

María Teresa Mercado-Sáez

mmercado@uchceu.es
Profesora Titular. Departamento
Comunicación e Información
Periodística. Universidad
Cardenal Herrera-CEU, CEU
Universities, España

**Carmen del Rocío Monedero
Morales**

roi@uma.es
Profesora Contratada Doctor
Interina. Departamento de
Periodismo, Facultad de
Ciencias de la Comunicación.
Universidad de Málaga, España.

Recibido

26 de marzo de 2017

Aprobado

4 de septiembre de 2017

© 2017

Communication & Society

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.30.3.115-131

www.communication-society.com

2017 – Vol. 30(4)

pp. 115-131

Cómo citar este artículo:

Mercado Sáez, M. T. & Monedero
Morales, C. R. (2017). Tratamiento
y encuadres de los asuntos
energéticos en televisión: análisis
de los programas informativos de
La Sexta. *Communication &
Society* 30(4), 115-131.

Agradecimientos

Este estudio se enmarca en el
proyecto de investigación del Plan
Nacional de Ministerio de
Economía y Competitividad
titulado 'Análisis del tratamiento
informativo de las políticas
energéticas en España, procesos
de recepción y participación de
organizaciones sociales'
(referencia CSO2012-38363).

Tratamiento y encuadres de los asuntos energéticos en televisión: análisis de los programas informativos de La Sexta

Resumen

Esta investigación analiza el tratamiento informativo de la política energética en los programas televisivos que presentan rasgos de infoentretenimiento emitidos en la cadena española La Sexta en la temporada 2016/2017. El objetivo principal es comprobar si en el relato del asunto energético aparece la preocupación ambiental en términos de encuadres noticiosos. Se ha optado por el empleo de herramientas metodológicas de naturaleza cualitativa y cuantitativa: el análisis de contenido desde la perspectiva del *framing*. Tras la revisión de ocho programas en un periodo de análisis de seis meses, han sido 18 las unidades estudiadas, cerca de 42 horas de emisión. La cobertura se concentra en dos momentos en que se produjeron acontecimientos que colocaron la temática en el centro de la agenda informativa: el fallecimiento de una anciana en Reus, el 14 de noviembre de 2016, a causa de un incendio provocado con una vela con la que se iluminaba y la alarmante subida del precio de la electricidad, el 18 de enero de 2017, coincidiendo con un periodo de mayor demanda. El análisis efectuado arroja datos significativos acerca de la presencia del asunto energético vinculado a sucesos dramáticos, de interés humano y social; el protagonismo absoluto de la voz de los periodistas, no especializados, frente a ciudadanos, expertos o ecologistas; y la mirada indiferente o eficiente hacia el medioambiente. El problema se reduce a sus aspectos económicos en relación a la pobreza energética o la subida del precio de la luz.

Palabras clave

Energía, información en televisión, medios, framing, pobreza energética, infoentrenimiento.

1. Introducción

La búsqueda incesante de nuevos recursos energéticos define a la sociedad occidental que intenta satisfacer la creciente demanda de energía, según lo proyectado por la Agencia Internacional de la Energía (la IEA, en siglas en inglés), que prevé que la demanda mundial de energía aumente en un 35% entre 2010 y 2035. Por otro lado, el 80 por

ciento del consumo global de energía se basa en la quema de combustibles fósiles, principal causa de emisiones de gases de efecto invernadero a la atmósfera. Concretamente, las procedentes del sector energético representan las tres cuartas partes del total en los países industrializados y más de la mitad de las globales. En 2015 fueron 32.100 millones de toneladas las emisiones relacionadas con la energía (IAE, 2016), manteniéndose en ese nivel anual desde 2013.

Con este panorama, Europa se enfrenta a numerosos retos en el ámbito de la energía, como la dependencia de las importaciones, la escasa diversificación, los riesgos de seguridad que afectan a los países productores y a los de tránsito, el cambio climático y los lentos progresos en la eficiencia energética. Estas cuestiones focalizan la política energética europea que trabaja para conseguir un mercado de la energía integrado, la seguridad del suministro y la sostenibilidad del sector energético. También la Secretaría de Estado de Energía del Gobierno de España afirma que los objetivos de una política energética sostenible deben ser la seguridad en el suministro energético, la competitividad de los mercados de la energía y la protección del medio ambiente. Así, se observa que las posiciones oficiales de las administraciones recogen la estrecha relación entre energía y medio ambiente y abogan por su protección.

Sin embargo, cabe preguntarse si esta conexión queda patente en la información que se publica en los medios teniendo en cuenta que el relato periodístico acerca de la manera en que deben ser cubiertas las necesidades energéticas configura en gran medida la percepción social sobre estos asuntos de enorme trascendencia, siguiendo los postulados de la teoría del *framing*. Por tanto, el análisis de los mensajes periodísticos es un enfoque útil para sondear el discurso público pues los medios proporcionan una representación de este (Gamson & Modigliani, 1989) y tienen el potencial de influir a su vez en la percepción social y reforzar o potencialmente cambiar el sentido y el alcance del discurso público sobre un tema en particular.

2. Marco teórico

Numerosos estudios sobre el tratamiento informativo del asunto energético se han centrado en las crisis provocadas por desastres nucleares, desde el Three Mile Island (por ejemplo, Rubin, 1987), a Fukushima (Renzi et al., 2016; Perko et al., 2012; Lazi & Kaigo, 2014; Gómez Calderón, Roses & Rivera, 2014, entre otros), pasando por Chernobyl (Eribo & Gaddy, 1992; Gorney, 1992), y los vertidos de petróleo, como el del Prestige en las costas españolas estudiado por Vicente (2010) y Odriozola (2010, 2011). En este ámbito de los desastres destaca, sin embargo, la perspectiva de estudio de la comunicación de crisis desde el punto de vista de las Relaciones Públicas y la Comunicación Corporativa.

Al margen de la crisis, pero también en relación a los riesgos, la energía nuclear ocupa un lugar central en el interés de los investigadores. Doyle (2011) examinó el cambio de posición respecto a esta energía que se llevó a cabo en los diarios británicos contribuyendo a la consideración de la nuclear como una fuente baja en carbono, antes del desastre de Fukushima. Por ejemplo, también ha sido analizada la cobertura de la energía nuclear en la prensa china. Wang y Li (2014) comprobaban que los medios reproducen los argumentos de la política energética gubernamental y rara vez publican informaciones antinucleares.

También abundan los estudios que analizan aspectos energéticos concretos como el proceso de implantación de determinadas tecnologías o técnicas de extracción, por ejemplo, la captura de carbono (Feldpausch-Parker et al., 2013) o la técnica de fracturación hidráulica (*fracking*). La implantación o debate sobre el *fracking* ha sido analizado en diferentes países: Estados Unidos (Evensen, Clarke & Stedman, 2014; Habib & Hinojosa, 2016), Alemania (Bigl, 2017), España (Mercado, Álvarez & Herranz, 2014; Mercado & Monedero, 2016) o Reino Unido, donde Jaspal y Nerlich (2014), en su análisis de las representaciones sociales del

fracking en los cuatro principales diarios de prestigio británicos, muestran cómo reflejan las posiciones a favor y en contra. Por un lado, en relación a los riesgos potenciales que conlleva su uso para la salud y el medio ambiente. Por otro, en términos de beneficios para la economía del país, generación de empleo y seguridad energética.

La representación de las energías renovables ha sido analizada, entre otros, por Haigh (2010) que encontró en nueve diarios norteamericanos tres enfoques comunes en relación al comercio internacional, la economía de los Estados Unidos y la estrategia política. En otros países como Suecia y Australia, las renovables fueron enmarcadas de modo más complejo, como una cuestión ambiental, política, científica, económica y de la sociedad civil, según comprobaron Djerf-Pierre, Cokley y Kuche (2016) en un estudio comparado de los dos periódicos más importantes en esos países. Por su parte, Devine-Wright (2014) ha analizado las imágenes (fotografías, ilustraciones, viñetas) de las renovables en siete diarios británicos. Otros investigadores se han centrado en el análisis del tratamiento informativo de la energía eólica en la prensa en Estados Unidos (Stephens et al., 2009) o de los biocombustibles (Kim et al., 2014).

