

# La representación de la Unión Europea en los medios españoles: discursos y polarización a través de la crisis energética

The European Union representation in Spanish media: discourses and polarization through the energy crisis

**Lucía García-Carretero**

Universidad a Distancia de Madrid, UDIMA. España.

[lucia.garcia.ca@udima.es](mailto:lucia.garcia.ca@udima.es)

[CV]  

**María-José Establés**

Universidad Complutense de Madrid. España.

[marestab@ucm.es](mailto:marestab@ucm.es)

[CV]  

**Ana Pérez-Escoda**

Universidad Antonio de Nebrija. España.

[aperezes@nebrija.es](mailto:aperezes@nebrija.es)

## Cómo citar este artículo / Referencia normalizada.

García-Carretero, L., Establés, M.-J. y Pérez-Escoda, A. (2023). La representación de la Unión Europea en los medios españoles: discursos y polarización a través de la crisis energética. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 375-398. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1932>

## RESUMEN

**Introducción:** La integración gradual de España en la Unión Europea mediante el desarrollo de instituciones y cambios económicos y estructurales es intrínseca a la construcción de una opinión pública proeuropea en la cual los medios de comunicación han participado activamente. **Objetivos:** Esta investigación busca analizar los temas difundidos por los principales medios de comunicación españoles con el fin de determinar cómo se representa a la Unión Europea, los discursos, discursos adyacentes y contra discursos y averiguar el grado de polarización Norte-Sur. **Metodología:** Mediante el análisis de contenido y el análisis crítico de discurso se analizan 543 unidades procedentes de los medios El País, El Confidencial, ABC, ElDiario.es, RTVE y Antena 3 desde marzo de 2021 hasta julio de 2022. **Discusión y conclusiones:** Tras la aplicación metodológica, los resultados obtenidos nos permiten concluir que el sentimiento de europeización en los medios de comunicación españoles se construye sobre temas concretos, y tras un análisis en profundidad de la cuestión energética, podemos afirmar que la cobertura mediática es neutral en términos generales. La europeización se presenta

---

desde un papel con mayor peso de España en el proyecto común que en las etapas históricas anteriores presentadas en la introducción de este trabajo. Asimismo, existe cierta unanimidad en los medios españoles, tanto en la selección temática como en los actores a los que se da voz en la información, así como en la construcción preeuropea de la opinión pública, independientemente de su línea editorial.

**Palabras clave:** Unión Europea; Medios de comunicación; Análisis de contenido; Análisis crítico del discurso; Polarización.

## ABSTRACT

**Introduction:** Spain's gradual integration into the European Union through the development of institutions and economic and structural changes is intrinsic to the construction of a pro-European public opinion in which the media have actively participated. **Objectives:** This research aims to analyse the topics disseminated by the leading Spanish media to detect how the EU is represented in these themes, determine the main, adjacent and counter-discourses and find out the degree of North/South polarisation. **Methodology:** By content analysis and critical discourse analysis, this paper studies 543 units from the Spanish media *El País*, *El Confidencial*, *ABC*, *El Diario.es*, *RTVE* and *Antena 3* from July 2021 to March 2022. **Discussion and conclusion:** Following the methodological application, the results obtained allow us to conclude that the construction of Europeanisation in the Spanish media is constructed about specific issues, and after an in-depth analysis of the energy issue, we can affirm that media coverage is neutral in general terms. Europeanisation is presented from a role with the greater weight of Spain in the common project than in previous historical stages presented in the introduction to this paper. Likewise, there is a certain unanimity in the Spanish media, both in the thematic selection and in the actors who are given a voice in the information, as well as in the pre-European construction of public opinion, regardless of their editorial line.

**Keywords:** European Union; Media; Content analysis; Critical discourse analysis; Polarization.

Traducido por **Paula González** (Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela)

## 1. Introducción: España en la Unión Europea

La europeización es un proceso gradual de integración, en el que España ha ido desarrollando instituciones comunes y cambios estructurales y económicos y que ha buscado la unificación política de Europa (López-Gómez, 2014). La identidad europea es reciente en comparación con las identidades nacionales; es posible observar diferencias entre los países miembros con una trayectoria más larga y los países que se incorporaron más recientemente (Grad *et al.*, 2004). En palabras de Juan Avilés (2004), sí ha habido críticas desde la entrada de España en la UE, pero cabe destacar que a partir de 1996 se intensificó el discurso europeísta ligado al pragmatismo y, años más tarde, la visión positiva de la aprobación de la Constitución Europea.

El estudio sobre el euroescepticismo (Hooghe y Marks, 2009) concluye que la mayoría de los partidos políticos son más pro-europeos que los votantes. Las principales tendencias euroescépticas proceden de la derecha populista y de la izquierda radical. El euroescepticismo está vinculado a la percepción de que la élite política se guía más por su egoísmo o interés propio que por el bien común. En línea con el concepto de "espiral del euroescepticismo", se ha prestado atención a la intermediación de políticos, medios de comunicación y ciudadanos y, es a través de la selección temática y el framing como se condiciona la opinión pública (Galpin y Trenz, 2017). Según Manuel Castells (2019), la formación de la identidad europea necesita un vínculo entre la población y un sentimiento de pertenencia que aún no

alcanza los niveles de pertenencia a sus propios países. Sin este vínculo, la unión política o económica de los pueblos de Europa no puede perdurar (Castells, 2019). Asimismo, la polarización afectiva constituye una identidad social perdurable cuando los individuos se identifican no sólo con un grupo social determinado, sino también con partidos y líderes políticos (Kingzette, 2021; Torcal y Comellas, 2022). Es interesante para este trabajo considerar el concepto de polarización afectiva en relación con la identidad europea, ya que está directamente vinculada a la ideología basada en la identidad y, en consecuencia, se produce principalmente por las identidades ideológicas y otras identidades sociales cada vez más ordenadas a lo largo de las líneas partidistas (Mason, 2018; Torcal y Comellas, 2022).

Existen cuatro etapas temporales en las que la vinculación o sentido de pertenencia español a la UE fue susceptible de cambio debido a la concurrencia de acontecimientos sociales, políticos y económicos: La primera etapa se centra en la apertura de la UE hacia el Este y el 20 aniversario de la entrada de España. El sentimiento pro-europeo de los españoles durante la votación de la Constitución Europea en 2003 fue notorio. Según el Centro de Investigaciones Sociológicas-CIS (2005), entre los españoles que votaron a favor de la Constitución Europea, las principales razones aducidas fueron que era imprescindible para continuar la construcción europea (38,7%), que era lo que defendía el partido político con el que simpatizaban (24,2%) y porque la Constitución creaba la ciudadanía europea (14,6%). En 2004 ingresaron en la UE diez nuevos países. Durante el periodo de ampliación de la UE, los españoles recurrieron principalmente a la televisión, la radio y la prensa para informarse sobre los nuevos miembros. En cuanto al grado de información, no hubo "grandes diferencias entre los resultados obtenidos en España y la media de la UE, considerándose poco informados sobre la ampliación el 49,8% de los españoles (49% de la media de la UE) y nada informados el 29,3% (28% de la media de la UE)" (Eurobarómetro, 2002). La confianza de los españoles en las instituciones europeas era superior a la media de la UE. Una vez consolidada la Europa de los 25, los españoles mantuvieron su posición respecto a los medios de comunicación. En el 20 aniversario de la entrada de España en la UE, según un estudio del CIS (2006), el 58,8 % de los españoles se sentía muy o bastante vinculado a la UE, frente al 38,2 % que decía sentirse muy poco o nada vinculado a ella.

La segunda etapa es la crisis económica de 2007-2008. Antes de este momento, la población española consideraba que los medios de comunicación daban una imagen positiva de la UE, sólo un 8% creía que ser Estado miembro de la UE era negativo (Eurobarómetro, 2008). La desafección política se canalizó hacia la clase política española, y la UE y sus políticas económicas adoptadas, dando lugar a la aparición de nuevos partidos (García-Carretero y Díaz-Noci, 2018). El colapso financiero y económico generó un clima de desconfianza y desafección política en España, especialmente entre la población más joven (Calvo *et al.*, 2011; Likki, 2012; Fernández-Planells *et al.*, 2014).

Según García-Gordillo, "la información sobre la UE en los medios de comunicación se reduce a las cumbres de jefes de Estado, la foto familiar y alguna que otra anécdota [...]", lo que dificulta "crear un sentimiento de pertenencia a un colectivo que va más allá del ámbito nacional" (2012, p. 77). A pesar de ello, el tratamiento informativo, por ejemplo, de la prensa escrita, debería ser un "eje referencial a la hora de establecer la opinión de una sociedad, por lo que es especialmente importante conocer qué estrategias aplica a este sujeto político europeo, y cómo afectan a la construcción de la identidad europea" (Rivas-de-Roca, 2018, p. 1634). El autor explica cómo la prensa española difundió noticias sobre la crisis en Europa utilizando conceptos que no favorecían un sentimiento positivo (Rivas-de-Roca, 2018). La confianza en el proyecto europeo se erosionó porque los españoles sintieron que no tenían voz para contrarrestar estas políticas (Powell *et al.*, 2013).

Los medios de comunicación expresaron su asombro por la falta de reactividad de la UE y señalaron las deficiencias de la política económica (Krugman, 2009). Los discursos se centraron en los problemas económicos, el desempleo, la precariedad juvenil y la burbuja inmobiliaria. El público español no

encontró una perspectiva europea para construir su identidad, en línea con el "déficit mediático" de Díaz-Nosty (2005). La UE no fue el actor principal en la cobertura mediática, ya que "la información sobre la crisis en la televisión española, como se ha observado, se ha centrado en los acontecimientos de la Península Ibérica" (Martín-Quevedo *et al.*, 2016, p. 819). En 2010, el Gobierno español anunció el primer gran recorte del gasto público y la imagen positiva de la UE en España cayó del 73% en 2007 al 47% en 2010 (Aixalá-i-Blanch, 2014). Hubo desinterés por la problemática europea y la televisión no ayudó a acercar la información relacionada con la UE y sus instituciones a la población (Zurutuza y Lafuente, 2012).

En España, entre 2013 y 2016, surgieron nuevos partidos políticos a través de la institucionalización de movimientos sociales contra la austeridad (della Porta y Mattoni, 2014) capitalizando esta desafección política (Sampedro y Sánchez-Duarte, 2011). La brecha entre euroescépticos y proeuropeos aumentó durante este periodo. Según el Eurobarómetro, la confianza de los ciudadanos españoles en el proyecto europeo cayó en picado, ya que percibían a Bruselas como una realidad distante y burocrática. La solución a esta brecha en la opinión pública pasa por la creación de un debate público transnacional sobre temas de interés o preocupación para la población europea y la creación de una opinión pública europea (Benedicto-Solsona, 2016). Algunas investigaciones han constatado que la difusión de las actitudes euroescépticas se produjo principalmente a través de los medios de comunicación y las redes sociales (Brack y Startin, 2015).

