

La polarización en la información local sobre la Unión Europea: un estudio transnacional

*La polarització en la informació local
sobre la Unió Europea: un estudi transnacional*

*Polarization in local news reporting
on the European Union: A transnational study*

Rubén Rivas-de-Roca

Professor PIF
del Departament de Periodisme II
de la Universitat de Sevilla.
rivasderoca@us.es

La polarización en la información local sobre la Unión Europea: un estudio transnacional

*La polarització en la informació local sobre la Unió Europea:
un estudi transnacional*

*Polarization in local news reporting on the European Union:
A transnational study*

RESUMEN:

En el marco actual de fragmentación de las audiencias digitales, el periodismo local desempeña un rol central en la construcción de comunidades locales, hecho que permite una interpretación localista de los hechos noticiosos. Esta misión resulta aún más importante para contextualizar instituciones democráticas distantes, pero de gran influencia en la vida de la ciudadanía, como es el caso de la Unión Europea (UE). Teniendo esto en cuenta, el objetivo de la presente investigación es analizar el grado de polarización que presenta la información europea en el ámbito de la proximidad. Para ello se emplea la estrategia del análisis de contenido, aplicado sobre el tratamiento efectuado en casos de medios locales de Alemania, España y Reino Unido. La fuente de información (personalización) y el tono del mensaje (negatividad) de las noticias revelan una fuerte asociación, lo que denota una homogeneización de las prácticas locales que dificulta la comprensión de la política comunitaria.

PALABRAS CLAVE:

polarización, medios locales, prensa de proximidad, periodismo transnacional, información europea, Unión Europea.



La polarització en la informació local sobre la Unió Europea: un estudi transnacional

*La polarización en la información local sobre la Unión Europea:
un estudio transnacional*

*Polarization in local news reporting on the European Union:
A transnational study*

RESUM:

En el marc actual de fragmentació de les audiències digitals, el periodisme local segueix tenint un paper central en la construcció de comunitats locals, cosa que permet una interpretació localista dels fets d'interès. Aquesta missió resulta encara més important per contextualitzar institucions democràtiques distants, però de gran influència en la vida de la ciutadania, com és el cas de la Unió Europea (UE). Tenint en compte això, l'objectiu de la investigació present és analitzar el grau de polarització que presenta la informació europea en l'àmbit de la proximitat. Per a això s'empra l'estratègia de l'anàlisi de contingut, aplicat sobre el tractament efectuat en casos de mitjans locals d'Alemanya, d'Espanya i del Regne Unit. La font d'informació (personalització) i el to del missatge (negativitat) de les notícies revelen una forta associació, la qual cosa denota una

homogeneïtzació de les pràctiques locals que dificulta la comprensió de la política comunitària.

PARAULES CLAU:

polarització, mitjans locals, premsa de proximitat, periodisme transnacional, informació europea, Unió Europea.



**Polarization in local news reporting on the European Union:
A transnational study**

*La polarización en la información local sobre la Unión Europea:
un estudio transnacional*

*La polarització en la informació local sobre la Unió Europea:
un estudi transnacional*

ABSTRACT:

In the current framework of fragmentation of digital audiences, local journalism still plays a key role in building local communities, allowing a local approach to the news. This mission is even more important in contextualizing remote democratic institutions with a great influence on the life of citizens, as is the case of the European Union (EU). Bearing this in mind, the purpose of this study is to analyze the degree of polarization of EU news on the local level. To achieve this aim, content analysis is used as a research strategy, applying it to the coverage provided in Germany, Spain and the United Kingdom. The information source (personalization) and the message tone (negativity) show a close association through the Pearson correlation, revealing a homogenization of news practices that makes it difficult to understand EU politics.

KEYWORDS:

polarization, local media, local journalism, transnational journalism, EU news, European Union.

1. Introducción

La importancia de los hechos noticiosos para la ciudadanía se encuentra en decadencia en la era de las noticias falsas (*fake news*). En cambio, se aprecia una creciente preferencia por las historias opinativas, un fenómeno que es impulsado por la homogeneización y la aceleración del ciclo de la información política en la esfera digital (Casero-Ripollés, 2018). El consumo de noticias en línea ha espoleado la polarización a escala global, si bien los contextos de proximidad siguen siendo clave para entender los acontecimientos políticos (Hanitzsch, 2007; Nielsen, 2015).

Una de las características de las informaciones opinativas, también llamadas *periodismo de declaraciones* (Bezunartea, 1998; Munive, 2016), es su sesgo negativo, que impone un enfoque de conflicto (*conflict frame*) (Umbricht y Esser, 2014). La incompetencia política resulta más relevante como tema que el debate legislativo. Además, la preeminencia de las élites políticas en los textos periodísticos se convierte en una práctica habitual. El uso de este tipo de fuentes se ha visto incrementado en todos los sistemas mediáticos definidos por Hallin y Mancini (2004), a la vez que disminuyen las diferencias entre el modelo pluralista polarizado y el liberal en pro de una mayor confrontación mediática (Nechushtai, 2018).

La información europea no es ajena a esta tendencia, que pone el foco en las personalidades por encima de las políticas sectoriales (Baisnée, 2014). Las declaraciones de los políticos son copiadas y pegadas, lo que ha transformado la producción periodística en una carrera por recoger las citas más altisonantes (Carlson, 2018). Aunque el proceso informativo implica hoy en día a nuevos actores como los líderes de opinión o las empresas de verificación de hechos (*fact-checking*), las tecnologías digitales sitúan a la clase política y a los periodistas en el centro del debate político (Rivas-de-Roca, García-Gordillo y Bezunartea-Valencia, 2020). Este hallazgo coincide con la consolidación de un sistema híbrido de comunicación entre lo digital y lo convencional (Chadwick, 2013).

En este contexto fragmentado y complejo, el periodismo local continúa desempeñando un rol central en la construcción de comunidades locales, lo cual permite una interpretación localista de los hechos noticiosos (Firmstone y Coleman, 2014; Leupold, Klinger y Jarren, 2018). Esta misión adquiere aún más importancia para contextualizar instituciones democráticas distantes, pero de gran influencia en la vida de la ciudadanía, como es el caso de la Unión Europea (UE). A esto se suma que la información europea suele caracterizarse por su lejanía con el público, lo que perjudica su comprensión (García-Gordillo, 2012; Lloyd y Marconi, 2014).

