



La cobertura de la crisis económica en los informativos de la televisión privada en España (2012): un análisis de la calidad de los telediarios

Juan Martín Quevedo¹; Erika Fernández Gómez²; Francisco Segado Boj³

Recibido: 30 de octubre de 2015 / Aceptado: 29 de mayo de 2016

Resumen. El objetivo de esta investigación es analizar la cobertura de la crisis económica realizada por las dos principales televisiones privadas en España en uno de sus años de mayor intensidad informativa, 2012, por un lado, y buscar los rasgos propios del infoentretenimiento que han podido tener los telediarios a la hora de abordarla. Para ello se ha llevado a cabo un análisis de contenido de los informativos de *prime time* de Antena 3 y Telecinco. El artículo estudia cuáles son los temas, fuentes, actores y enfoques presentes en las piezas informativas del medio más consumido en este país.

Palabras clave: Televisión; informativos; Antena 3; Telecinco; infoentretenimiento.

[en] The Coverage of the Economic Crisis in the News of the Spanish Private Television (2012): a Quality Analysis of News Programmes

Abstract. The aim of this study is analyze the coverage of the economical crisis by the two most important Spanish private televisions in one of its key years, 2012, in one hand, and to seek out for markers of infotainment in the news about the topic. For this purpose, we have performed a content analysis of prime time Current Affairs programmes of Antena 3 and Telecinco. The paper focuses on which topics, sources, actors and framings were present in the most widely consumed media in this country.

Keywords: Television; news; Antena 3; Telecinco; infotainment.

Sumario. 1. Introducción; 1.1. Información económica y crisis; 1.2. La crisis de calidad de la información televisiva. 2. Objetivos e hipótesis; 2.1. H1. La cobertura de la crisis económica en los informativos de la televisión privada es amplia; 2.2. H2. Las noticias emitidas por la televisión privada sobre la crisis emplean fuentes variadas y de calidad; 2.3. H3. El enfoque humano no es el predominante en las noticias emitidas por la televisión privada sobre la crisis. 3. Fuentes y metodología. 4. Resultados; 4.1. Cobertura; 4.1.1. Tiempo; 4.1.2. Temas; 4.1.3. Escenarios; 4.2.

¹ Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)
E-mail: Juan.martin@unir.net

² Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)
E-mail: Erika.fernandez@unir.net

³ Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)
E-mail: Francisco.segado@unir.net

Fuentes; 4.2.1. Variedad de fuentes; 4.2.2. Calidad de las fuentes; 4.3. Enfoque; 4.3.1. Interés humano; 4.3.2. Actores. 5. Conclusiones / Discusión. 6. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Martín Quevedo, Juan; Fernández Gómez, Erika; y Segado Boj, Francisco (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”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22 (2), 809-827.

1. Introducción

1.1. Información económica y crisis

Entre 1994 y 2008 el mundo experimentó una época de bonanza caracterizada por la estabilidad de los precios y un rápido crecimiento económico. Sin embargo esta ola de prosperidad acabó abruptamente en la segunda mitad de 2008 (Fernández-Villaverde y Ohanian, 2010, pp. 2-3). Esta crisis puede contemplarse como la desembocadura de una serie de crisis financieras previas como lo fueron las crisis asiáticas de 1997-98, la crisis rusa de 1998 o la crisis argentina de 2001 (Harvey, 2010: 6). Esta crisis se vio especialmente agravada en España debido a un elevado endeudamiento de las economías familiares ligado a la expansión de precios de la vivienda provocada por el boom inmobiliario. Ante esta situación el ejecutivo se vio presionado por los gobiernos de la Unión Europea para reducir el déficit a través de diferentes recortes y reformas en el gasto público (López, Rodríguez & Agudelo, 2010).

El análisis del tratamiento informativo de las crisis económicas siempre ha despertado interés en los estudios de Comunicación (vid. p.ej.: Blood y Philips, 1995; Wu, Stevenson, Chen y Guner, 2002). El reflejo de la situación económica que ofrecen los medios condiciona las expectativas de la ciudadanía respecto al futuro de su país (Boomgaarden, van Spanje, Vliegthart y de Vreese, 2011, p. 353) así como los hábitos de consumo y ahorro de los ciudadanos (Martínez Fernández, Juanatey Boga y Costa Sánchez, 2012). Puesto que el público y los medios responden con mayor intensidad a la información económica negativa que a la positiva (Soroka, 2006; Goidel y Langley, 1995) la cobertura de los contextos de recesión ha gozado de mayor relevancia entre los trabajos de análisis. Sin embargo la producción científica sobre la cobertura de la actual recesión aún se encuentra en una fase temprana (Schiffers y Coulter, 2013, p. 230) y no existe consenso acerca del papel desempeñado por los medios y su información económica (Arrese y Vara-Miguel, 2014).

La mayor parte de los análisis del tratamiento informativo de la crisis se han centrado en las etapas iniciales y previas al estallido de la crisis. Concretamente se han ocupado de la incapacidad de los medios para advertir de los primeros síntomas del desplome financiero (p. ej.: Schechter, 2009, Tambini, 2010; Manning, 2013, Knowles, Phillips & Lidberg, 2013).

En cuanto al ámbito geográfico, casi todos los estudios sobre la cobertura de la crisis, una vez que ésta se hizo patente y manifiesta, se han centrado en el ámbito anglosajón, sobre todo en EE.UU. (p. ej.: Starkman, 2009) o en Reino Unido (p. ej.: Berry, 2013) y en menor medida, Irlanda (Cawley, 2012).

La cobertura de la crisis en Europa continental se ha abordado desde la perspectiva de medios de comunicación de terceros países (Tracy, 2012) o de los corresponsales extranjeros (Hahn y Jaurisch, 2012), salvo algún estudio centrado en Alemania (Quiring y Weber, 2012).

Asimismo los trabajos sobre la cobertura de la crisis en territorios ajenos al ámbito europeo y anglosajón escasean, salvo algunas excepciones como las de Becerra y Mastrini dedicada a Argentina (2010) o las de Marron, Sarabia-Panol, Sison, Rao y Niekamp (2010) que dedican parte de su interés a las influencias extramediativas de la cobertura informativa de la crisis en Filipinas y Malasia y a los blogs de periódicos chinos.

Se puede concluir que el estado de la cuestión muestra un vacío significativo sobre el tratamiento informativo de la crisis en uno de los países europeos en los que ha tenido un mayor impacto: España. Por tanto, el presente estudio se establece como un intento de cubrir esa carencia.

1.2. La crisis de calidad de la información televisiva

El panorama televisivo contemporáneo está marcado por el auge del infoentretenimiento como consecuencia del cambio de un mercado caracterizado por el servicio público a un contexto condicionado por la búsqueda de las audiencias (Thussu, 2011).