La tercera etapa comenzó cuando la narrativa europea con mayor presencia mediática se centró en la crisis migratoria. En 2015, Europa se enfrentaba a la más severa crisis de refugiados desde la Segunda Guerra Mundial. La mayoría de los españoles estaban a favor de crear una agenda común europea sobre migración y se mostraban más tolerantes con la inmigración que con la UE (Eurobarómetro, 2014). Las noticias positivas en los medios de comunicación españoles se centraron en discursos de solidaridad por la contribución de España. España fue un contribuyente neto al presupuesto de más de 10.000 millones de euros movilizado por la UE para ayudar a los países más afectados y se comprometió a acoger a más de 16.000 refugiados (DSN, 2016; CEAR, 2016). A medida que avanzaba la crisis, los europeos se mostraban más críticos: "si nos referimos a la inmigración de personas de fuera de la UE: El 59% manifiesta sentimientos negativos y solo un tercio (34%) positivos. En España, la mayoría tenía una opinión positiva (53%) frente a un tercio (38%) que se declaraba negativo" (Eurobarómetro, 2015). En los medios de comunicación, la construcción de la opinión pública se centró en generar un sentimiento de identificación con los refugiados resaltando rasgos característicos comunes, para apelar a la sensibilidad y a las emociones (Cassanova y Massó, 2018). Sin embargo, existen diferencias sustanciales en la representación mediática entre los países del norte y del sur de Europa (Amores *et al.*, 2020).

La cuarta etapa es la gestión de la COVID-19 por parte de la UE y sus consecuencias económicas. Si bien la crisis económica de 2008 debilitó el vínculo entre los ciudadanos y la UE, la gestión de la pandemia ha marcado un punto de inflexión en la percepción de los ciudadanos. Los españoles son más optimistas que la media sobre el futuro de la UE, el 81% de los encuestados se sienten ciudadanos de la UE (Eurobarómetro, 2022). Los españoles eran el cuarto miembro menos confiante de la UE-27, sólo por detrás de Francia, la República Checa y Bulgaria (InfoLibre, 2020). Sin embargo, a medida que avanzaba la pandemia, aumentaba la confianza en la UE. Mientras que en abril de 2021 el 49% de los encuestados se mostraba insatisfecho con las medidas tomadas por la UE para frenar el coronavirus, ahora dos de cada tres españoles confían en que la UE tomará las decisiones correctas en el devenir de la pandemia (Eurobarómetro, 2022).

En la respuesta económica hay diferencias entre las medidas de austeridad que la UE impulsó ante la crisis económica de 2008 y las consecuencias del coronavirus. La respuesta económica se basa en

los fondos de recuperación de la UE de nueva generación, tanto españoles como europeos confían en los fondos de recuperación y creen que serán eficaces para responder a la pandemia (Eurobarómetro 2021, 2022). El escenario comunicativo caracterizado por la proliferación de canales y plataformas, la abundancia de comunicación y el aumento de la competencia entre medios ha dado lugar a un ecosistema saturado de información en el que la tarea de informarse resulta cada vez más difícil para los ciudadanos. Desde 2020, el discurso mediático español sobre la europeización y el sentimiento de pertenencia de los ciudadanos a la UE se ha centrado en el auge de la desinformación y las fake news (Almansa-Martínez *et al.*, 2022). En este sentido, "la difusión de información deliberadamente falsa se ha convertido en un problema de salud" (Salaverría *et al.*, 2020, p. 2). A pesar de ello, los medios tradicionales siguen siendo la principal fuente de información porque, en tiempos de crisis, los ciudadanos buscan puntos de referencia comunes como los medios de comunicación para formar la opinión pública (Besalú, 2020).

## 2. Objetivos y Metodología

El estudio explora el papel de los medios de comunicación españoles que abogan por el proyecto europeo analizando sus discursos, mediante el análisis de contenido (AC) y el análisis crítico del discurso (ACD). En términos de opinión pública y de opinión de los principales partidos políticos, España es un país proeuropeo. El panorama político español está polarizado según la división izquierda-derecha, pero su europeización y el apoyo a la UE representan proyectos políticos incontestables (Ruíz y Egea 2010).

### 2.1. La muestra

El periodo de análisis va de julio de 2021 a marzo de 2022. La selección de los medios analizados responde a cuatro criterios de selección: formato (tradicional-digital), propiedad (pública-privada), línea editorial (conservadora-liberal) y alcance. Como resultado, los medios seleccionados fueron: El País, El Confidencial, ABC, El Diario.es, Televisión Española (RTVE) y Antena 3. Se utilizaron las cuentas en Twitter de los medios objeto de estudio para constituir un doble canal de difusión mediática en España (Casero-Ripollés, 2020). Para seleccionar una muestra representativa, se realizó un filtrado de las noticias teniendo en cuenta los perfiles de los medios en Twitter. Para la captura de estos tuits, se utilizó NCapture que forma parte del software QSR Nvivo, siguiendo el proceso de trabajos de investigación previos ya testados (García-Carretero *et al.*, 2022; Pedrero-Esteban *et al.*, 2021). Posteriormente, los investigadores filtraron los mensajes para detectar discursos sobre europeización y antieuropeización hasta obtener la muestra final. En el proceso de filtrado se utilizaron palabras clave, previamente acordadas teniendo en cuenta los objetivos de la investigación. La muestra contiene noticias, artículos de opinión, editoriales y reportajes de los periódicos, mientras que en el caso de la televisión se analizaron las noticias emitidas en los informativos. La muestra final consta de 543 unidades (Tabla 1).

**Tabla 1.** El filtrado y la muestra final.

Medio	Tuits	Muestra final									
		Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar.	Total
<i>ABC</i>	27,708	7	6	5	11	15	8	7	14	9	82
<i>Antena 3</i>	18,325	5	1	5	9	9	8	6	7	11	61
<i>El Confidencial</i>	21,804	9	0	9	23	23	4	7	18	12	94
<i>ElDiario.es</i>	24,902	8	7	11	28	28	14	10	18	17	130
<i>El País</i>	35,592	10	6	3	9	9	7	7	13	17	80
<i>RTVE</i>	34,613	8	7	7	11	11	12	10	17	11	96
<i>Total</i>	162,944	47	27	40	95	95	53	47	87	77	543

**Fuente:** Elaboración propia.

## 2.2. Primera fase metodológica: AC

El objetivo general de esta investigación es conocer y analizar los temas difundidos en los principales medios de comunicación españoles para detectar cómo se representa la UE. En esta línea, es importante conocer cómo interviene la mediatización (Couldry y Hepp, 2013; García-Carretero, 2018) en la configuración y representación de la europeización.

Para ello, esta investigación sigue una perspectiva cualitativa basada en AC. El propósito del AC utilizando Nvivo es realizar inferencias a partir de textos, ya sean en formato escrito o de contenido audiovisual (Krippendorf, 2013). De acuerdo con la definición propuesta por Bernard Berelson (1971) para explicar esta técnica cualitativa, debe implicar una descripción objetiva, sistemática y cuantificable del contenido manifiesto. Pretende profundizar en el emisor, el receptor y el mensaje del proceso comunicativo (Colle, 2011). Aunque es una técnica flexible (Berelson, 1971), este método cualitativo debe ser estandarizado y mecánico (López-Noguero, 2002).

En esta investigación se diseñaron diferentes categorías para la estandarización aplicando el software para la codificación de los principales temas y actores involucrados en la información. Mediante un enfoque inductivo de AC, "podemos establecer categorías de forma inductiva, es decir, creando las diferentes etiquetas bajo las que vamos a ordenar nuestra información a medida que van surgiendo de la explotación de nuestras fuentes" (Guix, 2007, p. 28). A través del análisis temático encontramos los principales temas difundidos con la europeización, su contexto o marco y si se establecen causas para problemas específicos, consecuencias y soluciones (Bardin, 2022; Entman, 2004; Gitlin, 1980). Así, el proceso inductivo de análisis de contenido se organiza en cuatro pasos. En primer lugar, la categorización paralela por parte de los investigadores de una parte de la muestra; en segundo lugar, la puesta en común de las categorías y el análisis; en tercer lugar, la creación de un protocolo de codificación con todas las categorías seleccionadas y sus definiciones; y, por último, el análisis completo de la muestra y la recodificación del contenido que no se ajustaba a las categorías del protocolo.

Al igual que en trabajos anteriores (Pedrero-Esteban *et al.*, 2021; García-Carretero *et al.*, 2022; Guerrero-Pico *et al.*, 2022), se han considerado los criterios de análisis acordados en diferentes sesiones de trabajo y las codificaciones realizadas y revisadas por cada investigador, bajo las definiciones operativas de cada categoría, para maximizar la neutralidad en su codificación.

## 2.3. Segunda fase metodológica: ACD

Del AC de los medios de comunicación obtuvimos datos cuantitativos sobre los temas dominantes debatidos en relación con la UE. Muestra una imagen amplia de todos los temas tratados. Para analizar los ítems mediáticos recogidos, se dividió el material en temas como salud, economía, energía, etc., ya que consideramos que es el método más adecuado para detectar discursos en el contexto español. Esta investigación pretende profundizar en uno de los temas clave difundidos por los medios de comunicación a partir de la relación entre España y la UE, tal y como muestran los resultados de la primera fase de análisis: la crisis energética y el cambio climático.

El primer objetivo específico es determinar el discurso principal, los discursos adyacentes y los contradiscursos sobre el tema de la crisis energética y el cambio climático. Para ello, el marco metodológico del ACD se centra en el modelo de van Dijk (2013), Foucault (1991) y Wodak y Weiss (2005). El segundo objetivo específico es analizar el grado de polarización Norte/Sur según la dicotomía amigo-enemigo (van Dijk, 2013) y los límites y formas de memoria y apropiación de Foucault (1991).

