

LA REPRESENTACIÓN DISCURSIVA DE LONDRES DURANTE EL BREXIT EN LA PRENSA ESPAÑOLA

ISMAEL RAMOS RUIZ (ISMAEL.RAMOS@U-PARIS.FR)¹, ÁLVARO RAMOS RUIZ (ARAMOS@ULOYOLA.ES)²

¹ Université Paris Cité, Francia

² Universidad Loyola Andalucía, España

PALABRAS CLAVE

Brexit
Londres
Prensa española
Análisis del discurso
Representación
Lingüística de corpus
Medios de comunicación

RESUMEN

Este estudio examina cómo la prensa española ha representado la ciudad de Londres durante el proceso de negociación del Brexit (2016-2020). Utilizando un corpus de 11 291 140 palabras extraído de artículos de cuatro de los principales medios de comunicación españoles, tanto de información general (El País, El Mundo, La Vanguardia y ABC) como especializados en economía (Expansión, Cinco Días y El Economista), se aplica una metodología que combina el análisis del discurso con la lingüística de corpus. Esta aproximación permite una exploración profunda de la construcción discursiva de Londres en los textos periodísticos, así como un análisis de su papel en el contexto del Brexit. Los resultados del análisis revelan una representación dual de la ciudad, destacando su inaccesibilidad y su impacto económico. Expresiones como «Londres gentrificado» y «Londres es el motor económico del Reino Unido» subrayan la imagen de una ciudad cara y exclusiva, poniendo de manifiesto así su transformación y las dificultades que enfrentan sus habitantes en un contexto de incertidumbre política y económica.

Recibido: 24 / 06 / 2025

Aceptado: 15 / 01 / 2026

1. Introducción

El proceso de salida del Reino Unido de la Unión Europea (UE), conocido como el Brexit, marcó un hito en la historia política contemporánea de Europa. Por primera vez, un Estado miembro tomó la decisión de abandonar el bloque supranacional, interrumpiendo así el avance en el proceso de integración europea (Malo de Molina, 2017, p. 141) y obligando a la UE a redefinir su relación con el Reino Unido tras más de cuatro décadas de asociación (Ramos Ruiz, 2022, p. 31). Este acontecimiento inédito resultó de interés para los medios de comunicación europeos, que dieron un seguimiento informativo de todos los hechos y las etapas del Brexit. En el caso de España, la cobertura mediática de este proceso fue especialmente intensa, no solo por el impacto político y económico del Brexit, sino también por la relevancia del debate sobre la soberanía del peñón de Gibraltar (Á. Ramos Ruiz y I. Ramos Ruiz, 2021, p. 381). A lo largo de estas últimas décadas, la prensa española ha mantenido una postura claramente proeuropea (Córdoba Hernández, 2009), apoyando la integración en la UE en diversos momentos clave, como el caso del Tratado Constitucional en 2005 (Berganza Conde, 2008, p. 127) o el referéndum sobre la salida del Reino Unido de la Unión Europea de 2016 (Ramos Ruiz, 2021a, p. 1994).

Durante dicha cobertura informativa, Londres adquirió un importante protagonismo en los medios, ya que la capital del Reino Unido es uno de los principales centros financieros del mundo (Plaza Cerezo, 2001). Sin embargo, ha sido una de las ciudades más afectadas por el impacto del Brexit, tanto en el plano político como en el económico y social. Su papel como epicentro político de la salida de la UE la sitúa en el corazón de las negociaciones y debates, mientras que su influencia financiera la convierte en un termómetro de las repercusiones económicas de este proceso (Dörny, 2017).

Desde el punto de vista social, Londres destaca por su relevancia como un centro internacional que sigue atrayendo inversiones y talento global, incluso en tiempos de inestabilidad. Sin embargo, es una metrópolis en constante transformación que cada vez resulta más inaccesible para mucha gente, debido a su creciente coste de vida y a las barreras económicas que han surgido, especialmente desde el Brexit. En el plano económico, Londres, a pesar de su fortaleza financiera, se enfrentó a importantes retos durante el proceso de salida del Reino Unido. La incertidumbre sobre las futuras relaciones comerciales con Europa provocó fluctuaciones en los mercados que han afectado a empresas y sectores clave, especialmente a aquellos vinculados con el comercio internacional, las finanzas y los servicios (James y Quaglia, 2021; Van Kerckhoven y Odermatt, 2021). Este contexto social y económico se intensificó durante las negociaciones del Brexit, lo que convirtió a Londres en un símbolo de las fracturas internas del Reino Unido (Kalaitzake, 2022; Panitz y Glückler, 2022; Hall y Heneghan, 2023).

En este sentido, se puede afirmar que la prensa española desempeñó un papel crucial en la construcción de una narrativa sobre Londres durante el período de negociación del Brexit (2016-2020), articulando una representación que resaltaba tanto su importancia global como los desafíos que enfrentaba, debido a la incertidumbre y los cambios estructurales que hemos mencionado anteriormente. Cabe señalar que la prensa, al igual que sucede con el resto de los medios, no solo relata hechos, sino que también construye una interpretación parcial de la realidad conforme a sus líneas editoriales, lo cual se manifiesta en el discurso mediático. Por ello, el lenguaje desempeña un papel esencial como un potente instrumento de construcción y reproducción de la realidad y las palabras empleadas sirven como medio para describir y representar aquello que se ha experimentado (Labbé y Monière, 2008, p. 9).

Por consiguiente, en este trabajo se plantea la siguiente pregunta: ¿cómo ha representado la prensa española la ciudad de Londres durante el proceso de negociación del Brexit (2016-2020)? A partir de esta cuestión, el objetivo principal propuesto consiste en analizar la manera en que los medios impresos españoles han representado la transformación de Londres, poniendo especial énfasis en los discursos que reflejan su papel frente a los desafíos económicos, políticos y sociales derivados del Brexit.

Para llevar a cabo este análisis, se ha utilizado un corpus compuesto por 11 291 140 palabras, extraídas de textos publicados en siete de los principales medios de comunicación españoles,

tanto de información general (*El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*) como especializados en materia económica (*Expansión*, *Cinco Días* y *El Economista*). La metodología empleada combina técnicas propias de la lingüística de corpus y del análisis del discurso (Baker et al., 2008; Partington et al., 2013; Taylor y Marchi, 2018), lo que permite examinar la construcción discursiva de Londres en estos textos periodísticos. A través de esta aproximación, el estudio identifica las representaciones más recurrentes de la ciudad y cómo estas se entrelazan con el contexto de incertidumbre política y económica generado por el Brexit, lo que permite destacar aspectos clave como su exclusividad y el impacto económico en sus habitantes.

El presente artículo se organiza de la siguiente manera: en primer lugar, se contextualiza histórica y políticamente el proceso del Brexit; en segundo lugar, se presenta un marco teórico sobre la prensa y el sesgo informativo; en tercer lugar, se detalla la composición del corpus y se explica la metodología empleada para su análisis; en cuarto lugar, se presentan los resultados del análisis de los textos periodísticos objeto de estudio y se discuten los datos obtenidos; en quinto y último lugar, se exponen las conclusiones de esta investigación.

2. Contexto histórico del Brexit

A pesar de que el Reino Unido se unió a la Comunidad Económica Europea (CEE) en 1972, su participación en el proyecto europeo siempre estuvo condicionada por numerosas reservas y excepciones, como su negativa a adoptar el euro o a integrarse en el Espacio Schengen (López Basaguren, 2017, p. 111). De hecho, este euroescepticismo tiene sus raíces en los últimos años de la Segunda Guerra Mundial y ha sido un elemento característico de la política británica en sus relaciones con Europa continental durante las últimas décadas (Borrell, 2017, p. 17). Más concretamente, en 1975, se celebró un referéndum sobre la permanencia en la CEE en el que el electorado decidió, por una mayoría del 67,2%, mantenerse dentro del bloque (Ramos Ruiz, 2021b, p. 5).