Sin embargo, el asunto energético es mucho más que el peligro y las crisis o las diferentes técnicas puesto que la energía nos rodea en nuestro día a día y forma parte esencial del sistema económico y político. Como asunto transversal, interesa analizar su presencia y tratamiento en los medios, coincidiendo con el punto de vista de Enders et al. (2016) que consideran que la investigación en comunicación energética ha de ampliarse para abordar la cotidianidad de la energía. Para Anderson (2014: 2), la forma en que los asuntos ambientales son enmarcados en los medios es de gran importancia ya que esto puede influir "en lo que se considera legítimo y de sentido común". En esta línea de pensamiento se plantea esta investigación que analiza el tratamiento del asunto energético en programas informativos de televisión desde la perspectiva teórica del *framing*.

El concepto de encuadre (*frame*) fue incorporado a la Comunicación Social procedente de la Sociología (Goffman, 1974), que a su vez, lo había trasladado desde la Psicología y la Antropología. Para Entman (1993: 52), el encuadre en los medios se construye alrededor de las ideas de la selección y relevancia. Así, encuadrar es "seleccionar algunos aspectos de una realidad que se percibe y darles más relevancia en un texto comunicativo, de manera que se promueva una definición del problema determinado, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito". En el mismo sentido, Gitlin (1980) había argumentado que los marcos son un medio de presentación mediante la cual ciertos elementos del texto comunicado son enfatizados o excluidos por el comunicador. Estas definiciones sugieren que el encuadre noticioso se construye haciendo que un aspecto de un problema sea más accesible, visible o relevante para el público.

El enmarcado (*process of framing*) interviene en diferentes etapas: el *frame building*, que genera los diversos encuadres noticiosos o *media frames*; el *frame setting*, interrelación entre estos encuadres mediáticos y los conocimientos y predisposiciones de la audiencia, y por último, el *framing effect*, los efectos en la audiencia, la manera en que los encuadres influyen en la percepción que los individuos desarrollan sobre ese asunto (Scheufele & Tewksbury, 2007; de Vreese, 2005). Los medios se perciben así "como agentes poderosos en los procesos de encuadre del discurso social, llegando a considerarse con bastante frecuencia como los principales generadores de los marcos sociales" (Sádaba, 2001: 152).

Las normas sociales y valores, la presión de la organización y las de los grupos de interés, las rutinas periodísticas y la orientación ideológica de los periodistas influyen en la manera en que los periodistas encuadran los asuntos (Scheufele, 1999). El discurso noticioso se concibe como un proceso sociocognitivo que involucra a fuentes, periodistas y miembros de la audiencia que operan en el universo de la cultura compartida y sobre la base de roles socialmente definidos. El análisis del encuadre se presenta como un enfoque constructivista

que examina los mensajes periodísticos a través de dimensiones operativas empíricamente: estructuras sintácticas, temáticas y retóricas (Pan & Kosicki, 1993).

Una de las clasificaciones de encuadres noticiosos más utilizadas en la literatura es la de encuadres genéricos (*generic news frames*) y encuadres específicos (*issue-specific frames*). Entre los primeros, aplicables a diferentes asuntos y contextos culturales, se encuentran los *frames* conflicto, económico, interés humano y moralidad, identificados por Neuman, Just y Crigler (1992), a los que Semetko y Valkenburg (2010) añadieron la atribución de responsabilidad. Los encuadres específicos se refieren a cuestiones concretas y permiten mayor especialización y profundidad aunque también son más difíciles de aplicar en otras investigaciones (de Vreese, 2005). Por ejemplo, en España Igartua, Muñiz y Cheng (2005) analizaron los encuadres específicos de la inmigración en la prensa española.

A pesar de sus problemas de conceptualización y sistematización (Sádaba, Rodríguez Virgili & Bartolomé Castro, 2012), la teoría del *framing* se ha convertido en una “herramienta conceptual básica” en la investigación en comunicación social (Vicente & López Rabadán, 2009: 15).

La mayoría de los estudios mencionados, tanto sobre cobertura del asunto energético como del análisis de encuadres noticiosos, han analizado medios impresos y no se han encontrado referencia a otras investigaciones sobre cuestiones energéticas en programas de televisivos. Así, consideramos relevante ampliar la mirada investigadora hacia la televisión, más concretamente hacia los programas informativos que hacen uso de fórmulas y recursos del infoentretenimiento.

El infoentretenimiento televisivo es un fenómeno ampliamente analizado desde que en los años 80 del siglo XX comenzó a percibirse un incremento de la espectacularización de la información. Hasta entonces información y entretenimiento eran géneros diferentes pero la Neotelevisión trajo consigo la hibridación que ha llegado a definir a la televisión del siglo XXI. Preocupaban los rasgos del entretenimiento en programas informativos, el denominado también *infoshow* (Prado, 2003), en cuanto a la selección temática, es decir, por la inclusión de las denominadas “noticias blandas” o *soft news* (noticias sobre celebridades, sucesos, crímenes, violencia) y por la adopción del enfoque del interés humano en las “noticias duras” o *hard news* (Brants, 2008) potenciando la emotividad propia del amarillismo clásico de la prensa sensacionalista. García Avilés revelaba cómo en los informativos de las principales cadenas europeas “los contenidos y las formas narrativas se seleccionan teniendo como criterio supremo el impacto que puedan causar en la audiencia, en lugar de la capacidad para suministrar información relevante, de la forma más rigurosa posible” (2007: 51).

Otros autores restan importancia a la selección temática como clave de la penetración del infoentretenimiento en el periodismo de calidad (Grabe, Zhoy & Barnett, 2001). De hecho, su faceta más estudiada es la del relato de información política. Diversos análisis han puesto de manifiesto la importancia de programas de infoentretenimiento en procesos políticos (por ejemplo, Nguyen, 2012) y han mostrado cómo moldean actitudes, conocimientos y comportamientos políticos (Baum, 2003; Hoffman & Thomson, 2009) y sirven como fuente de información política (Feldman & Young, 2008) o puerta de entrada potencial a las noticias más tradicionales para las personas a las que no interesa la política (Baum, 2003). Gran parte del trabajo sobre el entretenimiento político y el aprendizaje ha puesto de manifiesto la posibilidad de una exposición “incidental” a la información política, es decir, las audiencias buscan entretenimiento y en el proceso reciben cierta información política como un subproducto de la exposición.

Casero y Marzal (2011) afirman que la tendencia general al *infotainment* y a la espectacularización de la realidad no se puede circunscribir únicamente a los noticiarios y recorre todo tipo de programas informativos. Thussu (2007: 8) habla de “*infotainment global*”, una globalización del periodismo televisivo al estilo estadounidense que privilegia las

noticias blandas a expensas de las noticias sobre política, asuntos cívicos y públicos. Sin embargo, Jebiril, Albaek y de Vreese (2013) han demostrado que concentrarse en los ejemplos y destacar el ángulo del interés humano puede realmente ayudar a reducir el cinismo político, especialmente en aquellos que no están muy interesados en la política. Así, cuestionan y sugieren una revisión de las evaluaciones negativas unilaterales comunes sobre el *infotainment* en los estudios posteriores que aborden este debate. En este sentido, el objetivo de este trabajo es analizar el tratamiento de *hard news* relacionadas con la política energética en programas informativos con rasgos de infoentretenimiento.