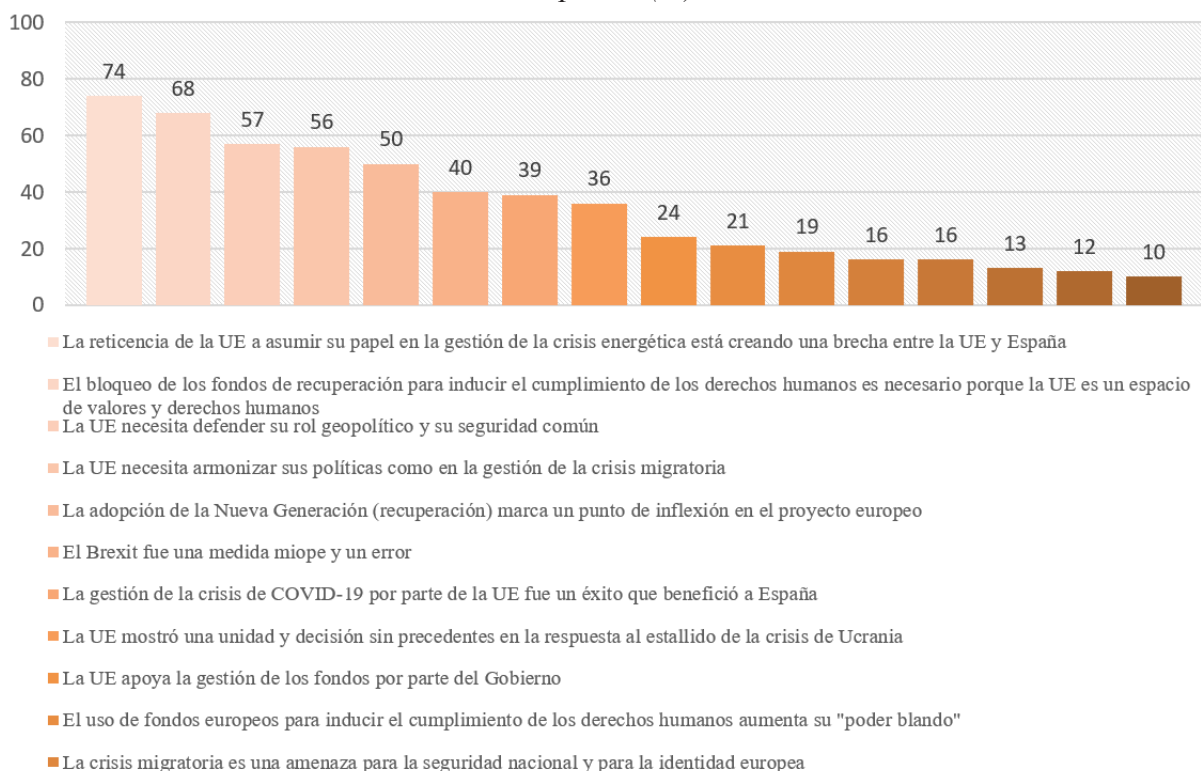
Para detectar los discursos que surgen en el contexto de la crisis energética y el cambio climático, utilizamos la funcionalidad de Nvivo denominada memos. Ésta permite la creación de documentos de trabajo colaborativos. Los memos son "un tipo de documento que le permite registrar las ideas, percepciones, interpretaciones o la creciente comprensión del material de su proyecto. Permiten mantener el análisis separado del material que se está analizando (pero vinculado a él). Los memos pueden convertirse en una parte importante de la "fase de redacción del proyecto" (Nvivo, 2022). En concreto, la investigación utilizó "memos para un código" (Nvivo, 2022). Es decir, "para describir el significado de los códigos y los patrones o ideas que surgen de las referencias" (Nvivo, 2022) que se han planteado en la fase de AC. Una vez redactados los memos, cada investigador realizó un análisis crítico de los discursos detectados en la muestra seleccionada, siguiendo el modelo de los autores del Análisis Crítico del Discurso e incluyendo referencias de medios de comunicación. Para ello, se incluyeron referencias a estrategias comunicativas relevantes para la realización del ACD.

### 3. Resultados

#### 3.1. Primera fase: Discursos dominantes y actores principales

Obtuvimos datos cuantitativos sobre los discursos dominantes debatidos en la UE a partir del AC de los medios de comunicación. Los datos ofrecen una imagen completa de todos los temas tratados relacionados con los discursos dominantes que se detectaron. Los datos sobre los discursos dominantes se representan en frecuencias para garantizar la comparabilidad entre todos los medios analizados. A partir de los resultados, la Figura 1 incluye los discursos más dominantes y los discursos con una frecuencia inferior a 10 no están representados. Según el AC, el tema principal es "la reticencia de la UE a asumir su papel en la gestión de la crisis energética está creando una brecha entre la UE y España". Esta es la razón por la que este tema será analizado en la segunda fase del análisis crítico del discurso. Además, el tema del cambio climático será analizado con más detalle dada su posible relación con el tema principal de la energía.

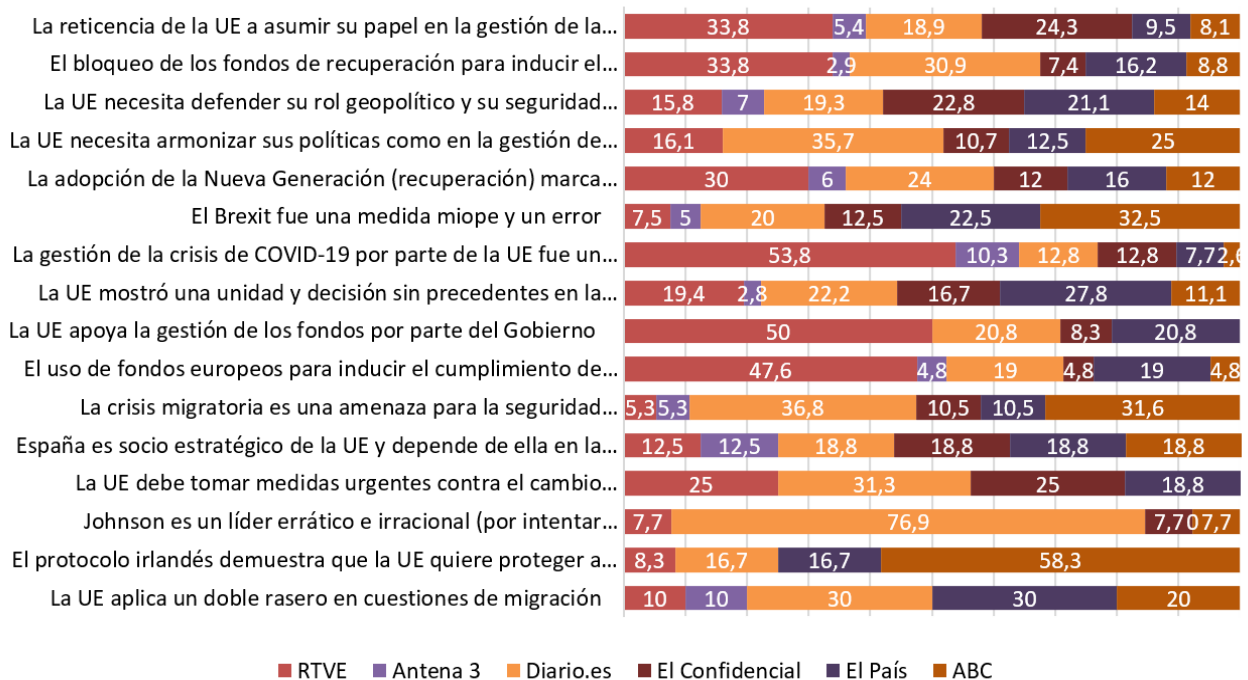
**Figura 1:** Los discursos más dominantes para todos los medios de comunicación de todas las piezas (%)



Fuente: Elaboración propia.

Todos los medios de comunicación mencionan la problemática energética (Figura 2), pero es más frecuente en la televisión pública, RTVE, seguida de El Confidencial y ElDiario.es: 33,8%, 23,4% y 18,9%, respectivamente. Por el contrario, hay que mencionar el bajo índice de frecuencia en Antena 3 (5,4%), ABC (8,1%) y El País (9,5%). No se encontraron razones ideológicas para esta diferencia. "La gestión de la crisis de la COVID-19 por parte de la UE es un éxito que beneficia a España" (53,8%) fue también un argumento muy frecuente en la cadena pública RTVE (37,8%). Lo mismo ocurre con el discurso: "La UE apoya la gestión gubernamental de los fondos" (50%) y "Utilizar los fondos europeos para garantizar el respeto de los derechos humanos" aumenta su "poder blando" en un 47,6%. En cuanto a la migración, ElDiario.es expresa exclusivamente este discurso, que es pragmático: "La UE debe coordinar sus políticas para hacer frente a la crisis migratoria" (35,7%); y otro ideológico: "La crisis migratoria es una amenaza para la seguridad y la identidad europea" (36,8%).

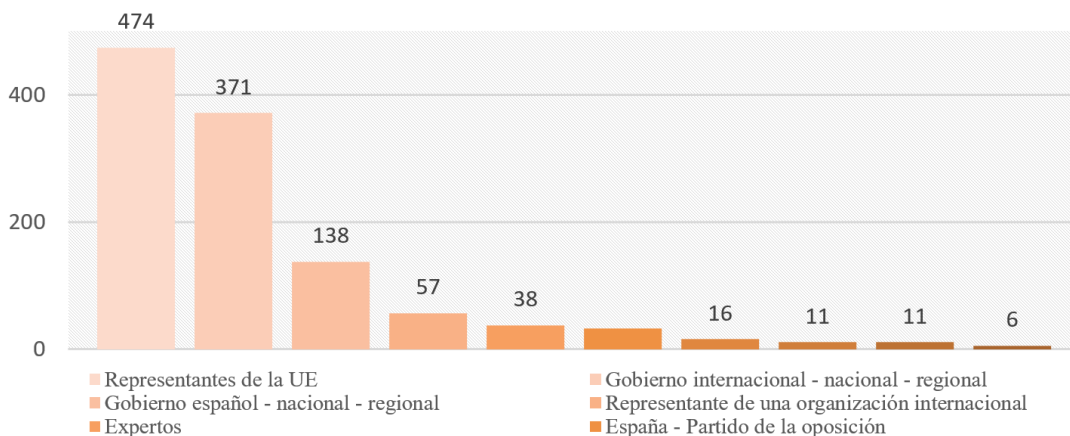
**Figura 2:** Representación de los discursos de todos los medios de comunicación (%)



Fuente: Elaboración propia.

Según los datos analizados, los tres principales grupos de actores identificados en cuanto a su presencia en los medios de comunicación son los representantes de la UE: los gobiernos internacionales-nacionales-regionales y los gobiernos españoles-nacionales-regionales (Figura 3).

