada por cuatro periódicos de diferente ideología y territorio: *The Daily Mail*, *The Daily Telegraph* (británicos conservadores); *The Daily Record* y *The Herald* (escoceses liberales). Con ello, hemos podido demostrar como resultados que ni la ideología de los medios de comunicación ni su ubicación geográfica afecta al posicionamiento que tienen sobre la independencia, sino que este enfoque viene fijado por la línea e intereses económicos que tienen los grupos mediáticos a los que pertenecen.

Palabras clave

Análisis crítico del discurso; independencia; Escocia; referéndum 18-S; prensa; Yes Scotland; Better Together

Abstract

This paper analyses the treatment of the independence movement in Scotland during the previous months before the referendum of the 18th of September 2014 made by some of the most important British and Scottish newspapers. The main objective is to find out the development of journalistic approach given to some issues, considered relevant to understand the referendum. In order to do this, we have done a critic speech analysis. We have studied three moments of particular significance for this process, the oficial start of the referéndum campaign (26th of May 2014), the first televised debate on BBC between the two leaders of the campaigns: Alex Salmond and Alistair Darling (5th of August 2014) and the day of the ballot of the referendum for the Independence of Scotland (18th of September 2014). The sample is integrated of four newspapers with different ideologies and locations: *The Daily Mail*, *The Daily Telegraph* (British conservative); *The Daily Record* y *The Herald* (Scottish liberals). With this, we have demonstrated as a result that neither the ideology of the media and its geographic location affects the positioning they have on independence, but this approach is set by the line and economic interests of the media groups that they belong.

Key words

Critic speech analysis; independence; Scotland; referendum 18-S; press; Yes Scotland; Better Together

Summary

Referendum of the Scottish independence in 2014 was a turning point in the history of Scotland and the first time the Scottish electorate was given the opportunity to decide whether the nation should remain in the United Kingdom or become an independent state. The campaign was one of the longest the country had ever experienced, with an open debate since the aftermath of the Scottish elections 2011, when the Scottish National Party (SNP) won an absolute majority for the second time since the devolution of the Scottish Government. Once negotiations between the governments of Scotland and the UK were agreed, the decision in November 2013 that allowed the referendum on 18th of September 2014. The referendum question was accepted, following the recommendations of the UK Electoral Commission, was: "Should Scotland be an independent country? Yes or no". If the proposal for independence, the results of the referendum required a simple majority. With some exceptions, all citizens of the European Union or the Commonwealth of Nations resident in Scotland over 16 years could vote, a total of about 4.3 million people. Nonresidents Scots in Scotland had no right to vote. While the media debate intensified after the creation of the two official campaigns, *Yes Scotland* and *Better Together*, which were established in the summer of 2012 and began to organize their strategies.

The referendum saw an unprecedented commitment of public policy. The Yes campaign was encouraged and fed by a popular movement with substantial presence in local communities and with great support in digital social media. The citizens became passionate about politics for the first time in a long period. At the end of the campaign, grassroots groups supporting both the Yes and the No campaign started on their own trying to seduce the undecided voters by organizing local meetings and debates. At the same time, the consultation generated heated discussions across the country, becoming the topic of the moment that everyone had an opinion.

And as in any matter of political controversy, it created a great media debate in the press in Britain in which proliferated different definitions of what each side

would mean the consequences of independence. Thus, following this great impact generated by the Scottish referendum of 2014 in the British mass media arises our research. Given the large volume of information meant this historic moment, this article attempts to approximate the role of some major newspapers distribution in Scotland, through the study of the arguments they used to refer to the process of Scottish independence.

We believe that the coverage of the referenda in the news is not a vastly researched area, especially when it comes to the referendum in Scotland in 2014. This article uses the framing analysis, a method that has made a substantial contribution to our understanding of the coverage of this political event, to observe how the Scottish referendum in 2014 on independence from Britain was represented at a number of newspapers in Scotland. From the analysis of the specific case and reflection on previous studies of campaigns on other issues and national contexts, we aim to find out how the media covered the referendum.

We consider the theory of framing in our study as the main tool to examine, which is the concept that is attributed to the establishment of agenda that the media applies when inclusion or exclusion of different issues, they pay attention to certain events or items within the events and then give them position in the news within a field of meaning. Therefore, we can say that the approach is a very important issue and a very determining factor when transmitting and promote public opinion factor.

This research proposes general objective analysis of the treatment of the British media on the referendum in Scotland.

This objective is broken down into three specific objectives that will study the data structure used by newspapers around the theme of study:

- Study the development of the presentation of both sides of the referendum campaign of September 18th 2014 in Scotland in the selected press.

- Examine the treatment accorded to the main players in the Scottish referendum campaign in the media analyzed.
- Analyze the evolution of the discursive framework that newspapers have offered on the independence process.

Based on the above objectives the following hypotheses that later will prove our analysis are:

- More conservative center-right British newspapers (*The Daily Mail* and *The Daily Telegraph*) have the Unionist party and in general the UK as winners and saviors of this process. While the Scottish newspapers with more liberal ideology (*The Daily Record* and *The Herald*) come to present Scotland and independence parties with a more positive and effective prism.
- Similarly, the first block (*The Daily Mail* and *The Daily Telegraph*) exhibit to the main separatists actors in a negative way. By contrast the second block newspapers (*The Daily Record* and *The Herald*) present them in a more neutral and positive way.
- Finally, the independence process is represented in a positive and optimistic point by the Scottish liberal press and as a catastrophic event and pejorative by the conservative British newspapers.

Thus, in order to meet the objectives set out above, and therefore examine the approach, it has been determined using the kind of qualitative methodology, considering discourse analysis, deepening particularly in the critical discourse analysis.

When defining the sample we considered three variables. The first variable to take into account was temporary. For the analysis to be as specific and symbolic as possible we choose to pick three key moments in the last period until the day of the referendum (4 months before the event). The first choice is the week after the European elections in May 2014 considered the formal beginning of the referendum campaign period. To study published in this news first stage was

chosen to analyze 26 to 29 May 2014, since these days was detected that there was more news flow on the topic in the media analyzed.

For the second study period the date of the first televised debate on the referendum between Alex Salmond (First Minister of Scotland and leader of SNP) and Alistair Darling (Unionist leader of the Better Together campaign) that took place on August 5, was selected 2014. thus, the analysis of this time interval ranging from day 5 to 8 August 2014. Finally, the third key moment for research is at the climax of the event, the day of the referendum on Scottish independence dated on 18 September 2014. For the latter period of the study published articles were selected from 15 at 18 September 2014.

On the other hand, the second variable was the professional to select the media to be analyzed. We chose the press, specifically the articles published in the digital version, to facilitate the search and acquisition of the pieces. So we opted to collect two newspapers of Scottish origin, where it could reflect the referendum from a closer view and with possibly more inclination for independence and on the other hand, two British-born newspaper so that it could counter with a more unionist view. The papers selected were: the *Daily Record* and *The Herald* (Scotland); *The Daily Mail* and *The Daily Telegraph* (UK).

Finally, to finish defining the sample, it was decided to analyze only those journalistic pieces that were informative published in this time range in which the object of our study is, except editorial, we consider important to consider since they provide the vision of the medium.

The empirical study of the sample subject to analyze is made possible the detailed description of some important nuances of media treatment of the process of independence of Scotland during the referendum of 18th of September 2014. With reference to the name of the independence process, we can show that none of the analyzed papers makes no reference to said positive movement. But throughout all publications of *The Daily Mail*, *The Telegraph* and *The Daily Record* refer to this process with pejorative terms related to fear and the destruction of the British unit. On the other hand, something that the four

newspapers match is attributed to the leader of the Scottish Nationalist Party (SNP) Alex Salmond the idea of independence as a personal and utopian desire. In addition, we found that in all the newspapers try to limit the term 'independence' replacing with 'yes vote'. However, when referring to the referendum all agree with appeal to the historical question of the event.

Thus, it triggers the representation of Scotland and Alex Salmond as something bad, those radicals who try to destroy national stability bringing the state to a catastrophic future and Britain and Alistair Darling as good in this process, identified as mediators who care for the unity and security of the 'great British family'. This discursive framework is clearly represented in the *Daily Mail* and the *Telegraph*, who try to recreate this idea throughout the period analyzed and the *Daily Record* from the second period, with a constant use of derogatory terms and insults referred to the Scottish Prime Minister. While the *Herald* newspaper maintains a certain neutrality in its speech near the end of the campaign where they limited the number of direct quotations and statements from Salmond or any other independence voices, prolonged by other media use. Besides the constant customization leader of the Yes campaign with the entire movement. One aspect that is totally contrary for the Unionist leader, is that the media don't offer the same information than his political nemesis concluding in a media imbalance. This is related to the idea of symbolizing the Unionists with all British citizens while independence is a particular cause of the leader of the Yes Campaign.

These results provide something new from what already exists in the literature review, since neither the ideology set by the left-right axis and its position in the territorial area is crucial in the media focus on the issue of independence. But they have absolute control from England to the whole British press, since even though the *Daily Record* and *The Herald* are of Scottish origin and creation, are subject by their British Unionists media groups.