3. Objetivos y metodología

El propósito de esta investigación es comprobar si en el relato del asunto energético en los programas informativos que hacen uso fórmulas y recursos del infoentretenimiento televisivo aparece la preocupación ambiental. Los objetivos específicos son:

1. Conocer la importancia del asunto energético (jerarquización) y tiempo dedicado al asunto energético en los programas informativos no noticiarios de La Sexta.
2. Determinar las estrategias narrativas del infoentretenimiento en los programas informativos no noticiarios de La Sexta valorando la intensidad en su tratamiento.
3. Descubrir el encuadre noticioso genérico y el encuadre específico dominante vinculado a lo ambiental en las informaciones sobre política energética.

A la hora de conocer el proceso de construcción de la noticia sobre el asunto energético en los programas informativos se opta por el empleo de herramientas metodológicas de naturaleza cualitativa y cuantitativa: el análisis de contenido desde la perspectiva del *framing* tras la revisión de documentos relacionados con el fenómeno estudiado.

El análisis de contenido examina científicamente “tanto los significados como los significantes de cualquier texto (Wimmer & Dominick, 1996). El empleo de esta técnica “permite obtener descripciones sumarias de mensajes de naturaleza muy variada, entre estos, los manifiestos versus los latentes y los rasgos formales versus los atributos de contenido” (Neuendorf, 2002).

El periodo de análisis abarca seis meses, desde septiembre de 2016 a febrero de 2017 y la muestra está constituida por las emisiones diarias o semanales de los programas informativos que hacen uso, en mayor o menor medida, de rasgos del infoentretenimiento en la cadena privada La Sexta, del grupo Atresmedia. Según un estudio de Berrocal, Redondo y Campos (2014: 94), “La Sexta es, con diferencia, el canal en cuya programación el infoentretenimiento resulta más significativo”. Por otra parte, esta cadena es considerada de hecho como el medio más utilizado para informarse sobre política, según la encuesta de GIPEyOP y Mediaflows realizada en diciembre de 2016 a 5.414 personas. También La Sexta está en los primeros puestos en cuanto a valoración de influencia política; en concreto en tercer lugar después de la cadena *SER* y *El País* (López, 2017).

Para la recogida de datos, siguiendo a Igartua (2006), se tienen en cuenta las siguientes variables en cada unidad de análisis:

- a) Identificación: nombre del programa y fecha de emisión.
- b) Caracterización formal: ubicación (en sumario o apertura pieza), tiempo del asunto energético, tiempo total; rasgos del infoentretenimiento y presencia de periodistas/ciudadanos/expertos/políticos.
- c) Caracterización informativa: encuadres genéricos y encuadres específicos ‘eco’.

Los rasgos propios del infoentretenimiento analizados son: dramatización (énfasis en el conflicto, explotación de recursos pasionales o estructura propia de la ficción), personalización (reducción al caso particular; se centra el asunto en actores), emotividad (se destacan emociones o sentimientos personales de los protagonistas de la información), humor, especulación (relato de informaciones sin fundamento real o presentadas como

reales cuando pueden no suceder), subjetividad, fragmentación (fuera de contexto, explicación del hecho aislado), normalización (simplismo en la propuesta de soluciones), lenguaje coloquial (términos vulgares, frases hechas, incluso expresiones malsonantes) y/o hiperbólico, exagerado, subido de tono, que emplea superlativos que “etiquetan la realidad como algo inusitado y apasionante” (Redondo, 2011: 156), y uso de recursos tales como rotulación, grafismos, efectos visuales y sonoros de postproducción, música o conexiones en directo. Estas características han sido señaladas por autores como Salgado (2010), León (2013), Berrocal, Redondo y Campos (2014, 2015), Ortells (2011) y Ferré Pavía (2013). El protagonismo del periodista y de los ciudadanos en detrimento de los expertos y las fuentes oficiales es otra de las peculiaridades del formato, como explica Ortells (2015). Por ello se mide la presencia de estos cuatro tipos de actores o fuentes. Estos estilemas del infoentretenimiento en terminología de Berrocal, Redondo y Campos (2014) se cuantifican de forma gradual en una escala de 1 a 3.

Para desvelar los encuadres noticiosos desde la perspectiva teórica citada, se pretende, en primer lugar, establecer cómo se construye el relato del asunto energético analizado determinando las funciones clásicas del *framing* establecida por Entman (1993: 52): definición del problema, interpretación causal estableciendo responsables, evaluación moral y/o recomendación sobre la solución. En segundo lugar, se plantean 4 categorías de encuadres específicos *-issue specific frames-* solo pertinentes en la cuestión energética en relación al medio ambiente: ecoindiferente (no se alude a lo ambiental), ecoeficiente (se menciona la relación con el medioambiente pero destacando la posibilidad de controlar los daños gracias a la tecnología y eficiencia), ecosostenible (se tiene en cuenta el perjuicio al medioambiente y se apoyan las renovables) y ecorradical (se propugna un cambio de modelo, no solo energético, también socioeconómico, basado en nuevos hábitos de consumo). El encuadre ‘eco’ deriva de los estudios de Dryzek (1997) sobre los diversos enfoques concretados en el uso del lenguaje que han dominado las cuestiones ambientales en las últimas décadas y utilizan tres de las cuatro “formaciones semánticas-narrativas relacionadas con el desarrollo sostenible y los problemas medioambientales” descritas por Lorente et. al (2009) en su análisis del discurso mediático sobre la Cumbre de Bali.

El objeto de estudio es el análisis del asunto energético en los espacios informativos de La Sexta basados en el género reportaje o en el diálogo (magacines, debates, entrevistas), que, en función de la mayor o menor presencia de rasgos del infoentretenimiento, podrían calificarse de *infoshow*, según Luzón y Ferrer (2008) y Gordillo *et al* (2011). Se trata de programas que incluyen diversos rasgos de espectacularización (imagen impacto, estructura dramatizada del discurso o hibridación de contenidos) en un relato informativo en el que prima el discurso referencial periodístico. La intención de estos programas es eminentemente informativa. También se incluye en la muestra *El intermedio*, claramente definido como infoentretenimiento y que, como señala Valhondo (2011: 89), se ha convertido en “una especie de faro práctico que ilumina a la opinión pública en medio de la sobreabundancia de datos mediante una crítica auténtica, elaborada y de impacto”.

Los programas analizados, gracias al permiso de acceso Premium a Atresmediaplayer facilitado por Atresmedia, han sido:

El intermedio: programa definido como infosátira por Valhondo (2007), aquel que utiliza el humor en temas políticos con el fin de empatizar con los espectadores. Presentado por El Gran Wyoming y Sandra Sabatés, producido por Globomedia, se emite de lunes a jueves después del informativo de las 20.00 horas desde el nacimiento de la cadena en 2006.

La Sexta Columna: programa de reportajes de una hora de duración de periodicidad semanal. Se emite la noche de los viernes “para analizar los grandes temas de la política y la economía con una mirada propia”, según indica su página web. Presentado por Antonio García Ferreras y dirigido por Rodrigo Blázquez.

Equipo de investigación: como su propio nombre indica, es un programa de reportajes de investigación. Presentado por Gloria Serra, nace en 2011 y se define como "formato televisivo de guion sorprendente e imagen visual innovadora, el único que les desvela los secretos de lo cotidiano y el único que convierte a personajes aparentemente pequeños en los grandes protagonistas de las historias que les contamos".

El Objetivo: programa de actualidad informativa semanal producido por Globomedia y presentado por Ana Pastor. Cada semana con una entrevista en profundidad, a veces un coloquio, intervienen expertos y es el primer formato español de televisión que utiliza la verificación de hechos (*fact checking*) o periodismo de datos en la sección 'Pruebas de verificación'. Destaca también 'Maldita Hemeroteca'. Se emite cada domingo a partir de las 21:30 o de las 22:30 horas, según la temporada. Se estrenó el 2 de junio de 2013.