El proceso de integración comunitaria ha sido objeto de una polarización informativa en los últimos años, visible en la crisis de deuda europea de 2012, el referéndum del Brexit en 2016 o la más reciente gestión de la pandemia de COVID-19 en 2020 (Elsas *et al.*, 2020). Las tensiones parecen reforzar el tradicional déficit de politización achacado a las instituciones comunitarias según investigaciones al respecto (Marquart *et al.*, 2019). Por todo ello, el objetivo de esta investigación es

analizar el grado de polarización que presenta la información europea del ámbito de la proximidad.

Como justificación del estudio cabe señalar que las particularidades del periodismo local pueden provocar que sea menos sensible al fenómeno de confrontación política, de ahí el interés en su estudio para la UE. Además, las entidades locales y regionales se ocupan en buena parte de la gestión de los fondos europeos, lo que podría significar que fueran parte activa del debate actual sobre el tipo de financiación comunitaria que emplea la UE en el marco financiero plurianual (2021-2027).

2. La simbiosis entre periodismo local e información europea

El periodismo local supone una especialización informativa caracterizada por la función de servicio público y un mayor grado de rendición de cuentas con la audiencia (Napoli, 2019). Estos rasgos proceden de su propia idiosincrasia, que exige cubrir temáticas territorialmente próximas que afectan directamente a la ciudadanía. Se da la particularidad de que el periodista comparte espacio físico con los dirigentes locales y sus receptores, por lo que la función de vigilancia aparece más evidente que en otras áreas informativas (Nielsen, 2015).

La función clásica de servicio público conlleva proporcionar datos que resulten relevantes para los miembros de un entorno geográfico determinado (Hess y Waller, 2016). Para ello, el periodismo local aboga por un lenguaje directo, usando géneros de cercanía y fomentando la relación con los lectores, lo que enriquece las fuentes de información disponibles. La proliferación de tecnologías digitales refuerza esta labor, al contar con métodos que hacen más notoria la participación de los ciudadanos (Napoli, 2019).

Los medios de proximidad se antojan clave para construir comunidades locales, es decir, un sentimiento de pertenencia a un grupo de intereses comunes fuertemente apegado al territorio (Firmstone y Coleman, 2014). Este valor se mantiene a lo largo de los años, si bien los medios locales se han enfrentado recientemente a numerosos problemas, fruto de la quiebra del modelo de negocio por la pérdida de lectores y anunciantes. Sin embargo, la cohesión social de los espacios locales sigue vinculada a la capacidad de construir un imaginario colectivo por parte de la prensa de proximidad, de acuerdo con literatura actual (Leupold, Klinger y Jarren, 2018).

El marco digital ha alterado el valor de las noticias locales, puesto que gracias a Internet una información de este tipo puede tener repercusión internacional. Esto aumenta la visibilidad de problemas territoriales específicos, pero también desvirtúa las funciones de la prensa local en la maraña de información globalizada (Iz-

quierdo Labella, 2010). Por ello, autores como Möhring (2015) defienden que el factor diferencial de este periodismo ya no reside en un alcance geográfico determinado como tema y ámbito de difusión, sino en abordar la realidad desde la perspectiva de una comunidad local. El periodismo de proximidad se basa, por tanto, en el empleo de marcos cognitivos que se ajustan a las necesidades de una comunidad vinculada al territorio.

La UE puede parecer un ente muy alejado de los intereses de la información de cercanía. No obstante, las políticas comunitarias tienen un impacto local importante, lo que convierte a la UE en una fuente de financiación esencial para ese ámbito. Esta relación estrecha entre lo local y lo europeo no ha impedido que el proyecto de integración se ubicara tradicionalmente en la modalidad de periodismo internacional, que expone los hechos con parámetros de lejanía propios de la diplomacia (Tuñón, 2017). Esto provoca que muchos ciudadanos no asuman como de interés las acciones que desarrollan las instituciones comunitarias (Marthoz, 2012).

En cualquier caso, el uso de prácticas del periodismo internacional no es el único motivo de la brecha comunicativa de la UE, ya que existen factores estructurales y culturales que llevan a que se valore Europa como algo remoto (Marquart *et al.*, 2019). Uno de ellos es el carácter escasamente politizado de los asuntos europeos. En un contexto de competencia por dilucidar qué temas logran aceptación mediática entre el público (Carlson, 2018), la Unión apenas genera marcos de debate político. Esto podría explicar que el tratamiento informativo de la UE venga marcado por una creciente orientación nacional (Lloyd y Marconi, 2014).

La polarización es un rasgo de la comunicación política de nuestro tiempo (Bennett y Livingston, 2018). Sin embargo, las dificultades comunicativas de la UE, que imbrican con un déficit democrático de falta de participación ciudadana, datan de los orígenes del proyecto comunitario en la década de 1950 (Machill, Beiler y Fischer, 2006). El problema ahora radica en que la actual confrontación política impulsa el consumo de noticias hacia informaciones negativas, que disminuyen la confianza en las instituciones europeas, especialmente en lo relativo a cuestiones económicas (Picard, 2015; Brosius, Elsas y Vreese, 2020).

Las prácticas informativas con la UE y la recepción de las mismas se ven determinadas por el espacio geográfico (Rivas-de-Roca, 2018). Europa dista de ser un proyecto comunicativo homogéneo, conviviendo en él distintos sistemas mediáticos (Hallin y Mancini, 2004), lo que entraña diferentes formas de relación entre los medios de comunicación y la clase política. También coexisten varias culturas periodísticas (Hanitzsch, 2007), una aproximación teórica que hace referencia a los valores profesionales asignados al periodismo por países. Por tanto, la socialización mediática de emisores y receptores resulta muy relevante para entender los hábitos y expectativas de la información europea.