El auge de este género híbrido entre la información y el entretenimiento no se manifiesta exclusivamente en la proliferación de programas dedicados íntegramente a esta manera de presentar la actualidad (como por ejemplo, España Directo o Conexión Samanta) sino que también ha influido en los espacios clásicos de información televisiva (Ortell Badenes, 2014).

Como parte de esta influencia los informativos televisivos han incorporado a su oferta televisiva una mayor proporción de noticias blandas frente a los contenidos significativos y relevantes de las noticias duras o *hard news* (Berrocal-Gonzalo et al, 2014). Las *soft news* se diferencian de las *hard news* en cuanto que los temas que abordan son políticamente irrelevantes, son narradas de forma episódica, se centran en las consecuencias individuales de los acontecimientos y su estilo es más personal y emocional (Reinemann et al, 2012).

El auge de este tipo de periodismo ha perjudicado seriamente la calidad de la información de la que disponen los ciudadanos. Se fomenta de este modo un conocimiento superficial de la realidad (Redondo García y Campos-Domínguez, 2015), parcial y sesgado (Marín Lladó, 2012) que desemboca en un mayor cinismo respecto a la agenda pública (Boukes y Boomgaarden, 2014).

Desde el campo académico se ha prestado especial atención a la relación entre infoentretenimiento e información política (p. ej., Abel & Barthel, 2013; Nguyen, 2012), e incluso entre infoentretenimiento y guerra (p. ej., Paz & Montero, 2011; Schwalbe, Silcock y Keith, 2008).

2. Objetivos e hipótesis

Este trabajo pretende comprobar el grado de calidad de la información emitida sobre la crisis económica por la televisión privada española. Se elige la televisión porque sigue siendo el medio de información más consumido, con un índice de penetración en 2012 de 89,1% frente al 61,9% de Internet, 60,4% de radio y 36,1% de diarios (AIMC: 2014).

Ante esta situación este estudio se propone medir los criterios de “información televisiva de calidad” presentados por el Pew’s Research center Project for Excellence in Journalism -PEJ- (2002). Se ha tenido especialmente en cuenta los relativos a las fuentes, a los temas y al enfoque que se plantean.

A partir de estos criterios generales se pretenden contrastar las siguientes hipótesis.

2.1. H1. La cobertura de la crisis económica en los informativos de la televisión privada es amplia

Para definir esta hipótesis este estudio se ha atendido en primer lugar a un criterio estrictamente formal como la duración de la información otorgada a la crisis. En este sentido se propone la subhipótesis H1.1: *Las noticias sobre la crisis emitidas en la televisión privada representan más del 30% del tiempo total de los informativos.*

El estudio no se ha limitado a criterios estrictamente formales sino que se han considerado una serie de aspectos adicionales para medir la “amplitud” de la cobertura informativa sobre el tema.

Así, tal y como propone el informe del Pew Research Center se ha identificado el número de temas que se ofrecía en cada noticia, con lo que se enuncia la subhipótesis H1.2: *Las noticias emitidas por la televisión privada sobre la crisis cubren un amplio repertorio de temas.*

De modo simétrico se ha tenido en cuenta el número de escenarios geográficos en los que aparece la noticia, tanto referidos a España como a otros puntos geográficos internacionales, con lo que se propone la subhipótesis H1.3 *Las noticias emitidas por la televisión privada sobre la crisis combinan la cobertura nacional con la internacional.*

2.2. H2. Las noticias emitidas por la televisión privada sobre la crisis emplean fuentes variadas y de calidad

Un empleo adecuado de las fuentes es un criterio básico de calidad informativa, dado que fundamentan la primera fase del proceso comunicativo (Berganza y Chaparro, 2010) y de ellas depende el equilibrio informativo y la veracidad (Gómez-Giraldo et al, 2010). Tradicionalmente se ha señalado el peligro de que una presencia excesiva de un tipo de fuentes oficiales puede desembocar en la parcialización de la información (Soloski, 1989). Esta dependencia de las fuentes oficiales se repite en los contextos concretos de las crisis económicas, (Rafter, 2014) lo que desemboca en una imagen positiva de la gestión llevada a cabo por los responsables políticos (Olsson & Nord, 2015). Por ello, se pretende en primer

lugar contrastar la subhipótesis *H2.1: Las noticias emitidas por la televisión privada sobre la crisis no dependen únicamente de un tipo de fuentes.*

Por otro lado, en referencia a las fuentes, el infoentretenimiento ha provocado un desvío de este tipo de fuentes oficiales hacia el testimonio de ciudadanos anónimos o de afectados (Ortells, 2011). Por ello, para comprobar la calidad de la información se pretende contrastar la subhipótesis *H2.2: Las noticias emitidas por la televisión privada sobre la crisis recurren a expertos.*

2.3. H3. El enfoque humano no es el predominante en las noticias emitidas por la televisión privada sobre la crisis

Una información de calidad presenta distintos enfoques y emplea encuadres que expliquen y contextualicen la información. Por el contrario, el infoentretenimiento y el sensacionalismo optan de manera preferente por enfoques de interés humano. Esta hipótesis pretende comprobar si las informaciones emitidas por la televisión privada se basan en otro tipo de explicaciones más emotivas ligadas al interés humano, con lo que se enuncia la subhipótesis *H3.1: Las noticias emitidas por la televisión privada sobre la crisis recurren sólo puntualmente a encuadres de interés humano.*

La predilección por la perspectiva del interés humano está conceptualmente conectada a la personalización informativa (Jebriil, Albæk y de Vreese, 2013, p. 107) dado que este enfoque presenta un acontecimiento, tema o problema desde un punto de vista emocional o centrándose en la historia de un individuo particular (Valkenburg, Semetko & de Vrees, 1999, p. 551). Aunque este fenómeno surgió en la información televisiva dedicada a la política (Bek, 2004) se ha extendido a todo tipo de noticias (Ortells Badenes, 2009). Así pues, el estudio propone la hipótesis *H3.2: Las noticias emitidas por la televisión privada sobre la crisis están centradas preferentemente en actores colectivos o institucionales.*

Tabla 1. Variables analizadas en la calidad informativa de la crisis económica

Categorías	Subcategorías
Amplitud de la cobertura	Tiempo
	Nº de temas
	Escenarios
Variedad y calidad de fuentes	Diversidad de fuentes
	Fuentes no expertas
Tipo de enfoque	Interés humano
	Tipo de actores

3. Fuentes y metodología

Para comprobar estas hipótesis, se ha optado por realizar un análisis de contenido para abordar las piezas informativas que sobre la crisis económica emitieron Antena 3 y Telecinco. Esta metodología ha demostrado su eficacia para contrastar

la calidad y los posibles sesgos de la información televisiva sobre asuntos económicos en diversos estudios (vid. Bell y Entman, 2011, p. 563; Jackson, 2011).