La Sexta noche: es un programa semanal de debate político, actualidad y sucesos presentado por Iñaki López y Andrea Roperó. Se emite los sábados por la noche desde el 26 de enero de 2013. Presume de tertulianos, algunos muy polémicos, periodistas y políticos. También se ofrecen entrevistas en profundidad, piezas editadas y reportajes en los que el presentador sale a la calle. Destaca la participación de expertos en 'El análisis en la pizarra'. Se emite todos los sábados desde las 21:20 hasta las 02:20 horas.

Al rojo vivo: programa diario centrado en el análisis y el debate de la actualidad política nacional e internacional. Presentado y dirigido por Antonio García Ferreras y producido por los servicios informativos de La Sexta. Su horario habitual es de 12:20 a 14:10, aunque suele ampliar o emitir especiales por la noche o fin de semana si la actualidad lo requiere, por ejemplo, en jornadas electorales.

Más Vale Tarde: magacín vespertino que se emite de lunes a viernes de 17:20 a 20:00 horas producido por los Servicios Informativos de la Sexta. Presentado por Mamen Mendizábal, Hilario Pino, Alberto Herrera y Manuel Marlasca, cuenta con varias tertulias y análisis acerca de la actualidad diaria.

Salvados: programa semanal de reportajes en profundidad conducido por Jordi Évole. Producido por Producciones del barrio desde octubre de 2015, anteriormente por El Terrat, se estrenó el 24 de febrero de 2008 como una serie de programas especiales temáticos. Se emite los domingos a las 21:30.

En definitiva, esta investigación se centra en el análisis del tratamiento informativo del asunto energético realizado en los programas informativos no noticiarios que se emiten en La Sexta, al mismo tiempo que se analizan sus rasgos de infoentretenimiento.

4. Resultados

Tras un muestreo sistemático y visionado de los programas respondiendo a los criterios iniciales de búsqueda de asuntos relacionados con la "política energética", las unidades de análisis quedaron reducidas a 18 piezas: 6 de *El intermedio* (314,15 minutos), 4 de la *La Sexta noche* (1047,16 minutos), 4 de *Al rojo vivo* (629,56 minutos, uno de ellos contiene dos piezas separadas que aluden al tema); 2 de *Más Vale Tarde* (232,52 minutos) y 2 de *El Objetivo* (135,56 minutos). Por tanto, no se trató el asunto energético en los programas de reportaje semanales *La Sexta Columna*, *Equipo de investigación* y *Salvados* emitidos de septiembre a febrero.

En el caso del espacio dirigido por Jordi Évole, el tema de la pobreza energética había sido tratado anteriormente (14/02/2014) y también han sido analizadas la industria energética, en el reportaje titulado 'Oligopoly: el juego de la energía' (16/11/2012) y la situación de la energía solar en España (31/05/2017). *La Sexta Columna*, más pegado a la actualidad, emitió el 5 de febrero de 2017 el reportaje 'Cocheocracia: así no vamos a ningún lado'. Tras su visionado y análisis no se incluyó en la muestra al no referirse al aspecto energético sino a la contaminación y la movilidad en las ciudades, sin hacer alusión a la

cuestión energética de manera explícita. Aunque el objeto de estudio de esta investigación son los programas de La Sexta, cabe señalar que tampoco el programa *Informe Semanal* dedicó uno solo de sus reportajes (3 en cada espacio semanal) al asunto energético, ni siquiera en los dos momentos destacados que colocaron el tema en la agenda. El sábado de la semana de la subida de la luz (21/01/2017), *Informe Semanal* se limitó a relatar el temporal sin hacer referencia a los problemas energéticos.

Los 18 programas analizados suponen el 4,8% ciento de la muestra revisada (n= 375) y dedicaron un total de 1 hora y 53 minutos a abordar el tema de la pobreza energética y de la subida de la luz, lo que supone una media de 22 minutos por programa, siendo los espacios con mayor presencia relativa y tiempo dedicado al asunto energético *La Sexta noche* y *El intermedio*, con más de media hora cada uno, el primero en cuatro emisiones y el segundo es seis, teniendo en cuenta la distinta periodicidad y duración: semanal y de lunes a jueves; más de cuatro horas, 262 minutos de media, y en torno a los 53 minutos, respectivamente. *La Sexta noche* trató el asunto en el 16% de la muestra, las 24 emisiones los sábados de septiembre a febrero, mientras que el porcentaje de presencia en *El intermedio* desciende hasta el 6,5% al emitirse de lunes a jueves (93 emisiones en la muestra).

Tabla 1. Presencia de tema energético y tiempo dedicado

PROGRAMAS	Unidades análisis	Muestra	Presencia tema (%)	Tiempo total emisiones (hora:min:sg)	Tiempo tema energético (hora:min:sg)
El Intermedio	6	93	6,5	05:23:15	00:33:14
Al Rojo Vivo	4	117	3,4	10:48:56	00:12:43
Más Vale Tarde	2	117	1,7	04:26:52	00:06:37
El Objetivo	2	24	8,3	02:25:56	00:15:54
La Sexta Noche	4	24	16,7	17:45:16	00:33:38
Total	18	375	4,8	41:45:25	01:53:25

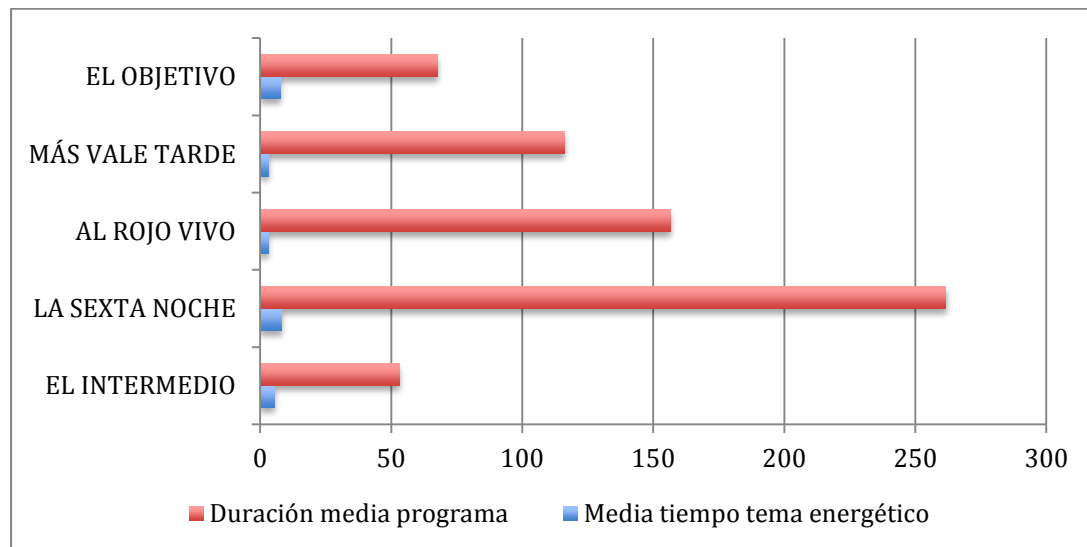
Elaboración propia

Los temas más tratados son la pobreza energética y la subida de la luz, que concentran la atención mediática en dos momentos concretos: 14 de noviembre de 2016 y 18 de enero de 2017. En el periodo de tiempo analizado (6 meses), el 72,2% (n=13) de las emisiones que trataron asuntos energéticos se refirieron a dos acontecimientos que colocaron a esta temática en el centro de la agenda informativa.