1. Introducción

El referéndum sobre la independencia del territorio escocés en el año 2014 fue un momento crucial en la historia de Escocia y la primera vez que al electorado escocés se le dio la oportunidad de decidir si la nación debería permanecer en el Reino Unido o convertirse en un estado independiente. La campaña fue una de las más largas que el país había experimentado nunca, con un debate abierto desde las secuelas de las elecciones escocesas de 2011, cuando el Partido Nacional Escocés (SNP) consiguió la mayoría absoluta por segunda vez desde la descentralización del Gobierno escocés. Una vez que las negociaciones entre los gobiernos de Escocia y el Reino Unido fueron consensuadas, se aceptó la decisión en noviembre de 2013 que permitía la celebración del referéndum el 18 de septiembre de 2014. La pregunta del referéndum, siguiendo las recomendaciones de la Comisión Electoral del Reino Unido, fue: “¿Debería Escocia ser un país independiente? Sí o No”. Para aprobarse la propuesta de la independencia, los resultados del referéndum requerían de una mayoría simple. Con algunas excepciones, todos los ciudadanos de la Unión Europea o de la Mancomunidad de Naciones residentes en Escocia de 16 o más años podían votar, un total de unos 4,3 millones de personas. Los escoceses no residentes en Escocia no tenían derecho a voto. Aunque el debate en los medios se intensificó después de la creación de las dos campañas oficiales, *Yes Scotland* (Sí Escocia) y *Better Together* (Mejor Juntos), que se establecieron en el verano de 2012 y comenzaron a organizar sus estrategias.

El referéndum vio un compromiso sin precedentes del público en la política. La campaña del Sí se fomentó y alimentó por un movimiento popular con presencia sustancial en las comunidades locales y con un gran soporte en los medios sociales digitales. Los ciudadanos se convirtieron en unos apasionados de la política por primera vez en un período tan largo. A finales de la campaña, los grupos populares de apoyo tanto del Sí como del No comenzaron a hacer campaña por su cuenta tratando de seducir a los votantes indecisos con la organización de reuniones y debates locales. Al mismo tiempo, la consulta

generó discusiones apasionadas por todo el país, convirtiéndose en el tema de conversación del momento del que todos tenían una opinión.

Y como en cualquier cuestión de controversia política, creó un gran debate mediático en la prensa de toda Gran Bretaña en la que proliferaron las distintas definiciones sobre lo que para cada lado significaría las consecuencias de una independencia. De este modo, a raíz de este gran impacto generado por el referéndum escocés del 2014 en los *mass media* británicos surge nuestra investigación. Ante el gran volumen informativo que significó este momento histórico, este artículo intenta aproximar el rol de algunos de los principales periódicos de distribución en Escocia, a través del estudio del discurso que emplearon para referirse al proceso de independencia escocés.

Consideramos que la cobertura de los referendos en las noticias es un área poco investigada, sobre todo en lo que refiere al referéndum de Escocia de 2014. Este artículo utiliza el análisis del *framing*, un método que ha hecho una contribución sustancial a nuestra comprensión de la cobertura de este evento político, para observar la forma en que el referéndum escocés de 2014 sobre la independencia del Reino Unido estuvo representado en una serie de periódicos de Escocia. A partir del análisis del caso concreto y la reflexión sobre los estudios anteriores de las campañas sobre otros temas y contextos nacionales, se intenta averiguar de qué modo estos medios de comunicación explican el referéndum.

Esto último es particularmente importante porque los medios son para la mayoría de la gente en una fuente clave de información sobre la política y la manera en que definen los asuntos de los referendos (Wettstein, 2012). A pesar de la dramática disminución de la prensa impresa a nivel internacional y específicamente en Escocia (Dekavalla, 2015), sigue siendo una parte importante de la "carrera de relevos" de los discursos en la esfera pública (Garton, Montgomery, Tolson, 1991: 100-103), con la impresión, emisión y publicación online crean el debate público y representan el discurso político en diferentes plataformas. El referéndum 2014 ha sido aclamado como una ocasión en la que grupos populares reforzaron el debate sobre los medios sociales y

desafiaron el dominio de las plataformas tradicionales de noticias (Law, 2015), pero estos medios también reconocieron que la prensa y la radiodifusión seguían siendo importantes “para el establecimiento de los parámetros del discurso político oficial, del mismo modo que las maneras en que los medios sociales reproducen los patrones establecidos de discurso político” (Law, 2015: 7). Por esta razón, los periódicos son dignos de estudio, ya que siguen siendo un componente crucial de este debate multiplataforma.

2. Marco teórico y revisión de la literatura

2.1. Marco teórico: teoría del *framing* o encuadre

Como otros muchos académicos han aportado (Entman, 2007; Scheufele, 1999; Goffman, 1974), los medios de comunicación se han visto posicionados como elementos imprescindibles en la creación de la opinión pública y en el moldeamiento del conocimiento social, presentándose como productores de simbologías y analogías de la realidad que ayudan al proceso de representación obteniendo imaginarios sociales. De modo, que éstos se convierten en los máximos responsables de dibujar una realidad que ayude al público a entender un determinado suceso y de éste modo construya en ellos una determinada conducta social (Rodrigo Alsina, 2005). Pues es que los medios de comunicación tiene la responsabilidad de transmitir todos aquellos acontecimientos sociales con el fin de otorgar un determinado conocimiento a la audiencia y por ende, el modo en que se representan los hechos conduce a la manera en el que la sociedad lo percibe.

A partir de esta idea, muchos autores hablan en este caso de la teoría del *framing* o encuadre, que es el concepto que se atribuye al establecimiento de agenda que los medios de comunicación aplica a la hora de su inclusión o exclusión de diferentes temas, de la atención que éstos prestan a determinados eventos o ítems dentro de los acontecimientos y la posición que posteriormente les otorgan en la noticia dentro de un campo de significado (Entman 2007). Por lo tanto,

podemos decir que el enfoque es un tema bastante importante y un factor muy condicionante a la hora de transmitir y fomentar una opinión pública.

Sobre todo, la teoría del encuadre o *framing* sugiere cómo un acontecimiento se presenta a la audiencia y de cómo influye en el proceso de recepción de este público. Los marcos son abstracciones que trabajan para organizar o dar significado a un determinado mensaje. De modo, que el encuadre no sólo le dice al público qué pensar con la selección de las noticias, sino que además con el modo de construcción de éstas le está diciendo cómo pensar acerca de esa cuestión (Scheufele, 1999).

2.2. La prensa escocesa

De este modo, se crea un gran paralelismo político en el que los agentes políticos utilizan los medios de comunicación como elementos esenciales de transmisión de ideas a la hora de controlar la esfera pública (Alonso Muñoz, L. 2014; Casero-Ripollés, 2007). Y este paralelismo político se ha visto implícito en los medios de comunicación británicos, que ya desde las últimas décadas, los grupos políticos han utilizado el mensaje periodístico para proyectar un mayor control de la audiencia. Y en este caso, la prensa escocesa ha sido reconocida numerosas veces en haber mantenido tradicionalmente un papel esencial en la vida de la nación. Muchos académicos (Connell, 2003; Schlesinger, 1998; Smith, 1994) ven la prensa en Escocia como un servicio para mantener una sociedad civil independiente y una esfera pública a través de los tres siglos de su unión con Inglaterra. Junto con los sistemas legales y judiciales de Escocia, la Iglesia de Escocia y el sistema educativo escocés, los periódicos han sido una institución que mantiene la esfera pública escocesa durante gran parte de su historia (McNair, 2008).

De este modo, durante el periodo del referéndum de 1997 la prensa escocesa jugó un papel muy importante al dar su apoyo a la descentralización del Reino Unido, posicionándose como fuentes principales de noticias en la política escocesa (junto con la televisión de Escocia), a pesar de su énfasis en "escándalos de bajo nivel, corrupción y mediocridad", al informar sobre los

primeros años de desarrollo del parlamento (McNair, 2008: 234). Pero las noticias de Escocia se hicieron aún más escasas en los medios de comunicación fuera de la etapa posterior a la devolución. En este contexto en el que la disminución de lectores fue la más notable que se había presenciado hasta ahora, los editores de periódicos escoceses vieron en el referéndum de 2014 una oportunidad para reafirmar su relación con los lectores de Escocia, porque se veían a sí mismos como una de las pocas plataformas para potenciar el discurso sobre Escocia (Dekavalla, 2015, 2016). Aunque este reconocimiento de la importancia de la consulta no fue acompañado por un apoyo a la independencia. Pese al gran respaldo que dio la prensa escocesa al pasado referéndum de 1997, no funcionó de igual modo en el referéndum sobre la independencia que tuvo lugar el 18 de septiembre de 2014, pues la prensa se mantuvo a favor de la Unión casi en su totalidad con un punto de vista escéptico de la independencia en los años siguientes - incluso aquellos que apoyaron al SNP en las elecciones individuales estaban dispuestos a "distanciarse de apoyo a la independencia" (McNair, 2008: 239).

2.3. Revisión de la literatura

Este estudio propone hacer un acercamiento en el análisis simbólico que los medios de comunicación proporcionan a la esfera pública acerca de un acontecimiento político como es un referéndum sobre la independencia de un Estado y sus respectivos discursos.