Sin embargo, los sentimientos de desconfianza hacia el proyecto europeo volvieron a surgir con fuerza a raíz de la crisis económica de 2008. Los elevados niveles de desempleo, los recortes en el gasto social y el creciente flujo migratorio alimentaron un nuevo debate sobre la conveniencia de permanecer en la UE, lo que exacerbó las tensiones políticas internas (Idígoras, 2017, p. 23). En este contexto, el UKIP (United Kingdom Independence Party), bajo el liderazgo de Nigel Farage, adquirió un papel preeminente como el principal defensor de la salida de la UE. El partido supo capitalizar el descontento popular y canalizar el creciente sentimiento de soberanía nacional, una bandera que históricamente había pertenecido al Partido Conservador (Castellá Andreu, 2016, p. 313).

La presión política aumentó significativamente, lo que llevó a que el entonces primer ministro, David Cameron, hiciera una promesa clave: si ganaba las elecciones generales de 2015, convocaría un referéndum para decidir el futuro del Reino Unido en la UE (Hobolt, 2016, p. 1261). Contra todo pronóstico, Cameron obtuvo una mayoría absoluta en las elecciones, lo que lo obligó a cumplir su promesa. Así pues, el referéndum sobre la pertenencia a la UE se celebró el 23 de junio de 2016.

La campaña estuvo extremadamente polarizada, con dos bloques claramente definidos. Por un lado, el movimiento «Britain Stronger in Europe», que abogaba por la permanencia (Remain) y, por otro lado, las plataformas «Vote Leave» y «Leave.EU», que apoyaban la salida (Leave) (Rivière-De Franco, 2017, p. 2). La participación fue muy amplia, con un 72,2%, y el resultado de la votación quedó muy ajustado, ya que el 51,9% de los votantes optó por abandonar la UE, mientras que el 48,1% prefirió permanecer en ella (Dunt, 2018, p. 22).

Aunque el referéndum tenía un carácter consultivo, el Parlamento británico lo interpretó como políticamente vinculante, lo que sentó las bases para el inicio formal del proceso de salida (Colantone y Stanig, 2016, p. 5). Tras el resultado del referéndum, David Cameron presentó su dimisión, siendo sustituido por Theresa May, quien asumió la responsabilidad de guiar al país a través del proceso de negociación con la UE. Una de sus primeras medidas fue invocar el artículo 50 del Tratado de la Unión Europea en la primavera de 2017, que establece el derecho de cualquier

Estado miembro a retirarse de la UE (Dunt, 2018, p. 30). Además, May anunció que el Reino Unido abandonaría el Acuerdo de Libre Mercado y la Unión Aduanera Europea (Sampson, 2017, p. 167).

Durante su mandato, May se enfrentó a enormes desafíos internos, incluyendo la constante oposición de diversos sectores de su propio partido. Aunque logró alcanzar un acuerdo con la UE en noviembre de 2018 (Barnier, 2021, p. 164), este fue rechazado en múltiples ocasiones por el Parlamento británico, lo que debilitó su liderazgo. A pesar de sobrevivir a una moción de censura, la creciente parálisis política y la falta de consenso llevaron a May a presentar su dimisión en junio de 2019 (Barnier, 2021, p. 327).

Boris Johnson sucedió a May en el cargo de primer ministro, logró desbloquear las negociaciones al asegurar una nueva prórroga en la fecha de salida y renegociar el acuerdo con la UE. Este nuevo acuerdo fue aprobado por el Parlamento británico en octubre de 2019, lo que permitió que la salida del Reino Unido se formalizara el 31 de enero de 2020. Sin embargo, el período de transición se extendió hasta el 31 de diciembre de 2020, fecha en la que se completó la separación definitiva, marcando el inicio de una nueva era en las relaciones entre el Reino Unido y la UE.

Este proceso ha tenido profundas implicaciones políticas, económicas y sociales tanto para el Reino Unido como para la UE. En el ámbito interno, ha reavivado debates sobre la unidad del Reino Unido, particularmente en Escocia e Irlanda del Norte, donde el voto a favor de permanecer en la UE fue mayoritario. A nivel internacional, el Brexit ha generado incertidumbre en torno a las futuras relaciones comerciales y diplomáticas entre ambos bloques, así como el impacto a largo plazo en la estabilidad y cohesión del proyecto europeo en su conjunto (Sampson, 2017).

3. Marco Teórico: El sesgo informativo en la prensa

La prensa ha desempeñado un papel crucial en el seguimiento del proceso del Brexit debido a su capacidad para narrar y analizar los acontecimientos en tiempo real (Borrat, 1989, p. 67). Como medio de comunicación, no solo ha sido un espacio esencial para el debate sobre los beneficios y perjuicios de la permanencia del Reino Unido en la UE (Khabaz, 2018, p. 496), sino que también ha ejercido una influencia significativa en la formación de la opinión pública. Dicho papel se manifiesta en su doble función. En primer lugar, la prensa satisface las demandas informativas del público a través de la cobertura de noticias (Gomis, 2008, p. 25) y, en segundo lugar, contribuye a moldear la opinión pública mediante la publicación de análisis y artículos valorativos (Kircher, 2005, p. 116). Asimismo, como fuente de poder social, los medios de comunicación, y especialmente la prensa escrita, permiten que la ciudadanía esté informada sobre los acontecimientos que afectan su entorno (Charaudeau, 2005, p. 48; Gomis, 2001, p. 14). Dicho poder social les permite tener un importante grado de influencia en la audiencia, gracias a su capacidad de persuasión que desarrollan de forma indirecta y a largo plazo (Trent y Friedenberg, 2004). Esta persuasión se realiza, fundamentalmente, a través del discurso mediático.

La prensa, al igual que los otros medios de comunicación, actúa como intermediaria entre la realidad social y el público (Gomis, 1974, pp. 530-531), elaborando y proyectando una visión particular del mundo basada en criterios editoriales (Ramos Ruiz, 2021b, p. 3). Esta representación específica de la realidad, construida a través del discurso mediático (Charaudeau, 2005), otorga a los medios un considerable poder persuasivo (Parsons, 1967). Los periodistas, en muchas ocasiones, no emplean un lenguaje neutro al informar sobre los hechos, sino que recurren a un léxico cargado de opinión o connotación, lo que puede generar un sesgo informativo (McCombs y Evatt, 1995, p. 8), influenciando así la percepción del público sobre los acontecimientos (Ramos Ruiz, 2021a, p. 1982).

El proceso informativo está lejos de ser un fenómeno objetivo o neutro. Según Verdú Cuelo (2009, p. 83), el trabajo del periodista para confeccionar y presentar la información conlleva un grado inevitable de subjetividad. Cada medio de comunicación se ve forzado a adaptar la información conforme a sus propias necesidades y limitaciones, lo que implica que las noticias se elaboran bajo ciertos criterios que pueden alterar su neutralidad (Vázquez Bermúdez, 2006, p. 260). De este modo, el proceso informativo puede generar lo que se denomina un sesgo

estructural (Gunter, 1997), es decir, una desviación involuntaria que surge como resultado de las circunstancias y restricciones propias de la producción noticiosa (Verdú Cueco, 2009, p. 88).