El primero fue el fallecimiento de una anciana en la localidad catalana de Reus el 14 de noviembre de 2016 a causa de un incendio provocado con una vela con la que se iluminaba, al tener cortado el suministro eléctrico. El segundo se produjo el 18 de enero de 2017, cuando una alarmante subida del precio de la electricidad coincide con un periodo de mayor demanda por el temporal de frío que azotaba a la Península. Tanto fue así que La Fiscalía de lo Civil del Tribunal Supremo abrió diligencias para averiguar las razones de los "sucesivos aumentos" del precio de los recibos de la luz.

Para visualizar estos resultados de forma individualizada, el gráfico 1 muestra una comparativa (en minutos) entre la duración media de los programas y el tiempo medio dedicado a la temática energética en las unidades de análisis. Puede observarse que son *La Sexta noche* (8,3 minutos) y *El Objetivo* (7,79 minutos) los que más tiempo dedican de media a la temática energética cuando es incluida en los contenidos, seguidos por *El intermedio* (5,52 minutos), *Al rojo vivo* (3,25 minutos) y *Más Vale Tarde* (3,18 minutos). En términos relativos, se presta más atención al tema energético en los programas semanales que en los diarios, con la excepción de *El intermedio*.

Gráfico 1. Media tiempo dedicado a temas energéticos respecto duración del programa

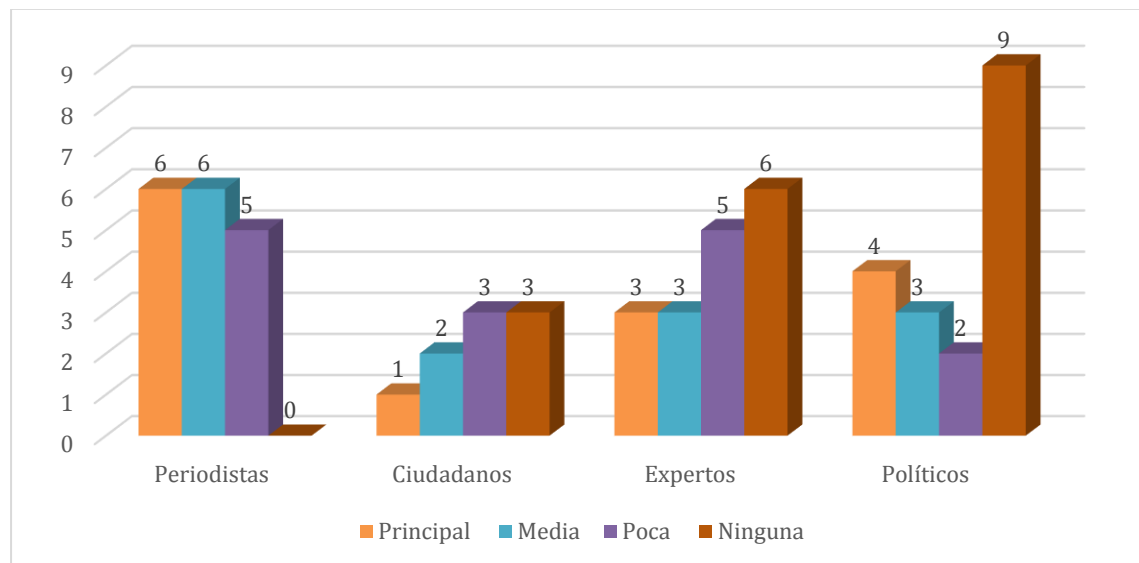


Elaboración propia

En cuanto a la tipología de fuentes empleadas para elaborar las informaciones, se han catalogado en cuatro tipos: periodistas, ciudadanos, expertos y políticos, y se ha establecido una escala que va desde “ninguna presencia” hasta ser el actor “principal” pasando por “escasa presencia” y “presencia media”. En el gráfico 2 se observa que los periodistas lideran la escala de actores principales, seguidos por los políticos y expertos. Es destacable que los ciudadanos nunca sean la principal fuente en los programas analizados. En cuanto a tener una presencia media, una vez más los periodistas encabezan la clasificación, seguidos por expertos y políticos, y los ciudadanos en último lugar. La escasa presencia en las piezas analizadas también es liderada por los periodistas y expertos, seguidos de los ciudadanos y los políticos. Por último, en la mayoría de programas encontramos una nula presencia de ciudadanos. Si consideramos cual es el valor más repetido en cada tipo de fuente podemos concluir que en los programas analizados los periodistas suelen ser la fuente principal o una fuente con presencia media; mientras que los ciudadanos, los expertos y los políticos suelen estar ausentes en las piezas.

Es llamativo el poco protagonismo que ciudadanos y afectados han tenido en las unidades de análisis, lo que contrasta con los resultados obtenidos al respecto en el análisis de otros programas definidos como infoentretenimiento por Ortells (2015). La diferencia se debe al distinto formato analizado por ella: *España directo* (TVE), *Andalucía directo* (Canal Sur), *Madrid directo* (Telemadrid) y *En connexió* (Canal 9). Ninguno de ellos trata la actualidad política y se fundamentan en el reportero de calle y las conexiones en directo con el estudio central.

Gráfico 2. Nivel de presencia de las fuentes



Elaboración propia

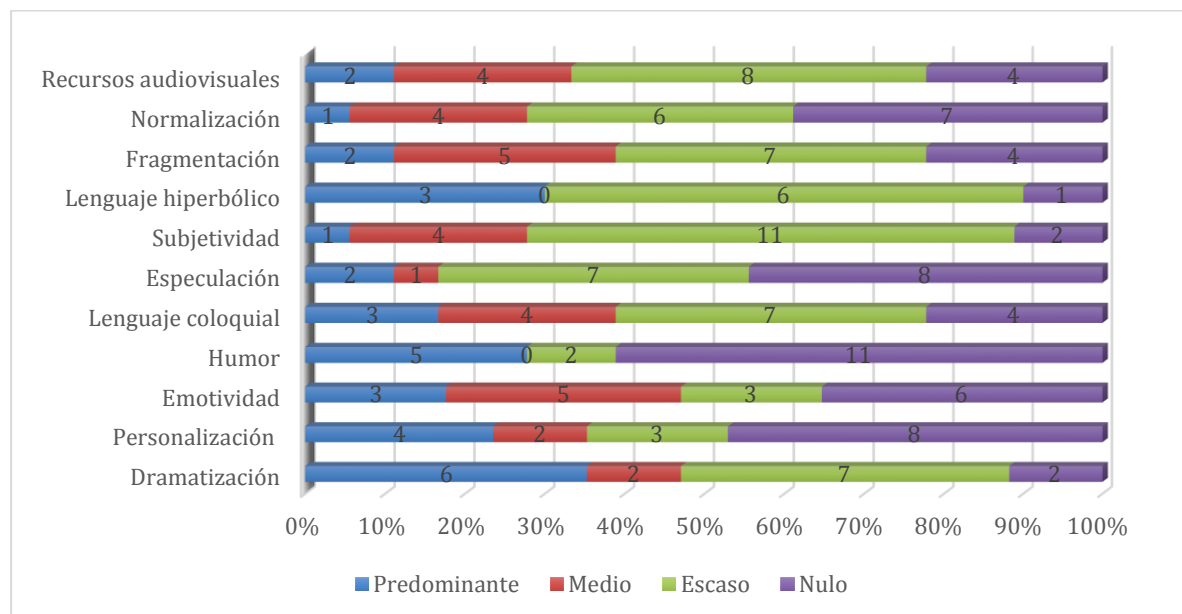
Las características técnicas y el estilo narrativo propios del infoentretenimiento se presentan en una escala media según el valor asignado que va desde el 0 (ninguna presencia) hasta 3 (rasgo predominante). Atendiendo al gráfico 3 se interpreta que el drama es el principal rasgo en las piezas analizadas, rasgo previsible si tenemos en cuenta la naturaleza de los tópicos analizados, y las dos noticias que produjeron su repentino protagonismo. Entre los ejemplos de dramatismo se puede destacar el de *El intermedio* del 16 de noviembre de 2016 cuando Sandra Sabatés aporta las cifras de personas mayores que fallecen al año en España por causas relacionadas con la pobreza energética, unas 7000, 6 veces más que las muertes provocadas por los accidentes de tráfico. El segundo rasgo dominante es el humor, fundamental también en *El intermedio*, en el que tras cada información de Sandra Sabatés al estilo noticiario sigue una broma o comentario satírico de El Gran Wyoming. En el programa del 19 de enero de 2017, Wyoming preocupado por la subida vertiginosa del precio de la luz, pone en marcha un plan de ahorro energético: apagar las luces del plató con lo que además de ahorro, consigue respeto al medioambiente y un clima más íntimo. Acaban el programa casi a oscuras.