El periodismo sobre la UE ha sido habitualmente monótono y gris (Baisnée, 2014), encargándose de proporcionar cobertura informativa al burocrático proceso legislativo europeo. Frente a ello, la información local se caracteriza por su

dinamismo, combinando popularidad y calidad, a la vez que los profesionales mantienen un férreo compromiso con la proximidad y el servicio público para brindar información que satisfaga las necesidades de la audiencia (Jenkins y Nielsen, 2020).

En la actualidad se afirma que la UE dispone de la infraestructura para generar una esfera pública europea (Risse, 2015; Walter, 2017), gracias a las posibilidades de la red que se suman a las tradicionales corporaciones audiovisuales públicas (Fortuny i Batalla, 2018). No obstante, el proyecto de integración comunitaria ha sido objeto recientemente de choques culturales que perjudican su tratamiento mediático (Norris e Inglehart, 2019). Un ejemplo es que durante la campaña del referéndum del Brexit algunos medios británicos vincularon la Unión con las ideas de «crisis» o «pobreza», lo que espoleó el voto favorable a la salida (Krzyżanowski, 2019).

A la vista de lo anterior, el periodismo local podría contribuir a desarrollar un sentimiento de pertenencia a la UE y entender mejor sus procesos políticos, superando los habituales límites de la información comunitaria (Walter, 2017). La prensa local es menos proclive a la polarización (Möhring, 2015), aunque son pocos los estudios que analizan la configuración de los asuntos europeos como tema de estos medios. Las escasas referencias existentes se muestran optimistas sobre la posibilidad de que la proximidad permita una mejor comprensión de los asuntos comunitarios (Scharnow y Vogelgesang, 2010).

3. Metodología

El objetivo de esta investigación es conocer el nivel de polarización que presenta la información europea en el ámbito de los medios locales, en tanto que espacio clave para el desarrollo de comunidades de proximidad. De esta pretensión general se concretan una serie de objetivos de investigación específicos:

1. Analizar la personalización política expuesta en los contenidos periodísticos.
2. Conocer el grado de negatividad de las noticias comunitarias.
3. Comparar el tratamiento informativo brindado a la UE por países.
4. Valorar si la polarización está permeando la información local.

Como se puede observar, el estudio se centra en dos variables: personalización y negatividad. Desde la década de 1980 se observa un progresivo incremento de la personalización y la negatividad en el tratamiento informativo de las cuestiones políticas (Kuhn y Nielsen, eds., 2014), si bien las culturas periodísticas siguen desempeñando un rol determinante en las prácticas comunicativas (Henkel, Thurman y Deffner, 2019). Esa es la razón por la cual esta investigación lleva a cabo un estudio comparado de Europa, tomando en consideración la relación entre el producto periodístico y las actitudes profesionales por países.

Teniendo como base la revisión teórica efectuada, se establecen tres preguntas de investigación para orientar el estudio cuantitativo:

1. ¿Qué personalidades son objeto de atención mediática?
2. ¿Cómo se articula el sesgo negativo hacia las instituciones comunitarias?
3. ¿Qué rasgos caracterizan a la información europea en el ámbito local por países en los casos seleccionados?

Para lograr las pretensiones de este estudio se apuesta por la técnica del análisis de contenido cuantitativo, pertinente para el área de comunicación por su capacidad de facilitar la comprensión de los mensajes (Igartua, 2006). En este caso la unidad de investigación es la pieza periodística web, referente únicamente a los géneros de información. Esta elección se encuentra motivada porque el presente artículo busca conocer la introducción de la polarización en los textos informativos, no siendo de tanto interés los géneros opinativos, ya que en ellos las posiciones conflictivas resultan más habituales al no tener que cimentarse en contenidos factuales (Parratt, 2008).

El análisis se efectúa sobre una muestra de textos informativos que abordan como objeto principal los asuntos europeos. La recogida de datos se efectúa a lo largo de un periodo de doce meses (julio de 2018 - junio 2019). Esta franja temporal se fija con el propósito de abarcar eventos comunitarios de interés periodístico, como las negociaciones del Brexit o las elecciones al Parlamento Europeo de mayo de 2019. Los medios analizados son de naturaleza local debido a la relación de esta especialización con la democracia, al impulsar debates públicos en comunidades de proximidad (Williams, Harte y Turner, 2015). Dado que la UE sufre de un tradicional déficit democrático, reforzado por la expansión de noticias falsas (Brosius, Elsas y

Personalización de la política comunitaria	Temática del titular	<ol style="list-style-type: none"> 1. Enfocado en personalidad comunitaria 2. Enfocado en personalidad no comunitaria 3. Enfocado en asuntos europeos 4. Enfocado en asuntos no europeos
	Presencia en el texto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Protagonistas 2. Antagonistas 3. Sin presencia
Negatividad de la información europea	Tipo de titular	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informativo 2. Interpretativo 3. Opinativo/valorativo
	Sesgo del mensaje sobre la Unión Europea (conjunto de la información)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Positivo 2. Neutro 3. Negativo 4. Positivo y negativo paralelamente

Tabla 1. Categorías empleadas para el análisis de polarización de las informaciones periodísticas

Fuente: Elaboración propia.

LA POLARIZACIÓN EN LA INFORMACIÓN LOCAL SOBRE LA UNIÓN EUROPEA

Vreese, 2020), se manifiesta de interés analizar su posible flujo de información polarizada en este plano cercano.