Como paso previo a la construcción de estos instrumentos metodológicos se organizó una serie de entrevistas en profundidad a distintos expertos de los ámbitos de la Economía, la Sociología y la Comunicación⁴ para definir y concretar tanto la delimitación del objeto de estudio como las diferentes categorías que deberían contemplarse en la ficha del análisis de contenido.

El objeto de estudio del análisis de contenido abarca todas las noticias sobre la crisis económica emitidas en las cadenas privadas de televisión de mayor audiencia, Telecinco (grupo Mediaset, con un 13%, 14% y 16,7% de cuota de pantalla en los meses estudiados respectivamente) y Antena 3 (grupo Atresmedia, con un 12,2%, 12% y 11,5%, respectivamente), entre los meses de abril y junio de 2013. Quedan fuera de la muestra la televisión pública (TVE) y las otras dos televisiones privadas, Cuatro y La Sexta. Éstas últimas se han obviado por su escasa audiencia en el periodo estudiado, con un *share* medio de 5,3% cada una.

Por su parte, TVE1 no se ha incluido debido a que los mecanismos de toma de decisiones ejecutivas y de política informativa son distintos en una cadena pública y suelen obedecer a distintos criterios que en las cadenas privadas (Campos Freire y López Cepeda, 2011). Este factor contribuye a que resulte habitual estudiar por separado la televisión privada española y la pública (vid. p. ej. Zurutuza Muñoz y Lafuente Pérez, 2012). Además, para este estudio resulta de especial interés el hecho de que el infoentretenimiento haya influido especialmente en los informativos de las dos grandes cadenas privadas (Monclús & Vicente-Mariño, 2010).

Esta selección de la muestra responde a la realidad de la televisión de ámbito nacional española que en la práctica está caracterizada como un duopolio imperfecto (Segovia, García Leiva, Beceiro y Casado, 2011).

El marco cronológico queda delimitado por dos puntos significativos que determinan una etapa concreta dentro del periodo de gobierno del Partido Popular tras su victoria en las elecciones generales del 20 de noviembre de 2011: la presentación de los presupuestos generales del Estado el 2 de abril de 2012 y la semana anterior a la aprobación del plan de rescate bancario acordado el 9 de junio del mismo año.

De los informativos emitidos durante estos meses, se ha seleccionado de forma aleatoria una muestra representativa de 41 informativos emitidos en 21 días diferentes, no correlativos⁵. Esta aleatoriedad ha incluido tanto telediarios emitidos en días laborables (27 de ellos) como en fines de semana y festivos (14). Ello ha permitido incluir posibles diferencias en el tratamiento de la crisis en función del día en que se emitiese el informativo.

De cada uno de estos días se han seleccionado los informativos emitidos por ambas cadenas en la edición de noche, por ser el prime time el bloque horario con mayor audiencia del día. Se ha prescindido de la información deportiva y de la meteorológica de estos informativos “porque se trata de dos bloques que funcionan

⁴ Se ofrecerá la lista de personas entrevistadas si el artículo es finalmente aceptado

⁵ Los días han sido 2, 5, 10, 13, 15, 18, 21, 23 y 26 de abril, 1, 4, 6, 9, 12, 14, 16, 22, 25, 27 y 31 de mayo y 2 de junio de 2012.

como autónomos” (Soengas Pérez, 2007: 3) cuyos contenidos se alejan además de la información económica.

Dado que el objeto específico del estudio consiste en la cobertura de la crisis económica se ha tratado de seleccionar para el análisis exclusivamente aquellas piezas que hicieron referencia a la crisis económica o a determinados aspectos de la misma. No todas las noticias de carácter económico aparecidas en los informativos analizados se ocupan de este aspecto de la actualidad y las que lo hacían, en muchas ocasiones, aunque se relacionaban de forma directa con alguna consecuencia de la misma, no mencionaban de manera explícita el término crisis.

Por ello ha resultado necesario aplicar un criterio unívoco y universal para seleccionar las noticias que se ocupaban específicamente de la crisis. Como se ha demostrado, el lenguaje periodístico es un conjunto de discursos con estructuras lógicas y gramaticales muy diferentes (Moreno Espinosa, 1998). La información económica no escapa a esta tendencia, que se haya además sometida a un proceso de simplificación triple: el propio del trabajo periodístico, el derivado por la naturaleza abstracta y compleja de la información económica y el necesario para hacer entretenida y atractiva una temática a priori poco interesante (Arrese, 2006: 42-49). Estas cuestiones provocan un tipo de información que intenta ser rigurosa en cuanto a que maneja unas fuentes con cierta autoridad pero que, inevitablemente, su calidad se ve mermada por este triple proceso de reducción de lo complejo.

Ante esta situación se elaboró un listado de términos asociados al concepto genérico y hasta cierto punto ambiguo de “crisis económica”: recesión, situación económica, contracción, racionalización del gasto, recortes, austeridad, reformas, rescate, ajustes, intervención, medidas, rebaja, inyección, deuda, déficit, ahorro y liquidez. La definición de estos conceptos permitió establecer un criterio para establecer la muestra final del estudio: se analizarían aquellas noticias en las que apareciera, verbal o visualmente –por ejemplo, en los rótulos o en las pancartas de un manifestante-, la palabra “crisis” o alguno de los términos antes referidos.

De este modo, la muestra final quedó constituida por 311 noticias sobre la crisis. Esta cantidad de noticias que supera lo establecido en anteriores análisis de contenido sobre información televisiva como las 39 noticias estudiadas por Jackson (2011), las 55 analizadas por Loscertales, Fernández y Higazi (2009) o incluso las 247 incluidas en el trabajo de An y Gower (2009).

Estas noticias -que incluye todo tipo de formatos (Rodríguez, Gallego y Gutiérrez, 2010: 106), desde conexiones en directo hasta piezas pregrabadas o lecturas de texto en el estudio por el presentador- fueron sometidas a un análisis de contenido donde se han contemplado las siguientes variables:

- La amplitud de la cobertura se ha medido a través de dos parámetros:
 - Escenarios: Los diversos escenarios geográficos que aparecen en la noticia, bien porque el periodista o la fuente están allí, o bien porque se refieren a ese lugar en concreto como elemento relevante de la información. Así, aparecen distintos países, como Estados Unidos o Alemania, y la propia España cuando es una noticia nacional, pero además se hace referencia a la Comunidad Autónoma o ciudad