El recurso a la personificación se evidencia, por ejemplo, en la entrevista a Ada Colau realizada el 25 de enero de 2017 en *Al rojo vivo* en la que el asunto de la pobreza energética se centra en el caso concreto de las medidas tomadas por la alcaldesa de Barcelona y el consistorio que representa. En cuanto a la emoción, un caso significativo lo encontramos en el testimonio de Cristina, que muestra su casa en *La Sexta noche* del 19 de noviembre de 2016 y explica a Iñaki López cómo vive con sus 4 hijos en condiciones pobreza energética y cómo les ha explicado la situación a los menores. El lenguaje coloquial e hiperbólico, es muy acusado en los formatos dialógicos *Al rojo vivo* o *La Sexta noche*; un ejemplo del hiperbólico

se evidencia en *La Sexta noche* del 11 de febrero de 2017, cuando un electricista da consejos para pagar menos luz y dice “así esos vampiros de luz no nos sacan sangre en nuestras facturas”.

Respecto a la especulación, Rubén Sánchez (FACUA) en un corte presentado en *Más Vale Tarde* del 18 de enero de 2017 especula con que el Ministro de Energía haya calculado ya la cantidad aproximada que se va a pagar al año por la electricidad, información que “no sé si le se la habrán contado los señores de las eléctricas con los que se reúne”. Una muestra evidente del rasgo de la fragmentación, es la de *El intermedio* del 18 de enero de 2017 en el que se trata la subida del precio de la electricidad coincidiendo con la ola de frío sin contextualizarla, ni compararla con el comportamiento habitual del mercado, con los efectos que produce el aumento de la demanda, con el bajo uso de las energías renovables o las relaciones comerciales con los países productores y compradores de electricidad. Por último, el empleo de recursos audiovisuales es frecuente en la mayoría de las piezas analizadas (en 14 de 18) con una importante presencia en *El Objetivo* donde se da un gran cuidado por los grafismos, la rotulación y los efectos en las secciones de 'Verificación' o 'Maldita Hemeroteca'. Son la subjetividad y la normalización, los rasgos con menos protagonismo; el primero es evidente en el rifirrafe entre Antonio Miguel Carmona (PSOE) y Antonio García Ferreras, el presentador, en la emisión de *Al rojo vivo* del 22 de diciembre de 2016 a propósito de la manifestación en contra de la pobreza energética en Madrid. La normalización también está presente, por ejemplo, en *La Sexta noche* del 11 de febrero de 2017, cuando el “electricista 2.0” da por hecho que todas las personas dejan enchufados cargadores de móviles y otros electrodomésticos cuando no se utilizan provocando el criticado aumento de la tarifa.

Gráfico 3. Nivel de presencia de rasgos técnicos y narrativos



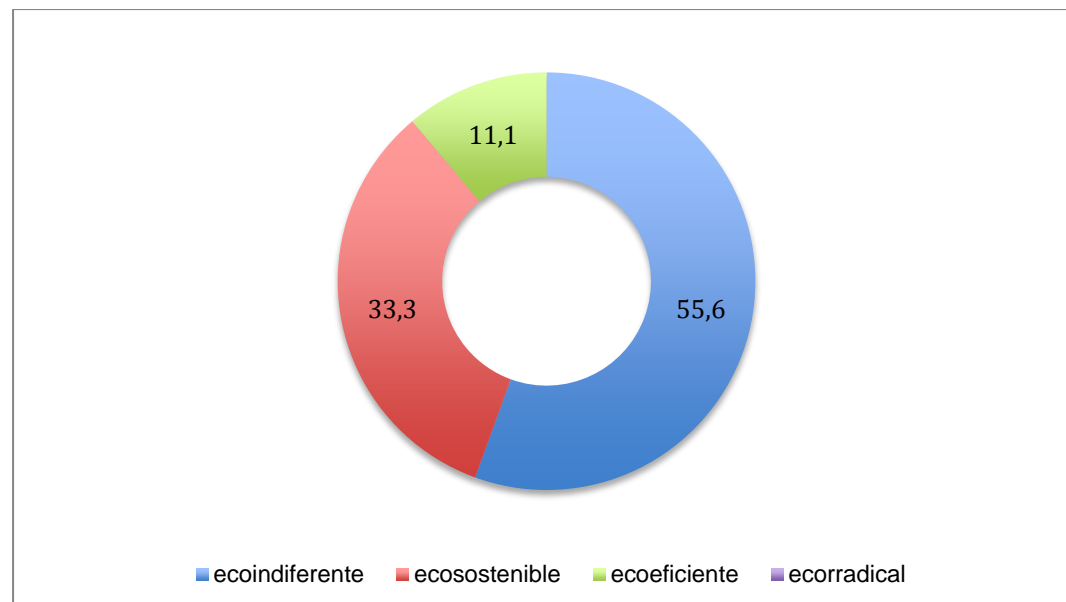
Elaboración propia

En cuanto a los encuadres genéricos, en la mayoría de los casos (13) la temática de las piezas entendidas como definición del problema se ha centrado en la pobreza energética mientras que solo en 5 ocasiones, el principal discurso se refería al sistema de tarificación eléctrica; por otro lado, si atendemos a las figuras a las que se responsabiliza de la problemática actual el primer lugar lo ocupa el gobierno, seguido de las compañías

eléctricas y solo de manera anecdótica, se culpa excepcionalmente a otras administraciones o a los propios ciudadanos. La mayoría de las piezas (12) tienen una intención moralizante frente a las 5 que no lo hacen. Por ejemplo, en *El intermedio* del 18 de enero, El Gran Wyoming pide de forma explícita que no se corte la luz o gas a las personas en situación de vulnerabilidad. En 14 piezas se vislumbra una solución que en la mayoría de los casos (12) señala directamente a las administraciones públicas, y solo en un caso se hace referencia al cambio del sistema de tarificación y al cambio de hábitos de la ciudadanía. El Gran Wyoming quiere el Gobierno actúe y exclama: "El Gobierno puede hacer algo inaudito: ¡Gobernar!" (*El intermedio*, 18/01/2017). En 4 piezas, no se hace referencia explícita a ninguna solución para este problema. En *La Sexta noche* del 19 de noviembre de 2016 Iñaki López sugiere a una afectada de la pobreza energética que ponga su situación en conocimiento de los servicios sociales de su ayuntamiento.

Centrándonos en los encuadres específicos, en el gráfico 4 se muestra la primacía del encuadre ecoindiferente, que domina en más de la mitad de los programas analizados, seguido en importancia por el ecosostenible. Ninguno se asocia a ideas ecorradicales.

Gráfico 4. Presencia de ecoencuadres



Elaboración propia

5. Conclusiones

A pesar de que el presente estudio se ha centrado en las piezas generadas en un periodo temporal en el que se produjeron dos acontecimientos que, de forma abrupta, colocaron la política energética en la primera línea de la agenda mediática, se observa que el tiempo dedicado a la pobreza energética y a la subida de la luz en las fechas analizadas es mínimo en los programas de infoentretenimiento: solo el 0,12% del tiempo total de duración.