Para el estudio se han seleccionado tres diarios locales procedentes de tres países distintos: *Berliner Zeitung* (Alemania), *London Evening Standard* (Reino Unido) y *Diario de Sevilla* (España). El concepto *local* alude a periódicos vinculados a ciudades, que dedican la mayor parte de su espacio a actuar como cronistas de sus localidades. Los medios de proximidad trabajan sobre una comunidad geográfica, que incrementa su valor informativo en la era digital mediante fórmulas diversas (Negrreira-Rey, López-García y Vázquez-Herrero, 2020). Los medios de la muestra son líderes en sus ciudades y están dotados además de una vocación regional y nacio-

Variab les	Descripción
1. Enfocado en personalidad comunitaria	Informaciones que versan sobre figuras propias del ámbito institucional europeo.
2. Enfocado en personalidad no comunitaria	Textos relativos a personajes ajenos al entramado institucional de la UE.
3. Enfocado en asuntos europeos	Interés en cuestiones vinculadas estrictamente a la UE.
4. Enfocado en asuntos no europeos	Informaciones que tratan temáticas que no pertenecen a las instituciones comunitarias.
1. Protagonistas	Textos en los que aparecen las figuras más relevantes del hecho noticioso.
2. Antagonistas	Aquellas noticias construidas en torno a una personalidad discrepante.
3. Sin presencia	Informaciones que no contemplan la mención a ningún actor individual.
1. Informativo	Títulos basados en la tradición informativa de emplear sujeto, verbo y predicado para describir la acción informativa e identificar a su actor principal.
2. Interpretativo	Aquellos que buscan captar la atención del lector a través de fórmulas originales, que parten de la premisa de que el receptor ya conoce lo acaecido.
3. Opinativo/valorativo	Títulos que poseen carga expresiva y apelan a la emoción del lector, exponiendo visiones subjetivas del autor.
1. Positivo	1. Informaciones que reflejan una actitud favorable hacia el proyecto de integración europea.
2. Neutro	2. Noticias que no contienen valoraciones sobre la UE.
3. Negativo	3. Piezas periodísticas que denotan una imagen desfavorable de la UE.
4. Positivo y negativo paralelamente	4. Textos que conjugan aproximaciones positivas y negativas.

Tabla 2. Protocolo de aplicación de la tabla 1

Fuente: *Elaboración propia.*

nal que los orienta a publicar información de cuestiones políticas como la UE, manteniendo una orientación a su comunidad local de procedencia. Además, tienen en común su origen como periódicos en papel, de los cuales se analizan en esta investigación sus ediciones web.

La elección de los medios se produce con el fin de abarcar capitales o ciudades de gran tamaño. Se busca que los diarios ejerzan una cobertura local de los hechos, no resultando de interés fórmulas hiperlocales por su escasa relación con la temática europea (Williams, Harte y Turner, 2015). Por ello, se seleccionan medios de Berlín en Alemania y de Londres en Reino Unido. En cambio, en España se elige Sevilla por encima de lugares como Madrid o Barcelona, ya que esas localidades no cuentan con propuestas locales de dilatada trayectoria, sino con periódicos por distritos en Madrid o de naturaleza más regional en Barcelona, como *La Vanguardia* y *El Periódico de Catalunya*.

El corpus de la investigación, correspondiente al conjunto de informaciones sobre la UE publicadas durante un año por *Berliner Zeitung*, *London Evening Standard* y *Diario de Sevilla*, asciende a 823 piezas periodísticas. La recogida de datos se lleva a cabo manualmente, y es analizada posteriormente por *software* estadístico. El objetivo es valorar el grado de polarización en las noticias europeas, en tanto que esta fragmentación resulta propia de situaciones de desinformación (Cook, Lewandowsky y Ecker, 2017). Las tablas 1 y 2 reflejan el protocolo de análisis utilizado en este estudio, definiendo cuatro categorías para valorar la personalización de la política comunitaria y la negatividad de la información europea, entendidas como síntomas de esa polarización.

4. Resultados

4.1. Personalización de la política comunitaria

El número de piezas periodísticas detectadas en el conjunto de la investigación (823 informaciones analizadas) se distribuye de manera homogénea entre los tres medios seleccionados: 271 informaciones en *Berliner Zeitung*, 276 en *London Evening Standard* y 276 en *Diario de Sevilla*. El volumen de textos sobre la UE es prácticamente similar entre los tres diarios, lo que posibilita realizar comparaciones de interés acerca del tratamiento periodístico de este sujeto político.

Este estudio ha definido que la personalización de la política como rasgo periodístico se puede conocer a través del objeto de atención (temática) de los titulares y la presencia en el texto de actores individuales. Por ello, se ha decidido cruzar los datos recabados mediante estas variables con los diarios seleccionados, lo que permite entender la distribución de dichas prácticas en la muestra.

En relación a los titulares, las personalidades se antojan menos relevantes que los elementos temáticos para su configuración (25,3% del producto de las dos

	Personalidad comunitaria	Personalidad no comunitaria	Asuntos europeos	Asuntos no europeos
<i>Berliner Zeitung</i>	6,6	19,9	62,4	11,1
<i>London Evening Standard</i>	9,8	23,9	29,3	37
<i>Diario de Sevilla</i>	1,8	13,8	55,4	29
Total	6,1	19,2	49	25,7

Tabla 3. Distribución de la temática del titular en función del medio de comunicación (%)

Fuente: Datos de la investigación. Elaboración propia.

variables sobre personalidades frente al 74,7 % de asuntos temáticos). Sin embargo, las figuras no comunitarias poseen relevancia en el medio británico de la muestra (23,9% en *London Evening Standard*), un hallazgo que se encuentra en consonancia con la personalización nacional de la política en Reino Unido (Henkel, Thurman y Deffner, 2019). Esto provoca que sea este diario el que cuente con menos referencias a asuntos europeos en sus titulares (29,3 %).

De acuerdo con la tabla 3, *Berliner Zeitung* (62,4 %) y *Diario de Sevilla* (55,4 %) priorizan los contenidos europeos en los titulares de sus textos sobre la UE. En cambio, *London Evening Standard* muestra una preferencia por los asuntos no europeos como tema principal (37 %), entroncando también con la tradición más euroescéptica y polarizada de la prensa local de ese país (Arias-Robles y López López, 2021). No obstante, los resultados se hallan fragmentados, por lo que no es posible desarrollar explicaciones comparadas por países, si bien en los tres diarios de la muestra destaca el escaso peso de las figuras comunitarias.

Aunque los actores europeos apenas copen los titulares, la variable de presencia en el texto muestra que la mayoría de las piezas periodísticas exponen a protagonistas del hecho noticioso, sean de carácter nacional o europeo (tabla 4). Por consiguiente, no hay una asimilación completa entre el titular y el contenido de la información.