**Figura 3:** Dominio del actor (frecuencias) en los discursos mediáticos

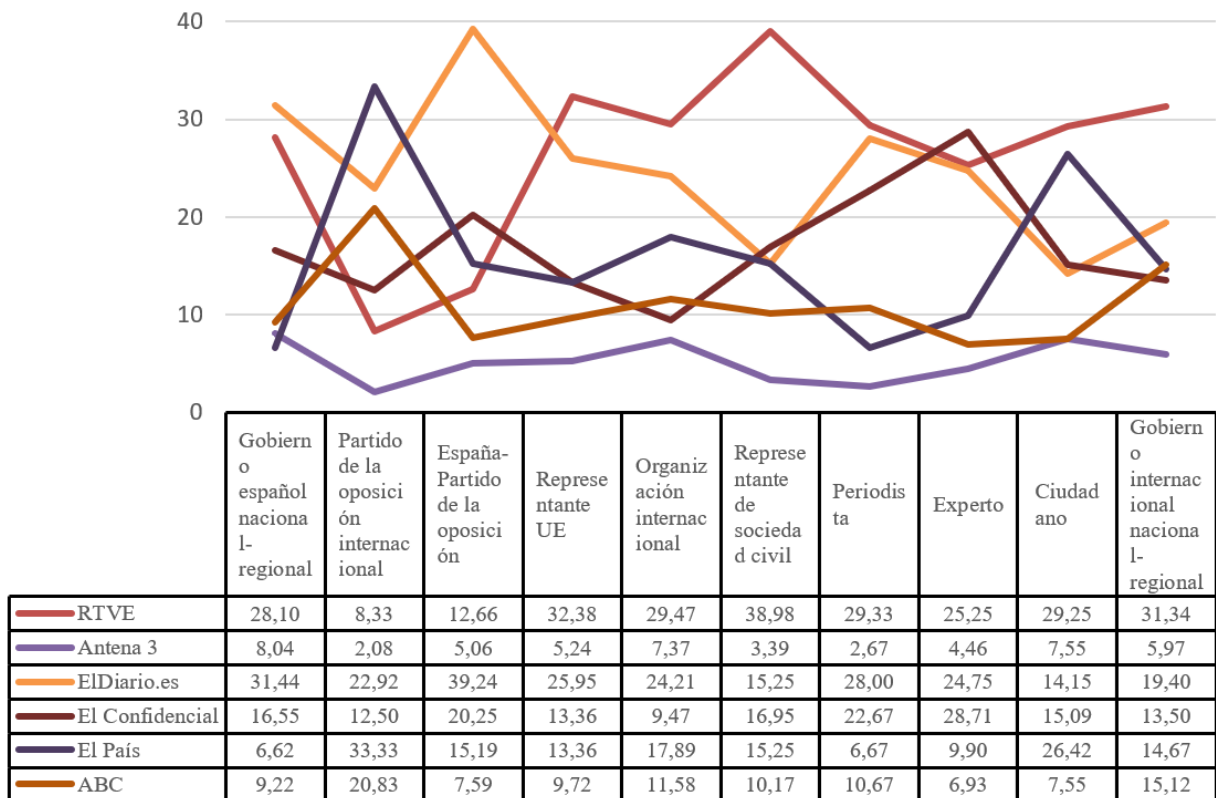


Fuente: Elaboración propia.



Como puede verse en la Figura 4, la cadena de servicio público RTVE, otorga a los representantes de la sociedad civil el 38,98% de los votos y el 29,25% del referéndum, lo que es de esperar para un servicio público con la misión de representar al pueblo. Se diferencia de otros medios de comunicación, todos ellos con valoraciones inferiores al 17%. La oposición española estuvo dominada por ElDiario.es (39,24%), lo que puede haber sido un resultado inesperado, pero estos medios, con un 31,44%, mostraron una representación similar, una actitud esperable entre los medios democráticos pluralistas.

**Figura 4:** Representación de los actores según los medios de comunicación basados en el total de cada actor (%)



**Fuente:** Elaboración propia.

A pesar de la desigual representación de actores en los distintos medios estudiados, estos mantuvieron un cierto equilibrio en la representación de actores en relación con otros medios, aunque con diferencias. Por ejemplo, apenas se encontraron diferencias significativas, mientras que RTVE dio más voz a los representantes de la sociedad civil, Antena 3 al Gobierno español y El País a la oposición internacional; ABC, al igual que El País, El Confidencial se decantó mayoritariamente por los expertos, mientras que ElDiario.es lo hizo por la oposición española (Figura 4).

### 3.2. Segunda fase: La crisis energética en los discursos mediáticos un giro en la relación España-UE

El ACD de los discursos de los medios de comunicación muestra que la gestión de la energía es fundamental en la relación entre España y la UE. Esto incluye también la transición ecológica. En general, esta cuestión se trata con una narrativa identitaria proeuropea que no está exenta de ciertas críticas (euroescepticismo blando) hacia la UE. Según las relaciones de grupo de Van Dijk (2013), que establecen la asociación amigo-enemigo, el Gobierno español ejerce sus derechos y obligaciones

como Estado miembro y legitima su voz y opinión a través de la legitimación por participación (Wodak y Weiss, 2005) sin cuestionar el proyecto europeo. La Tabla 2 muestra los discursos principales, adyacentes y contrarios resultantes del análisis. Todas las noticias referenciadas y citadas en el texto para el ACD en los párrafos siguientes están codificadas en la Tabla 3, disponible en Figshare (Pérez-Escoda, 2022).

**Tabla 2.** Principales discursos del ACD

La reticencia de la UE a asumir su papel en la gestión de la crisis energética abre una brecha entre la UE y España.		
Discurso	Discurso adyacente	Contra discurso
El precio de la electricidad: una negociación abierta entre España y la UE.	La problemática energética agranda la brecha entre la UE y las dos Europas (Europa del Norte y Europa del Sur) según los criterios energéticos de los gobiernos nacionales.	La UE dice que sus socios tienen margen de actuación para reducir los precios de la energía.
La UE debe tomar medidas urgentes contra el cambio climático.	La UE y España comparten valores medioambientales.	Tanto la energía nuclear como la del carbón no pueden considerarse energías verdes y que la UE antepone los intereses económicos e industriales al compromiso medioambiental.

**Fuente:** Elaboración propia.

### 3.2.1. El precio de la electricidad: una negociación abierta entre España y la UE

El debate sobre el precio de la energía, especialmente vinculado al precio de la electricidad, es el tema más destacado que surge en el contexto de la gestión energética. Su narrativa en los medios de comunicación ofrece una perspectiva bidireccional: narrativa UE-España y España-UE. Esta perspectiva bidireccional ofrece dos discursos principales en función del origen del discurso. Por un lado, tenemos el discurso procedente de la UE: "La UE dice que los socios tienen margen de actuación política para reducir los precios de la energía". Por otro lado, según el discurso procedente del gobierno español: "El problema energético agranda la brecha entre la UE y las dos Europas (Norte de Europa y Sur de Europa) según los criterios energéticos de los gobiernos nacionales". Esta bidireccionalidad se centra tanto en aspectos identitarios como pragmáticos.

Desde una perspectiva identitaria, se aborda cómo y hasta qué punto España está integrada en la UE. Se presenta a España como plenamente integrada y al presidente del Gobierno español como un interlocutor válido que se relaciona directamente con la UE, a diferencia de gobiernos anteriores, como se puede ver en titulares como: "Pedro Sánchez propone a la UE la compra conjunta de gas para reducir el precio de la electricidad" (El Confidencial, 2021c); "Sánchez propone en la Cumbre Mediterránea abrir un debate en la UE sobre el precio de la electricidad" (RTVE, 2021d). Desde una perspectiva pragmática, esta relación se manifiesta en el intento de determinar de quién es la responsabilidad o quién ejerce la potestad de regular los precios de la energía: "Sánchez logra su objetivo de que la UE permita la 'excepción ibérica' para frenar los precios de la energía" (El País, 2022b).

Al poner el foco en la UE, el principal discurso identificado es que los UE-27 gozan de márgenes suficientes dentro del marco regulatorio existente para poder regular los precios de la energía. Esta narrativa se refleja en noticias como "Bruselas incluirá limitar los precios de la electricidad y el gas en sus propuestas a los líderes de la UE" (El País, 2022b). El reconocimiento implícito de esto se encuentra en la siguiente afirmación: "algunos socios, principalmente Alemania, Irlanda, Holanda y Dinamarca plantearon una férrea oposición argumentando que intervenir en el mercado va en contra de la transición energética y aumenta la dependencia de Rusia" (El País, 2022b). Significativamente, según relata el artículo, algunos medios internacionales utilizan la metáfora de Sánchez como "un Don Quijote luchando contra molinos de viento imaginarios" y ven al líder belga como "su Sancho Panza". No obstante, desde el inicio del periodo analizado, el Ejecutivo de la UE concede al Gobierno español cierto margen de maniobra siempre que cumpla con la normativa europea:

España puede modificar las normas nacionales aplicables al sector eléctrico, siempre que los cambios se ajusten a las normas del mercado interior de la UE [...] Estamos al tanto de los debates en España sobre las recientes fluctuaciones del precio mayorista de la electricidad y las medidas que está tomando el Gobierno con la reducción del coste global de las facturas de electricidad. Seguimos de cerca la situación y estamos en contacto con las autoridades españolas. (ElDiario.es, 2021a).

El precio de la electricidad se presenta como un punto de discrepancia entre la UE y España ya que, según los medios de comunicación, la UE debería asumir un papel protagonista en la búsqueda de soluciones al alto precio de la energía- un rol que la UE no va a asumir. Según el Gobierno español "España parece asumir que no va a haber una respuesta europea al tema de la electricidad y por eso pide a la Comisión permitir que cada país lo haga a su manera" (RTVE, 2021e). En los medios, la actitud proactiva del presidente del Gobierno es evidente: "Pedro Sánchez está en Bruselas para exigir medidas que frenen el precio de la electricidad": "Nos gustaría ir más rápido" (Antena 3, 2021b). El presidente español no es demasiado optimista y considera insuficiente la actitud de la UE: "[...] la división en la UE la expresan España, Italia, Francia, Portugal y Grecia, por un lado, y Alemania, Holanda, Dinamarca, Finlandia y Bélgica, por otro" (RTVE, 2021b). La desconfianza detectada en el discurso de los medios se mantiene hasta el final del periodo de análisis: "La Comisión Europea deja en manos de los líderes de la UE la decisión de intervenir en el mercado durante la crisis energética" (ElDiario.es, 2022f) donde se afirma: "La Unión Europea no se moja", utilizando el símil de "mojarse", que denota en español "falta de implicación", dejando claro que Bruselas no se implica en dicha regulación.