No obstante, el sesgo no es únicamente una cuestión de estructura o limitaciones técnicas. Como señala Fowler (1991, p. 222), la información periodística es un producto de la industria mediática, la cual mantiene, en muchos casos, relaciones estrechas con gobiernos y organizaciones políticas (Hallin y Mancini, 2004, p. 98). Esta intersección entre los medios y los poderes políticos y financieros genera una influencia que trasciende la mera producción informativa. Los productos mediáticos, en muchos casos, son utilizados como herramientas para moldear la opinión pública y activar disputas ideológicas que favorezcan a los grupos de poder vinculados a los medios (De Cesare, 2018, p. 10). Así pues, la información difundida puede reflejar un sesgo afín a los intereses de estos actores, desviándose de la imparcialidad y favoreciendo, en ocasiones, a partidos políticos o sectores particulares (Ramos Ruiz, 2018, p. 375).

El concepto de sesgo informativo ha sido objeto de diversas definiciones en la literatura especializada. Por ejemplo, Gunter (1997, p. 13) lo define como un trato diferencial y sistemático hacia un candidato, partido o hecho a lo largo del tiempo, lo que supone una falta de equidad en la cobertura de distintas voces. Verdú Cueco (2010, p. 139-140) lo describe como una desviación de los principios deontológicos de veracidad, imparcialidad y pluralidad, inclinándose hacia intereses específicos en lugar de representar el bien común. Por último, McQuail (1998, p. 191) caracteriza el sesgo como una tendencia a desviarse del camino de la verdad objetiva, ya sea hacia la izquierda o la derecha del espectro político. A pesar de las diferencias entre estas definiciones, todas coinciden en subrayar la ausencia de una práctica periodística orientada al interés general y, en su lugar, dirigida a satisfacer intereses particulares (Á. Ramos Ruiz y I. Ramos Ruiz, 2019, p. 351).

En la actualidad, esta falta de imparcialidad en el tratamiento de la información tiene profundas implicaciones para la democracia, ya que influye en la manera en que los ciudadanos interpretan los hechos y toman decisiones políticas. La manipulación mediática a través del sesgo no solo afecta la percepción pública de la realidad, sino que también contribuye a la polarización de las sociedades, amplificando las divisiones ideológicas en favor de aquellos que controlan o se benefician de la narrativa mediática predominante.

4. Corpus y metodología

Para la presente investigación se ha empleado un corpus compuesto por textos periodísticos tanto de información como de opinión, extraídos de los principales diarios de tirada nacional en España, de acuerdo con los datos del *Estudio General de Medios* (EGM)¹ y la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD)². Para el presente estudio, se han seleccionado cabeceras de información general, tales como *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*, así como periódicos especializados en materia económica, como son *Expansión*, *Cinco Días* y *El Economista*. El corpus cubre todo el proceso del Brexit, desde el día posterior al referéndum del 23 de junio de 2016 hasta la salida administrativa del Reino Unido de la UE, el 1 de febrero de 2020. La muestra seleccionada consta de un total de 17 974 textos y 11 291 140 palabras. Se incluyeron todos los artículos que contenían la palabra «Brexit», lo que asegura que el corpus refleja de manera exhaustiva la cobertura informativa de este acontecimiento clave.

En la Tabla 1, se muestra el desglose del número de textos y palabras correspondientes a cada periódico analizado:

Tabla 1. Número de textos y palabras en cada uno de los periódicos del corpus.

Número de textos	Número de palabras
------------------	--------------------

¹ Estudio General de Medios (EGM). <http://www.aimc.es/> (última consulta el 22-09-2024).

² Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). <https://www.ojd.es/> (última consulta el 22-09-2024).

<i>El País</i>	2 244	1 276 281
<i>El Mundo</i>	1. 80	1 163 630
<i>La Vanguardia</i>	1 874	1 139 792
<i>ABC</i>	3 537	1 870 502
<i>Expansión</i>	3 743	2 120 488
<i>Cinco Días</i>	2 168	1 375 810
<i>El Economista</i>	3 028	2 344 637
	17 974	11 291 140

Fuente: Elaboración propia, 2024.

Para el análisis de este corpus, se ha seguido una metodología que combina diferentes enfoques teóricos y técnicos que combinan el análisis del discurso con la lingüística de corpus (Baker et al., 2008; Partington *et al.*, 2013; Taylor y Marchi, 2018). Además, dicho método se sitúa en el marco de los estudios del discurso asistido por corpus (*Corpus-Assisted Discourse Studies*, en inglés) desarrollado por (Partington, 2004). Como señala Maingueneau (2021), en esta metodología del estudio del discurso se integran técnicas de análisis más cualitativas que predominan sobre el resto.

El enfoque empleado en esta investigación permite un análisis cuantitativo y cualitativo de los textos periodísticos, al identificar patrones recurrentes en las coocurrencias léxicas y su carga semántica, contribuyendo a un entendimiento más profundo de los sesgos informativos presentes en los medios. Según Bhatia (2006), esta aproximación al discurso periodístico es esencial para comprender cómo los medios contribuyen a la reproducción de estructuras de poder y a la configuración de la opinión pública, especialmente en contextos políticamente cargados como el Brexit.

El uso de metodologías basadas en el análisis del discurso ofrece un marco sólido para examinar los discursos mediáticos en la prensa española desde diferentes ángulos, tales como las elecciones lingüísticas, las implicaciones ideológicas y los juegos de poder presentes en la comunicación mediática (Á. Ramos Ruiz y I. Ramos Ruiz, 2022, p. 174). En particular, los estudios del discurso asistido por corpus suponen una herramienta eficaz para identificar las estrategias discursivas y los marcos ideológicos que estructuran la comunicación periodística, revelando así las dinámicas de poder y los intereses políticos que influyen en la construcción de la información.

Para el análisis, nos hemos servido del programa Sketch Engine® (Kilgariff et al., 2014). Gracias a la función *Word Sketch*, se ha podido recuperar la palabra «Londres» de manera semiautomática, además de conocer las coocurrencias y colocaciones de dicho término de análisis. Esto ha permitido tener una visión detallada y contextualizada de cómo se utiliza esta palabra en el discurso periodístico español, lo que ha permitido encontrar patrones lingüísticos y semánticos clave que subyacen en la representación de la ciudad británica. A través de este análisis detallado, se ha podido identificar no solo la frecuencia de uso, sino también las asociaciones discursivas más comunes y significativas. Estos dos elementos enriquecen la cobertura informativa y, por ende, la representación de Londres. Finalmente, se compararon los resultados obtenidos entre los siete periódicos mediante el cálculo de las frecuencias relativas de las palabras para analizar las diferencias en la cobertura informativa entre las cabeceras seleccionadas.