La información se construye sobre todo a partir de protagonistas (73,3 % del total de piezas informativas), especialmente en Reino Unido con *London Evening Standard* (79,7 %). Se observa así de nuevo cómo el personalismo es una práctica habitual de ese país. En todo caso, la presencia mayoritaria de protagonistas también se produce en *Berliner Zeitung* (71,6 %) y *Diario de Sevilla* (68,5 %) a la hora de informar sobre la UE.

Por su parte, el recurso a antagonistas resulta anecdótico, hasta el punto de que la no presencia de actores es más abundante en todos los periódicos citados. *Diario de Sevilla* es el medio que presenta un mayor volumen de informaciones sin referencias a ninguna figura en el texto (26,4 % del total).

	Protagonistas	Antagonistas	Sin presencia
<i>Berliner Zeitung</i>	71,6	8,5	19,9
<i>London Evening Standard</i>	79,7	5,8	14,5
<i>Diario de Sevilla</i>	68,5	5,1	26,4
Total	73,3	6,5	20,3

Tabla 4. Distribución de la presencia en el texto (individuos) en función del medio de comunicación (%)

Fuente: Datos de la investigación. Elaboración propia.

4.2. Negatividad de la información europea

La negatividad del tratamiento periodístico de la UE se evalúa mediante el tipo de titular y el sesgo que expone el conjunto de la información acerca del proyecto de integración europea, puesto que ambas variables pueden revelar cómo la opinión permea la cobertura de este tema. Por ello, se ha abogado en primer lugar por cruzar dichas categorías para observar el uso de los sesgos por cada tipo de titular (tabla 5).

	Positivo	Neutro	Negativo	Positivo/ negativo
Informativo	22,9	51,8	15,3	10
Interpretativo	20,9	62,2	5,4	11,5
Opinativo/valorativo	21,1	37,9	18,9	22,1
Total	22,5	52	14,3	11,3

Tabla 5. Distribución del sesgo del mensaje sobre la UE por tipo de titular (%)

Fuente: Datos de la investigación. Elaboración propia.

El sesgo neutro es habitual en todos los tipos de titulares (51,8 % en informativos, 62,2 % en interpretativos y 37,9 % en opinativos y valorativos). La modalidad de titular opinativo/valorativo es la que goza de una mayor pluralidad en su imagen sobre la UE: 21,1 % de titulares positivos, 37,9 % neutros, 18,9 % negativos y 22,1 % mixtos entre positivo y negativo. Este hallazgo puede ser lógico, a la vista del componente subjetivo de esta tipología.

Por otro lado, la variable relativa al sesgo del mensaje sobre la UE se erige en sí misma de enorme interés para conocer la negatividad de las informaciones analizadas, de ahí que se exponga la distribución de este valor por medios (tabla 6).

	Positivo	Neutro	Negativo	Positivo/ negativo
<i>Berliner Zeitung</i>	33,2	38	12,5	16,2
<i>London Evening Standard</i>	15,9	57,2	15,6	11,2
<i>Diario de Sevilla</i>	22,1	56,9	11,6	9,4
Total	23,7	50,7	13,2	12,4

Tabla 6. Distribución del sesgo del mensaje sobre la UE en función del medio de comunicación (%)

Fuente: Datos de la investigación. Elaboración propia.

El sesgo del mensaje más habitual con los asuntos europeos es neutro (50,7 % del total), algo que se produce en todos los diarios seleccionados. Sin embargo, se aprecian ligeras divergencias por países: *Diario de Sevilla* en España y, especialmente, el alemán *Berliner Zeitung* son más proclives a mensajes positivos. Frente a ello, *London Evening Standard* expone un volumen prácticamente similar de informaciones positivas (15,9 %) y negativas (15,6 %), lo que lo convierte en el medio que desarrolla una visión más crítica con el proyecto europeo. Este hallazgo encaja con la tradición euroescéptica británica.

Con respecto a la combinación de aproximaciones positivas y negativas hacia la UE, *Berliner Zeitung* es el diario de la muestra que expone una mayor tendencia a la neutralidad (16,2 % de sus informaciones). En la cultura periodística germana el análisis supone un elemento central, contraponiendo para ello a los actores implicados. Esta práctica es muy distinta de la polarización informativa mediante cámaras de eco que caracteriza a los países del sur de Europa como España (Cardenal *et al.*, 2019).

4.3. Análisis conjunto de personalización y negatividad de la información europea

Las variables construidas de personalización y negatividad pueden aplicarse además de forma conjunta. En esta investigación es de interés profundizar sobre cómo se articula el sesgo sobre el proyecto europeo según la temática de la información, algo que se puede conocer a través del titular (tabla 7).

Siguiendo los resultados previos, se observa un predominante tono neutro en los titulares empleados. Los asuntos europeos son los que acaparan más veces un enfoque positivo (26,9 %), mientras que las personalidades no comunitarias reciben un sesgo negativo superior a la media (28,8 %). Este último dato ilustra cómo la negatividad se dirige en los titulares a personalidades ajenas a la Unión, normalmente de carácter nacional.

En cuanto a la conjunción de sesgos positivos y negativos, las diferencias no son significativas, aunque esta práctica de equilibrio se revela como más habitual en las

	Positivo	Neutro	Negativo	Positivo/ negativo
Personalidad comunitaria	20	60	6,7	13,3
Personalidad no comunitaria	12,8	47,5	28,8	11
Asuntos europeos	26,9	48,6	11,3	13,2
Asuntos no europeos	22,7	59,1	10,4	7,8
Total	22,5	52	14,3	11,3

Tabla 7. Distribución del sesgo del mensaje de la UE según la temática del titular (%)

Fuente: Datos de la investigación. Elaboración propia.

modalidades que aluden a la UE (personalidad comunitaria y asuntos europeos). Este hecho puede relacionarse con el carácter consuetudinario vinculado a la política europea (Picard, 2015), poco tendente al enfrentamiento.

La mayor frecuencia del tono neutro no es óbice para que tenga lugar una asociación entre la temática del titular referente a personalización no comunitaria y el tono negativo de las noticias sobre la UE, medido a través de la correlación de Pearson ($r = 0,403$). Este valor se califica como correlación positiva moderada, al situarse el coeficiente entre 0,40 y 0,59. El presente hallazgo implica que las dos variables se determinan mutuamente, por lo que a valores altos de la una le corresponden indicadores elevados de la otra. Esto conlleva un vínculo entre la personalización y la negatividad de la información europea de la muestra.