Por un lado, hemos encontrado un gran número de artículos que trataban sobre el papel de los periódicos de Escocia acerca de la construcción de una identidad nacional y de cómo el nacionalismo escocés ha encontrado un gran apoyo y altavoz en sus medios de comunicación (Kilborn & Meech, 1992; Higgins, 2006), sobre todo en los espacios periodísticos online tras el triunfo del SNP (Partido Nacionalista Escocés) al Parlamento de Escocia en 2007 (Singer 2009; Dekavalla, 2012; Crespo Alcázar, 2007). A pesar de que algún estudio considere que la idea genérica de identidad nacional no esté lo suficientemente incorporada

en los medios en relación a otras naciones sin estado como el caso de Cataluña y Quebec, que reciben más subvenciones para la promoción de aspectos como la preservación de su lengua y su cultura a través de sus espacios mediáticos, algo todavía inimaginable en la prensa escocesa por la creciente popularidad de periódicos de germen británico en detrimento a la publicación de diarios de procedencia totalmente escocesa (Law, 2001; Schlesinger & Benchimol, 2014). De este modo, son muchos los estudios (Schlesinger & Benchimol, 2014; Dekavalla, 2012) que apuntan por la necesidad de la creación de un nuevo modelo de negocio de la prensa escocesa que aplique políticas culturales propias con un carácter distintivo desde nuevas plataformas online.

Y aunque a lo que respecta el acontecimiento del referéndum del 18 de septiembre no han sido tan abundantes las publicaciones, hemos podido comprobar que no ha sido tanto en relación con el estudio del tratamiento de los medios sobre el acontecimiento. Sino que se ha intentado profundizar en temas más concretamente relacionados con las consecuencias que podría acarrear el patrón comunicativo de la prensa de Escocia ante una posible independencia (Brown, 2014), la influencia que tuvo el evento en las redes sociales (Burnett & Bloice, 2016; Reid & Cooper, 2016), el análisis desde un enfoque más político-económico a nivel global (Erlanger, 2014; Levites, 2015) o los efectos que tendría el nuevo estado escocés en el hipotético caso de triunfo de la independencia. Y como aproximaciones más cercanas a nuestro tema de estudio encontramos el análisis del tratamiento de los medios televisivos en el 18-S de M. Dekavalla (2014) donde comprueba el equilibrio del discurso entre la campaña del Sí y el No en los principales canales de televisión en Escocia (BBC y STV). Además de su posterior investigación acerca de los ítems principales del debate (economía y política) en la campaña del referéndum y su comparativa con campañas electorales (Dekavalla, 2015).

Sin embargo, consideramos tener en cuenta otras publicaciones que aunque no tratasen el tema escocés, hicieron estudios sobre el proceso de independencia en los medios de comunicación en otros territorios con especial similitud. Como es el caso del independentismo catalán y de cómo se vio reflejado este proceso

en los principales periódicos españoles y catalanes (Alonso Muñoz, L., 2014) que refleja perfectamente nuestro caso escocés creándose un paralelismo del que creemos muy conveniente tener en cuenta, puesto que el estudio del discurso mediático que pretendemos desarrollar se ve perfectamente reflejado en esta investigación, en la que asegura que la ideología de los medios analizados no fue determinante en la posición que optaron ante este tema, sino su ámbito territorial. Y siguiendo con la comparativa de Cataluña, consideramos el estudio de Castelló & Capdevila (2012) en el que con la comparativa de las elecciones escocesas de 2007 y las catalanas de 2006 extraen unos ejes simbólicos de los discursos periodísticos de ambos territorios dividiéndolos en pro y anti independentistas. Asimismo, Lejarza, Oteo, Zaballa & León (2014) identificaron cuatro marcos interpretativos en el que se identifica el discurso de la prensa española y catalana ante el movimiento independentista catalán (independentismo firme, independentismo negociador, no independentismo firme y no independentismo negociador). Por otro lado, otras aproximaciones acerca de cómo la prensa condiciona en la opinión pública en procesos de independencia, tuvimos en cuenta casos como el de Quebec (Fox, Anderser & DuBonnet, 1995; McCabe, 1999; De Vreese & Semetko's, 2002) que aseguran la falta de información que los principales medios del territorio ofrecieron a la campaña independentista en los meses previos al referéndum sobre la independencia de Quebec en 1995.

Por último, estimamos la relevancia del artículo de Casero-Ripollés (2007) sobre el discurso de los medios de comunicación a la hora de generar una visión policial-judicial ante la denominada inmigración ilegal y el impacto que tiene frente a la creación del imaginario colectivo.

De modo que consideramos que tras esta búsqueda previa sobre nuestro estudio, vimos una oportunidad que no había sido tratada hasta ahora, este análisis concreto sobre los periódicos británicos y su tratamiento ante el referéndum de 2014.

3. Objetivos

Esta investigación propone como objetivo general el análisis del tratamiento de los medios de comunicación británicos sobre el referéndum de Escocia.

Este objetivo se desglosa en tres objetivos específicos que permitirán estudiar la estructura informativa utilizada por los periódicos en torno al tema de estudio:

- Estudiar el desarrollo de la presentación de ambos lados de la campaña del referéndum del 18 de septiembre de 2014 de Escocia en la prensa seleccionada.
- Examinar el tratamiento concedido a los principales actores de la campaña sobre el referéndum escocés en los medios analizados.
- Analizar la evolución del marco discursivo que los periódicos han ofrecido sobre el proceso independentista.

2. Hipótesis

Partiendo de los objetivos planteados anteriormente se proponen las siguientes hipótesis que más tarde verificaremos en nuestro análisis. Las tres hipótesis son:

- Los periódicos de tendencia más conservadora de centro-derecha y de germen británico (*The Daily Mail* y *The Daily Telegraph*) presentan al partido unionista y en general al Reino Unido como ganadores y salvadores de este proceso. Mientras que los periódicos escoceses de ideología más liberal (*The Daily Record* y *The Herald*) proceden a presentar Escocia y los partidos independentistas con un prisma más positivo y efectivo.
- Del mismo modo, el primer bloque (*The Daily Mail* y *The Daily Telegraph*) exhiben a los principales actores independentistas de una manera negativa. Por el contrario los periódicos del segundo bloque (*The Daily Record* y *The Herald*) los presentan de un modo más neutral y positivo.

- Por último, el proceso independentista se ve representado desde un punto positivo y optimista por parte de la prensa liberal escocesa y como un acontecimiento catastrófico y peyorativo por parte de los periódicos británicos conservadores.

3. Técnica

El empleo de los métodos de investigación son fundamentales a la hora de ejecutar un desarrollo metódico que nos ayude a la consecución de los objetivos planteados (López, 2009), además de una formulación concreta y precisa del problema y una metodología de investigación exacta y acorde al tipo de trabajo a realizar.

De esta manera, para poder responder a los objetivos expuestos anteriormente, y por tanto, examinar el enfoque, se ha determinado emplear el tipo de metodología cualitativa, teniendo en cuenta el análisis del discurso, profundizando en concreto en el análisis crítico del discurso (Van Dijk, 2012). Este tipo de análisis se utiliza en las interpretaciones discursivas en las que el núcleo de reflexión es siempre un problema social, cultural o político (Pardo, 2011) relevante para la sociedad en el que se origina, se comparte y se comprende el discurso. De este modo, tendremos una perspectiva más conveniente para el análisis de este tema que se especifica esencialmente en las relaciones de poder entre grupos, teniendo en cuenta el discurso como una forma de articulación del poder simbólico (Alonso Muñoz, L. 2014). De esta manera, el discurso es un instrumento fundamental a la hora de interpretar y representar la realidad, y por consecuencia se convierte en un componente determinante de la opinión pública. Partiendo del supuesto expuesto por Van Dijk (2011) según el cual la mayor parte de la interpretación y escenificación de la realidad es discursiva. Las correlaciones sociales se organizan y se establecen discursivamente, y es en los discursos donde se crea, se prolifera y se consolida el conocimiento popular en el cual surgen ideologías, doctrinas, convicciones, normas y valores que ayudarán a la hora del comportamiento social. De esta

manera, el análisis cualitativo que presentamos se focalizará en el plano contextual y en el plano léxico y discursivo, lo que nos ayudará a definir la estrategia discursiva de cada medio estudiado para nuestro estudio (Casero-Ripollés, 2007; Van Dijk, 2012).

4. Diseño de la muestra

A la hora de delimitar la muestra se han considerado tres variables. La primera variable a tener en cuenta ha sido la temporal. Para que el análisis fuese lo más específico y simbólico posible se optó por escoger tres momentos claves del último periodo hasta el día del referéndum (4 meses antes del acontecimiento). El primer momento escogido es la semana después de las elecciones europeas de mayo de 2014 considerado el comienzo formal del periodo de campaña del referéndum. Para el estudio de las noticias publicadas dentro de esta primera etapa se escogió analizar de los días 26 al 29 de mayo de 2014, puesto que en estos días se detectó que hubo más flujo de noticias sobre el tema en los medios analizados.

Para el segundo periodo del estudio se seleccionó la fecha del primer debate televisado sobre el referéndum entre Alex Salmond (Primer Ministro de Escocia y líder del SNP) y Alistair Darling (líder unionista de la campaña *Better together*) que tuvo lugar el 5 de agosto de 2014. De este modo, el análisis de este intervalo temporal abarca desde el día 5 al 8 de agosto de 2014. Tal y como se hizo en la primera etapa, se tuvo en cuenta la cantidad e interés de las publicaciones sobre el tema estudiado a la hora de seleccionar y decidir los días seleccionados para una mayor eficacia y representación del análisis.