- concretas cuando este es un elemento noticioso, como en las informaciones referidas a la reestructuración de la deuda de las CCAA.
- Temas relevantes que aparecen relacionados con la crisis debido al tratamiento que los informativos otorgan a estas cuestiones. En las noticias analizadas estos temas son: educación, sanidad, reforma laboral, universidad, devolución de competencias a las comunidades autónomas, transportes, turismo, Presupuestos Generales, Iglesia, servicios públicos, pensiones, impuestos, Defensa, Justicia, ciencia, publicidad institucional, deuda, déficit, crecimiento, EREs, rescate, amnistía fiscal, recortes, reformas, austeridad, ahorro, intervención, sistema financiero, incertidumbre de los mercados, bancos, Bolsa, cifras de paro, el drama del desempleo, protestas, manifestaciones, supervivencia, desahucios, inmigración, depauperación, ocupación de viviendas, delitos económicos, y beneficencia.
 - Fuentes: Las fuentes utilizadas se han considerado un elemento especialmente importante para describir las noticias. Se ha establecido una clasificación atendiendo al origen de la misma, aunque se ha partido de la idea de que una noticia puede construirse a partir de fuentes diversas. Concretamente, se ha establecido la siguiente tipología de fuentes: implícita (cuando se indica que se ha realizado una consulta pero no se especifica a quién se ha preguntado), explícita, originaria (quien ha originado la noticia, como un portavoz anunciando una medida del Gobierno), implicada o interesada (los directamente afectados por la noticia), consultada (testimonios destinados a dar contraste a la noticia, como los vecinos en un suceso), equilibradas (cuando se da voz a todas las partes implicadas en el conflicto), experta, encuestados (ciudadanos sondeados a pie de calle). Finalmente, cuando no se menciona consulta de fuente, ni siquiera implícita, se ha consignado como ninguna.
 - Enfoque: Se ha entendido como el marco en el que se encuadra la noticia o la orientación desde la que es abordada, de acuerdo con la teoría del *framing*. Se han establecido diferentes enfoques: de enfrentamiento (conflicto entre los protagonistas de la noticia), conjetural (especulación sobre algunos o todos los elementos de la noticia), histórico (la noticia es presentada como la continuación de un proceso histórico), perspectivista (se centra en las consecuencias futuras de la noticia), consensual (énfasis en los elementos de acuerdo), competitivo (se subraya un elemento de la noticia sobre otro), denunciador (la noticia se presenta como una injusticia que debe resolverse), documental (enfoque neutro), reactivo (recoge la respuesta de grupos ante el hecho), y de interés humano (énfasis en los aspectos emotivos). Tanto los enfoques que se han distinguido como su definición se han tomado del análisis de los informativos de televisión de Del Moral, Quesada, Sánchez Aranda, León y Fernández (2007).
 - Actores: Profundizando en el *framing* de las noticias, se ha procedido a analizar quienes son los verdaderos protagonistas, según los medios de comunicación, de la crisis. Para ello, se ha establecido una lista abierta en

la que se han recogido todos y cada uno de los personajes a los que se alude cuando se habla de la coyuntura económica. En concreto, además de su nombre y su naturaleza individual, colectiva o institucional, se ha recogido si se trataba de una mera aparición visual, si se hacía alusión al personaje o si se recogían declaraciones directas o indirectas del mismo.

4. Resultados

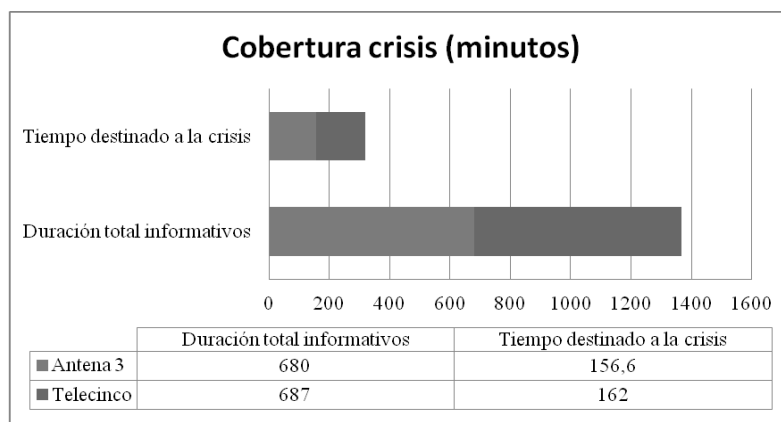
4.1. Cobertura

4.1.1. Tiempo

Como se ha señalado en la metodología, la muestra analizada está compuesta por un total de 41 informativos de la televisión privada en España correspondientes a la franja de *prime time* y que han supuesto, aproximadamente 23 horas de programación (1.367 minutos). Sobre este tiempo de emisión en pantalla de contenidos informativos, las televisiones privadas han destinado 5 horas y 19 minutos (319 minutos) a la cobertura de la crisis. Por lo que, la información destinada a la recesión económica por las cadenas de carácter privado en España representa el 23,30%.

En relación a la cobertura realizada por cada cadena, Antena 3 y Telecinco, apenas existen diferencias entre ambas cadenas de televisión en cuanto al tiempo de emisión dedicado a la crisis económica (gráfico 1). Lo mismo sucede al comparar el número de piezas informativas, mientras Antena 3 incluyó 164 noticias, Telecinco registró 147.

Gráfico 1. Tiempo destinado a la crisis económica. Elaboración propia.

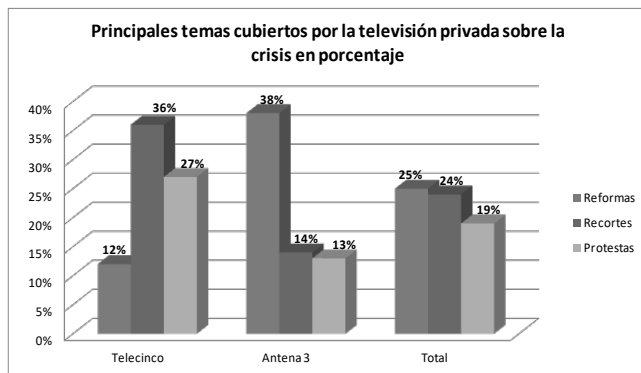


Por lo tanto, se refuta la subhipótesis H1.1, las noticias sobre la crisis emitidas en la televisión privada representan más del 30% del tiempo total de los informativos.

4.1.2. Temas

El abanico de temas recurrentes designa fundamentalmente aspectos negativos o conflictivos de la realidad. Así, los temas que más aparecen son tres: reformas, recortes y protestas. El primero está presente especialmente en Antena 3, en el 38% de las noticias, mientras que los dos segundos son más destacables en Telecinco, siendo mencionados en el 36 y el 27 por ciento de las noticias respectivamente (ver gráfico 11).

Gráfico 2. Principales temas en porcentaje. Elaboración propia.



Aunque la cobertura dada por Antena 3 a la crisis incluyó 29 temas diferentes, se centra la atención de los espectadores en las reformas frente al resto de cuestiones susceptibles de desarrollar. Hasta el 37,8% de las noticias han presentado este tema. El segundo gran eje sobre esta situación, aunque muy por debajo del primero, fue la deuda (18,3%). Y en tercer lugar, los recortes (14%). Del mismo modo, el déficit (13,4%), las protestas (12,9%), las manifestaciones (12,2%), los bancos y el sistema financiero (12,2%), educación y sanidad (11%), el ahorro (9,1%), el paro (8,5%) y los impuestos y presupuestos generales del Estado (7,3%) han sido cuestiones importantes en cuanto al número de veces que han sido abordadas por la cadena.