5. Conclusiones y discusión

Teniendo en cuenta los datos analizados, se desarrollan las siguientes conclusiones para los objetivos de la investigación:

1. La presencia de figuras políticas en los titulares de las informaciones locales sobre la UE no es abundante, pero sí que se detectan numerosas referencias a los protagonistas de los hechos noticiosos en el cuerpo de las piezas periodísticas analizadas (73,3 %). Además, en ambas categorías *London Evening Standard* es el medio que más recurre a personalidades. Por tanto, se puede afirmar que en el conjunto de la investigación se produce solo una cierta personalización —superior en el caso británico estudiado—, dado que los titulares prefieren los componentes temáticos sobre los actores políticos individuales.

2. La negatividad de las noticias comunitarias analizadas es escasa. El tono neutro resulta predominante en el sesgo del mensaje sobre la UE (50,7 % del total

de informaciones). Los textos con titulares opinativos o valorativos son los que presentan una mayor pluralidad en la utilización de enfoques mixtos. Asimismo, en el conjunto de la investigación el empleo de sesgo positivo se detecta como relevante en los titulares sobre asuntos europeos, mientras que la aproximación negativa sobresale en los títulos relativos a personalidades no comunitarias.

3. El tratamiento informativo de la UE por países (ciudades) presenta ligeras diferencias, dentro de una dinámica general de personalización incompleta y baja negatividad. *London Evening Standard* supone el medio que más recurre a personalidades en sus informaciones, a la vez que desarrolla un enfoque negativo superior al resto de diarios. En cambio, *Berliner Zeitung* otorga un peso relevante a los asuntos europeos, que acaparan el 62,4 % de sus titulares. Además, combina aproximaciones positivas y negativas hacia el proyecto comunitario. Por su parte, los datos de *Diario de Sevilla* se asemejan a los del conjunto de la investigación, si bien es el periódico de la muestra con un mayor porcentaje de textos sin menciones a actores individuales (26,4 %).

4. En términos generales, los resultados indican que la polarización no ha permeado la información local en los medios seleccionados cuando se habla de UE. No obstante, el diario británico analizado (*London Evening Standard*) muestra una mayor polarización, valorada a través de la personalización política y el sesgo negativo de sus textos hacia la UE. Se debe recalcar que la preferencia por asuntos temáticos y el tono neutro son predominantes incluso en este caso, por lo que parece advertirse que la información local europea se configura mediante tópicos neutrales.

Los resultados anteriores permiten responder a las preguntas de investigación formuladas. En lo referente a la primera cuestión, las personalidades no comunitarias (19,2 % del total) se imponen a los actores europeos (6,1 %) en los titulares informativos, lo que evidencia hasta qué punto la información sobre la UE sigue regida por parámetros nacionales. Sin embargo, la personalización de este tipo de noticias es baja, ya que se prefiere la tematización, sea europea o no, como objeto de los títulos de las piezas periodísticas.

Con respecto a la segunda pregunta de investigación, el sesgo negativo se encuentra presente en todos los medios de la muestra, pero no es característico de la misma. El tono negativo se revela habitual en el diario británico analizado (*London Evening Standard*), las informaciones con titulares opinativos o valorativos y aquellas que centran sus títulos en personalidades no comunitarias, esencialmente nacionales. En consecuencia, este sesgo crítico resulta más propio de la opinión y de enfoques estatales.

La tercera y última cuestión de este estudio hacía alusión a los rasgos que caracterizan a la información europea de ámbito local por países. En el marco de esta investigación, se puede afirmar que el periodismo sobre la UE emplea preferentemente enfoques temáticos, principalmente de asuntos europeos, por encima de aproximaciones personales. Se produce también una importante presencia de protagonistas y una casi ausencia de antagonistas, utilizando un sesgo neutro. La

mayor variación en el tono se observa en informaciones con titulares opinativos o referidos a personalidades no comunitarias, en consonancia con lo mencionado para la segunda pregunta de la investigación. Por países, en los casos seleccionados el diario británico *London Evening Standard* es el que presenta un comportamiento diferencial, con índices superiores de personalización y negatividad hacia la UE, dentro de la tendencia general observada.

Esta investigación posee limitaciones en su diseño metodológico. La muestra es reducida, centrada en un caso de interés por ciudad y país, lo que puede restringir la validez de los resultados. La selección de solo tres diarios se explica por sus semejanzas en términos de tamaño y rutinas periodísticas, algo que no siempre es fácil cuando se realizan estudios comparados entre contextos locales informativos. Además, el propio objeto de la investigación (la UE en medios locales) produce un menor volumen de información que otras temáticas. Por ello, los resultados deben interpretarse como ejemplos cuantitativos de interés basados en hallazgos detectados.

Como discusión, cabe destacar de nuevo el uso de declaraciones políticas en las informaciones comunitarias de *London Evening Standard*. La polarización observada en las noticias en línea es más frecuente en Reino Unido que en otros países europeos de acuerdo con numerosos estudios (Arias-Robles y López López, 2021; Fletcher, Cornia y Nielsen, 2020). Estos datos pueden venir asimismo causados por la transcendencia del Brexit durante los meses que se recogió la muestra. Sin embargo, la representación negativa de la UE también se halla presente en menor medida en Alemania y España, lo que constituye un resultado novedoso, aunque con ciertas diferencias que entroncan con la idea de culturas periodísticas (Hanitzsch, 2007).

Así pues, *Berliner Zeitung* expone con una frecuencia por encima de la media valoraciones mixtas de la UE, que combinan enfoques positivos y negativos, lo que casa con la tradición informativa de este país tendente a la moderación y el equilibrio de pareceres (Hanusch y Hanitzsch, 2017). Por su parte, en España la escasa personalización de su sistema político y mediático (Hallin y Mancini, 2004) podría explicar las escasas referencias a personalidades en los titulares de *Diario de Sevilla*, así como su menor volumen de protagonistas y antagonistas en el cuerpo de los textos.