Por último, el tercer momento clave para la investigación se sitúa en el colofón del acontecimiento, el día del referéndum sobre la independencia de Escocia datado el día 18 de septiembre de 2014. Para este último periodo de estudio se seleccionaron los artículos publicados desde el 15 al 18 de septiembre de 2014 por ser los cuatro últimos días de máxima importancia para este análisis y por lo

tanto, las fechas en las que hubo mayor movimiento de información acerca del evento.

Por otro lado, la segunda variable que se tuvo en cuenta en este estudio fue la profesional para seleccionar los medios de comunicación a analizar. Se optó por la prensa escrita, más concretamente los artículos publicados en la versión digital, para facilitar la búsqueda y adquisición de las piezas. Escogimos la prensa escrita como nuestra fuente de investigación por el efecto más directo en la opinión pública que posee en comparación a la televisión, ya que otorga más matices y componentes distintivos en su discurso (McClure y Patterson, 1976). De este modo, para el análisis se escogieron cuatro periódicos de gran relevancia para nuestra investigación. Por lo que optamos por reunir dos periódicos de procedencia escocesa, en los que se pudiese reflejar el referéndum desde un punto de vista más cercano y posiblemente con más inclinación por la independencia y por el contrario, dos periódicos más de origen británico para que se pudiese contrarrestar con un punto de vista más unionista. Los periódicos seleccionados fueron: el *Daily Record*, perteneciente al grupo *Trinity Mirror* es un periódico escocés de formato tabloide con sede en Glasgow fundado en 1895 con una ideología de centro izquierda; el *Herald Scotland*, del grupo *Herald & Times Group*, un periódico escocés de gran formato también de centro izquierda fundado en el año 1783; el *Daily Mail* es un periódico británico de formato tabloide considerado por su ideología conservadora de centro derecha perteneciente al grupo *DMG Media* y creado en el 1896; y por último el *Daily Telegraph* un periódico matutino británico de gran formato constituido 1855 del grupo *Telegraph Media Group* de naturaleza conservadora de centro derecha. Todos los periódicos seleccionados son de género generalista.

Por último, para acabar de delimitar la muestra, se decidió para este estudio analizar solamente aquellas piezas periodísticas que fueran de carácter informativo publicadas en este rango de tiempo en las que se trata el objeto de nuestro estudio, excepto los editoriales, que consideramos importante analizar ya que otorgan la visión del medio. Decidimos enfocar nuestro análisis

excluyendo todos los artículos que fuesen opinativos porque consideramos que para un mejor resultado de nuestro estudio era importante evitar las noticias que incluyeran el punto de vista de sus redactores en vez de reflejar la voz del periódico. Las piezas informativas, sin embargo, tienen que dar respuesta a unos parámetros de noticiabilidad que reflejan unos valores razonables de interés público, en la que la fiabilidad entre el hecho y su relato tiene que ceñirse a unos elementos primordiales de veracidad, contraste, revisión y honradez. Partiendo de aquí, con piezas de estas características el análisis de nuestro estudio sería más ajustado.

7. Exposición de los resultados: análisis del discurso

7.1. Plano contextual: tres momentos clave para entender el referéndum

El contexto es presentado por Van Dijk, 1993 y Ruiz Ruiz, 2014 como un elemento fundamental a la hora de determinar en gran medida el descifrado de información. Para que el receptor sea capaz de construir un hecho o comprenda una determinada disputa es esencial que tenga previamente una base principal que le ayude a construir la realidad actual basándose en sus antecedentes pasados. De este modo, el plano contextual es esencial para que se pueda entender el tema, y en este caso, para poder entender el referéndum escocés tratado creemos conveniente analizar tres momentos clave durante la campaña del referéndum que nos ayudarán a guiarnos en este análisis.

El primer punto de partida en este análisis es el 26 de mayo de 2014, el día después de las elecciones europeas de 2014. Acontecimiento que da el pistoletazo de partida al periodo de campaña de manera formal. El segundo punto clave fue el 5 de agosto de 2014, un periodo situado en el ecuador de la campaña en el que ambos líderes del referéndum: Alex Salmond (*Yes Scotland*) y Alistair Darling (*Better together*) se enfrentaron por primera vez en un debate televisado por la cadena británica BBC. Para terminar, el último y tercer momento

importante que hemos considerado fue el 18 de septiembre de 2014, día del referéndum sobre la independencia de Escocia que cierra todo este proceso.

7.2. Plano discursivo

En esta sección ahondaremos la selección que cada medio ha empleado para aludir al movimiento independentista o al referéndum, y además indicaremos las estrategias discursivas que cada uno de éstos periódicos dispone en su léxico para describir la identidad de los principales personajes en la campaña y por último, la manera de referirse e identificar a ambos territorios implicados (Alonso Muñoz, L. 2014). De esta manera, podremos vislumbrar la ecuanimidad (o la carencia de ésta) en los medios seleccionados gracias a estas herramientas de análisis. Ya que, cuando nos referimos a una interpretación ‘parcial’ de un artículo, hablamos de cuando el manipulador del mensaje ha aplicado prejuicios u otras actitudes ideológicas a la hora de la elaboración de sus modelos sobre tales acontecimientos y su contexto de comunicación (Van Dijk, 1993).

7.2.1. Denominación del proceso independentista

Analizar el empleo de términos que hacen alusión a la independencia del pueblo escocés por los medios es fundamental para el estudio de la denominación que tienen éstos hacia esta corriente. En la que, nos ha sorprendido comprobar que, aunque las cuatro cabeceras estudiadas tienen discrepancias en cuanto a la línea editorial y pertenecientes a ambos territorios encontrados, casi en su mayoría podríamos afirmar que se ciñen a un soporte unionista crítico al movimiento de independencia y por lo tanto, viendo el referéndum por la independencia como algo negativo y peligroso, tanto para el territorio escocés como al conjunto de la Gran Bretaña. A continuación, mostramos una tabla con las distintas denominaciones que emplea cada periódico para referirse a la independencia, en la que sorprendentemente hemos encontrado que, a pesar de que algunos medios categoricen el movimiento de manera más drástica que otros, ninguno lo apoya ni utiliza categorías positivas.

Tabla 1. Principales maneras que usan los medios para denominar el proceso de independencia de Escocia.

The Daily Mail	The Telegraph	The Daily Record	The Herald
El sueño de Alex Salmond.	El peligro de Escocia.	Rotura agitada de la Gran Bretaña.	La obsesión de Alex Salmond.
Oferta sin vida de Alex Salmond.	La causa de los separatistas.		Planes de Alex Salmond.
La desintegración de la Gran Bretaña.	Fantasía de una utopía socialista.		
El desmembramiento de la Gran Bretaña.	Destrucción de la unidad de una gran alianza.		
Doloroso divorcio.			
Destrucción de la Unión.			

Fuente: elaboración propia.

A pesar de que el periódico *The Herald* parece ser el único que no se refiere directamente al proceso independentista como la destrucción del Reino Unido, sí que lo hace de manera indirecta apelando y citando a muchos personajes unionistas que utilizan estas declaraciones. Sin embargo, encontramos que tanto el *Herald* como el *Daily Record* se limitan con gran diferencia respecto a los otros dos medios en calificar el proceso, utilizando la palabra independencia con más frecuencia. Aunque cabe destacar que en el caso del *Daily Mail* el *Daily Record* coinciden a la hora de sustituir el término ‘independencia’ para referirse al ‘Voto del Sí’; una práctica generalizada en ambos casos a lo largo de la investigación.

Por otro lado, los periódicos conservadores británicos (*Daily Mail* y *Daily Telegraph*) atribuyen este proceso independentista como la destrucción de la unidad de la Gran Bretaña, con términos apocalípticos como: desintegración, desmembramiento, rotura, apelando al sentimiento histórico de la Unión, divorcio doloroso o incluso ‘fantasía de una utopía socialista’.

“Si los votantes escoceses esta semana dicen Sí a la independencia, no sólo van a romper el mapa de Gran Bretaña, sino que destrozarán los pilares de la prosperidad de posguerra de Europa Occidental y la seguridad - la Unión Europea y la alianza de defensa de la OTAN.” (*The Daily Mail*, 15/09/2014)

“Sería extraño que ella quisiera ver la destrucción de la asociación de mayor éxito de la historia (...)” (*The Daily Mail*, 15/09/2014)

“Sin duda, gran parte de su campaña se ha centrado en una visión que contrasta la fantasía de una utopía socialista independiente con el conservadurismo austero de los *tories*.” (*The Daily Telegraph*, 07/08/2014)

Otro detalle que también vemos generalizado en todos los periódicos, y que más tarde explicaremos con más detalle en la presentación de los actores del conflicto, es la alta personalización de la independencia con el líder del Partido Nacionalista Escocés (SNP) Alex Salmond, atribuyéndole la cuestión independentista como una causa casi exclusivamente suya. En esta ocasión, vemos como sobre todo los periódicos *Daily Mail* y *The Herald* hacen especial hincapié en esta relación independencia con Salmond con términos como ‘su sueño de independencia’, ‘su oferta sin vida’ o ‘la obsesión de Alex Salmond’.