El asunto no entra en el temario de los programas de reportajes como *Equipo de investigación* y *Salvados* con rutinas productivas alejadas de la estricta actualidad, en el periodo de análisis. Sin embargo, tampoco se prestó demasiada atención a la cuestión energética en los programas diarios *Al rojo vivo* o *Más Vale Tarde*, muy pegados a la actualidad, a pesar de su duración. La diversidad de temas que tienen cabida en debates y magazines semanales, sobre todo *La Sexta noche*, posibilita la inclusión de los temas

energéticos en mayor medida que en los que se centran en la actividad política diaria, centrada en conflictos entre partidos y declaraciones cruzadas de políticos.

El debate energético consigue mayor cobertura desde un enfoque social relacionado con sucesos luctuosos o de interés humano (*La Sexta noche*) o desde un punto de vista crítico-satírico de denuncia (*El intermedio*). Quizás el consenso generalizado en cuanto a la necesidad de soluciones para las familias más vulnerables a la pobreza energética, así como la coincidencia de los dos acontecimientos clave con otras noticias más jugosas de cara a polemizar, por ejemplo, la victoria de Donald Trump en los comicios estadounidenses (10 de noviembre de 2016), así como varios casos de corrupción (Noos, Gürtel, Millet, etc.) han jugado en contra del protagonismo de este tópico.

Aunque los periodistas lideran la escala de actores principales, la entrevista a representantes políticos, miembros de organizaciones sociales, expertos y en menor medida, a afectados, ha sido el género estrella en todas las piezas analizadas, a excepción de las de *El intermedio*, en el que, a modo de noticias, se recogen titulares publicados en otros medios y se presentan infografías generadas con datos oficiales para generar *sketchs* de humor crítico en torno al tema. Al tratarse la mitad de los espacios analizados de formatos dialógicos centrados en el debate sobre actualidad política (*La Sexta noche*, *Al rojo vivo* y, en menor medida, *Más Vale Tarde*), la presencia de los periodistas es más acusada por su gran protagonismo en la mayoría de las tertulias en detrimento de los ciudadanos, que aparecen en otro tipo de programas enmarcado en el infoentretenimiento como "España directo".

En líneas generales, en las piezas analizadas se da una fuerte presencia de los rasgos característicos del infoentretenimiento. Los programas que presentan mayor tendencia son *La Sexta noche*, en el que aparecen con intensidad la dramatización, personificación, la emoción y el uso de lenguaje hiperbólico y coloquial; los mismos que destacan en *Al rojo vivo*, en el que además sobresale la subjetividad. *El Objetivo* y *Más Vale Tarde* son los más moderados en cuanto al uso del *infoshow*, con un enfoque informativo menos espectacular que el resto de programas analizados. La utilización de recursos audiovisuales es constante pero con una función meramente informativa y explicativa. En estos programas se aprecia una fuerte influencia de la personalidad del/los/las presentador/a/es, la mayoría de los cuales incluyen conclusiones moralizantes y propuestas para solucionar los problemas presentados.

Tras el análisis, no puede establecerse una relación entre mayor o menor grado de infoentretenimiento y cobertura del asunto energético: fue mucho más tratado en *La Sexta noche* que en *Al rojo vivo* por decisión de los responsables de la escaleta de que privilegian distintos tipos de información política.

Por último, en cuanto al uso de encuadres específicos, llama la atención la primacía del encuadre ecoindiferente y la total ausencia del ecorradical, a pesar de que La Sexta es uno de los canales con mayor concienciación con la temática ecológica en el panorama audiovisual en abierto español, a tenor de los resultados de otros estudios (Mercado, 2010). La ausencia de periodistas especializados en las tertulias y la poca presencia de expertos o de ecologistas deja en segundo plano la conexión de dos sucesos que han llamado la atención de la opinión pública, la muerte de una víctima de la pobreza energética y la subida del precio de la electricidad en los días más fríos del año, con las líneas maestras de la política energética, el uso racional de los recursos, modelos energéticos renovables o la relación del consumo energético con el cambio climático, yendo más allá del ahorro económico y poniendo en el debate público la preservación y sostenibilidad medioambiental.

Este estudio supone un punto de partida para avanzar en una segunda fase de investigación en el estudio de los efectos en los espectadores (*framing effect*) a través de los enfoques de las informaciones sobre política energética y su vinculación con la sostenibilidad o la lucha contra el cambio climático.

Referencias

- Anderson, A. (2014). *Media, environment and the network society*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Baum, M.A. (2003). Soft News and Political Knowledge: Evidence of Absence or Absence of Evidence? *Political Communication* 20, 173-190.
- Berrocal, S., Redondo, M. & Campos, E. (2014). La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española. *Revista Latina de Comunicación Social* 69, 85-103.
- Berrocal, S., Redondo, M. & Torres, L. (2015). La crisis como espectáculo: el infoentretenimiento en las noticias sobre el rescate bancario en la prensa de referencia. *Communication & Society* 28(4), 1-16.
- Bigl, B. (2017). Fracking in the German Press: Securing Energy Supply on the Eve of The 'Energiewende'-A Quantitative Framing-Based Analysis. *Environmental Communication* 11(2), 231-247
- Brants, K. (2008). Infotainment. *Encyclopedia of Political Communication*. Thousand Oakes: Sage.
- Casero, A. & Marzal, J. (Eds.) (2011). *Periodismo en televisión*. Sevilla, Zamora: Comunicación Social.
- Devine-Wright, H. (2014). Envisioning Public Engagement with Renewable Energy. An empirical analysis of Image within the UK National Press 2006-2007. En Devine-Wright, P. (Ed.) *Renewable Energy and the Public: From NIMBY to Participation* (pp. 101-113). Nueva York: Taylor&Francis.
- de Vreese, C. H. (2005): News framing: Theory and typology. *Information Design Journal + Document Design* 13 (1), 51-62.
- Djerf-Pierre, Cokley & Kuche (2016). Framing Renewable Energy: A comparative study of Newspapers in Australia and Sweden. *Environmental Communication* 10(5), 634-655.
- Doyle, J. (2011). Acclimatizing nuclear? Climate change, nuclear power and the reframing of risk in the UK news media. *International Communication Gazette*, 73(1-2), 107-125.
- Dryzek, J. (1997): *The politics of the earth: Environmental discourses*. Oxford University Press.
- Enders, D., Cozen, B., Barnett, J.T, O'Byrne, M. & Peterson, T. R. (2015) Communicating Energy in a Climate (of) Crisis. *Annals of the International Communication Association* 40 (1), 419-447.
- Entman, R.M. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication* 43(3), 51-58.
- Eribo, F. & Gaddy, G. D. (1992). Pravda's coverage of the Chernobyl nuclear accident at the threshold of Glasnost. *Howard Journal of Communications* 3(3-4), 242-252.
- Evensen, D. T., Clarke, C., & Stedman, R. C. (2014). A New York or Pennsylvania state of mind: Social representations in newspaper coverage of shale gas development in the Marcellus Shale. *Journal of Environmental Studies and Sciences* 4, 65-77.
- Feldman, L. & Young, D. G. (2008). Late-night comedy as a gateway to traditional news: An analysis of time trends in news attention among late-night comedy viewers during the 2004 Presidential primaries. *Political Communication* 25(4), 401-422.