Centrándose en el Gobierno español, el discurso refleja su descontento con las consecuencias económicas de los precios de la energía y el escaso margen de actuación que se concede a los Estados:

La Comisión Europea, junto con los reguladores de la competencia, la CNMC en el caso de España, se ha hecho con casi todo el control de las políticas energéticas. El margen de maniobra de los gobiernos para hacer frente a las tensiones de oferta y demanda es hoy muy reducido, como no se cansa de repetir la vicepresidenta Teresa Ribera, quien, por cierto, aprobó en 2019 un Real Decreto-Ley que aumentaba las competencias de la CNMC después de que la Comisión abriera un expediente a España. (El Confidencial, 2021a).

En la narrativa sobre la energía y el ejercicio de los derechos soberanos por parte de los Estados miembros, el gobierno español toma medidas para aumentar sus competencias basadas en la regulación de los precios de la energía, aunque reafirma su posición de que no dispone de mecanismos legales suficientes para poner en práctica esta soberanía nacional.

Hablando de reactivación (Foucault, 1991), las relaciones discursivas de poder se construyen en dos direcciones que se presentan como compatibles. En primer lugar, la relación de "iguales" que establece el gobierno español en sus relaciones con los diferentes órganos de la UE, mostrándose como un gobierno con voz y voto dentro de la UE y, por tanto, ocupando un nuevo espacio de poder:

El Comisionado Europeo de Energía, el estonio Kadri Simson, ha recibido una carta de España. En ella, los vicepresidentes Rivera y Calviño proponen a Bruselas, entre otras cosas, crear una plataforma europea que centralice la compra de gas para evitar la escalada del precio de la electricidad. (RTVE, 2021d).

En segundo lugar, manteniendo el enfoque europeísta, la relación contrahegemónica se articula frente a las decisiones (o falta de ellas) de la UE sin representar una amenaza para el proyecto común europeo. Es aquí donde el gobierno español, como actor a nivel micro, antepone los intereses de España a las directrices de la UE: "Imágenes de una semana en la que países como España e Italia han comenzado a presionar a Bruselas para que incluya el precio de la energía en el debate europeo" (RTVE, 2021d). La construcción del discurso enfatiza la posición de los gobiernos, utilizando términos como "paradójico" o "hacer frente" para describir a quienes están lidiando con este problema:

La paradoja, sin embargo, es que no son los reguladores los que tienen que lidiar con el problema de la subida de los precios de la electricidad, ni mucho menos los funcionarios de Bruselas, sino los gobiernos que tienen que dar la cara ante los ciudadanos cuando las calles están en llamas. (RTVE, 2021a).

En este contexto, cobran especial relevancia las relaciones de grupo, tal y como las explica el teórico van Dijk (2013). Como muestran los ejemplos, el discurso del Gobierno español defiende sus intereses y posiciones -la regulación del precio de la energía- asumiendo que el conflicto tiene un valor instrumental sin cuestionar las creencias básicas compartidas por el grupo de la UE. Las declaraciones de la Ministra de Hacienda y Función Pública, María Jesús Montero, hacen clara referencia al precio de la energía:

Europa es muy dependiente; no tanto España, que tiene cierta independencia del gas. Los acontecimientos actuales están teniendo un impacto muy negativo en los precios. España siempre ha propuesto que Europa desarrolle acciones coordinadas para cambiar la regulación existente que fija el precio de la electricidad y para limitar el precio del gas [...]. Como proyecto colectivo, es importante que la Unión Europea adopte medidas contundentes [...]. España las tomará si Europa no lo hace. (RTVE, 2022a).

Estas declaraciones son un ejemplo de cómo España legitima el proyecto europeo a través del procedimiento (Wodak y Weiss, 2005). España renegocia y reconstruye el proyecto europeo en materia energética mostrando su opinión como país miembro y considerándose un agente con voz y voto dentro del proyecto compartido. La legitimación de España a través del procedimiento-participación se basa en la visión pragmática del Gobierno. El papel activo del Gobierno español en esta cuestión es recurrente en los medios de comunicación:

[...] este mes, el Gobierno español propuso a Bruselas aplicar a la crisis energética un modelo de actuación conjunta similar al de la campaña de vacunación, basado en la centralización de la compra de dosis por parte de la Comisión Europea. En esta ocasión, se trataría de crear un sistema conjunto para la compra de gas. Sin embargo, la capacidad de acción del Ejecutivo de la UE no permite, por el momento, poner en marcha un plan de este tipo. (El Confidencial, 2021b).

---

Las élites políticas también se están pronunciando, y la vicepresidenta Teresa Ribera, una de las voces más autorizadas en el debate, ha llegado a calificar los paquetes de medidas de la UE de "muy decepcionantes, y el daño a la economía puede ser una auténtica hemorragia" (Antena 3, 2021a). La vicepresidenta Ribera ha transmitido el mensaje de que la regulación de precios va en contra de la legislación de la UE y utiliza una metáfora significativa, "bomba de tiempo", sobre posibles sanciones, en el artículo titulado "¿Hasta qué punto limita la UE lo que el Gobierno puede hacer con el precio de la electricidad en España?" (ElDiario.es, 2021a). En este artículo, la Comisión considera que existe cierto margen de maniobra para que los miembros de la UE actúen en sus respectivos mercados nacionales. Añade que "un mercado integrado de la energía es la mejor manera de proteger a los ciudadanos con un suministro seguro y con los precios bajo control". De forma más moderada, pero en la misma línea, se ha expresado el presidente Pedro Sánchez en otro artículo en Antena 3:

En la UE se siguen dando pasos a un ritmo más lento, menos intenso de lo que nos gustaría. El Gobierno español, por supuesto, está tomando muchas medidas a nivel nacional, pero también necesitamos el complemento europeo. (Antena 3, 2021b).

Sin embargo, al final del periodo, el presidente Pedro Sánchez tomará "el mismo camino que su vicepresidenta energética, Teresa Ribera, quien afirmó en el Congreso que la mejor opción es acordar medidas a nivel europeo" (ElDiario.es, 2022e). Yendo más allá ante la amenaza rusa, añadió que "El Gobierno va a hacer todo lo que esté en sus manos para defender a la industria, a las empresas y a las familias del chantaje energético de Putin" (El País, 2022a). Así, los medios de comunicación recogen cómo la reivindicación española sobre el precio de la energía ha sido recogida por la UE, que reconoció la existencia de una isla energética (España y Portugal) en el Consejo Europeo del 24 y 25 de marzo de 2022. Como subrayan Wodak y Weiss (2005), se renegocia la relación asimétrica y de poder jerárquico institucional entre la UE y España en materia energética. La idea de diversidad frente a estandarización se entiende como la independencia energética de España o Excepción Ibérica frente a la dependencia de otros países de la UE y que la decisión política de la regularización de los precios de la energía no debe ser tomada de forma centralizada por la UE. Las declaraciones del ex ministro español de Asuntos Exteriores, José Manuel García-Margallo, califican la situación como un "éxito relativo":

Hay una cierta esperanza. [...]. Si se limitara el precio del gas que promedia las distintas ofertas sobre las que se fija el precio de la energía, y parece que se está hablando de ponerle un tope de 165 euros al día (aunque sea una conversación muy inicial), el precio de la electricidad bajaría, y eso siempre es una buena noticia porque ahora la gente no puede llegar a fin de mes". (RTVE, 2022b).

Será interesante ver las diferencias que muestran los medios de comunicación en función de su orientación ideológica. Si bien existe un cierto sesgo en los medios más conservadores para apoyar la narrativa de la UE, también existe un consenso en los medios españoles a la hora de defender un mayor margen de maniobra en la regulación de precios. Un ejemplo de ello es el artículo de opinión de Carlos Sánchez, subdirector de El Confidencial:

[...] el Tratado de Funcionamiento de la UE (artículo 119 y siguientes) deja claro que la acción de los Estados miembros y de la Unión incluirá "la adopción de una política económica que se basará en la estrecha coordinación de las políticas económicas del mercado interior y en la definición de objetivos comunes, y se llevará a cabo de acuerdo con el principio de una economía de mercado abierta y de libre competencia". (El Confidencial, 2021g).

Sin embargo, esta postura pro-UE responde más a la crítica al Gobierno de izquierda español por parte de los medios conservadores que a la defensa de la propia narrativa de la UE. En este sentido,

la postura del diario El Confidencial se debe a que el Gobierno de coalición ha podido proponer unos presupuestos "más expansivos", en temas como la Transición Ecológica y Energética, por ejemplo, gracias a la intervención de la UE, pero no por méritos propios: "El Gobierno aprueba el presupuesto más expansivo de la historia gracias a Europa" (El Confidencial, 2021d). No obstante, también se pueden encontrar críticas a la UE sobre los precios de la electricidad en medios conservadores:

(...) De las tres grandes reformas que España pedía a nivel europeo para hacer frente al precio de la electricidad, sólo una aparece en el documento, y bastante diluida, ya que se deja para más adelante. La propia ministra Teresa Ribera ya ha calificado este paquete de decepcionante y asegura que el daño a la economía podría ser una auténtica hemorragia. En cuanto a la propuesta estrella de España, la compra conjunta de gas (similar a las vacunas), de momento la Comisión sólo ha prometido estudiarla. (Antena 3, 2021a).

Los medios de izquierdas y de titularidad pública, como TVE, tienden a responsabilizar de la subida del precio de la energía a la UE, fruto de la cercanía o lejanía ideológica entre el Gobierno español y los medios de comunicación. Así, encontramos construcciones semánticas como la personificación "la factura de la luz duele al bolsillo" (RTVE, 2021d), el uso de epítetos: "los precios de la electricidad por las nubes" (ElDiario.es, 2021a) o "propuesta arriesgada" en cómo Bruselas ve la propuesta española (RTVE, 2021f). Por su parte, El Confidencial, de tendencia conservadora, utiliza términos como "entra como un cuchillo en el recibo de la luz" o la personificación "son los gobiernos los que dan la cara cuando arden las calles" (El Confidencial, 2021a), en defensa de la regulación de los precios de la energía según criterios nacionales.