Los informativos de Tele 5 plantearon 59 escenarios temáticos diferentes. Los recortes es el tema con mayor presencia (36,1% de las noticias), aunque en este caso le siguen las protestas y depauperación, presentes ambas en el 26,5% de las piezas informativas. Las reformas, que son la base sobre la que se asienta la información emitida por Antena 3 sobre la recesión, aparecen en Telecinco en el 11,56% de las ocasiones.

Otros temas de especial relevancia social presentan un índice de menciones relativamente bajo, como servicios públicos (4,4%), paro (4,22%), sanidad (3,2%), deuda (pública o privada, 2,9%), rescate e impuestos (1,35%), desahucios (0,7%), o 15-M (1,5%).

Además del número, hay que destacar la variedad temática que aparece en ambas cadenas. En Antena 3, el máximo de temas que aparecieron en una sola noticia fue de nueve, y el mínimo, de uno. En conjunto, la media de asuntos por noticia fue de 2,49. Es decir, algo más de dos temas por información. La información con mayor número de aspectos sobre la crisis corresponde al informativo del 1 de mayo, Día Internacional de los Trabajadores. En ella se relataba cómo las Comunidades Autónomas presentaron sus planes de ahorro para cumplir con el objetivo de déficit y cómo la fórmula de la austeridad pasaba por diferentes estrategias, entre las que destacaban la reducción de gastos, el incremento de ingresos, la reducción de funcionarios o el aumento de tasas y tributos.

Por su parte, en Telecinco la noticia con el mayor número de temas tuvo 15 referencias, mientras que la que menos sólo tuvo uno. La media de temas fue de 4,03 por noticia. La pieza con más temas fue sobre las reivindicaciones de los indignados, por lo que aparecían aspectos desde los recortes al paro, pasando por la sanidad o la educación.

En definitiva, cabe concluir que ambos canales desarrollaron una amplia variedad temática, aunque centrada predominantemente en los aspectos más negativos, si bien la de Telecinco fue sensiblemente mayor.

4.1.3. Escenarios

Los escenarios en los que se desarrollaron las noticias son muy variados. Se han llegado a registrar 87 lugares en los que se situaron noticias relacionadas con la crisis. La gran mayoría de ellos son anecdóticos: por ejemplo el pueblo de Rasquera, Tarragona que apareció en las noticias a causa de la votación sobre la legalización del cannabis el día 4 de mayo el 2012. El escenario que más apareció en las noticias es España, en 28 de las mismas. Le siguieron las Comunidades Autónomas (22), Moncloa (19) y Grecia (18). Hay que destacar la escasa presencia de países extranjeros, a excepción de Alemania, Grecia y Francia, y la aún más escasa presencia de Estado Unidos (Washington aparece en 6 noticias). La información de la crisis en la televisión española, tal como se observa, se ha centrado en los acontecimientos sucedidos en la Península Ibérica.

En Antena 3, el principal escenario geográfico al que concernieron las noticias sobre las crisis fue nuestro país, con 121 de las 164 noticias referidas a él (el 73,8%). España fue el principal foco de atención muy por encima de los demás contextos. Las noticias internacionales representaron el restante 26,2%. De ellas, las más destacables se situaron en Europa, con 36 referencias, un 22% de las noticias totales. En menor medida estuvieron presentes las Comunidades Autónomas en general y Cataluña (19), Madrid (17), Grecia (15), Bruselas (12) y Barcelona (10).

En Telecinco también existieron diferencias informativas marcadas en cuanto al ámbito de las noticias: de las 147 noticias aparecidas, 115 tuvieron a España como escenario total o parcial, esto es, el 78% de las noticias fueron nacionales, en tanto que solamente el 22% fueron internacionales. De éstas, la mitad, 16, el 11% de las noticias totales, estaban referidas a Europa o a la Unión Europea, aunque tan sólo dos se situaron en el ámbito de las instituciones europeas, mientras que las demás

hacían referencia a la actualidad noticiosa de países o gobiernos europeos específicos. La UE, por lo tanto, no aparece tanto como un actor relevante, como un trasfondo común con los gobiernos europeos.

En el caso de las noticias nacionales, el escenario privilegiado fue Madrid: el 17% de las noticias nacionales tienen lugar en la capital, siendo los escenarios que más aparecieron el Palacio de la Moncloa (9 impactos, 45% de las noticias de Madrid), el Congreso de los Diputados (8 impactos, 40% de las noticias de Madrid) y la Plaza del Sol (4 impactos, 20% de las noticias de Madrid).

El resto de las comunidades autónomas tuvieron una presencia sustancialmente menor: Cataluña y Valencia comparten el segundo puesto, con 8 apariciones cada una (7% de las noticias nacionales cada una), seguidas de Andalucía (6 impactos, 5%) y Baleares (5 apariciones, 4%).

Así, se desmiente la subhipótesis H1.3, *Las noticias emitidas por la televisión privada sobre la crisis combinan la cobertura nacional con la internacional.*

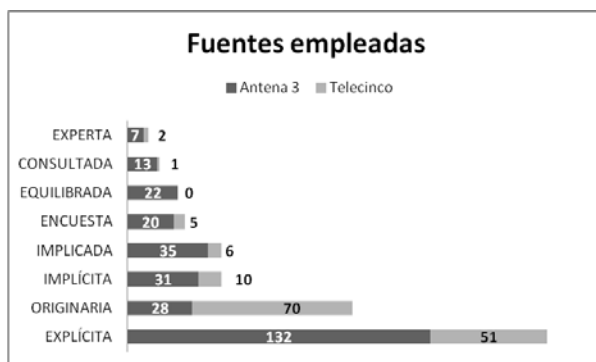
4.2. Fuentes

4.2.1. Variedad de fuentes

El análisis del origen de la información es fundamental para determinar la profesionalidad del informador. En el gráfico 3 se aprecia como Antena 3 emplea una mayor variedad de fuentes (288) frente a las consultadas por Telecinco (145). El conjunto de la información proporcionada por las televisiones privadas en los informativos de *prime time* empleó como media de 1,39 fuentes. Un valor que es más alto en el caso de Antena 3 (1,75) que en Telecinco (0,98), con 11 piezas en los que no se menciona ninguna fuente.

Ahora bien, atendiendo al número de máximo de fuentes que se ha empleado en una noticia, el mayor valor lo presenta la cadena del grupo de Mediaset, con un total de 5 fuentes consultadas en una de sus piezas informativas.