Hay que tener en cuenta que, en un contexto de fragmentación digital de audiencias, las noticias orientadas a la opinión han revelado su capacidad de impulsar la desinformación polarizada (Carlson, 2018). El estado actual del periodismo, con rasgos personalistas y negativos descritos por nuestro marco teórico, ha influido en el éxito de la polarización en la red. Esta comunicación disruptiva en torno a la individualización ha sido denunciada por la literatura como potencial causa del declive de las instituciones democráticas (Bennett y Livingston, 2018), incluida la UE, debido a que los hechos ya no son relevantes para la audiencia. Un antecedente comunitario de este hecho fue la campaña del referéndum del Brexit, que se cimentó en datos falsos para pedir la salida de la Unión (Norris e Inglehart, 2019).

LA POLARIZACIÓN EN LA INFORMACIÓN LOCAL SOBRE LA UNIÓN EUROPEA

Las prácticas anteriores suponen una convergencia de sistemas y una homogeneización de las prácticas noticiosas que se ha producido solo tangencialmente en los medios de nuestra investigación cuando se informa de la UE, más allá de cierta tendencia polarizada en el caso británico. Parece que la prensa local es menos porosa a estas tendencias, como han demostrado investigaciones recientes (Jenkins y Nielsen, 2020). No obstante, la personalización en figuras no europeas y el tono negativo de los mensajes presentan una fuerte asociación estadística, lo que denota una simbiosis de estas variables en el ámbito local que puede dificultar la comprensión de la política comunitaria y que contribuye a las actuales discusiones en la materia.

En definitiva, la información local sobre el proyecto de integración europea presenta mayor polarización cuando se abordan personalidades nacionales como tema, apreciándose un vínculo entre la referencia a actores concretos y la negatividad. Esta práctica, detectada especialmente en Reino Unido, puede ser un factor explicativo del Brexit. En todo caso, los datos aquí analizados no permiten afirmar que se produzca una réplica de estas prácticas en la información local de otros países. Los diferentes hallazgos por ciudades sí encajan con las aportaciones propias del concepto de culturas periodísticas, por lo que deberían ser sometidos a evaluaciones futuras para conocer la evolución de su relación con la polarización. ■

Bibliografía

- ARIAS-ROBLES, F.; LÓPEZ LÓPEZ, P. J. (2021). «Driving the closest information. Local data journalism in the UK». *Journalism Practice* [en línea], 15 (5). <<https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1749109>>.
- BAISNÉE, O. (2014). «Reporting the European Union: A study in journalistic boredom». En: KUHN, R.; NIELSEN, R. K. (eds.). *Political journalism in transition: Western Europe in a comparative perspective*. Londres: I. B. Tauris, pp. 131-149.
- BENNETT, W. L.; LIVINGSTON, S. (2018). «The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions». *European Journal of Communication* [en línea], 33 (2), pp. 122-139. <<https://doi.org/10.1177/0267323118760317>>.
- BEZUNARTEA, O. (1998). «Uso y abuso de declaraciones: el vicio de la prensa». *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, 5, pp. 225-254.
- BROSIUS, A.; ELSAS, E. J. van; VREESE, C. H. de (2020). «Bad news, declining trust? Effects of exposure to economic news on trust in the European Union». *International Journal of Public Opinion Research* [en línea], 32 (2), pp. 223-242. <<https://doi.org/10.1093/ijpor/edz025>>.
- CARDENAL, A. S.; AGUILAR PAREDES, C.; CRISTIANCHO, C.; MAJÓ-VÁZQUEZ, S. (2019). «Echo-chambers in online news consumption: Evidence from survey and navigation data in Spain». *European Journal of Communication* [en línea], 34 (4), pp. 360-376. <<https://doi.org/10.1177/0267323119844409>>.
- CARLSON, M. (2018). «The information politics of journalism in a post-truth age». *Journalism Studies* [en línea], 19 (13), pp. 1879-1888. <<https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1494513>>.
- CASERO-RIPOLLÉS, A. (2018). «Research on political information and social media: Key points and challenges for the future». *El Profesional de la Información* [en línea], 27 (5), pp. 964-974. <<https://doi.org/10.3145/epi.2018.sep.01>>.
- CHADWICK, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Nueva York: Oxford University Press.
- COOK, J.; LEWANDOWSKY, S.; ECKER, U. K. H. (2017). «Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence». *PLoS ONE* [en línea], 12 (5), e0175799. <<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0175799>>.
- EL SAS, E. J. van; BROSIUS, A.; MARQUART, F.; VREESE, C. H. de (2020). «How political malpractice affects trust in EU institutions». *West European Politics* [en línea], 43, pp. 944-968. <<https://doi.org/10.1080/01402382.2019.1667654>>.
- FIRMSTONE, J.; COLEMAN, S. (2014). «The changing role of the local news media in enabling citizens to engage in local democracies». *Journalism Practice* [en línea], 8 (5), pp. 596-606. <<https://doi.org/10.1080/17512786.2014.895516>>.
- FLETCHER, R.; CORNIA, A.; NIELSEN, R. K. (2020). «How polarized are online and offline news audiences? A comparative analysis of twelve countries». *The International Journal of Press/Politics* [en línea], 25 (2), pp. 1-27. <<https://doi.org/10.1177/1940161219892768>>.
- FORTUNY I BATALLA, J. (2018). «El xoc de les corporacions audiovisuals públiques europees contra el futur». *Comunicació* [en línea: *Revista de Recerca i d'Anàlisi*], 35 (2), pp. 9-24. <<https://doi.org/10.2436/20.3008.01.170>>.
- 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». En: FERNÁNDEZ SANZ, J. J.; RUBIO MORAGA, A. L. (coords.). *Prensa y periodismo especializado V*. Guadalajara: Editores del Henares, pp. 73-86.
- HALLIN, D. C.; MANCINI, P. (2004). *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- HANITZSCH, T. (2007). «Deconstructing journalism culture: Toward a universal theory». *Communication Theory* [en línea], 17, pp. 367-385. <<https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x>>.
- HANUSCH, F.; HANITZSCH, T. (2017). «Comparing journalistic cultures across nations». *Journalism Studies* [en línea], 18 (5), pp. 525-535. <<https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1280229>>.
- HENKEL, I.; THURMAN, N.; DEFFNER, V. (2019). «Comparing journalism cultures in Britain and Germany: Confrontation, contextualization, conformity». *Journalism Studies* [en línea], 20 (14), pp. 1995-2013. <<https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1551067>>.
- HESS, K.; WALLER, L. (2016). «River flows and profit flows». *Journalism Studies* [en línea], 17 (3), pp. 263-276. <<https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.981099>>.
- IGARTUA, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.