### **3.2.2. La UE debe tomar medidas urgentes contra el cambio climático**

La transición energética de la UE hacia cero emisiones de CO<sub>2</sub> para 2050 es otra cuestión clave. En este contexto, la consideración de la energía nuclear y el carbón como energías verdes se ha convertido en una cuestión relevante en el debate de la UE. Como impedimento, ninguna de las dos fuentes de energía puede considerarse energía verde, y la UE antepone los intereses económicos e industriales a los compromisos medioambientales. La posición del Gobierno español al respecto es una de las más críticas entre los Estados miembros de la UE. La posición española será defendida en la Cumbre Internacional del Clima (ACOP 26) que se celebrará en Glasgow del 31 de octubre al 12 de noviembre de 2021. Desde esa reunión, los medios de comunicación españoles han puesto de manifiesto el liderazgo mundial de la UE en la adopción de medidas contra el cambio climático, pero también han subrayado que estas acciones no son suficientes. Esta cuestión es relevante porque existe una fuerte controversia e incluso contradicciones entre las medidas anunciadas en la Cumbre Internacional del Clima y lo que Bruselas y algunos Estados miembros, como Francia, pretenden hacer al considerar el carbón y la energía nuclear como energías verdes. Por ello, se detectan discursos y titulares con suave euroescepticismo utilizando la antítesis "Europa, el 'sí, pero no tanto' de la lucha contra el calentamiento global" (El Confidencial, 2021).

También hay espacio para discursos europeístas centrados en la transición hacia una energía descarbonizada (RTVE, 2021f). Esto reaviva un debate obsoleto sobre la energía nuclear, especialmente a raíz del intenso debate tras el accidente nuclear de Fukushima en 2011. Ahora, la UE se plantea volver a depender en gran medida de la energía nuclear si quiere cumplir estos objetivos. Esto supondría una inversión de medio billón de euros en nuevos reactores nucleares de aquí a 2050, según cita el Comisionado Europeo de Mercado Interior, Thierry Breton, en el artículo titulado "Bruselas calcula que hay que invertir medio billón de euros en nuevas centrales nucleares" (El Confidencial, 2022b). La introducción de estas propuestas europeas en el debate nuclear tiene una relevancia muy significativa. Las élites políticas mediáticas están dando un giro de 180 grados al relato que venían haciendo hasta

ahora. Breton defiende la propuesta de integrar la energía nuclear en las llamadas energías "verdes". El objetivo es favorecer la llegada de capital para este tipo de proyectos. A favor: Francia; en contra España, Alemania y Austria. La energía nuclear representa actualmente el 26% del mix energético europeo y se espera que se duplique en los próximos 30 años. Los miembros de la UE son soberanos en la elección de las fuentes de energía, pero el compromiso es de cero emisiones de dióxido de carbono para 2050.

Por último, otra cuestión de gran relevancia en el medio analizado es el hecho de que la UE y España comparten valores medioambientales. Así, España y la UE comparten las categorías que construyen la ideología de van Dijk (2013): identidad, actividades, normas y valores, pertenencia al mismo grupo y recursos compartidos. La identidad común se manifiesta en el compromiso de España con el Pacto Verde Europeo y en las palabras de Ursula Von der Leyen afirmando que es un "pilar del futuro de la Unión Europea" (RTVE, 2021c). Estos valores están conectados con políticas -o actividades según Van Dijk- que llevan décadas ayudando a cohesionar las zonas más afectadas por cuestiones climáticas, energéticas, demográficas y económicas a través de los fondos de la Política Agraria Común (PAC) siguiendo los recursos ideológicos de Van Dijk. En los medios de comunicación, este discurso aparece y desaparece a lo largo del periodo analizado, destacando las narrativas pragmáticas proeuropeas sobre los beneficios de la política europea para España. Así lo muestran diferentes noticias: "España intensiva: así ha cambiado el campo por la PAC y el mercado" (ElDiario.es, 2021b), donde encontramos afirmaciones como: "El nuevo modelo inversor en España convive con un sector atomizado de pequeños y medianos productores para el que se diseñó la Política Agraria Común, la PAC"; "El Gobierno envía a Bruselas el Plan Estratégico de la PAC, la guía para repartir 47.724 millones hasta 2027" (ABC, 2021b), donde se señalan más novedades sostenibles del nuevo plan, como: "la condicionalidad 'verde': los 'ecoesquemas'" (ABC, 2021b), sobre la recepción de fondos de la PAC por parte de España. Los problemas de la pesca también aparecen en esta narrativa desde octubre, con titulares como: "Europa sigue sin apostar por una pesca más sostenible" (El Confidencial, 2021f); o "Bruselas recorta un 6% los días de pesca de la flota del Mediterráneo y pone en riesgo miles de empleos" (ABC, 2021a). El periodo de análisis termina con el problema sobre la mesa, como declara el ministro de Agricultura español:

Si hablamos de sostenibilidad medioambiental o de reservas biológicas, la sostenibilidad debe ser también económica y social para nuestros pescadores. Y la pregunta de cómo podemos responder colectivamente a esta situación se ha planteado a la Comisión Europea para el próximo Consejo de Ministros. No es una cuestión exclusivamente nacional, es una cuestión europea y debemos dar una respuesta europea tanto a la PAC como a la Política Pesquera Común. Son políticas europeas y por lo tanto tenemos que dar una respuesta europea. (RTVE, 2022b).

En consecuencia, la UE se presenta como un organismo supranacional que debe velar por el bienestar de las zonas más desprotegidas y necesitadas de los estados miembros; España es uno de los países con muchos territorios que podrían ser protegidos por esta política común.

En relación con este discurso medioambiental, en enero de 2022 se produjo una polémica en los medios de comunicación españoles sobre las "macrogranjas" (agricultura intensiva), a raíz de unas declaraciones del ministro de Consumo del Gobierno español, Alberto Garzón. Este asunto es relevante ya que no sólo divide al Gobierno y a la oposición política, sino también al propio Gobierno de coalición. Algunos de los titulares más significativos fueron: "Garzón se reafirma tras la reprobación de Moncloa: 'lo que dije es impecable'" (El Confidencial, 2022a) o "El malvado Garzón y las nucleares verdes" (ElDiario.es, 2022a), "Unidas Podemos cuestiona la 'lealtad' de Sánchez por 'dar pábulo a un bulo de la derecha' contra Garzón" (ABC, 2022) o "Garzón dice que la polémica por sus declaraciones es un 'uso de la desinformación' para desgastarle" (ElDiario.es, 2022b).

Lo esencial de esta cuestión es que la relación entre la UE y España no confronta directamente estos valores medioambientales. España es miembro del grupo de la UE según las relaciones de grupo de Van Dijk. Sin embargo, sí revela una polémica interna en el Gobierno español entre el PSOE, socio mayoritario del Gobierno, y la ministra de Consumo del partido Unidas Podemos. El presidente del Gobierno trató el asunto con la máxima cautela:

Sánchez se cuidó este lunes [10 de enero de 2022] de no atacar directamente a su ministra, pero también se mostró calculador y elocuente. "Lamento esta polémica, creo que con eso lo digo todo", dijo el presidente del Gobierno al ser preguntado por el asunto que lleva días siendo utilizado por PP y Vox para atacar al Ejecutivo. A continuación, ha añadido que España produce una carne de "extraordinaria calidad" que "cumple con los más altos estándares de la normativa española y europea". (ABC, 2022).

Sin embargo, Bruselas defiende al ministro español por lo ocurrido:

El ministro de Consumo nunca dijo en la entrevista que la carne española fuera de mala calidad o de peor calidad que la del resto de los socios europeos. Lo que sí dijo es que la producción de las macrogranjas -aplicable en cualquier parte del mundo- es de peor calidad que la de la producción extensiva. Así lo señaló también el Comisionado Europeo la semana pasada en vísperas de su viaje a España durante una entrevista con la agencia EFE (declaraciones del Comisario Europeo de Agricultura, Janusz Wojciechowski. (ElDiario.es, 2022c).

Como cuestiones adyacentes al compromiso medioambiental, las catástrofes naturales y su gestión emergen con un claro protagonismo europeo. En primer lugar, destaca el caso de la erupción del volcán de La Palma, ocurrida entre el 19 de septiembre de 2021 y el 13 de diciembre de 2021, con un discurso mediático pro-europeo, mientras que la UE, a través de las ayudas de la Política Agraria Común (PAC), pone a disposición de los ciudadanos y las administraciones de La Palma fondos económicos para compensar las pérdidas multimillonarias de este desastre natural:

La visita [del Comisionado Europeo de Agricultura y Desarrollo Rural] a La Palma ha sido muy bien recibida porque ha puesto de manifiesto la solidaridad de la Unión Europea y de la Comisión Europea, con la isla de La Palma y con sus haciendas y agricultores. Y luego ha podido hablar con el Ministro Luis Planas de temas muy importantes para España, que es una gran potencia agrícola. Pudo hablar del plan estratégico que prácticamente se está ultimando para seguir beneficiándonos de todo lo que supone una política tan clásica y tan estratégica como es la PAC" (declaraciones del responsable de comunicación de la UE. (ABC, 2021a).

En segundo lugar, los medios de comunicación destacaron los incendios forestales del verano pasado en España y también en Grecia, así como las inundaciones en Alemania y Bélgica. Sobre esta cuestión, el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, propone la creación de una unidad de emergencias paneuropea, similar a la Unidad Militar de Emergencias (UME) (RTVE, 2021c). En este sentido, la conexión entre cambio climático y catástrofes naturales está intrínsecamente ligada a la necesidad de avanzar rápidamente en el proceso de descarbonización, como se ha señalado en el Parlamento Europeo:

Ya hemos visto las catástrofes de este verano en Europa", dijo el portavoz del Partido Popular Europeo, que junto a liberales y socialistas apoya las líneas generales del plan climático de la Comisión; mientras el recuerdo de los incendios forestales en Grecia y las inundaciones en Alemania y Bélgica sobreolaban el debate, al igual que el informe de la ONU que vincula el cambio climático con los fenómenos meteorológicos extremos. (RTVE, 2021a).



El segundo asunto adyacente es también una prueba de estos valores compartidos entre España y la UE: España ya no incumple la normativa medioambiental europea, sino que lo hace bajo el principio de condicionalidad a riesgo de sanciones económicas: "Tras siete años consecutivos a la cabeza, España ya no es el primer infractor medioambiental de Europa". (EIDiario.es, 2022d).

#### 4. Discusión y conclusión

La situación de los últimos meses a nivel nacional, internacional y de la UE ha contribuido a la emergencia de un escenario político e institucional de alta intensidad. La polarización política y el auge de las reacciones nacionalistas y populistas se están produciendo dentro y cerca de nuestras fronteras (Ballester, 2022). Simultáneamente, la mediatización (Couldry y Hepp, 2013), y los medios de comunicación como intermediarios entre los actores e instituciones políticas y la ciudadanía se han visto afectados por esta polarización (Mason, 2018; Kingzette, 2021; Torcal y Comellas, 2022). En trabajos anteriores se detectó un aumento de la presencia de la Unión Europea en los medios españoles (García-Carretero *et al.*, 2022) que contradice el postulado del déficit mediático establecido por Díaz-Nosty (2005). Estos factores podrían haber afectado a la construcción de una opinión pública española favorable al proyecto común europeo. Sin embargo, en la etapa actual y en línea con otros estudios (Rivas-de-Roca, 2018; Zurutuza y Lafuente, 2012), esta investigación muestra una cobertura mediática neutral en términos generales, con un fuerte componente proeuropeo en los artículos de opinión y una ausencia de discurso antieuropeo. Además, la percepción de la UE en las informaciones publicadas en los seis medios analizados viene determinada principalmente por los temas difundidos y la configuración mediática o mediatización (Couldry y Hepp, 2013) de los mismos y de los actores implicados, estableciéndose una relación positiva y un sentimiento de pertenencia entre España y la UE.