“Alex Salmond dio un último golpe anoche estando bajo presión al tratar de explicar cómo su sueño de independencia funcionaría en la práctica.” (*The Daily Mail*, 05/08/2014)

“Al final de una semana tórrida para el SNP, Salmond tiene ahora sólo 39 días de campaña para revivir su oferta sin vida a la desintegración de Gran Bretaña antes de que el histórico referéndum el 18 de septiembre.” (*The Daily Mail*, 08/08/2014)

“La ‘obsesión’ de Alex Salmond con la obtención de la independencia al cabo de 18 meses de un voto Sí es inalcanzable y significaría que la Unión Europea cerraría

temporalmente las puertas a Escocia, han advertido hoy los parlamentarios.” (*The Herald*, 27/05/2014)

Por último, podemos observar que a la hora de referirse al referéndum del 18 de septiembre de 2014 todos los periódicos utilizan el término ‘histórico’ con apelaciones como: ‘referéndum histórico’, ‘votación histórica’ o en el caso más drástico ‘encrucijada histórica’.

“A medida que nuestra nación se encuentra en una encrucijada histórica (...)” (*The Daily Record*, 17/09/2014)

7.2.2. Presentación del proceso independentista desde los ejes del conflicto

A pesar de las diferencias políticas e ideológicas que encontramos al principio a la hora de seleccionar los medios de comunicación para nuestro análisis, hemos podido observar que en el momento de seleccionar los temas tratados a lo largo de la campaña del referéndum sobre la independencia de Escocia de 2014, todos los periódicos (*Daily Mail*, *Daily Record*, *The Telegraph* y *The Herald*) coinciden en publicar los mismos ítems. En este sentido, podemos destacar como ejes principales del conflicto: los costes de implantación de la independencia, el tipo de divisas que optará el nuevo Estado y los riesgos económicos de la independencia.

De este modo, respecto a los costes de implantación del nuevo estado independiente los periódicos *Daily Mail* y *The Telegraph* se mantienen firmes en recalcar el excesivo desembolso que esto producirá a las familias escocesas y el futuro déficit que esto produciría en el nuevo estado.

“El ministro de hacienda británico señaló que habría un costo £ 2,7 mil millones para la creación de un nuevo estado escocés que estaba basado en un coste de £ 15 millones estimados para la creación de cada uno de los 180 departamentos de política.” (*The Daily Mail*, 28/05/2014)

“D. Alexander respondió: "En caso de que Escocia se independizara, comenzaría en una situación financiera peor que la del Reino Unido." Y agregó: "Como país independiente, Escocia tendría un déficit más grande que el Reino Unido - desde el primer día." Sostuvo que para el año 2016 habría una brecha entre la recaudación de impuestos y el gasto.” (*The Daily Telegraph*, 28/05/2014)

Sin embargo frente a esta cuestión, los periódicos *Daily Record* y *The Herald* deciden destacar la recuperación económica que el nuevo estado independiente tendría a largo plazo tras el gasto destinado a la implantación de la independencia.

“Escocia podría ser £ 5 mil millones al año más rica en 15 años de tiempo sin tener que aumentar los impuestos si se hace independiente, ha asegurado el Primer Ministro escocés.” (*The Daily Record*, 28/05/2014)

“El primer ministro argumentó que una Escocia independiente sería uno de los países más ricos del mundo, con la suficiencia de unas intensas finanzas públicas como para abandonar el Reino Unido.” (*The Herald*, 27/05/2014)

Por otro lado, respecto al tema de la moneda a utilizar en una Escocia independiente vemos claramente dos bandos encontrados. El primer bando, constituido por los periódicos de origen británico (el *Daily Mail* y el *Telegraph*) insisten en la confusión de Alex Salmond a la hora de adjudicar una en concreto, sosteniendo la inviabilidad del euro y la imposibilidad de compartir la libra esterlina que tienen ambos territorios en común.

“Se ha negado a elaborar un 'plan B' respecto a la moneda de una Escocia independiente insistiendo en la adhesión al euro, o el uso de la libra de manera unilateral del mismo modo que Panamá utiliza el dólar estadounidense.” (*The Daily Mail*, 07/08/2014)

“Darling dijo que la libra no era la moneda de cualquiera de los cuatro países que la forman, sino del Reino Unido en su conjunto y la separación significaría alejarse de la libra esterlina.” (*The Daily Telegraph*, 05/08/2014)

En el segundo bando encontramos a los periódicos escoceses (*The Daily Record* y *The Herald*) que recalcan la viabilidad del uso de la libra esterlina en el caso de una nueva Escocia independiente.

“En el debate, cuando se le presionó sobre la moneda, el Primer Ministro dijo que Escocia mantendría la libra "porque pertenece a Escocia del mismo modo que pertenece a Inglaterra". Y ha asegurado que: "nadie puede poner en duda podremos mantener la libra".” (*The Daily Record*, 06/08/2014)

“El sistema bancario privado continuaría funcionando con la esterlina, los trabajadores escoceses serían pagados en libras esterlinas y los impuestos se reunirían en libras esterlinas. Debido a los intereses de la banca privada, la libra sería la moneda escocesa de forma predeterminada, a pesar de lo que dicen los políticos.” (*The Herald*, 05/08/2014)

Por último, sobre el tema de los riesgos económicos que tendría la independencia vemos una progresión discursiva que va cambiando a lo largo de todo el periodo analizado en el caso del *Daily Record* y *The Herald*. A excepción de estos, los británicos *Daily Mail* y *The Telegraph* desde el inicio de la campaña el 26 de mayo de 2014 mantienen una continua publicación de artículos detallados advirtiendo sobre los posibles riesgos y problemas que Escocia afrontaría como estado independiente siguiendo con el estilo de lo que los nacionalistas llamarían *Terror fear* (campaña del miedo) utilizada por la campaña del No para ‘atemorizar’ a los votantes.

“Los pacientes escoceses en lista de espera para trasplantes vitales podrían ser enviados a la parte posterior de la cola si el país vota por la independencia. Ha advertido el Departamento de funcionarios de salud hoy.” (*The Daily Mail*, 15/09/2014)

“Un voto Sí en Escocia sería un "desastre" y "pesadilla" para el nuevo país independiente que daría lugar a que la pérdida de empleos en el sector de defensa altamente cualificados y poner en peligro la inversión en su industria manufacturera durante décadas, según los expertos.” (*The Daily Telegraph*, 15/09/2014)

Sin embargo, hemos apreciado que desde los periódicos escoceses del *Daily Record* y *The Herald* hay un fuerte cambio durante todo el proceso de campaña del referéndum, en la que al principio deciden optar por la publicación de artículos sosteniendo las posibilidades de la prosperidad de la independencia en Escocia. Aunque vemos que el *Daily Record* en menor medida con una publicación más insignificante con respecto al *Herald*.

“Un aumento de 0,3 puntos porcentuales en la tasa de crecimiento de la productividad a largo plazo podría plantear un adicional de £ 2.4 mil millones al año en ingresos para el 2029/30, según el Gobierno escocés.” (*The Daily Record*, 28/05/2014)

“El ex jefe del Banco Nacional de Escocia declaró: "a medida que el debate sobre la independencia de Escocia entra en su etapa final, un análisis cuidadoso es desmentir los alarmismo de los sindicalistas sobre las consecuencias de la independencia para el sector financiero de Escocia, esta es una oportunidad, no una amenaza."." (*The Herald*, 05/08/2014)

Pero a medida que la fecha de la votación sobre la independencia de Escocia se acerca, ambos periódicos deciden poner fin a las publicaciones que den apoyo a las ideas independentistas y optan por misma actuación que los periódicos británicos del *Daily Mail* y *The Telegraph* por la proliferación de artículos con testimonios catastrofistas sobre los peligros y contingencias que ese nuevo estado independiente podría traer a la población escocesa.

“La independencia de Escocia podría eliminar 31.000 £ respecto al precio medio de la vivienda, una página web de propiedad ha advertido. Zoopla cree que un voto "Sí" dará lugar a una fuerte caída de los precios de las propiedades al norte de la frontera a la altura de la crisis financiera, lo que llevó a una caída de 17% .5. La advertencia se produjo como una alarma para el organismo de comercio que dijeron que la independencia llevaría a Escocia convertirse en un "desierto económico".” (*The Daily Record*, 16/19/2014)

“La mayoría de los gestores de fondos de la ciudad piensa que la economía de una Escocia independiente se convertiría más débil a largo plazo, según un sondeo. La investigación encontró que el 65 por ciento de los inversores esperan

que la economía de Escocia vaya a ser más débil en cinco años cayendo a un 63 por ciento en diez años. Cerca de un 47 por ciento piensa que la economía del resto del Reino Unido sería más fuerte en el tiempo de cinco años sin Escocia, aumentando a 58 por ciento en diez años.” (*The Herald*, 15/09/2014)

7.2.3. Presentación de los actores principales del conflicto: Alistair Darling y Alex Salmond

A la hora de escoger los actores principales decidimos escoger a las dos caras que representan la campaña del referéndum de Escocia de 2014, como son Alex Salmond, Primer Ministro de Escocia, líder del Partido Nacionalista Escocés (SNP) y máximo representante de la campaña pro independencia *Yes Scotland*; y Alistair Darling ex ministro de Hacienda del Reino Unido y líder de la campaña unionista *Better Together* (Mejor juntos).