LA POLARIZACIÓN EN LA INFORMACIÓN LOCAL SOBRE LA UNIÓN EUROPEA

- IZQUIERDO LABELLA, L. (2010). *Manual de periodismo local*. Madrid: Fragua.
- JENKINS, J.; NIELSEN, R. K. (2020). «Proximity, public service, and popularity: A comparative study of how local journalists view quality news». *Journalism Studies* [en línea], 2 (2), pp. 236-253. <<https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1636704>>.
- KRZYZANOWSKI, M. (2019). «Brexit and the imaginary of "crisis": A discourse conceptual analysis of European news media». *Critical Discourse Studies* [en línea], 16 (4), pp. 465-490. <<https://doi.org/10.1080/17405904.2019.1592001>>.
- KUHN, R.; NIELSEN, R. K. (eds.) (2014). *Political journalism in transition: Western Europe in a comparative perspective*. Londres: I. B. Tauris.
- LEUPOLD, A.; KLINGER, U.; JARREN, O. (2018). «Imagining the city». *Journalism Studies* [en línea], 19 (7), pp. 960-982. <<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1245111>>.
- LOYD, J.; MARCONI, C. (2014). *Reporting the EU: News, media and the European institutions*. Londres: I. B. Tauris.
- MACHILL, M.; BEILER, M.; FISCHER, C. (2006). «Europe-topics in Europe's media. The debate about the European public sphere: A meta-analysis of media content analysis». *European Journal of Communication* [en línea], 21 (1), pp. 57-88. <<https://doi.org/10.1177/0267323106060989>>.
- MARQUART, F.; GOLDBERG, A. C.; ELSAS, E. J. van; BROSIUS, A.; VREESE, C. H. de (2019). «Knowing is not loving: Media effects on knowledge about and attitudes toward the EU». *Journal of European Integration* [en línea], 41 (5), pp. 641-655. <<https://doi.org/10.1080/07036337.2018.1546302>>.
- MARTHOS, J. P. (2012). *Journalisme international*. Bruselas: De Boeck.
- MÖHRING, W. (2015). *Lokaljournalismus im Fokus der Wissenschaft*. Düsseldorf: Landesmedienanstalt Nordrhein-Westfalen.
- MUNIVE, M. (2016). «Periodismo de declaraciones: cuando la prensa renuncia a ser el lugar de los hechos». *Conexión*, 5 (6), pp. 42-57.
- NAPOLI, P. M. (2019). «Place/space and the challenges facing local journalism and local journalism research». *Journalism & Communication Monographs* [en línea], 21 (2), pp. 147-151. <<https://doi.org/10.1177/1522637919848359>>.
- NECHUSHTAI, E. (2018). «From liberal to polarized liberal? Contemporary US news in Hallin and Mancini's typology of news systems». *The International Journal of Press/Politics* [en línea], 23 (2), pp. 183-201. <<https://doi.org/10.1177/1940161218771902>>.
- NEGREIRA-REY, M. -C.; LÓPEZ-GARCÍA, X.; VÁZQUEZ-HERRERO, J. (2020). «Mapa y características de los cibermedios locales e hiperlocales en España». *Revista de Comunicación* [en línea], 19 (2), pp. 193-214. <<https://doi.org/10.26441/RC19.2-2020-A11>>.
- NIELSEN, R. K. (2015). «Local newspapers as keystone media: The increased importance of diminished newspapers for local political information environments». En: NIELSEN, R. K. (ed.). *Local journalism: The decline of newspapers and the rise of digital media*. Londres: I. B. Tauris, pp. 51-72.
- NORRIS, P.; INGLEHART, R. (2019). *Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- PARRATT, S. (2008). *Géneros periodísticos en prensa*. Quito: Ediciones Ciespal.
- PICARD, R. G. (ed.) (2015). *The Euro crisis in the media: Journalistic coverage of economic crisis and European institution*. Oxford: I. B. Tauris.
- RISSE, T. (2015). *European public spheres: Politics is back*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 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* [en línea], 24 (2), pp. 1633-1646. <<https://doi.org/10.5209/ESMP.62237>>.
- RIVAS-DE-ROCA, R.; GARCÍA-GORDILLO, M.; BEZUNARTEA-VALENCIA, O. (2020). «The far-right's influence on Twitter during the 2018 Andalusian elections: An approach through political leaders». *Communication & Society* [en línea], 33 (2), pp. 227-242. <<https://doi.org/10.15581/003.33.2.227-242>>.
- SCHARKOW, M.; VOGELGESANG, J. (2010). «Effects of domestic media use on European integration». *Communications* [en línea], 35 (1), pp. 73-91. <<https://doi.org/10.1515/comm.2010.004>>.
- TUÑÓN, J. (2017). *Comunicación internacional: Información y desinformación global en el siglo XXI*. Madrid: Fragua.

RUBÉN RIVAS-DE-ROCA

- UMBRIGHT, A.; ESSER, F. (2014). «Changing political news? Long-term trends in American, British, French, Italian, German, and Swiss print media reporting». En: KUHN, R.; NIELSEN, R. K. (eds.). *Political journalism in transition: Western Europe in a comparative perspective*. Londres: I. B. Tauris, pp. 195-217.
- WALTER, S. (2017). *EU citizens in the European public sphere. An analysis of EU news in 27 EU member states*. Wiesbaden: Springer VS.
- WILLIAMS, A.; HARTE, D.; TURNER, J. (2015). «The value of UK hyperlocal community news». *Digital Journalism* (en línia), 3 (5), pp. 680-703. <<https://doi.org/10.1080/21670811.2014.965932>>.