5. Resultados y discusión

A continuación, se presentan los resultados de la representación de Londres en el discurso mediático de la prensa española sobre el Brexit. Este análisis se ha estructurado en dos partes

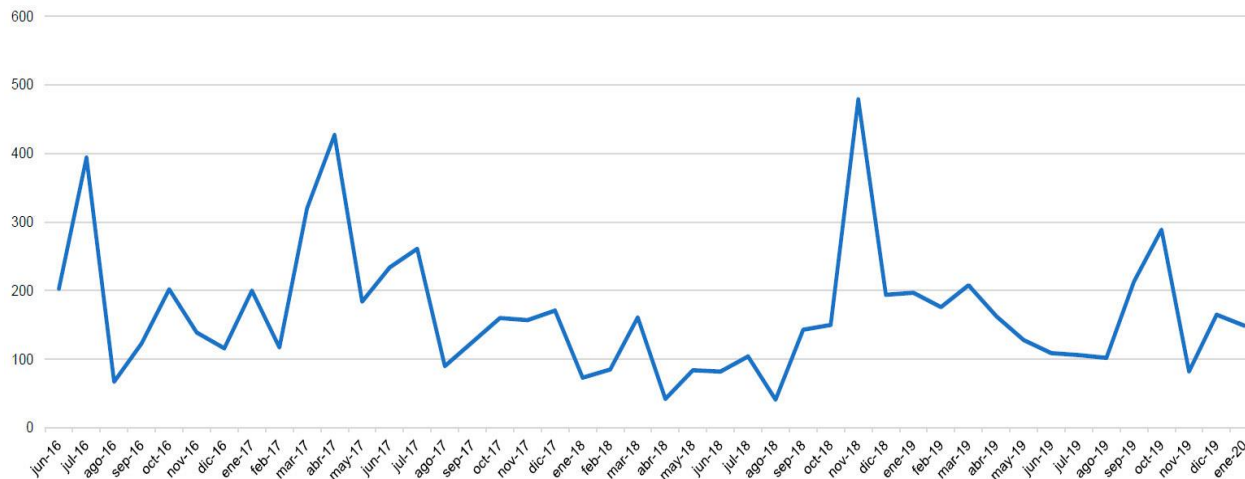
diferenciadas. En primer lugar, se comentan los datos cuantitativos; y, en segundo lugar, se abordan los aspectos cualitativos, ofreciendo una interpretación detallada de los hallazgos.

5.1. Resultados cuantitativos

Es importante señalar que «Londres» se ha mencionado un total de 7 415 veces en los textos informativos y de opinión de la prensa española. Esta cifra, considerablemente elevada, admite diversas interpretaciones y pone de manifiesto el protagonismo de la capital británica en el relato del Brexit. Por un lado, Londres, como centro político y administrativo del Reino Unido, es el escenario donde se tomaron las decisiones más trascendentales en torno al proceso de salida de la UE. Asimismo, su papel como sede de las principales instituciones gubernamentales, como el Parlamento, la residencia del primer ministro o de la Corona británica, hace que la ciudad sea un punto de referencia obligado en cualquier análisis sobre el Brexit.

En este sentido, la prensa española ha encontrado en Londres uno de los símbolos más representativo de los complejos debates y negociaciones que han caracterizado este proceso. Además, Londres es también un importante centro financiero y económico, sede de la City, uno de los principales mercados financieros del mundo. Esto convierte a la ciudad en un referente no solo en el ámbito político, sino también en el económico. Del mismo modo, Londres era la sede de instituciones europeas clave como la Agencia Europea de Medicamentos (EMA) y la Autoridad Bancaria Europea (EBA), cuya reubicación en Ámsterdam y París, respectivamente, simboliza la pérdida de influencia de la capital británica en el ámbito europeo tras el Brexit. Este cambio ha tenido un impacto directo en la economía y el prestigio de Londres, además de servir como indicador de la magnitud y las consecuencias de la decisión del Reino Unido de abandonar la UE. Para profundizar en el análisis, se ha aplicado una perspectiva diacrónica, lo que permite observar la evolución de estas referencias a lo largo del tiempo, como se muestra en la Figura 1.

Figura 1. La presencia de la palabra «Londres» a lo largo del proceso del Brexit.



Fuente: Elaboración propia, 2024.

La presencia de Londres en el discurso mediático de la prensa española ha sido una constante a lo largo de todo el proceso del Brexit, como prueban los datos mostrados en la Figura 1. Sin embargo, la prominencia de la ciudad ha experimentado fluctuaciones a lo largo de los meses, coincidiendo con los momentos más críticos y significativos de las negociaciones del Brexit. Un primer pico de protagonismo se observa en julio de 2016, tras la dimisión del entonces primer ministro David Cameron, lo que marcó el inicio formal del periodo de negociaciones con la UE. Este momento fue crucial, ya que supuso el comienzo de un proceso histórico e incierto que acaparó la atención de los medios y posicionó a Londres como el epicentro del debate sobre el futuro del Reino Unido.

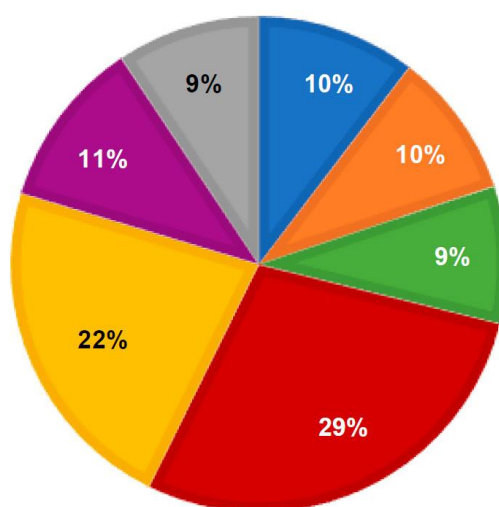
Posteriormente, se detecta un incremento notable en las menciones a Londres durante marzo y abril de 2017, cuando la nueva primera ministra, Theresa May, invocó el artículo 50 del Tratado de la Unión Europea, iniciando oficialmente el proceso de salida del Reino Unido de la UE. Este acontecimiento reforzó la postura separatista y puso de manifiesto la firme voluntad del Gobierno británico de llevar a cabo el Brexit. Un nuevo repunte en la cobertura mediática se produce en noviembre de 2018, con motivo del primer acuerdo de salida alcanzado entre Theresa May y la UE. La relevancia de este acuerdo radica en que estableció las bases para el proceso de salida, lo que generó una considerable expectación mediática.

Finalmente, en septiembre y octubre de 2019, se observa un nuevo aumento en las menciones a Londres, coincidiendo con el nuevo acuerdo alcanzado entre la UE y el nuevo primer ministro Boris Johnson, tras varios intentos fallidos de Theresa May para lograr el respaldo parlamentario. Este momento fue especialmente relevante, puesto que marcó un giro en las negociaciones y acercó al Reino Unido a la salida definitiva de la UE. Por consiguiente, el protagonismo de Londres en la prensa española no ha sido uniforme, sin embargo, esta circunstancia no le ha restado relevancia a la capital británica que se ha convertido en un referente de las diferentes fases de la negociación del Brexit, además de consolidarse como el epicentro de los acontecimientos que han marcado el rumbo del Reino Unido y de su relación con Europa.

A continuación, se analiza la presencia de Londres en cada uno de los periódicos analizados, como se muestra en la Figura 2.

Figura 2. Porcentaje de aparición de la palabra Londres en los periódicos analizados.

■ El País ■ El Mundo ■ La Vanguardia ■ ABC ■ Expansión ■ Cinco Días ■ El Economista



Fuente: Elaboración propia, 2024.

La aparición de Londres en el discurso mediático de la prensa española ha sido bastante desigual, lo que refleja una distribución variada entre los diferentes tipos de periódicos analizados. Como muestra la Figura 2, es importante destacar que más de la mitad de las menciones, un 58%, se concentran en los medios de información general, mientras que en los especializados en economía la cifra es del 42%. Esta diferencia subraya cómo el Brexit y sus implicaciones políticas y sociales han tenido una resonancia más amplia en el ámbito generalista, aunque su impacto económico también haya sido relevante.