Sin embargo, la primera estrategia discursiva que vemos es el desequilibrio exagerado que todos los medios analizados dedican a cada uno de ellos. Mientras que el líder del SNP es nombrado en cada uno de los artículos analizados, en menor o mayor medida, al ex ministro no se le presta tanta importancia en las noticias en torno al referéndum y al futuro de Escocia, dejándole en un segundo plano. Vemos que durante el primer periodo de la muestra (26 de mayo de 2014, inicio de la campaña) ni si quiera es nombrado y no es hasta el segundo periodo (5 de agosto de 2014) en su debate televisivo con Alex Salmond que empieza aparecer en las noticias como representante de la Unión. Hasta que de nuevo en el último periodo, (18 de septiembre de 2014) durante la semana del referéndum de Escocia, se opta por cederle menos protagonismo y dar voz a otros personajes de la campaña unionista.

Esta anterior estrategia discursiva va completamente ligada a la estrategia de la excesiva personificación de Alex Salmond con todo el movimiento independentista. De este modo, los medios de comunicación enfocan la separación de Escocia como un tema personal ligado con el Primer Ministro escocés y no como todo un movimiento apoyado por casi la mayoría de los

escoceses, mientras que el movimiento unionista se simboliza como la voluntad de muchos actores políticos con el distanciamiento poco representativo de Alistair Darling.

Como ya mencionábamos en el anterior apartado, periódicos como el *Daily Mail* y el *Herald* hacían mención al proceso independentista como un objeto posesivo de Alex Salmond, algo generalizado también en el periódico *Telegraph* a la hora de referirse a la campaña del Sí, llamándola directamente la ‘campaña de Alex Salmond’ o ‘los planes de Salmond para acabar con la unión’ (06/08/2014) o como expresó en uno de sus editoriales para hacer referencia al referéndum ‘el romanticismo pueril de Salmond’ (15/09/2014).

No obstante, a pesar de la elevada mención al Primer Ministro en todos los medios destacamos que tanto en el periódico *Daily Mail* como en el *Daily Telegraph* siempre se recurren a citas indirectas de Salmond o a hablar de él en tercera persona, en su casi mayoría, optando por citar y dar más voz a personajes con un discurso unionista, obviando en muchos casos la palabra del portavoz del Sí. Como por ejemplo en este caso:

“Pero el Primer Ministro de Escocia, Alex Salmond, dijo que Escocia podría ser 5 billones de libras más rica en 15 años sin tener que aumentar los impuestos si se hiciera un importe independiente a poco menos de 100 libras al año por cada escocés. Dijo que un aumento de 0,3 puntos porcentuales en la tasa de crecimiento de la productividad a largo plazo podría plantear un adicional de 2.4 mil millones al año en ingresos para el 2029/30.” (*The Daily Mail*, 28/05/2014)

Otra de las estrategias discursivas que encontramos en líneas generales aplicadas por tres de los periódicos: *Daily Mail*, *Daily Telegraph* y el *Daily Record*, es la de mostrar a un Alex Salmond perdedor totalmente obcecado con la independencia rechazando cualquier tipo de propuesta ofrecida por la oposición, con una actitud cerrada al diálogo que se encuentra bajo presión actuando por su cuenta y que es despreciado por la sociedad escocesa e incluso por miembros de su propio partido. Como es en este caso, en el que el periódico *Daily Mail*

incluye unas declaraciones sin mencionar ningún tipo de fuente en el que aparece un Salmond sin apoyo y criticado por sus compañeros:

“También hizo una aparición inusual en la reunión semanal del grupo del SNP en Holyrood, mientras que los nacionalistas en el Parlamento admitían en privado que estaban decepcionados por su actuación. Ahora estrategias del SNP están desesperados por conseguir la esperanza de una recuperación.” (*The Daily Mail*, 07/08/2014)

Otro caso similar es la acusación que el diario *Telegraph* argumentó en uno de sus artículos:

“Johann Lamont, el líder laborista escocés, acusó a la diputada del SNP Nicola Sturgeon de ser el origen de los ataques en la prensa sobre el rendimiento mediocre del Sr. Salmond.” (*The Daily Telegraph*, 07/08/2014)

A continuación, mostramos una tabla con las denominaciones con las que han calificado los medios analizados al Primer Ministro y sus actuaciones a lo largo de toda la muestra, para una mayor visibilidad.

Tabla 2. Principales denominaciones que usan los medios para referirse al líder del Partido Nacionalista Escocés (SNP) Alex Salmond.

The Daily Mail	The Telegraph	The Daily Record	The Herald
Humillado	Atacado	Burlón	Mafioso
Desesperado	Tembloroso	Abrasivo	Falto de
Bajo presión	Negativo	Agresivo	argumentos
En la cuerda floja	Sin oportunidades	Sin argumentos	Desafiante
Pataletas	Cabezota	Frustrado	Terco
Derrotado	Embaucador	Fracasado	Ensimismado
Tambaleado	Derrotado	Entre llamas	Confuso
Abucheado	Aplastado	Desgastado	Adormecido
Aplastado	Abucheado	Bajo presión	
Desesperanzado	Fracasado	Desgarrado	
Showman	Contra las cuerdas		
Sarcástico	Desesperado		

Combativo	Golpeado		
Fracaso			
Débil			
Deshonesto			
Desinformado			

Fuente: elaboración propia.

Como podemos comprobar el *Daily Mail* es el periódico que más adjetivaciones hace al respecto, pues es el que más hincapié hace junto con el *Telegraph* y el *Daily Record* (en menor medida). Pues estos tres, son los que más atacaron a Alex Salmond sobre todo tras su debate televisivo con Darling el 5 de agosto de 2014, asegurando la victoria absoluta de la campaña del no y ridiculizando la actuación del líder del SNP.

“El primer ministro fue derrotado por el ex canciller Alistair Darling en el primer debate televisivo de la campaña del referéndum, forcejeó cuando se le preguntó acerca de una futura moneda y la audiencia lo etiquetó de sarcástico.” (*The Daily Mail*, 05/08/2014)

“Alistair Darling, obtuvo una victoria sorprendente en el primer debate televisivo sobre el referéndum anoche mientras Alex Salmond se quedó estancado en el tema de la libra.” (*The Daily Record*, 05/08/2014)

“La campaña de Alex Salmond por la independencia de Escocia sufrió un importante revés después de que perdió el primer debate televisado sobre el referéndum la noche del martes y fue abucheado por el público por negarse repetidamente a nombrar un plan B para la moneda de Escocia.” (*The Daily Telegraph*, 05/08/2014)

En todos los artículos analizados en este segundo periodo (el del debate televisivo del 5 de agosto de 2014) el *Daily Mail* y el *Telegraph* atribuyeron la victoria a Alistair Darling y a la campaña del No haciendo pequeñas menciones a la subida de cuatro puntos del porcentaje de personas que votarían por la

independencia tras ver el debate. Por otro lado, aunque el *Daily Mail* declarara la derrota a Alex Salmond, dedicó un artículo al aumento por la independencia tras el debate, aunque subrayó que los votantes del No siguen siendo los vencedores de la encuesta.

“De acuerdo con una encuesta de opinión de STV, el 58 por ciento de los seguros de voto, votaría No, mientras que el 42 por ciento votaría Sí, ganando tras el debate algún voto indeciso.” (*The Daily Record*, 05/08/2014)

Por otro lado, el periódico escocés *The Herald*, no se decantó por encasillar ningún ganador tras el debate, ofreciendo artículos sobre la subida del apoyo independentista, y aunque no consideró a Alex Salmond victorioso, aportó artículos apoyando las ideas defendidas por éste.

“Esa decisión es poco probable que sea solamente suya decidir. Los bancos autorizados a emitir billetes escoceses por el Banco de Inglaterra es muy probable que actúen en su propio interés para evitar la incertidumbre después de un referéndum.” (*The Herald*, 05/08/2014)

No obstante, a la hora de referirse a su oponente, Alistair Darling, los periódicos *Daily Mail*, *Daily Record* y *The Telegraph* lo mencionan como el claro ganador del debate televisivo que aporta una visión más realista de la situación teniendo todo bajo control y aportando respuestas claras y concisas.

A continuación, mostramos una tabla con las denominaciones con las que han calificado los medios analizados al ex ministro y sus actuaciones a lo largo de toda la muestra, para una mayor visibilidad.

Tabla 3. Principales denominaciones que usan los medios para referirse al líder de la campaña unionista *Better Together*, Alistair Darling.

The Daily Mail	The Telegraph	The Daily Record	The Herald
Victorioso	Realista	Estrecha victoria	Realista
Desafiante	Aburrido	Atacante	Argumentativo
Aburrido	Ganador	Veraz	
Atacante	Perspicaz	Ganador	

Burlón			
Gracioso			
Bien informado			
Fuerte			

Fuente: elaboración propia.

Como ya mencionábamos antes, la importancia que se le da a Darling es mucho menor que la que se le otorga al Primer Ministro, destacando sólo en este la victoria que le ofrecen el *Daily Mail*, el *Telegraph* y el *Daily Record*, destacando en la sorpresa al ver la transformación de un ‘aburrido’ político al atacante argumentativo que se había visto durante el debate.