Siguiendo el objetivo general de la investigación, podemos concluir que los temas publicados en los medios de comunicación relativos a la Unión Europea están vinculados a cuestiones de actualidad inminente en las que, en muchos casos, España se ve afectada o implicada como miembro de esta organización. Por este motivo y para completar la investigación, es relevante profundizar en cómo se construye esta relación en el tema de mayor repercusión mediática, utilizando una segunda metodología: el análisis crítico del discurso. El tema principal es "la reticencia de la UE a asumir su papel en la gestión de la crisis energética está creando una brecha entre la UE y España", seguido de "bloquear los fondos de recuperación para incluir el cumplimiento de los derechos humanos es necesario porque la UE es un espacio de valores y derechos humanos", "la UE necesita defender su papel geopolítico y de seguridad común", y, entre otros, "la adopción de la Next Generation (recuperación) marca un punto de inflexión del proyecto europeo". Los resultados de la primera fase metodológica muestran que la configuración de estos temas se establece considerando como actores válidos principalmente a los representantes políticos nacionales e internacionales y a los representantes de los distintos órganos de la UE. El análisis de la cobertura mediática y de cómo se representa a esta institución en los medios de comunicación nos permite confirmar el carácter pro-europeo de los mismos, ya que no hemos detectado ninguna información o referencia anti-europea.

Dentro del tema de la energía, el principal discurso detectado en los seis medios antes mencionados es "la reticencia de la UE a asumir su papel en la gestión de la crisis energética está creando una brecha entre la UE y España". Derivado de él, los dos discursos adyacentes son "el precio de la electricidad: una negociación abierta entre España y la UE" y es necesario que la UE tome medidas urgentes contra el cambio climático. En el primer discurso adyacente, la narrativa en los medios de comunicación ofrece una perspectiva bidireccional vinculada al precio de la energía, desde la UE hacia España y viceversa. Por un lado, tenemos el discurso procedente de la UE: "La UE dice que los socios tienen margen de actuación política para reducir los precios de la energía". Por otro lado, según el discurso procedente

---

del gobierno español: "La cuestión energética está ampliando la brecha entre la UE y las dos Europas (Europa del Norte y Europa del Sur) según los criterios energéticos de los gobiernos nacionales". Estas dos perspectivas, el discurso adyacente español y el contradiscurso de la UE son a priori el primer signo de polarización mediática y política que permite diferenciar dos bloques dentro de la Unión Europea. Estos dos grupos se han diferenciado especialmente desde la crisis económica de 2008 Norte-Sur y están presentes como detectamos en el análisis: "algunos socios, principalmente Alemania, Irlanda, Países Bajos y Dinamarca plantean una férrea oposición argumentando que intervenir en el mercado va en contra de la transición energética y aumenta la dependencia de Rusia".

Aunque existe cierta controversia entre las instituciones de la UE y las españolas respecto a la regulación de los precios de la energía, y aunque España adopta un papel crítico en este asunto, el discurso es proeuropeo ya que la relación se establece desde la pertenencia. España es miembro del proyecto europeo y las críticas a esta gestión se entienden como "críticas blandas" para mejorar un proyecto común del que se siente parte. Por tanto, se confirma la posición europeísta. En la misma línea, aunque se ha percibido una división norte-sur en cuanto a la polarización de los términos de la regulación de precios (Torcal y Comellas, 2022) no son determinantes los ejemplos de la dicotomía discursiva de "nosotros" frente a "ellos" (van Dijk, 2013), a pesar de que España lidera el reconocimiento de la Excepción Ibérica en materia energética. Por tanto, podemos referirnos a una identidad proeuropea entendida en términos de ausencia de polarización afectiva (Mason, 2018) en los medios de comunicación españoles y el enfrentamiento entre España y la Unión Europea se entiende como un valor instrumental sin cuestionar las creencias básicas compartidas por el colectivo de la UE.

En cuanto a la cuestión del cambio climático, también existe un desacuerdo entre la UE y España. No se trata de un discurso antieuropeo sino de una crítica suave en el mismo sentido que en el ejemplo anterior. Ante la consideración de la energía nuclear y el carbón como energías verdes, surge un contradiscurso desde España porque la UE antepone los intereses económicos e industriales al compromiso medioambiental. La identidad común siguiendo la relación amigo-enemigo de van Dijk (2013) se manifiesta en el compromiso de España con el Pacto Verde Europeo. Esta idea se ve reforzada por el hecho de que estos valores están conectados con políticas o actividades (van Dijk, 2013) entre España y la Unión Europea. Este es el caso de la cohesión en otros ejemplos encontrados en los medios españoles como los temas climáticos y económicos a través de los fondos de la Política Agraria Común (PAC) como los otros ejemplos encontrados en los medios españoles.

Si la construcción de la europeización en los medios españoles se construye sobre temas concretos, tras un análisis en profundidad de la problemática energética, podemos afirmar que la cobertura mediática es neutra en términos generales. La europeización se presenta desde un papel con mayor peso de España en el proyecto común que en etapas históricas anteriores presentadas en la introducción de este trabajo. Asimismo, existe cierta unanimidad en los medios españoles, tanto en la selección temática como en los actores a los que se da voz en la información, así como en la construcción preeuropea de la opinión pública, independientemente de su línea editorial. Tras la realización de este trabajo académico, el reto es averiguar si esta tendencia es común al resto de temas identificados en el análisis de contenido o si se trata de una excepción vinculada al precio de la energía.

Las limitaciones de este trabajo de investigación vienen determinadas por el periodo de análisis del que se extrae la muestra de noticias objeto de estudio. Este periodo no incluye momentos relevantes como el desarrollo de la guerra en Ucrania o la proclamación de la Excepción Ibérica y sus consecuencias asociadas a la caída del precio de la energía en España y Portugal. Como investigación futura, sería interesante y conveniente llevar a cabo la aplicación de la misma elección metodológica en otros discursos y temas surgidos de la primera fase de análisis -Análisis de Contenido- para profundizar en la polarización en torno a la Unión Europea en temas complementarios y tangenciales a esta crisis energética.

## 5. Referencias

- Aixalá-i-Blanch, A. (2014). *Crisis económica y Euroescepticismo (2007-2014): Propuestas para afrontar la crisis democrática en Europa*. Fundación Alternativas.
- Almansa-Martínez, A., Fernández-Torres, M. J. y Rodríguez-Fernández, L. (2022). Desinformación en España un año después de la COVID-19. Análisis de las verificaciones de Newtral y Maldita. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 183-200. <https://bit.ly/3xwTJCe>
- Amores, J. J., Arcila-Calderón, C. y Blanco-Herrero, D. (2020). Evolución de los marcos visuales negativos de inmigrantes y refugiados en los medios del Sur de Europa. *El Profesional de la Información*, 9(6), 1-22. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.24>
- Avilés, J. (2014). España y la integración europea: partidos y opinión pública (1977-2004). *Revista Espacio, Tiempo y Forma*, 16, 409-424. <https://doi.org/10.5944/etfv.16.2004.3086>
- Ballester Rodríguez, M. (2022). Alianza de nacionalismos: los vínculos del partido Vox con la derecha radical de Europa y Estados Unidos. *Revista de Estudios Políticos*, 196, 99-129. <https://doi.org/10.18042/cepc/rep.196.04>
- Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido*. Akal.
- Benedicto-Solsona, M. A. (2016). *Política de información y comunicación en la Unión Europea. Una estrategia insuficiente para cerrar la brecha entre la ciudadanía y la EU* [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. <https://core.ac.uk/download/pdf/42949739.pdf>
- Berelson, B. (1971). *Content Analysis in Communication Research*. Hafner.
- Besalú, R. (2020). Pandemia y medios de comunicación convencionales. En: Gutiérrez-Rubi, A. y Pont Sorribes, C. (Eds.), *Comunicación política en tiempos de coronavirus*, 104-108. Cátedra Ideograma-UPF.
- Brack, N., & Startin, N. (2015). Introduction: Euroscepticism, from the Margins to the Mainstream. *International Political Science Review*, 36(3), 239-49. <https://doi.org/10.1177/0192512115577231>
- Calvo, K., Gómez-Pastrana, T., & Mena, L. (2011). *Movimiento 15M: ¿Quiénes son los que reivindican?* Fundación Alternativas.
- Casanova, M. E. y Massó, B. (2018). Aproximación a la crisis de los refugiados a través del titular y de la fotografía de prensa en España. *Intersticios: Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*, 12(2), 109-119.
- Casero-Ripollés, A. (2020). Influence of media on the political conversation on Twitter: Activity, popularity, and authority in the digital debate in Spain. *Icono 14*, 18(1), 33-57. <https://doi.org/10.7195/ri14.v18i1.1527>
- Castells, M. (2019). El dilema de la identidad europea. *La Vanguardia*. <https://bit.ly/2Hkq1Wq>
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2005). *Postreferendum sobre la Constitución Europea*. <https://bit.ly/3zx2HAQ>
-