Entre los diarios con mayor frecuencia de menciones a Londres, destaca el periódico *ABC*, donde dicha palabra aparece un total de 2.108 veces, lo que representa un 29% del total del corpus analizado. Este dato evidencia la especial atención que este medio ha prestado al papel de la capital británica durante el proceso del Brexit. El siguiente medio en importancia es el diario económico *Expansión*, con 1 657 menciones a Londres, equivalente a un 22% del total. Estos datos

nos pueden hacer pensar que, dada su temática económica, ha realizado un seguimiento mayor a Londres, lo que refleja la preocupación por los efectos en el ámbito financiero y empresarial.

Los porcentajes tienden a equipararse entre los otros medios analizados. Por ejemplo, el diario económico *Cinco Días* presenta 816 referencias, es decir, un 11% del total. En cuanto a los periódicos de información general, *El País* y *El Mundo* registran 769 y 706 menciones, respectivamente, que equivalen a un 10% cada uno del corpus. Finalmente, en última posición, se encuentran los periódicos *El Economista* y *La Vanguardia*, que presentan un 9% del total de menciones, con 694 y 665 referencias respectivamente. Aunque estas cifras son más bajas, confirman la presencia relevante del término «Londres» en la narrativa mediática.

5.2. Resultados cualitativos

Tras el análisis de los datos cuantitativos, se procede a la exposición de los datos cualitativos, lo que nos permite profundizar en una comprensión más detallada de cómo se ha construido y representado la imagen de Londres en el discurso mediático de la prensa. Esta fase del análisis no solo revela las narrativas predominantes y los enfoques utilizados por los medios, sino que también ofrece una visión crítica sobre los matices y las interpretaciones que influyen en la percepción pública de la ciudad en el contexto del Brexit.

En primer lugar, es importante destacar que, de forma general, los siete diarios analizados tienden a mencionar a Londres como un elemento fundamental en el proceso de negociación del Reino Unido en el contexto del Brexit. En este sentido, la ciudad británica es equiparada con la capital europea, Bruselas, ya que ambas urbes albergan los principales órganos de gobierno y las instituciones clave de las respectivas partes involucradas en las negociaciones. Esta equivalencia refleja el protagonismo de Londres y Bruselas en el discurso mediático, lo que subraya su papel como escenarios principales de las decisiones y acuerdos que han marcado el desarrollo del Brexit. Un claro ejemplo de esta comparativa se puede observar en los siguientes fragmentos de los diarios, donde se señala que:

- 1) «[...] el Ejecutivo quiere garantizar una situación de apertura en el futuro acuerdo entre Londres y Bruselas» (*El País*, 2020a).
- 2) «La compleja negociación del Brexit entre Londres y Bruselas no ha hecho más que arrancar, pero ya se vislumbra que llegar a un acuerdo será muy costoso» (*El Mundo*, 2017).

Como se puede apreciar, estos extractos ilustran la manera en que la prensa española ha presentado a Londres y Bruselas como las capitales simbólicas y reales de las negociaciones, reforzando así la noción de que el diálogo y la confrontación entre ambas ciudades constituyeron el núcleo de la relación entre el Reino Unido y la UE durante este histórico proceso de negociación.

Asimismo, los periódicos españoles suelen enfocar su atención en los efectos negativos que el Brexit podría tener para la capital británica. En este sentido, enfatizan las consecuencias que acarrearía la salida del Reino Unido de la UE, especialmente, si esta se llevara a cabo de manera abrupta y sin un acuerdo previo. Buena prueba de esta preocupación la encontramos en los siguientes fragmentos de los periódicos, donde se detalla que:

- 3) «[...] mientras que Londres ha sufrido el impacto del brexit y ha perdido la segunda posición en beneficio de Los Ángeles» (*Cinco Días*, 2016a).
- 4) «Ante la incertidumbre, las empresas están evitando Londres y llevando sus congresos y sus viajes a otras ciudades de Europa» (*El Economista*, 2017).
- 5) «En Londres preocupados por el Brexit» (*La Vanguardia*, 2018).

Por tanto, observamos que la prensa española ha destacado los riesgos y desafíos a los que se enfrenta Londres en un escenario de Brexit sin acuerdo, lo que revela una preocupación por el futuro de la capital británica en el contexto posBrexit. Del mismo modo, nos encontramos algunos ejemplos más específicos de ese nuevo escenario negativo en el que apreciamos que los medios ponen el énfasis en los posibles impactos económicos, políticos y sociales que una salida

desordenada podría provocar en Londres, desde la pérdida de su estatus como centro financiero internacional hasta la reubicación de instituciones y empresas clave. A continuación, mostramos algunos ejemplos:

- 6) «Barcelona era una de las candidatas favoritas para acoger a los casi 900 profesionales del medicamento que, tras el Brexit, debían buscar otro emplazamiento que no fuera Londres para continuar en la Unión Europea» (*El País*, 2017a).
- 7) «El informe asegura que el 35% de los emprendedores cree que Londres es menos interesante para las start-ups después del Brexit» (*La Vanguardia*, 2017a).

Por otro lado, resulta llamativo observar que varios periódicos, especialmente los de carácter generalista, se hacen eco de las declaraciones de ciudadanos, empresarios, artistas o políticos que destacan las virtudes de la capital londinense, incluso más allá de los posibles perjuicios que la salida del Reino Unido de la UE pudiera ocasionar. Estas declaraciones subrayan la imagen de Londres como una ciudad dinámica, resiliente y con una identidad cosmopolita que trasciende las circunstancias del Brexit. Así pues, esta visión optimista se refleja en la capacidad de la ciudad para mantenerse como un referente cultural, económico y social a nivel global, a pesar de los desafíos que plantea el proceso de salida de la UE.

La prensa española recoge estas opiniones como un contrapeso a la narrativa negativa, ofreciendo pues una perspectiva que ensalza la fortaleza y atractivo de Londres. Esta idea se ilustra claramente en los siguientes ejemplos, donde se manifiesta en qué medida la capital británica sigue siendo admirada y valorada por sus muchas cualidades:

- 8) «Londres también es la capital mundial del comercio electrónico, un sector al que, debido a la depreciación de la libra y la dispersión geográfica de sus usuarios, el Brexit parece sentarle bien» (*El País*, 2016).
- 9) «Londres siempre ha sido un gran crisol de ideas; y depende de esta gran afluencia de otras culturas para mantener su dinámica» (*El Mundo*, 2019a).
- 10) «-Sí, porque el ambiente en Londres es muy bueno. Hay una sensación bastante fuerte de unidad» (*ABC*, 2017a).

A pesar de la incertidumbre generada por el Brexit, Londres seguía siendo percibida como una ciudad vibrante, diversa y repleta de oportunidades, como evidencian los fragmentos analizados. Esta percepción refuerza su papel como un referente mundial, incluso en tiempos de cambio y turbulencia. Del mismo modo, se observa que los periódicos españoles, especialmente aquellos especializados en temática económica, destacan de manera notable la importancia de Londres en el ámbito financiero y empresarial, incluso después de la concreción del Brexit. Estos medios insisten en que, aunque Reino Unido salió de la UE, la capital británica continuaba siendo un centro financiero de primer orden, manteniendo su influencia y atractivo como un núcleo esencial para los negocios internacionales. Se subraya igualmente que la City de Londres ha demostrado una notable capacidad de adaptación frente a los retos del Brexit mediante la puesta en marcha de estrategias para conservar su posición de liderazgo y continuar siendo atractiva para las inversiones, la innovación y el talento global. A continuación, se presentan algunos ejemplos que ilustran esta perspectiva:

- 11) «Londres es el motor económico de Reino Unido, posicionándose como un centro financiero, abierto a los negocios y con un régimen fiscal de impatriados que le ha permitido atraer a los mejores profesionales» (*Expansión*, 2019).
- 12) «Londres es un centro de importancia mundial y, si algo ha demostrado a lo largo de las últimas décadas, es que siempre ha salido con mucha solidez de los escenarios de crisis o recesión, porque es un polo de atracción incuestionable para inversiones de todo el mundo» (*El Economista*, 2016).