“El Sr. Darling de Better together derramó su reputación aburrida para ir al ataque con Salmond, calificando sus planes sobre la libra de estupideces sin argumento y acusando a la campaña del Sí de estar basada en conjeturas.” (*The Daily Mail*, 05/08/2014)

“El líder de Better Together, un perdedor antes de empezar, amartilló al Primer Ministro sin descanso sobre el futuro de la moneda de Escocia.” (*The Daily Record*, 05/08/2014)

“Metiendo presión al señor Salmond, Darling intentó obligarlo a que nombrase un plan b para su moneda, utilizando así un proceso de eliminación en el debate.” (*The Daily Telegraph*, 05/08/2014)

7.2.4. Presentación de las dos partes: Escocia y Reino Unido

La presentación de los dos bandos, Escocia y Reino Unido, por parte de los periódicos analizados, coincide con la presentación que hacen de los dos principales actores implicados en el proceso, Alex Salmond y Alistair Darling. De este modo, vemos una evolución en el discurso mediático a medida en que la fecha del referéndum se va acercando, siendo sólo el *Daily Mail* y *Telegraph* los únicos que se mantienen firmes desde el principio. Éstos presentan al Reino

Unido como una alianza histórica de gran éxito que quiere preservar la unión de todos sus territorios de una manera pacífica y dialogante que ofrece soluciones y promesas para solucionar el descontento político escocés ante una Escocia rebelde, terca que no escucha a razones ni quiere llegar a entendimientos políticos con Inglaterra embaucada por una ilusión nacionalista sin fundamento. En las que apela sobre todo a un sentimentalismo patriótico y emotivo.

“La verdad es que aquellos tentados a destruir la Unión pueden estar pensando en muchas cosas, pero no están pensando muy cuidadosamente en el futuro. Algunos pueden estar motivados por el disgusto con la clase política - un sentimiento compartido por ambos lados de la frontera. Otros quieren dar una patada a los tories. Otros, pueden ser provocados por las visiones románticas de Robert de Bruce o simplemente por aburrimiento con el status quo.” (*The Daily Mail*, 15/09/2014)

“El argumento de Salmond ha sido siempre que el fin de la Unión sería un proceso indoloro. Pero desgarrando un grupo de naciones que han permanecido juntas durante tantos siglos no iba a ser sencillo. De hecho, una victoria de la campaña del Sí sólo disparará la división de los propios escoceses al obligarles a perder su identidad británica.” (*The Daily Telegraph*, 16/09/2014)

Sin embargo, vemos la gran transformación del *Daily Record* a lo largo del periodo de campaña del referéndum de la independencia de Escocia. Observamos que al principio de nuestro estudio, en el primer periodo de análisis al inicio de la campaña sobre el referéndum (26 de mayo de 2014) el periódico intenta dar voz a ambos lados del conflicto intercalando declaraciones por parte de los defensores de la independencia, aportando en este caso y en diferencia al *Daily Mail* y el *Telegraph* muchas citas directas de Salmond, como también de los unionistas sin entrar en un posicionamiento claro sobre la campaña.

“Un grupo independentista ha fijado el ambicioso objetivo de convencer a un cuarto de millón de personas de negocios a votar Sí para el 18 de septiembre. La promesa fue hecha por Business for Scotland, que cuenta con 2.000 miembros, en el primer día de la campaña del referéndum.” (*The Daily Record*, 30/05/2014)

“El ex líder liberal Lord Steel ha reivindicado que aún queda mucho por hacer para mejorar las competencias del Parlamento escocés como campañas formales antes del referéndum de independencia se puso en marcha.” (*The Daily Record*, 30/05/2014)

Sin embargo, ya en la segunda etapa del estudio (debate televisivo entre Salmond y Darling del 5 de agosto de 2014) ya comienza por decantarse por el “claro vencedor de la campaña” (A. Darling) anunciándolo así repetidas veces como ya hemos visto antes. A pesar de ello, aunque solamente en dos ocasiones decide hablar de la subida del apoyo del partido nacionalista tras el debate.

“Salmond dijo que la encuesta de ICM había comprobado un aumento en el apoyo a la independencia, diciendo: "El apoyo Sí, se inició a 45 por ciento, lo que es alto, y fue creciendo hasta el 4 por ciento, que está muy cerca de la victoria".” (*The Daily Record*, 06/08/2014)

Pero a pesar de estas dos noticias en las que da más voz al partido nacionalista, a partir de este momento las citas directas de Alex Salmond u otras declaraciones pro independencia empiezan a disminuir en sus artículos. Hasta que finalmente en el tercer periodo de análisis, durante la semana del referéndum del 18 de septiembre de 2014, el periódico es declarado defensor de la unión de Gran Bretaña. En este periodo empiezan a proliferar los editoriales en los que en nombre del periódico se suplica a los escoceses que permanezcan unidos.

“La visión del Record: nosotros los escoceses podemos construir una Escocia mejor junto a una Gran Bretaña mejor.” (*The Daily Record*, 17/09/2014)

Además del descenso de las declaraciones de Salmond y en general de los votantes del Sí, proliferan los comentarios y testimonios de políticos británicos como unión en la campaña del No. Hasta el punto en que, el mismo *Daily Record* se declara responsable de la promesa electoral de última hora en la que el Primer Ministro británico David Cameron junto al liberal demócrata Ed Miliband y el laborista Nick Clegg se alían para garantizar formalmente a los escoceses más privilegios a la nación si deciden permanecer en el Reino Unido.

“Los principales líderes de los partidos de Westminster han dejado sus diferencias a parte para prometer que un voto No, hará al parlamento escocés más fuerte y una total protección al NHS. David Cameron, Ed Miliband y Nick Clegg han firmado una declaración histórica conjunta que fue reclamada por el Daily Record en nombre de la ciudadanía de Escocia.” (*The Daily Record*, 15/09/2014)

Dejando clara finalmente su posición ante el referéndum dirigiéndose directamente a los escoceses utilizando la promesa de los líderes británicos como lo que ellos llaman ‘la solución definitiva’ ante la duda en las votaciones.

“La voz del Record dice que ahora hay una opción clara el jueves, en la que son garantizados nuevos poderes para Escocia sin la destrucción agitada de la Gran Bretaña o la separación del resto del Reino Unido.” (*The Daily Record*, 16/09/2014)

Por otro lado, aunque siguiendo el camino de su vecino escocés *Daily Record*, el *Herald* verá también una transformación en su discurso a lo largo de la campaña del referéndum del 18 de septiembre aunque menos drástica. Como ya hemos visto hasta ahora, el *Herald* ha seguido un tratamiento bastante neutral a lo largo del estudio en el que aportaba diversas declaraciones por ambos lados intercalándolos en el debate sobre la independencia.

“Escocia sería independiente en "circunstancias más prometedoras" que otros nuevos estados en un Sí al referéndum de Septiembre, ha afirmado Salmond. El primer ministro argumenta que una Escocia independiente sería uno de los países más ricos del mundo, gracias a sus fuertes finanzas públicas al abandonar el Reino Unido.” (*The Herald*, 27/05/2014)

No obstante, a diferencia del *Daily Record*, éste se mantiene en esta misma línea de pluralidad de voces durante el segundo periodo también (debate televisivo de Salmond y Darling del 5 de agosto de 2014) sin proclamar a ninguno de los líderes de la campaña como vencedores.

“Se hizo evidente durante el debate que el tema de la moneda es una cuestión importante para la campaña del Sí. Salmond también puede tener razón en que

una unión monetaria es probable, casi seguro, incluso si hay un voto Sí, a pesar de la desaprobación de sus oponentes unionistas. Pero insistiendo en qué va a pasar no es suficiente. Parece aún más importante que tener una respuesta en relación con un plan B.” (*The Herald*, 07/08/2014)

Aunque ya en el último momento durante la tercera etapa de estudio a lo largo de la semana del referéndum del 18 de septiembre de 2014, el periódico *Herald* opta por la casi erradicación de fuentes de apoyo nacionalista para incrementar sus artículos con declaraciones de personajes de apoyo unionista con la proliferación de noticias sobre las consecuencias negativas que tendría una Escocia independiente.

“La mayoría de los gestores de fondos de la ciudad piensa que la economía de una Escocia independiente se convertiría más débil en el largo plazo, según un sondeo.” (*The Herald*, 15/09/2014)

6. Conclusiones

El estudio empírico de la muestra sujeta al análisis ha hecho posible la descripción minuciosa de algunos matices importantes del tratamiento mediático del proceso de independencia de Escocia durante la celebración del referéndum del 18 de septiembre de 2014. Con referencia a la denominación del proceso independentista, podemos demostrar que ninguno de los periódicos analizados hace ninguna alusión positiva a dicho movimiento. Sino que a lo largo de todas las publicaciones de *The Daily Mail*, *The Telegraph* y *The Daily Record* se refieren a este proceso con términos peyorativos relacionados con el miedo y con la destrucción de la unidad británica. Por otro lado, algo en lo que los cuatro periódicos coinciden es en atribuir al líder del Partido Nacionalista Escocés (SNP) Alex Salmond la idea de independencia como un deseo personal y utópico. Además, comprobamos que en todos los diarios intentan limitar al máximo el término ‘independencia’ sustituyéndolo por el ‘voto sí’. Sin embargo, a la hora de referirse al referéndum todos coinciden con apelar a la cuestión histórica del evento.