- Feldpausch-Parker, A. M. et al. (2013). Spreading the news on carbon capture and storage: A state-level comparison of US media. *Environmental Communication* 7 (3), 336-354.
- Ferré, C. (Ed.) (2013). *Infoentretenimiento. El formato imparable de la era del espectáculo*. Barcelona: UOC.
- Gamson, W. A. & Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology* 95 (1), 1-37.
- García Avilés, J.A. (2007). El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea. *Anàlisi* 35, 47-63.
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World Is Watching*. Berkeley, Los Angeles y Londres: University of California Press.
- Goffman, E. (1974/1986). *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Gómez Calderón, B., Roses, S. & Rivera, A. (2014). The Fukushima nuclear power plant accident. An analysis of the most relevant frames in the Spanish press. *Communication & Society* 27(3), 65-81.
- Gordillo, I., Guarinos, V., Checa, A., Ramírez, M., Jiménez, J., López, F.J., De Los Santos, F. & Pérez, M. A. (2011). Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment. *Revista Comunicación* 9, 93-106.
- Gorney, C. (1992). Numbers versus pictures: Did network television sensationalize Chernobyl coverage? *Journalism Quarterly* 69(2), 455-465.
- Grabe, M. E., Zhou, S. & Barnett, B. (2001). Explicating sensationalism in television news. Content and the bells and whistles of form. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(4), 635-655.
- Haigh, M. M. (2010). Newspapers use three frames to cover alternative energy. *Newspaper Research Journal* 31(2), 47-62.
- Habib, S. & Hinojosa, M.S. (2016) Representation of Fracking in Mainstream American Newspapers. *Environmental Practice* 18 (2), 83-93.
- Hoffman, L.H. & Thomson, T. L. (2009). The effect of television viewing on adolescents' civic participation: Political efficacy as a mediating mechanism. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 53(1), 3-21.
- IEA (2016) *World Energy Outlook 2016*. Recuperado de <http://www.iea.org/Textbase/npsum/WEO2016SUM.pdf>
- Igartua, J.J. (2006): *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Igartua, J.J., Muñiz, C. & Cheng, L. (2005): "La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso". *Revista Migraciones* 17, 143-181.
- Jaspal, R., & Nerlich, B. (2014). Fracking in the UK press: Threat dynamics in an unfolding debate. *Public Understanding of Science* 23 (3), 348-363.
- Jebri, N., Albaek, E. & De Vreese, C. H. (2013). Infotainment, cynicism and democracy: The effects of privatization vs personalization in the news. *European Journal of Communication* 28 (2), 105-121.
- Kim, S.H., Besley, J. C., Oh, S.-H. & Kim, S. Y. (2014). Talking about bio-fuel in the news: Newspaper framing of ethanol stories in the United States. *Journalism Studies* 15(2), 218-234.
- Lazic, D. & Kaigo, M. (2013). US press coverage of the Fukushima nuclear power plant accident: Frames, sources and news domestication. *Media Asia*, 40(3), 260-273.
- León, B. (Coord.) (2013). *Entretenimiento televisivo basado en hechos reales*. Sevilla, Salamanca, Zamora: Comunicación Social.
- López, G. (2017, enero, 24). Primeros resultados de la encuesta sobre medios de comunicación y comunicadores. Recuperado de <http://mediaflows.es/primeros-resultados-de-la-encuesta-sobre-medios-de-comunicacion-y-comunicadores/>

- Lorente, J. I., Antolín, J.E. & Doblás, F.J. (2009). “La construcción mediática de lo ecológico. Estrategias discursivas en la información de actualidad”. *Revista Latina de Comunicación Social* 64, 315-327.
- Luzón, V. & Ferrer, I. (2008). Espectáculo informativo en noticias de sociedad: el caso de Madeleine McCann. *Trípodos. Revista digital de Comunicación* 22, 137-148.
- Mercado, M. T. (2010). La cobertura de la información ambiental en laSexta/Noticias. En León, B. (Coord.), *Informativos para la televisión del espectáculo* (pp. 41-47). Sevilla, Zamora: Comunicación Social.
- Mercado, M.T, Álvarez, A. & Herranz, JM. (2014). The fracking debate in the media: The role of citizen platforms as sources of information. *ESSACHESS. Journal for Communication Studies* 7 (13), 45-62.
- Mercado, M. T. & Monedero, C.R. (2016). La construcción mediática del *fracking* en los informativos televisivos. En León, B. (Coord.), *El medio ambiente en el nuevo universo audiovisual* (pp. 115-134). Barcelona: UOC.
- Neuman, W.R., Just, M. & Crigler, A. (1992). *Common Knowledge. News and the Construction of Political Meaning*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Neuendorf, K.A. (2002): *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks (CA): Sage Publications.
- Nguyen, A. (2012). The effects of soft news on public attachment to the News. *Journalism Studies* 13(5), 1-12.
- Odrizola, J. (2010) La crisis del Prestige en la prensa vasca desde una concepción medioambiental, *Estudios sobre el mensaje periodístico* 16, 331-347.
- Odrizola, J. (2011) La construcción informativa de la catástrofe del Prestigeel abuso de las fuentes institucionales. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura* 44, 77-92
- Ortells, S. (2011). La consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español. *Fórum de Recerca* 16, 279-291.
- Ortells, S. (2015). Los nuevos actores de la información televisiva: ciudadanos y periodistas como protagonistas de infoentretenimiento. *Estudios sobre el mensaje periodístico* 21(1), 491-508.
- Pan, Z. & Kosicki, G.M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication* 10 (1), pp. 55-75.
- Perko, T., Turcanu, C., & Geenen, D. (2012). Media reporting and changes in public opinion after Fukushima nuclear accident: Belgium as case study. *International Journal of Nuclear Governance, Economy and Ecology*, 3(4), 291-307.
- Prado, E. (2003). La espectacularización de la realidad. En *Anuario de la Televisión* (pp. 178-186.). Madrid: Anuario Geca,
- Redondo, M. (2011). *El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español*. Tesis Doctoral. Universidad de Valladolid. Recuperado de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/891>
- Renzi, B.G; Cotton, M.; Napolitano, G. & Barkemeyer, R. (2016). Rebirth, devastation and sickness: analyzing the role of metaphor in media discourses of nuclear power. *Environmental Communication*, 1-17.
- Rubin, D. M. (1987). How the news media reported on Three Mile Island and Chernobyl. *Journal of Communication* 37(3), 42-57.
- Sádaba, T. (2001): Origen, aplicación y límites de la “teoría del encuadre” (framing) en comunicación. *Comunicación y Sociedad* 14, 143-175.
- Sádaba, T., Rodríguez, J. & Bartolomé Castro, M. (2012). Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política. *Observatorio (OBS*) Journal* 6 (2), 109-126.
- Salgado Losada, A. (2010) Actualidad, humor y entretenimiento en los programas de televisión: de la terminología a la realidad profesional. *Trípodos* 27, 59-73.

- Semetko, H. & Valkenburg, P.M. (2000). Framing European politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication* 50(2), 93-109.
- Scheufele, D.A. (1999). Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication* 49 (1), 103-122.
- Scheufele, D. A. & Tewksbury, D., (Eds.) (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models Special. *Journal of Communication* 57, 9-20.
- Stephens, J.C.; Rand, G.M. & Melnick, L.L. (2009). Wind energy in U.S. media: A comparative state-level analysis of a critical climate change mitigation technology. *Environmental Communication* 3, 168-190.
- Thussu, D. K. (2007). *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*. London: Sage.
- Valhondo, J. L. (2007). Infosátira y democratización del espacio televisivo. *Quaderns del CAC* 27, 63-71.
- Valhondo, J. L. (2011). *Sátira televisiva y democracia en España: la popularización de la información política a través de la sátira*. Barcelona: UOC.
- Vicente, M. & López Rabadán, P. (2010). Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *Æser. Revista de estudios de comunicación* 26, 13-34.
- Vicente, M. (2010). Agendas, encuadres y discursos en los noticiarios televisivos españoles durante la crisis del Prestige. *Athenea Digital: revista de pensamiento e investigación social* 19, 249-257.
- Wang, Y., Li, N., & Li, J. (2014). Media coverage and government policy of nuclear power in the People's Republic of China. *Progress in Nuclear Energy* 77, 214-223.
- Wimmer, R.D. & Dominick, J.R. (1996): *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.