- 13) «Londres es la plaza financiera más internacional del mundo por el mercado interior europeo» (*El País*, 2017b).

Los ejemplos seleccionados ponen de manifiesto la percepción de que Londres seguía siendo un actor clave en la economía global y un punto de referencia ineludible para las actividades empresariales y financieras, pese al contexto de salida de la UE. En este sentido, la prensa española también destaca que Londres se había convertido en un foco de atracción para las grandes fortunas que invierten en el mercado inmobiliario de la ciudad a través de la compra de propiedades de lujo. Este flujo de inversión de alto nivel propició no solo el auge del sector inmobiliario de alta gama, sino también la apertura de establecimientos y comercios exclusivos diseñados para atender las necesidades de estos inversores de élite y no las del ciudadano común. Esta atracción de capital extranjero y de grandes fortunas ha consolidado a Londres como uno de los destinos preferidos para la adquisición de propiedades de lujo a nivel mundial, lo que ha contribuido a redefinir el paisaje urbano y comercial de ciertas zonas de la ciudad, convirtiéndolas en espacios inaccesibles para la mayoría de la población. Algunos ejemplos que ilustran esta realidad se encuentran en los siguientes fragmentos:

- 14) «Londres es la ciudad más atractiva para que los más ricos del mundo compren una propiedad inmobiliaria de lujo» (*Cinco Días*, 2017).
15) «Hace unos meses también inauguró su showroom en Berkeley Square, epicentro del Londres más inaccesible» (*ABC*, 2016a).

Estos ejemplos ponen de relieve el atractivo que ejerce Londres sobre los inversores de alto poder adquisitivo y cómo esta tendencia ha transformado ciertas áreas de la ciudad en enclaves exclusivos destinados a satisfacer las demandas de un público selecto y acaudalado. Por otro lado, la prensa española también refleja la relevancia de Londres como un destino turístico de gran atractivo, especialmente para los ciudadanos españoles.

La capital británica mantiene su popularidad y encanto entre los viajeros, y sigue siendo percibida como un lugar emblemático y lleno de oportunidades para el turismo, a pesar de las incertidumbres generadas por la salida del Reino Unido de la UE. Los medios españoles destacan que, incluso en un contexto de posibles cambios en las condiciones de viaje o en la relación con la UE, Londres continuaba ofreciendo una amplia variedad de experiencias culturales, históricas y de ocio que seguían atrayendo a turistas de todas partes, especialmente de España. Esta percepción se refleja claramente en los siguientes ejemplos:

- 16) «Puede seguir generando incertidumbre en distintos sectores, pero en el hostelería Londres está teniendo en 2017 el mejor año de ocupación de su historia» (*ABC*, 2017).
17) «Desde hace más de una década, Londres es un destino típico de Navidad entre los españoles donde combinar la visita a alguno de los museos más importantes del mundo, dar rienda suelta al shopping o visitar los turísticos Trafalgar Square, el Big Ben o el London Eye, la noria» (*Cinco Días*, 2016).

Por último, es relevante señalar que la prensa española también ha recogido en sus páginas ciertos aspectos negativos asociados a la capital británica. Uno de los problemas más destacados es el aumento de la población, ligado tanto al crecimiento de habitantes como al flujo constante de turistas, lo que ha generado situaciones de saturación y ha intensificado procesos como la gentrificación. Un claro ejemplo de esta realidad se puede encontrar en el siguiente fragmento:

- 18) «El barrio de Leyton es sinónimo del Londres gentrificado» (*La Vanguardia*, 2017a).

Este tipo de cobertura pone de manifiesto los desafíos urbanos que enfrenta Londres en términos de sobrepoblación y desplazamiento de comunidades locales debido al incremento de los precios de la vivienda y la transformación de ciertos barrios. Asimismo, la prensa española

también ha destacado aspectos más problemáticos y controvertidos, como la presencia de actitudes xenófobas en la capital londinense. Cabe recordar que la cuestión migratoria fue uno de los argumentos más utilizados por el bloque defensor de la salida del Reino Unido de la UE, lo que generó un clima de rechazo hacia la inmigración y alimentó episodios de intolerancia en algunas partes de la ciudad. Ejemplos de esta situación se encuentran en los siguientes fragmentos:

- 19) «Londres es mucho peor que Harlow, este no es un mal lugar para vivir» (ABC, 2016b).
- 20) «Sin extranjeros Londres se para» (ABC, 2016c).

Se evidencia que la prensa ha reflejado el impacto social del Brexit en Londres, destacando los episodios de xenofobia y el temor a que la ciudad pierda su esencia cosmopolita y multicultural. Del mismo modo, los periódicos españoles han dado cobertura a las posturas antieuropeístas británicas que, en algunas ocasiones, se manifiestan en la propia ciudad de Londres. Esta faceta ha sido recogida por la prensa a través de fragmentos que muestran la compleja relación entre la capital y la idea de pertenencia a la UE, como se puede ver en los siguientes ejemplos:

- 21) «Independizarse de un Londres antieuropeo será más que una tentación» (El País, 2019).
- 22) «Londres era el principal actor europeo en poner "freno" en la integración política y económica» (El Mundo, 2019b).

Aunque es considerada una ciudad abierta y multicultural, Londres también ha sido escenario de posturas euroescépticas y ha desempeñado un papel activo en el debate sobre la integración europea, reflejando las contradicciones y tensiones que el Brexit ha generado en la sociedad británica.

Los fragmentos analizados revelan que la presencia de Londres en la prensa española durante el proceso del Brexit proyecta una imagen compleja y multifacética de la capital británica. Por un lado, la ciudad se presenta como un actor clave en las negociaciones del Brexit, que puede equipararse a Bruselas como uno de los epicentros decisivos en este proceso histórico. Por otro lado, los medios también destacan la importancia de Londres en el ámbito financiero y empresarial, señalando que, incluso tras la salida del Reino Unido de la UE, la capital es todavía un referente mundial en este sector y que continúa atrayendo grandes inversiones y fortunas internacionales.

Asimismo, la prensa española subraya el papel de Londres como un destino turístico destacado, especialmente para los ciudadanos españoles. Este destino mantiene su atractivo incluso después de la incertidumbre generada por el Brexit. Sin embargo, también se recogen aspectos negativos, como los efectos de la sobrepoblación, la gentrificación y la aparición de actitudes xenófobas que emergieron en el contexto del Brexit. Por otro lado, se pone de manifiesto también el papel que ha desempeñado Londres en el euroescepticismo británico a través de su influencia en el proceso de separación de la UE. Por lo tanto, es evidente que la representación de Londres en la prensa española durante el Brexit refleja su condición de ciudad global, resiliente y diversa, pero también pone de relieve los retos y contradicciones que enfrenta en un momento de cambio e incertidumbre histórica.

6. Conclusiones

Los resultados de este estudio han logrado cumplir con el objetivo inicial, que consistía en analizar de qué manera los medios impresos españoles representaron la transformación de Londres. Este análisis se ha centrado en los discursos que ilustran el papel de la ciudad frente a los desafíos económicos, políticos y sociales que surgieron a raíz del Brexit. Por tanto, se han examinado ejemplos de la prensa mediante el empleo de un corpus, que han permitido identificar patrones para representar a Londres como un actor clave en un contexto de incertidumbre y cambio.