De esta manera, desencadena la representación de Escocia y Alex Salmond como los malos, aquellos radicales que intentan mimbar la estabilidad nacional abocando al estado a un catastrófico futuro y a Gran Bretaña y Alistair Darling como los buenos en este proceso, identificados como los mediadores que cuidan la unidad y seguridad de la 'gran familia británica'. Este marco discursivo se ve claramente representado en el *Daily Mail* y el *Telegraph*, quienes intentarán recrear esta idea durante todo el periodo analizado y el *Daily Record* a partir del segundo periodo, con un uso constante de términos despectivos y descalificativos referidos al Primer Ministro escocés. Mientras que el periódico *Herald* mantiene una cierta neutralidad en su discurso, ya casi al final de la campaña se dispone a limitar el número de citas directas y declaraciones tanto de Salmond como de cualquier voz independentista, un uso prolongado por el resto de medios. Además de la constante personalización del líder de la campaña del Sí con el entero movimiento. Un aspecto que se ve totalmente contrario con el líder unionista, a quien no se le ofrece la misma cabida informativa que a su némesis político concluyendo en un gran desequilibrio mediático. Esto está relacionado con la idea de simbolizar a los unionistas con todos los ciudadanos británicos mientras que el independentismo es una causa particular del líder del Sí.

Estos resultados aportan algo nuevo de lo ya existente en la revisión de la literatura, pues ni la ideología fijada por el eje izquierda-derecha ni su posicionamiento en el ámbito territorial es decisivo en el enfoque de los medios respecto al tema de la independencia (Alonso Muñoz, L, 2014). Sino por el control absoluto que tienen desde Inglaterra a toda la prensa británica, puesto que a pesar de que el *Daily Record* y *The Herald* son de procedencia y creación escocesa, están supeditados por sus grupos mediáticos unionistas ingleses, como ya mencionaban en su análisis Schlesinger & Benchimol (2014, 2015) y Law (2001). De este modo, sólo podemos destacar un único eje negativo anti independentista en el resultado del estudio (Castelló & Capdevila, 2012) y dos marcos interpretativos: no independentismo firme y no independentismo

negociador representado en todos los periódicos (Lejarza, Oteo, Zaballa & León, 2014)

Este análisis demuestra como los medios de comunicación estudiados han sido utilizados como altavoz de la campaña del No, con la insuficiencia informativa de la campaña independentista del mismo modo que ocurrió en el referéndum de Quebec de 1995 constatado por Fox, Anderser & DuBonnet, (1995), McCabe, (1999) y De Vreese & Semetko's (2002). Además discrepa con la idea de ecuanimidad y equilibrio de las declaraciones de ambos lados de la campaña escocesa del referéndum del 18-S de M. Dekavalla (2014) expuesta en los canales televisivos de la BBC y la STV.

Como se ha podido observar, esta representación del proceso independentista escocés por parte de los medios de comunicación de Reino Unido y Escocia se ha hecho desde la negatividad, haciendo énfasis en los aspectos más problemáticos del proceso, como puede ser la economía, apelando a la destrucción de la unión territorial y al posible catastrofismo futuro. Este estudio finalmente demuestra el relevante rol de los medios de comunicación en la construcción de la opinión pública y la realidad, como ya demostraba Casero-Ripollés (2007). Un poder que tuvo su resultado en la votación del referéndum con el triunfo de la unión, tras un largo desarrollo y despliegue de las estrategias políticas que ofrecieron estos medios de comunicación para influenciar en la ciudadanía.

Bibliografía

Alonso Muñoz, L. (2014). El tratamiento en la prensa del movimiento independentista de Cataluña. *Sphera Publica*, 2, (14), 104-126.

Brown, M. (2014): *Everything still to fight for*. *Television*, vol.51, nº 10, pp. 16-17.

Burnett, S. and Bloice, L. (2016). Linking for influence: Twitter linked content in the Scottish Referendum televised debates. *Journal of information science*, OnlineFirst, pages 1-17.

Connell, L. (2003): The Scottishness of the Scottish press: 1918-39. *Media, Culture & Society*, vol. 25, nº 2, pp. 187-208.

Casero-Ripollés, A. (2007). Discurso mediático, inmigración e ilegalidad: legitimando la exclusión a través de las noticias. En R. Zapata & T.A. Van Dijk (Eds.), *Discursos sobre la inmigración en España: los medios de comunicación, los Parlamentos y las Administraciones* (pp. 69-92). Barcelona: CIDOB Ediciones.

Castelló, E. and Capdevila, A. (2013). Defining pragmatic and symbolic frames: newspapers about the independence during the Scottish and Catalan elections. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 19(2): 979–999.

Crespo-Alcázar, A. (2007): Els processos devolucionistes a Escòcia (i al País de Gal·les). *Diàlegs: revista d'estudis polítics i socials*, nº 10, pp. 25-47.

Dekavalla, M. (2012). Evaluating newspaper performance in the public sphere: Press accounts of Westminster elections in Scotland and in England in the early post-devolution period. *Journalism*, vol.13, nº 3, pp. 320-339.

De Vreese, C. and Semetko, H. (2002). Cynical and engaged: strategic campaign coverage, public opinion, and mobilization in a referendum. *Communication Research* 29(6): 615–641.

Entman, R.M. (2007). Framing bias: media in the distribution of power. *Journal of Communication*, (57), 163-173. Doi:10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x

Erlanger, S. (2014). Scotland's wee dram of Independence. *World Policy Journal*. 31(4): 38-42.

Fox, J., Andersen, R. and DuBonnet, J. (1998). The polls and the 1995 Quebec Referendum. *The Canadian Journal of Sociology / Cahiers canadiens de sociologie* Vol. 24, No. 3, pp. 411-424.

Garton G, Montgomery M and Tolson A (1991) Ideology, scripts and metaphors in the public sphere of a general election. In: Scannell P (ed.) *Broadcast Talk*. London: Sage, pp. 100–119.

Goffman E (1974) *Frame Analysis: An Essay on the Organisation of Experience*. New York: Harper Colophon.

HIGGINS, M. (2004): The articulation of nation and politics in the Scottish press. *Journal of Language & Politics* vol.3, nº 3, pp. 463-483.

Humanes, M. L., Martínez, M. & Saperas, E. (2013). Political Journalism in Spain. Practices, Roles and Attitudes. *Estudio sobre el Mensaje Periodístico*, 19, (2), 715-731. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/43467/41115>

KILBORN, R.; MEECH, P. (1992): Media and identity in a stateless nation: The case of Scotland. *Media, Culture & Society* vol.14, nº 2, pp. 245- 259.

LAW, A. (2001): Near and far: banal national identity and the press in Scotland. *Media, Culture & Society* vol.23, nº 3, pp. 299-318.

Lejarza, A., Oteo, M., Zaballa, J. y León, J.M. (2015). Análisis de marcos interpretativos del proceso de independencia de Cataluña. *Inguruak*, 59: 23-47.

Levites, B. (2015). The Scottish Independence Referendum and the Principles of Democratic Secession. *Brooklyn Journal of International Law*, volumen 41, issue 1 article 8.

López, F. (2009). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*, 4 pp.167-179.

McCabe, D. (1999). Reporting on the referendum: was there bias?. *McGillReporter*, recuperado de <http://reporter-archive.mcgill.ca/Rep/r3113/media.html>

MCCLURE, R.; PATTERSON, T. (1976): *Television News and Voter Behavior*. New York.

McNair B (2008) The Scottish media and politics. In: Blain N and Hutchison D (eds) *The Media in Scotland*. Edinburgh: Edinburgh University Press, pp. 227–242.

Pardo, N. (2011). Análisis crítico del discurso: conceptualización y desarrollo. *Cuadernos de Lingüística Hispánica* N.º 19, pp. 41-62.

Reid, P. and Cooper, K. (2016). Information: Interactions and Impact (i3) conference 2015. *Journal of Information Science*, vol. 42 no. 3 291-293.

Rodrigo Alsina, M. (2005). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
Sampedro, V. F. (2004a). Identidades mediáticas e identificaciones mediatizadas. Visibilidad y reconocimiento identitario en los medios de comunicación. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, (66-67), 135-149.

Ruiz Ruiz, J. (2014). El discurso implícito: aportaciones para un análisis sociológico. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 146: 171-190.

SCHEUFELE, Dietram A. (1999): Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, 49(1): 103-122.

SINGER, J. (2009): Separate Spaces: Discourse about the 2007 Scottish Elections on a National Newspaper Web Site. *International Journal of Press/Politics*, vol.14, nº 4, pp. 477-496.

Schlesinger P (1998) Scottish devolution and the media. In: Seaton J (ed.) *Politics and the Media: Harlots and Prerogatives at the Turn of the Millennium*. Oxford: Blackwell, pp. 56–75.

Schlesinger P. and Benchimol, A. (2014). Small nations, the press and the digital challenge. *Media, culture and Society*, 37(1), pp. 101-106.

Smith M (1994) *Paper Lions: The Scottish Press and National Identity*. Edinburgh: Polygon.

Van Dijk, T. A. (1993). El poder i els mitjans de comunicació. *Periodística* (6), 11-38.
Recuperado de
<http://www.discursos.org/oldarticles/EI%20poder%20i%20els%20mitjans%20de%20comunicaci%F3.pdf>

Van Dijk, T. A. (2012). *Discurso y poder*. Barcelona: Gedisa.

Wettstein M (2012) Frame adoption in referendum campaigns: the effect of news coverage on the public salience of issue interpretations. *American Behavioural Scientist* 56(3): 318–333.