Gráfico 3. Fuentes empleadas en la cobertura de la crisis económica. Elaboración propia



De modo que, aunque se evidencia el uso de varias fuentes en el conjunto de la información, la media de las noticias no supera las dos fuentes y por lo tanto se refuta la cuarta subhipótesis H2.1, *las noticias emitidas por la televisión privada sobre la crisis no dependen únicamente de un tipo de fuentes.*

4.2.2. Calidad de las fuentes

En relación al tipo de fuente más empleada en la cobertura de la recesión, la explícita ha sido la más utilizada con un total de 183 referencias. Es decir, las noticias proporcionadas por las televisiones privadas se caracterizan por especificar de dónde proviene la información. En segundo lugar, pero en un menor número de ocasiones, se ha empleado la fuente originaria. De modo que, la fuente a la que se ha acudido es de donde parte la noticia. El resto de fuentes se manejan en menor media, tal y como se puede ver en el gráfico 3. Destaca cómo la fuente experta es a la que menos se recurre para abordar la crisis económica, estando presente tan solo 9 veces. Asimismo, es Antena 3 quien más ha consultado a una fuente experta.

Se demuestra falsa, por lo tanto, la subhipótesis H2.2, *las noticias emitidas por la televisión privada sobre la crisis recurren a expertos.*

4.3. Enfoque

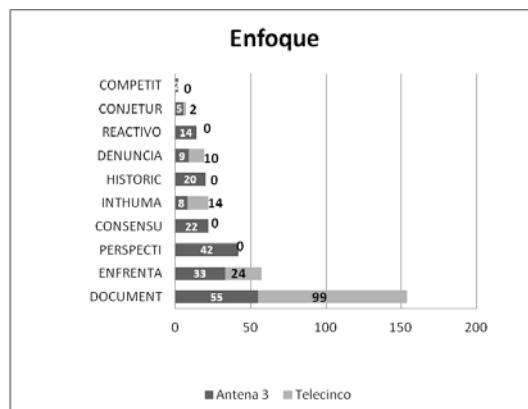
4.3.1. Interés humano

Por último, como determinante de la calidad informativa de la cobertura de la crisis económica en la televisión privada en España debe considerarse el enfoque.

Así, atendiendo a cómo se abordó este tipo de noticias, destaca el enfoque documental de forma mayoritaria, empleado en 154 ocasiones. Por lo que la información sobre la recesión se caracteriza por mostrar de forma neutra la noticia introduciendo todo tipo de fuentes que aporten datos.

En segundo lugar, el enfoque basado en resaltar el carácter de enfrentamiento también ha tenido una importante presencia, contabilizándose 57 veces. En tercer lugar, con 42 apariciones se encuentra el enfoque perspectivista, haciendo referencia a las posibles repercusiones de un acontecimiento en el futuro. El resto de enfoques tiene menor presencia, si bien, el interés humano es empleado en 22 ocasiones.

Gráfico 4. Enfoque empleado en la cobertura de la crisis económica. Elaboración propia



En el gráfico 4 se puede ver como en relación al número de enfoques empleados, también es Antena 3 la que mayor número de puntos de vista incluye en sus noticias (210 frente a 149). También merece mención el hecho de que sea Telecinco quién apueste en mayor medida por el interés humano (14 ocasiones frente a las 8 de Antena 3). Aunque en las noticias sobre la crisis económica se emplea el interés humano, este aparece en cuarto lugar, haciendo un uso mayoritario del documental y confirmando así la subhipótesis H3.1, *Las noticias emitidas por la televisión privada sobre la crisis recurren sólo puntualmente a encuadres de interés humano.*

4.3.2. Actores

Atendiendo al criterio de personalización de la información, los protagonistas de la crisis según la televisión privada en España son actores individuales, es decir, ciertas personas que aparecen referenciadas con cargo y nombre propio.

Esta presencia de actores individuales llega a representar un 44% frente al 32% de colectivos y 24% de institucionales. Dentro de esta categoría –actores individuales– sobresalen de manera llamativa los actores políticos: de las 388 entradas recogidas en las que la información se vincula a actores individuales, 341 corresponden a líderes políticos.

El resultado conjunto es el mismo que por separado, tanto en Antena 3 (215 actores individuales) como en Telecinco (173 actores individuales) se han contabilizado un mayor número de apariciones individuales. La principal diferencia radica en que, mientras en la cadena del grupo Atresmedia el segundo tipo de actores con mayor presencia son las instituciones (150), en la de Mediaset son los actores colectivos (159).

Así, se refuta de forma inequívoca la subhipótesis H3.2: *Las noticias emitidas por la televisión privada sobre la crisis están centradas preferentemente en actores colectivos o institucionales.*

5. Conclusiones / Discusión

Las noticias emitidas por los informativos de las principales televisiones privadas españolas presentan varias carencias desde la perspectiva de los criterios empleados como punto de partida.

Si bien es cierto que aunque la variedad de temas distintos acumulados en las noticias analizadas es amplia, la pluralidad real es escasa dado que la mayor parte de temas solo aparecen en un reducido número de ocasiones. Los tres principales asuntos (recortes, reformas y protestas) están a una distancia muy amplia del resto de temas. Algo similar ocurre con los escenarios geográficos: aunque también presentan una amplia variedad, la mayor parte de ellos hacen referencia a España con lo que se ofrece una perspectiva nacional o incluso localista del relato de la crisis, centrada en lo que podría considerarse un relato basado en lo episódico: anuncios de medidas y reacciones de protestas a estas medidas.

Respecto a las fuentes empleadas la principal laguna detectada es la ausencia de fuentes de calidad. Solo se acude a expertos en ocasiones prácticamente

testimoniales. Además, la presencia habitual de fuentes originarias (especialmente en Telecinco) y de fuentes implicadas (en Antena 3) representa un riesgo de que las cadenas actúen exclusivamente como transmisores de una visión interesada o sesgada. Si a este hecho se une el que además ambas cadenas adoptan un enfoque documental que intenta presentar el acontecimiento como algo neutro y aséptico este peligro es aún mayor. La baja presencia además de fuentes equilibradas da a entender que existe una descompensación en el tipo de fuentes a las que acuden las cadenas televisivas privadas para informar sobre la situación económica.

Teniendo en cuenta estos rasgos y recordando que los temas más presentes son recortes, reformas y protestas se puede señalar que las noticias de la televisión privada sobre la crisis se basan principalmente en temas episódicos y aislados que trasladan las voces de individuos con posibles intereses políticos y personales, sin indagar en las dinámicas profundas y complejas que expliquen el contexto económico.

En este sentido, la información económica no escapa a la pérdida de calidad de la información televisiva que han señalado otros autores en otros contextos y no ha cumplido ninguna misión de denuncia ni didáctica al respecto, adoptando una postura de mero transmisor de versiones, como se acaba de señalar. Eso sí, no ha asumido como propias los rasgos más inherentes al infoentretenimiento como la adopción preferente de enfoques de interés humano. En este género concreto, la caída de la calidad viene por otros flancos.