Los datos analizados revelan que el entorno léxico ha dotado al término «Londres» de connotaciones específicas, influyendo así en la percepción que la audiencia española tiene de la

ciudad. En particular, la cobertura mediática ha tendido a destacar los efectos negativos que la salida del Reino Unido de la UE tendrá sobre la capital británica. Además, se han abordado otros aspectos como la gentrificación y las manifestaciones xenófobas dirigidas hacia ciertos colectivos extranjeros, evidenciando un sesgo negativo en relación a esta ciudad inglesa. No obstante, cabe destacar que la prensa, especialmente la económica, sigue considerando a Londres como un centro financiero sólido que continúa atrayendo inversiones, empresas y turismo, a pesar del incierto panorama que plantea el Brexit. Es importante señalar que los periódicos especializados en economía han centrado su atención mucho más en esta faceta de la ciudad que los medios generalistas, reflejando así una imagen más matizada y menos alarmista respecto al futuro de Londres en el contexto posBrexit.

En cuanto a la metodología empleada, la principal innovación de este estudio radica en la aplicación del análisis del discurso asistido por corpus (CADS) para estudiar el sesgo informativo. Este enfoque combina técnicas de la lingüística de corpus con métodos del análisis del discurso, lo que ha permitido examinar el entorno léxico del término «Londres» en un corpus extenso y a lo largo de un período temporal determinado (2016-2020). Aunque este tipo de análisis se ha aplicado previamente en otros corpus periodísticos, el presente trabajo se enfoca en un fenómeno de actualidad, como el Brexit, y aborda el papel de una ciudad global clave, que ha sido poco estudiada desde una perspectiva lingüística hasta ahora. Gracias a dicha metodología, se ha podido apreciar cómo Londres cobra un protagonismo relevante durante el proceso de negociación del Brexit.

Tanto los resultados obtenidos como el enfoque metodológico propuesto en este estudio pueden establecer un sólido punto de partida para futuras investigaciones que aborden cuestiones similares. Esto es especialmente relevante en el contexto de las transformaciones que experimentan las grandes ciudades ante escenarios de cambio político y social. Además, se destaca la importancia de analizar cómo la prensa construye y proyecta, a través del discurso mediático, la imagen urbana de estas ciudades.

7. Agradecimientos

Este trabajo ha contado con el apoyo del grupo de investigación CLILLAC-ARP (3967) de la Universidad Paris Cité (Francia), del grupo FENIX (SEJ-596) de la Universidad de Sevilla (España), así como del grupo Léxico y Discurso (HUM-265) de la Universidad de Granada (España).

Referencias

- ABC. (2016a, 17 de septiembre). La princesa libanesa que enoja a la jet set. *ABC*.
- ABC. (2016b, 23 de octubre). Los polacos de la ciudad callan tras recibir desde el Brexit dos ataques xenófobos, uno de ellos saldado con un muerto. *ABC*.
- ABC. (2016c, 9 de octubre). Entrevista a Nacho Manzano, Chef. *ABC*.
- ABC. (2017a, 25 de junio). Geoff Dyer: «Me pregunto cómo sobrevive la gente que no tiene sentido del humor». *ABC*.
- ABC. (2017b, 6 de noviembre). El arco español de Londres será un Waldorf Astoria. *ABC*.
- Baker, P., Gabrielatos, C., Khosravinik, M., Krzyżanowski, M., McEnery, T., & Wodak, R. (2008). A useful methodological synergy? Combining critical discourse analysis and corpus linguistics to examine discourses of refugees and asylum seekers in the UK press. *Discourse & Society*, 19(3), 273–306. <https://doi.org/10.1177/0957926508088962>
- Barnier, M. (2021). *La grande illusion. Journal secret du Brexit (2016-2020)*. Éditions Gallimard.
- Berganza Conde, M. R. (2008). Medios de comunicación, «espiral del cinismo» y desconfianza política. Estudio de caso de la cobertura mediática de los comicios electorales europeos. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 13(25), 121–139. <https://doi.org/10.1387/zer.3580>
- Bhatia, A. (2006). Critical discourse analysis of political press conferences. *Discourse and Society*, 17(2). <https://doi.org/10.1177/0957926506058057>
- Borrat, H. (1989). El periódico, actor del sistema político. *Anàlisi*, 12, 67–80.
- Borrell, J. (2017). El Brexit, ¿principio del fin o nuevo impulso para la Unión Europea? *La Albolafia: Revista de Humanidades y Cultura*, 12, 13–18.
- Castellá Andreu, J. M. (2016). El referéndum sobre el Brexit: una historia inacabada. *Revista de Derecho Político*, 97, 297–334. <https://doi.org/10.5944/rdp.97.2016.17626>
- Charaudeau, P. (2005). *Les medias et l'information. L'impossible transparence du discours*. Éditions De Boeck.
- Cinco Días. (2016a, 21 de octubre). Madrid logra 5.200 millones de inversión inmobiliaria. *Cinco Días*.
- Cinco Días. (2016b, 25 de noviembre). Pasar las Navidades en casa de los abuelos no se lleva. *Cinco Días*.
- Cinco Días. (2017, 8 de febrero). Londres, la ciudad preferida por las grandes fortunas. *Cinco Días*.
- Colantone, I., & Stanig, P. (2016). Global Competition and Brexit. *BAFFI CAREFIN Working Papers*, 1644, 1–45. <https://doi.org/10.1017/S0003055417000685>
- Córdoba Hernández, A. M. (2009). *La línea editorial de ABC, El País, El Mundo y La Vanguardia frente al conflicto palestino-israelí: 1993-2004*. Universidad de Navarra.
- De Cesare, F. (2018). *Populismo y Prensa. La construcción discursiva de la crisis griega y del Brexit en dos periódicos españoles*. Paolo Loffredo iniziative Editoriali.
- Dörny, S. (2017). The geo-politics of Brexit, the euro and the City of London. *Geoforum*, 85, 1–4. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2017.07.003>
- Dunt, I. (2018). *Brexit. What the Hell Happens Now?* Canbury Press.
- El Economista. (2016, 22 de julio). El «Brexit» deja a las empresas en un marco de incertidumbre. *El Economista*.
- El Economista. (2017, 24 de octubre). «Frenazo» en las reservas del turismo de negocios en Cataluña para 2018. *El Economista*.
- El Mundo. (2017, 2 de abril). España tiene ahora la sartén por el mango en Gibraltar. *El Mundo*.
- El Mundo. (2019a, 5 de mayo). «No creo en la belleza como verdad». *El Mundo*.
- El Mundo. (2019b, 7 de junio). Borrell: «Al final el Brexit ha sido una vacuna». *El Mundo*.
- El País. (2016, 29 de octubre). Crecen las ventas en Internet. *El País*.
- El País. (2017a, 22 de noviembre). Los empresarios lamentan la «oportunidad perdida» de la EMA. *El País*.
- El País. (2017b, 3 de mayo). Sin miedo hacia el «Brexit». *El País*.
- El País. (2019, 16 de abril). Ampliar el «nosotros». *El País*.