- Centro de Investigaciones Sociológicas (2006). *XX Aniversario ingreso en la Unión Europea*. <https://bit.ly/3U7dTw0>
- Colle, R. (2011). El análisis de contenido de las comunicaciones. *Cuadernos Artesanos de Latina*, 11.
- Comisión Española de Ayuda al Refugiado. (2016). *Las personas refugiadas en España y Europa. 2016*. CEAR. [https://www.cear.es/wp-content/uploads/2016/06/Informe\\_CEAR\\_2016.pdf](https://www.cear.es/wp-content/uploads/2016/06/Informe_CEAR_2016.pdf)
- Couldry, N., & Hepp, A. (2013). Conceptualizing Mediatization: Context, Traditions, Arguments. *Communication Theory*, 23(3), 191-202.
- della Porta, D., & Mattoni, A. (2014). Patterns of Diffusion and the Transnational Dimension of Protest in the Movements of the Crisis: An Introduction. En: della Porta, D., & Mattoni, A. (Eds.), *Spreading Protest. Social Movements in Times of Crisis*, 1-18. ECPR Press.
- Departamento de Seguridad Nacional (2016, 8 de abril). *La contribución española en la crisis migratoria y de refugiados 2016*. DSN. <https://bit.ly/2nTruNo>
- Díaz Nosty, B. (2005). *El déficit mediático. Donde España no converge con Europa*. Bosch.
- Entman, R. M. (2004). *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U. S. Foreign Policy*. University of Chicago Press.
- Eurobarometer (2014). *Standard: Spain, No. 82*. <https://bit.ly/3sOQ7sY>
- Eurobarometer (2015). *Standard: Spain, No. 84*. <https://bit.ly/3DP5eZv>
- Eurobarometer (2021). *Standard: Spain, No. 95*. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2532>
- Eurobarometer. (2022). *Standard: Spain, No. 96. Invierno 2021-2022*. <https://bit.ly/3sO4b5W>
- Fernández-Planells, A., Figueras-Maz, M., & Feixa, C. (2014). Communication among Young people in the #spanishrevolution: Uses of online-offline tools to obtain information about the #acampadabcn. *New Media & Society*, 16(8), 1287-1308. <https://doi.org/10.1177/1461444814530097>
- Foucault, M. (1991). Politics and the Study of Discourse. En: Burchell, G., Gordon, C., & Miller, P. (Eds.), *The Foucault Effect: Studies in Governmentality*, 53-72. Harvester Wheatsheaf.
- Galpin, C., & Trenz, H-J. (2017). The Spiral of Euroscepticism: Media Negativity, Framing and Opposition to the EU. En: Caiani, M., & Guerra, S. (Eds.), *Euroscepticism, Democracy and the Media: Communicating Europe, Contesting Europe*, 49-72. Palgrave Macmillan. Palgrave Studies in European Political Sociology [https://doi.org/10.1057/978-1-137-59643-7\\_3](https://doi.org/10.1057/978-1-137-59643-7_3)
- García-Carretero L., Establés M.-J., Pérez-Escoda A. y Boulos S. (2022). La representación de la Unión Europea en los medios de comunicación españoles: temas y actores dominantes sobre el proceso de europeización. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(4), 803-815. <https://doi.org/10.5209/esmp.82833>

- García-Carretero, L., & Díaz-Noci, J. (2018). From social movements to political parties. Barcelona en Comú's electoral message uses and limitations on Twitter during the 2015 city council election. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 13(2), 515-545. <https://doi.org/10.14198/OBETS2018.13.2.03>
- García-Carretero, L. (2018). El método mixto: una aproximación metodológica a través de la campaña a las municipales de Barcelona en Comú. *Hipertext.net*, 17, 103-117. <https://bit.ly/3XEh27z>
- García-Gordillo, M. (2012). La información política electoral: la campaña a las elecciones al Parlamento Europeo. Un estudio de caso en la prensa tradicional y digital. In: Fernández Sanz, J. J. y Rubio Moraga, L. (Eds.). *Prensa y periodismo especializado*, 73-86. Editores del Henares.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World is watching*. University of California Press.
- Grad, H., Ros, M., García-Albacete, G., & Rodríguez-Monter, M. (2004). The meaning and importance of European identity and its relationship to regional and national identities in Spain: some contributing factors to the development of European identity. *Sociology*, 36(3), 219-236.
- Guerrero-Pico, M., Establés, M.-J., & Costa-Sánchez, C. (2022). Fan fiction y prácticas de lectoescritura transmedia en Wattpad: una exploración de las competencias narrativas y estéticas de adolescentes. *El Profesional de la Información*, 31(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.12>
- Guix, J. (2007). El análisis de contenidos ¿qué nos están diciendo? *Calidad Asistencial*, 23(1), 26-30.
- Hooghe, L., & Marks G. (2009). A postfunctionalist theory of European integration: From permissive consensus to constraining. *British journal of political science*, 1-23.
- InfoLibre (2022, 21 de mayo). *Una encuesta en plena pandemia detecta un fuerte recelo en España hacia la UE*. Infolibre. <https://bit.ly/3YKC9GH>
- Kingzette, J. (2021). Who you loathe? Feelings towards politicians vs ordinary people in the opposing party. *Journal of Experimental Political Science*, 8, 75-84.
- Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis. An introduction to its methodology*. SAGE Publications.
- Likki, T. (2012). *15M Revisited: a diverse movement united for change*. Zoom Político.
- López-Gómez, C. (2014). Europe as a Symbol: The Struggle for Democracy and the Meaning of European Integration in Post-Franco Spain. *Journal of Contemporary European Research*, 10(1), 74-89.
- López-Noguero, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *XXI Revista de Educación*, 4, 167-179.
- Martín-Quevedo, J., Fernández Gómez, E. y Segado Boj, F. (2016). La cobertura de la crisis económica en los informativos de la televisión privada en España (2012): un análisis de la calidad de los telediarios. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22(2), 809-827. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.54237>

Mason, L. (2018). Ideologues without issues: the polarizing consequences of ideological identities. *Public Opinion Quarterly*, 82(1), 886-887.

Nvivo. (2022). *Memos*. Nvivo. <https://helpnv.qsrinternational.com/20/win/Content/notes/memos.htm?Highlight=memos>.

Pedrero-Esteban, L-M., Pérez-Escoda, A., & Establés, M-J. (2021). Brexit's impact on Spanish media discourse: news coverage and audience reaction on Twitter. *El Profesional de la información*, 30(6). E300610. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.10>

Pérez-Escoda, A. (2022). *Table 3. Media and news items cited in CDA*. Figshare. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.21571860.v1>

Powell, C., Torreblanca, J. I. y Sorroza, A. (2005). Construir Europa desde España: los nuevos desafíos de la política europea. *Informe Instituto Elcano*. <https://bit.ly/3S9m7nq>

Rivas-de-Roca, R. (2018). El tratamiento informativo de la UE en crisis (2011-2015): comparación entre Alemania y España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2), 1633-1646. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.62237>

Ruíz, A. M., & Egea, A. (2011). Spain: Euroscepticism in a pro-European Country? *South European Society and Politics*, 16(1), 105-31. <https://doi.org/10.1080/13608741003594379>

Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Góñi y Erviti, M. C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la COVID-19. *El Profesional de la Información*, 29(3), 1-15. <https://doi.org/10.18042/cepc/rep.196.04>

Sampedro, V. y Sánchez-Duarte, J. M. (2011). 15-M: la Red era la plaza. En: Sampedro, V. (Coord.), *Cibercampaña. Cauces y diques para la participación. Las Elecciones Generales de 2008 y su proyección tecnopolítica*, 237-242. Editorial Complutense.

Torcal, M., & Comellas, J. M. (2022). Affective Polarisation in Times of Political Instability and Conflict. Spain from a Comparative Perspective, *South European Society and Politics*, 27(1), 1-25. <https://doi.org/10.1080/13608746.2022.2044236>

van Dijk, T. A. (2013). Ideology and Discourse. En: Freedon, M., & Stears, M. (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Ideologies*, 175-196. Oxford University Press.

Wodak, R., & Weiss, G. (2005). Analyzing European Union Discourses: Theories and Applications. In: Wodak, R., & Chilton, P. (Eds.), *A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis*, 121-136. John Benjamins Publishing Company.

Zurutuza Muñoz, C. y Lafuente, P. (2012). Europa a nuestra medida: la alfabetización electoral de los ciudadanos españoles a través de la televisión. *Revista Icono 14, Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 10(3), 228-257. <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i3.202>

## AUTOR/ES:

### Lucía García-Carretero

Universidad a Distancia de Madrid, UDIMA. España.

Es investigadora postdoc en el proyecto de investigación *Mediatized EU: Mediatized Discourses on Europeanization and Their Representations in Public Perceptions*, financiado por el programa Horizon 2020 de la Comisión Europea y pertenece al grupo de investigación INNOMEDIA de la Universidad Nebrija. Doctora internacional en comunicación por la Universitat Pompeu Fabra, ha publicado en distintas revistas indexadas como *Media and Communication*, *El Profesional de la Información* o *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Sus principales líneas de investigación se centran en el análisis de comunicación política y electoral online, medios sociales y redes digitales. Su docencia se desarrolla en el ámbito del periodismo y de la comunicación corporativa.

[lucia.garcia.ca@udima.es](mailto:lucia.garcia.ca@udima.es)

Índice H: 7

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-1414-3921>

Google Scholar: <https://bit.ly/3MxHBJK>

### María-José Establés

Universidad Complutense de Madrid. España.

Es doctora internacional en Comunicación (Universitat Pompeu Fabra). Es profesora e investigadora de la Universidad Nebrija en el grupo de investigación Nebrija\_INNOMEDIA. Sus principales áreas de investigación se centran en el análisis de audiencias fans, así como en cuestiones de educación mediática. Sus trabajos han sido publicados en distintas revistas indexadas como *Learning, Media & Technology*, *El Profesional de la Información*, *Revista Latina de Comunicación Social*, *Cuadernos.info* e *Historia y Comunicación Social*, y también en editoriales de prestigio como Routledge, Aranzadi Thomson Reuters, Editorial UOC y Tirant lo Blanch. Actualmente, trabaja en los proyectos de investigación *Mediatized EU: Mediatized discourses on europeanization and their representations in public perceptions*, financiado por el programa Horizon 2020 de la Comisión Europea, y PLATCOM: Plataformas de comunicación, fuerza de trabajo y aprendizaje informal, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España.

[marestab@ucm.es](mailto:marestab@ucm.es)

Índice H: 14

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-9674-3981>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=1VToSTkAAAAJ&hl=es&oi=ao>

### Ana Pérez Escoda

Universidad Antonio de Nebrija. España.

Es Profesora Titular (ANECA) en la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Antonio de Nebrija en el Departamento de Comunicación. Sus áreas de investigación se centran en el campo de la *Media literacy* con especial desarrollo de competencias digitales en el campo de la educación y la comunicación. Su docencia se desarrolla también en esta área siendo profesora en grado y posgrado, además de participar en actividades formativas de posgrado. Es autora en más de 30 artículos de investigación, 20 capítulos de libro y tres libros. Pertenece al grupo de investigación INNOMEDIA y

actualmente es investigadora en el proyecto *Mediatized EU: Mediatized discourses on europeanization and their representations in public perceptions*, financiado por el programa *Horizon 2020* de la Comisión Europea.

[aperezes@nebrija.es](mailto:aperezes@nebrija.es)

**Índice H: 25**

**Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0002-4895-0043>

**Google Scholar:** <https://scholar.google.es/citations?user=vo89GUMAAAAJ&hl=es&oi=ao>