Entre las limitaciones del estudio se encuentra el no haber categorizado las fuentes en posibles grupos de interés. Solo se ha identificado el número de fuentes que aparecen en las noticias, pero no se ha categorizado en función de afinidad ideológica (partidos políticos, gobierno, asociaciones ciudadanas) o intereses económicos (banca, sindicatos, economía), etc. Visto el papel que han adoptado las televisiones como transmisores asépticos de estas fuentes urge pues profundizar la investigación en este sentido.

6. Referencias bibliográficas

- AIMC (2012): Resumen general de resultados de EGM (febrero a noviembre de 2012). Recuperado de:
http://www.aimc.es/spip.php?action=acceder_documento&arg=2222&cle=a2fbe573ed3cbe3a39da5de72f1a42dd6d1582d5&file=pdf%2Fresumegm312.pdf.
- AIMC (2014): Marco general de los medios en España. Recuperado de:
http://www.aimc.es/spip.php?action=acceder_documento&arg=2477&cle=8ef27792fa0ef790b25becb87db929013d9949e9&file=pdf%2Fmarco14.pdf
- An, Seon-Kyoung & Gower, Karla K. (2009): "How do the news media frame crises? A content analysis of crisis news coverage", en *Public Relations Review*, 35 (2), 107-112. doi: 10.1016/j.pubrev.2009.01.010.
- Arrese, Ángel (2006): "Periodismo económico. Entre la simplificación y el rigor", en *Cuadernos de información*, 19, 42-49. Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97117399006>.
- Barlovento Comunicación (2012): Audiencias televisión junio 2012. Recuperado de:
http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/Nota_Junio_2012_BarloventoComunicacionAudiencias.pdf.
- Barlovento Comunicación (2012): Audiencias televisión mayo 2012. Recuperado de:

- http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/Nota_Mayo_2012_Barlovento_Comunicacion_Audiencias.pdf.
- Barlovento Comunicación (2012): Audiencias televisión abril 2012. Recuperado de: http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/Nota_Abril_2012_Barlovento_Comunicacion_Audiencias.pdf.
- Becerra, Martín Alfredo & Mastrini, Guillermo (2010): "Crisis. What Crisis? Argentine Media in View of the 2008 International Financial Crisis". *International Journal of Communication*, 4, 611-629. Recuperado de: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/838/437>.
- Bek, Mine Gencil (2004): "Research note: Tabloidization of news media an analysis of television news in Turkey". *European Journal of Communication*, 19 (3), 371-386.
- Bell, Carole V. & Entman, Robert M. (2011): "The media's role in America's exceptional politics of inequality". *The International Journal of Press/Politics*, 16 (4), 548-572. doi: 10.1177/1940161211417334.
- Berganza Conde, María Rosa y Chaparro Domínguez, María Ángeles (2012): "El rigor en la prensa: principales características y diferencias en el uso de las fuentes en los periódicos gratuitos y de pago". *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 17 (32): 29-49. Consulta 5 de marzo de 2014, en: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer32-02-berganza.pdf>.
- Berry, Mike (2013). "The Today programme and the banking crisis". *Journalism*, 14 (2), 253-270. doi: 10.1177/1464884912458654.
- Blood, Deborah J. & Phillips, Peter C. B. (1995): "Recession headline news, consumer sentiment, the state of the economy and presidential popularity. A time-series analysis 1989-1993". *International journal of public opinion*, 7 (1), 1-22. doi: 10.1093/ijpor/7.1.2.
- Boomgarden, Hajo. G.; Van Spanje, Joost; Vliegthart, Rens; and De Vreese, Claes H. (2011): "Covering the crisis: Media coverage of the economic crisis and citizens' economic expectations". *Acta Politica*, 46 (4), 353-379. doi:10.1057/ap.2011.18.
- Campos Freire, Francisco y López Cepeda, Ana María (2011): "La nueva gobernanza y la televisión pública en España", en *Eptic online: revista electrónica internacional de economía política da informação, da comunicação e da cultura*, 13 (1), 63-85. Recuperado de: <http://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/39>.
- Cawley, Anthony (2012): "Sharing the pain or shouldering the burden? News-media framing of the public sector and the private sector in Ireland during the economic crisis, 2008-2010". *Journalism Studies*, 13 (4), 600-615. doi: 10.1080/1461670X.2011.629108.
- Fernández del Moral, Javier; Quesada, Montserrat; Sánchez Aranda, José Javier; León, Bienvenido; y Fernández, Ana (2007): *El análisis de la información televisiva: hacia una medida de la calidad periodística*. Madrid, CIE Dossat.
- Fernández-Villaverde, Jesús & OHANIAN, Lee (2010): "The Spanish crisis from a global perspective". *FEDEA Working Papers*, 2010-03. Recuperado de: <http://www.fedea.es/pub/papers/2010/dt2010-03.pdf>.
- García Avilés, José Alberto (2007): "El infoentrenamiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea", en *Anàlisi*, 35, 47-63. Recuperado de: <http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n35p47.pdf>.
- Goidel, Robert K. & Langley, Ronald E. (1995): "Media coverage of the economy and aggregate economic evaluations. Uncovering evidence of indirect media effects". *Political Research Quarterly*, 48 (2), 313-328. doi: 10.2307/449071.
- Goidel, Kirby; Procopio, Stephen; Terrell, Dek; and Wu, H. Denis (2010): "Sources of economic news and economic expectations". *American Politics Research*, 38 (4), 759-777, doi: 10.1177/1532673X09355671.