- El País. (2020, 30 de enero). Gibraltar, pesca y ciudadanos, líneas rojas de España tras el Brexit. *El País*.
- Expansión. (2019, 8 de enero). Un nuevo modelo de negocio para España. *Expansión*.
- Fowler, R. (1991). *Language in the News: Discourse and Ideology in the Press*. Routledge.
- Gomis, L. (1974). *El medio media: La función política de la prensa*. Seminarios y Ediciones.
- Gomis, L. (2001). *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente* (2e ed.). PAIDOS IBERICA.
- Gomis, L. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos*. Editorial UOC.
- Gunter, B. (1997). *Measuring Bias on Television*. University of Luton.
- Hall, S., & Heneghan, M. (2023). Brexit and 'missing' financial services jobs in the United Kingdom. *Contemporary Social Science*, 18(2), 235–249. <https://doi.org/10.1080/21582041.2023.2189294>
- Hallin, D., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- Hobolt, S. B. (2016). The Brexit vote: a divided nation, a divided continent. *Journal of European Public Policy*, 23(9), 1259–1277. <https://doi.org/10.1080/13501763.2016.1225785>
- Idígoras, M. Á. (2017). El Brexit: una decisión que divide a un país y a un continente. *La Albolafia: Revista de Humanidades y Cultura*, 12, 19–31.
- James, S., & Quaglia, L. (2021). Brexit and the political economy of euro-denominated clearing. *Review of International Political Economy*, 28(3), 505–527. <https://doi.org/10.1080/09692290.2019.1699148>
- Kalaitzake, M. (2022). Resilience in the City of London: The fate of UK financial services after Brexit. *New Political Economy*, 27(4), 610–628. <https://doi.org/10.1080/13563467.2021.1994540>
- Khabaz, D. (2018). Framing Brexit: the role, and the impact, of the national newspapers on the EU Referendum. *Newspaper Research Journal*, 39(4), 496–508. <https://doi.org/10.1177/0739532918806871>
- Kilgariff, A., Baisa, V., Bušta, J., Jakubíček, M., Kovář, V., Michelfeit, J., Rychlý, P., & Suchomel, V. (2014). The Sketch Engine: ten years on. *Lexicography*, 1(1), 7–36. <https://doi.org/doi:10.1007/s40607-014-0009-9>
- Kircher, M. (2005). La prensa escrita: actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica. *Revista de Historia*, 10, 115–122.
- La Vanguardia. (2017a, 25 de octubre). Barcelona es la tercera ciudad europea preferida para crear «start-ups». *La Vanguardia*.
- La Vanguardia. (2017b, 4 de mayo). e-konomía. *La Vanguardia*.
- La Vanguardia. (2018, 6 de abril). «Hay que trabajar la marca más que nunca». *La Vanguardia*.
- Labbé, D., & Monière, D. (2008). *Les mots qui nous gouvernent: Le discours des Premiers ministres québécois: 1960-2005*. Monière-Wollank Éditeurs.
- López Basaguren, A. (2017). Brexit: la secesión de la Unión Europea entre teoría y realidad. *UNED. Teoría y Realidad Constitucional*, 40, 111–140. <https://doi.org/10.5944/trc.40.2017.20903>
- Maingueneau, D. (2021). *Discours et analyse du discours (Seconde)*. Armand Colin.
- Malo de Molina, J. L. (2017). El futuro del proyecto europeo después del Brexit. *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía*, 896, 141–152. <https://doi.org/10.32796/ice.2017.896.1936>
- McCombs, M., & Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la Agenda-setting. *Comunicación y Sociedad*, 8, 7–32.
- McQuail, D. (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Amorrortu editores.
- Panitz, R., & Glückler, J. (2022). Relocation decisions in uncertain times: Brexit and financial services. *Economic Geography*, 98(2), 119–144. <https://doi.org/10.1080/00130095.2021.2009336>
- Parsons, T. (1967). *Sociological Theory and Modern Society*. The Free press.
- Partington, A. (2004). Corpora and discourse, a most congruous beast. *Corpora and Discourse*, 1, 11–20.

- Partington, A., Duguid, A., & Taylor, C. (2013). *Patterns and Meanings in Discourse: Theory and Practice in Corpus-assisted Discourse Studies (CADS)*. John Benjamins.
- Plaza Cerezo, S. (2001). La capitalidad de Londres en la economía global. *Boletín Económico ICE*, 2686, 7-17.
- Ramos Ruiz, Á. (2018). El sesgo ideológico en la prensa económica española: un estudio de corpus. In M. González & M. Valderrama (Eds.), *Discursos Comunicativos Persuasivos Hoy* (pp. 375-388). Tecnos (Grupo Anaya).
- Ramos Ruiz, Á. (2021a). El sesgo ideológico en la cobertura del Brexit en la prensa digital española. In N. Sánchez-Gay & M. L. Cárdenas-Rica (Eds.), *La comunicación a la vanguardia. Tendencias, métodos y perspectivas* (pp. 1981-1997). Fragua.
- Ramos Ruiz, Á. (2021b). El sesgo ideológico y la prosodia semántica en la construcción del discurso mediático del Brexit en la prensa española. *Tonos Digital: Revista de Estudios Filológicos*, 41(II), 1-35.
- Ramos Ruiz, Á. (2022). *El discurso mediático sobre el Brexit: estudio léxico-semántico del sesgo informativo en la prensa española*. Universidad de Granada - Université Paris Cité.
- Ramos Ruiz, Á., & Ramos Ruiz, I. (2019). El sesgo ideológico en el tratamiento informativo del BREXIT en la prensa anglosajona. In P. López Villafranca, J. I. Niño González, & L. F. Solano Santos (Eds.), *La nueva comunicación del siglo XXI* (pp. 347-358). Pirámide (Grupo Anaya).
- Ramos Ruiz, Á., & Ramos Ruiz, I. (2021). El sesgo ideológico en el discurso periodístico de opinión sobre el Brexit en la prensa española: el caso de Gibraltar. In A. M. Botella Nicolás, M. Rodorigo, & R. Moreno López (Eds.), *Investigando sobre tendencias en análisis de contenido de vanguardia* (pp. 381-392). Tirant Lo Blanch.
- Ramos Ruiz, Á., & Ramos Ruiz, I. (2022). El sesgo ideológico en el discurso político de la prensa española: la reforma constitucional de 2011. *Círculo de Lingüística Aplicada a La Comunicación*, 89, 171-182. <https://doi.org/10.5209/clac.70743>
- Rivière-De Franco, K. (2017). Le référendum sur l'Union européenne: une crise identitaire pour la presse britannique? *Revue Française de Civilisation Britannique. French Journal of British Studies*, 22(XXII-2), 1-18. <https://doi.org/10.4000/rfcb.1325>
- Sampson, T. (2017). Brexit: The Economics of International Disintegration. *Journal of Economic Perspectives*, 31(4), 163-184. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1257/jep.31.4.163>
- Taylor, C., & Marchi, A. (2018). *Corpus Approaches to Discourse. A Critical Review*. Routledge.
- Trent, J. S., & Friedenberg, R. V. (2004). *Political campaign communications*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Van Kerckhoven, S., & Odermatt, J. (2021). Euro clearing after Brexit: Shifting locations and oversight. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, 29(2), 187-201. <https://doi.org/10.1108/JFRC-02-2020-0021>
- Vázquez Bermúdez, M. Á. (2006). Los medios toman partido. *Ámbitos*, 15, 257-267. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2006.i15.1>
- Verdú Cuelco, Y. (2009). *Sesgo y encuadre en las noticias de TV: mecanismos de manipulación periodística a propósito del urbanismo y del agua en los informativos de Canal 9*. Universidad de Valencia.
- Verdú Cuelco, Y. (2010). El tratamiento del urbanismo y del agua en los informativos de Canal 9. *Arxiu de Ciències Socials*, 23, 137-148.