- Hahn, Oliver & Jaursch, Julian (2012): "Telling the Greek Story of Europe and the Bull Trap: How U.S. Correspondents Attribute News Value to a Topic-Oriented Country's Status Within the Eurozone's Debt Crisis". *Journal of Applied Journalism and Media Studies*, 1 (1), 97-113. doi: 10.1386/ajms.1.1.97_1.
- Harvey, David (2011): *The enigma of capital and the crises of capitalism*. London, Profile Books.
- Holtz-Bacha, Christina & Norris, Pippa (2001): "To entertain, inform and educate: Still the role of public television". *Political Communication*, 18, 123-140. doi: 10.1080/105846001750322943.
- Jackson, Dan (2011): "Strategic news frames and public policy debates: Press and television news coverage of the euro in the UK". *Communications – European Journal of Communication Research*, 36 (2), 169-193, doi: 10.1515/COMM.2011.009.
- Jebril, Nael; Albaek, Erik; and De Vreese, Claes (2013): "Infotainment, cynism and democracy: the effects of privatization vs personalization in the news". *European Journal of Communication*, 28 (2), 105-121. doi: 10.1177/0267323112468683.
- Knowles, Sophie; Phillips, Gail; and Lidberg, Johan (2013): "The framing of the Global Financial Crisis 2005-2008: a cross-country comparison of the US, UK and Australia", en *Australian Journalism Review*, 35 (2), 59.
- López, Mauricio; Rodríguez, Amalia; y Agudelo G., Juan Pablo (2010): "Crisis de deuda soberana en la Eurozona", en *Perfil de Coyuntura Económica*, 15. <http://www.scielo.org.co/pdf/pece/n15/n15a2.pdf> [Consulta: 13 octubre 2013].
- Loscertales, Felicidad; Fernández, Eduardo; & Higazi, Zulaima (2009): "Violencia contra las mujeres en los medios de comunicación. Un estudio en los informativos de TVE1", en *Pixel-Bit. Revista de medios y educación*, 34, 121-134. Recuperado de: <http://www.sav.us.es/pixelbit/pixelbit/articulos/n34/9.pdf>.
- Manning, Paul (2013): "Financial journalism, news sources and the banking crisis". *Journalism*, 14 (2), 173-189, doi: 10.1177/1464884912448915.
- Marron, Maria B.; Sarabia-Panol, Zeny; Sison, Marianne. D.; Rao, Sandhya; and Niekamp, Ray (2010): "The scorecard on reporting of the global financial crisis". *Journalism Studies*, 11 (2), 270-283. doi:10.1080/14616700903538413.
- Martínez Fernández, Valentín Alejandro; Juanatey Boga, Óscar; y Costa Sánchez, Carmen (2012): "Agenda setting y crisis económica: Influencia de la prensa en el comportamiento de consumo y ahorro", en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18 (1), 147-156. doi: 10.5209/rev_esMP.2012.v18.n1.39362.
- Mediaset España (2012): Informe de Responsabilidad Corporativa. Recuperado de: http://servicios.telecinco.es/inversores/Mediaset_Informe_2012/pdf_esp/Mediaset_Informe_Responsabilidad_2012.pdf.
- Monclús, Belén y Vicente-Mariño, Miguel (2010): "The influence of Infotainment in the Role of TV Newscasts' Main Characters", en *Observatorio (OBS*)*, 4 (2).
- Moreno Espinosa, Pastora (1998): "Las formas de expresión en el periodismo actual", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 11. Recuperado de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/10pastoraXI.htm>.
- Olsson, Eva-Karin & Nord, Lars W. (2015): "Paving the way for crisis exploitation: The role of journalistic styles and standards". *Journalism*, 16 (3), 341-358.
- Ortells Badenes, Sara (2009): "La mercantilización de la información: la nueva era informativa en televisión", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 341 - 353. doi: 10.4185/RLCS-64-2009-827-341-353.
- Paz, María Antonia y Montero, Julio (2010): "Las profecías son noticia. El uso del futuro en la información televisiva española sobre la crisis de Irak (24 de febrero al 20 de marzo de 2003)", en *Comunicación y Sociedad*, 23 (1), 153-174. Recuperado de: <http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/16160/1/Las%20profec%20C3%ADas%20son%20noticia.pdf>.

- Quiring, Oliver & Weber, Mathias (2012): "Between Usefulness and Legitimacy: Media Coverage of Governmental Intervention during the Financial Crisis and Selected Effects". *International Journal of Press-Politics*, 17 (3), 294-315. doi: 10.1177/1940161212442957.
- Schechter, Danny (2009): "Credit crisis: How did we miss it?". *British Journalism Review*, 20 (1), 19-26. doi: 10.1177/0956474809104199.
- Schiffes, Steve & Coulter, Stephen (2013): "Downloading disaster: BBC news online coverage of the global financial crisis". *Journalism*, 14 (2), 228-252. doi: 10.1177/1464884912460171.
- Schwalbe, Carol B.; Silcock, William; and Keith, Susan (2008): "Visual Framing of the Early Weeks of the U.S.-Led Invasion of Iraq: Applying the Master War Narrative to Electronic and Print Images". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52 (3), 448-465. doi: 10.1080/08838150802205702.
- Segovia, Ana I.; García Leiva, María Trinidad; Beceiro, Sagrario; y Casado, Miguel A. (2011): "Cambios en el panorama televisivo español: ¿hacia qué modelo nos encaminamos?", en *Ámbitos*, 20, 289-303. Recuperado de: <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos20/15segovia.pdf>.
- Soroka, Stuart N. (2006): "Good news and bad news: Asymmetric responses to economic information". *Journal of Politics*, 68 (2), 372-385. doi: 10.1111/j.1468-2508.2006.00413.x.
- Starkman, Dean (2009): "Blindness: The media and the meltdown". *Columbia Journalism Review*, 48 (1), 24-31.
- Tambini, Damian (2010): "What are financial journalists for?". *Journalism Studies*, 11 (2), 158-174. doi: 10.1080/14616700903378661.
- Thussu, Daya Kishan (2007): *News as entertainment. The rise of global infotainment*. London, Sage.
- Thussu, Daya Kishan (2011): "Infotainment Inc.: the ascent of a global ideology". In: PAPHATHANASSOPOULOS, Stylianos (ed.): *Media perspectives for the 21st century*. Abingdon, Routledge, 68-82.
- Tracy, James F. (2012): "Covering "Financial terrorism". The Greek debt crisis in US news media". *Journalism Practice*, 6 (4), 513-529. doi: 10.1080/17512786.2011.633789.
- Van Aelst, Peter; Sheafer, Tamir; and Stanyer, James (2012): "The Personalization of Mediated Political Communication: A Review of Concepts, Operationalizations and Key Findings". *Journalism*, 13 (2), 203-220, doi: 10.1177/1464884911427802.
- Valkenburg, Patti; Semetko, Holli; and De Vresse, Claes (1999): "The effects of news frames on reader's thoughts and recall". *Communication Research*, 26 (5), 550-569. doi: 10.1177/009365099026005002.
- Wu, H. Denis; Stevenson, Robert L.; Chen, Hsiao-Chi; and Guner, Z. Nuray (2002): "The conditioned impact of recession news: A time-series analysis of economic communication in the United States, 1987-1996". *International Journal of Public Opinion*, 14 (1), 19-36. doi: 10.1093/ijpor/14.1.19.
- Zurutza Muñoz, Cristina y Lafuente Pérez, Patricia (2012): "Europa a nuestra medida. La alfabetización electoral de los ciudadanos españoles a través de la televisión", en *Icono 14*, 10 (3), 228-257, doi: 10.7195/ri14.v10i3.202.

Erika Fernández Gómez es Profesora adjunta y miembro del Grupo de Investigación Comunicación y Sociedad Digital de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR).

Francisco Segado Boj es Profesor agregado y miembro del Grupo de Investigación Comunicación y Sociedad Digital de la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR).