

Líneas editoriales sobre política energética en la prensa española

M^a José Pou Amérigo- Universidad Cardenal Herrera-CEU- mpou@uch.ceu.es

Abstract:

En el debate energético, los medios de comunicación tienen un papel esencial ya sea como transmisores de los puntos de vista predominantes, ya sea como participantes entre las voces que entran en diálogo. Su intervención es directa y explícita en las páginas de opinión si bien, cuando el medio tiene especial interés y asume una toma de postura beligerante, podemos hablar de “persuasión implícita” en sus páginas informativas. En ambos casos el medio marca las líneas argumentales que se insertarán después en los debates de la opinión pública.

En este trabajo hay dos núcleos de interés, resumidos en el “quién dice qué”: los opinion makers y sus argumentarios. El primero se refiere a quienes construyen y marcan la opinión. De ellos interesa su perfil y la frecuencia de su colaboración así como los criterios de selección y su contrapeso en relación a opiniones contrarias. El segundo constituye el elenco de claves de persuasión explícita que son tomadas como punto de partida para la construcción de los argumentarios públicos. De ese modo, se han estudiado las posiciones respecto a la política energética de El País, El Mundo, ABC, La Vanguardia, La Razón, El Periódico y Público en el periodo 2008-2012, a través de sus textos de opinión. En ellos se extrae la tesis defendida; los argumentos y datos que la sustentan; las réplicas a los argumentos contrarios y las conclusiones que incitan a la acción a los lectores.

Con todo ello podrá establecerse dos niveles de reflexión: uno, respecto a quiénes ofrecen su opinión en los medios y otro, respecto a las líneas de argumentación defendidas.

Keywords: energía; prensa; análisis de contenido; framing; opinión; argumentación

1. Introducción

Conocer el papel de los medios de comunicación en la configuración de la opinión pública sobre la cuestión energética es el objetivo del proyecto ‘Análisis del tratamiento informativo de las políticas energéticas en España, procesos de recepción y organizaciones sociales’ (CSO2012-38363) del que se presentan los primeros resultados en estas páginas.

La premisa de partida es la existencia de diversos encuadres noticiosos en los asuntos referidos a la energía que inciden en el conocimiento y toma de postura ante temas fundamentales como el consumo energético, la eficiencia, el riesgo, etcétera. Para el estudio de la recepción de los mensajes periodísticos es necesario que estos sean analizados previamente. En concreto, los objetivos propuestos en esta primera fase de la investigación son cuantificar y describir la cobertura dedicada a los asuntos energéticos en la prensa nacional, identificar los encuadres informativos y establecer la incidencia de los diferentes actores implicados.

Junto al análisis del discurso informativo e interpretativo, se ha querido también profundizar en el discurso persuasivo que centra esta comunicación. En este caso no se procura descubrir el encuadre a partir de la selección y tratamiento de los elementos informativos sino de la defensa de una tesis y un argumentario que la sustente.

El debate sobre el modelo energético en España tiene dos escenarios de desarrollo: el ámbito político y el entorno periodístico. Ambos interaccionan de forma constante pues las decisiones que se discuten y se toman en la esfera política determinan la vida ciudadana y muestran una posición respecto a asuntos tan delicados como las tarifas eléctricas, el uso de energía nuclear, las ayudas a las renovables o la búsqueda de petróleo en las costas españolas. Son cuestiones sobre las que los medios recogen, cuando no propician, el debate entre los distintos agentes: políticos, representantes de la industria, de los consumidores y de las organizaciones ecologistas.

En el debate energético, los medios de comunicación tienen un papel esencial ya sea como transmisores de los puntos de vista predominantes, ya sea como participantes entre las voces que entran en diálogo. En ese espacio de

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

discusión, la prensa no es solo un mero espectador o difusor de las corrientes de opinión sino también un actor político que proporciona los datos, expone el argumentario y da voz a los distintos agentes.

Su intervención es directa y explícita en las páginas de opinión si bien, cuando el medio tiene especial interés y asume una toma de postura beligerante, podemos hablar de “persuasión implícita” en sus páginas informativas. En ambos casos el medio marca las líneas argumentales que se insertarán después en los debates de la opinión pública.

En este trabajo hay dos núcleos de interés, resumidos en el “quién dice qué”: los opinion makers y sus argumentarios. El primero se refiere a quienes construyen y marcan la opinión. De ellos interesa su perfil y la frecuencia de su colaboración así como los criterios de selección y su contrapeso en relación a opiniones contrarias. El segundo constituye el elenco de claves de persuasión explícita que son tomadas como punto de partida para la construcción de los argumentarios públicos.

De ese modo, se han estudiado las posiciones respecto a la política energética de El País, El Mundo, ABC, La Vanguardia, La Razón, El Periódico y Público a través de sus textos de opinión. El periodo de análisis abarca desde el 21 de febrero de 2008, inicio de la campaña electoral que llevaría a la investidura de José Luis Rodríguez Zapatero como presidente del Gobierno el 9 de abril (IX Legislatura), y el primer año del Gobierno de Mariano Rajoy.

Las unidades de análisis han sido todos aquellos textos en los que se hacía referencia a las palabras claves “energía/s” y “energético/a” (‘política energética’, ‘cuestión energética’, ‘sistema energético’, ‘energía nuclear’, ‘energías renovables’). Para su identificación se utilizó MyNews, que ofrece la posibilidad de obtener las páginas en pdf de los diarios.

En cada texto se ha extraído la tesis defendida; los argumentos y datos que la sustentan; las réplicas a los argumentos contrarios y las conclusiones que incitan a la acción a los lectores.

Con todo ello podrá establecerse dos niveles de reflexión: uno, respecto a quiénes ofrecen su opinión en los medios y otro, respecto a las líneas de argumentación defendidas. Esta comunicación supone la aproximación al

análisis de las líneas editoriales sobre política energética. En ella se pretende medir la presencia del discurso persuasivo; la autoría de ese discurso; los formatos escogidos y los encuadres ‘eco’ (ecoindiferente, ecoeficiente, ecosostenible y ecorradical (Mercado, M, 2013).

2. Información y opinión: la importancia del encuadre

Las páginas de opinión son aquellas que proporcionan las razones y las diferentes posturas sobre los grandes temas de debate en la sociedad. Son influyentes e introducen y favorecen la presencia de unas voces u otras. Constituyen lo que suele denominarse “persuasión explícita” (Armañanzas y Díaz Noci, 1996). El lector sabe que se encuentra ante textos que pretenden ofrecerle un punto de vista entre otros posibles. Sin embargo, en la opinión pública no solo tienen impacto las páginas de opinión. En ocasiones, éstas ejercen su influencia a través de los opinión makers en la línea del “*two-step-flow*” enunciado por Katz, E. y Lazarsfeld, P. F. (1955), es decir, porque sus argumentos son reproducidos por los líderes de opinión que participan en debates y tertulias. Entre los lectores, el impacto de la llamada “persuasión implícita” puede resultar mucho más importante y definitivo.

Con el objetivo de medir el peso de ambos procesos, persuasión implícita y explícita, es necesario cuantificar el número de piezas informativas-interpretativas publicadas sobre la política energética y el de las piezas de opinión.

En la muestra estudiada, durante el periodo 2008-2012, de un total de 2012 piezas, solo el 15,6% se corresponde con formatos de opinión frente al 84,4% de textos informativos o interpretativos. Los textos persuasivos están distribuidos en artículos, columnas, editoriales, sueltos, cartas al director, comentarios y viñetas.



Gráfico 1. Información y opinión sobre política energética (2008-2012)

Así, en el gráfico 1 podemos ver cómo los principales diarios españoles ofrecen más elementos de narración y análisis sobre la política energética (84,4%) que textos explícitamente persuasivos (15,6%).

3. Géneros y voces sobre política energética

La presencia de opiniones en un periódico se corresponde con tres grupos de actores: el propio medio que refleja sus puntos de vista y sus argumentos en las principales páginas de opinión; los colaboradores que el medio elige y a quienes permite publicar con libertad, y la de sus lectores que llegan al medio a iniciativa suya pero cuyas aportaciones son seleccionadas por el propio diario.

El medio se expresa explícitamente a través de los editoriales y sueltos, incluso aunque éstos estén firmados, pues la firma de sueltos o glosas en el periodo analizado se corresponde con firmas alegóricas según la tradición del periodismo español. No obstante, en la muestra no existe ese caso sino el clásico suelto sin firma que acompaña a los editoriales.

La opinión de los colaboradores es propia de quien firma si bien su inclusión; la invitación a formar parte del elenco de opinadores del medio; la libertad que se le concede para dar su punto de vista y el hecho de ceder espacio de la sección de opinión a estas personas supone la aceptación por parte del diario

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

de su forma de ver las cosas. No se puede interpretar que la comparte pero sí al menos que acepta darle cobertura. Así, tenemos distintos perfiles en función del compromiso con el medio, la periodicidad, el carácter del autor, la razón por la que se le invita y el género escogido. Entre ellos, destacan los articulistas, columnistas, dibujantes y comentaristas. También forman parte de los colaboradores de opinión los críticos pero en este trabajo no procede su estudio.

Los articulistas son colaboradores a quienes el periódico pide textos en razón de su especialidad o de su vinculación al tema de que se trate. Así, entre los perfiles que hallamos pueden encontrarse desde científicos a representantes de lobbies, de entidades sociales o del mundo de la empresa. Es algo distinto a los columnistas que colaboran de forma constante y con una periodicidad fija pactada con el diario. En su caso, la opinión no viene justificada por su especialización sino por su libertad de criterio. Son firmas que destacan por su capacidad de tratar cualquier asunto de actualidad, de captar las preocupaciones sociales y de ofrecer las opiniones que están presentes en el debate público. En esa misma línea se encuentran los dibujantes. Sus aportaciones, por la libertad de opinión y estilo así como por su periodicidad, se asemejan a la columna en este caso de carácter gráfico.

Por último, los comentaristas son especialistas o periodistas especializados que ofrecen un punto de vista técnico sobre un asunto de actualidad.

El tercer grupo de colaboraciones procede de los lectores, aunque en la prensa tradicional es la fuente de opinión a la que menos espacio dedican. Tienen libertad de criterio y la responsabilidad del punto de vista es el del autor. Ahora bien, la selección de las cartas al director y de los fragmentos de cada una, en el caso de que se excedan el espacio recomendado por el diario, es decisión del medio. Además, aunque la opinión sea del autor, el hecho de cederle espacio supone, como ocurre con los colaboradores, un modo de avalar esas opiniones.

En política energética, la mayor parte de los textos de opinión proceden de los colaboradores, hasta en un 63%. Los periódicos dejan en manos de sus firmas destacadas la aportación de los principales argumentos y razonamientos. Su

opinión la reserva para marcar líneas editoriales en determinados temas y en momentos concretos. Solo el 18% de los textos de opinión son editoriales y sueltos. Son más numerosas, incluso, las cartas al director que suponen el 19% del total.

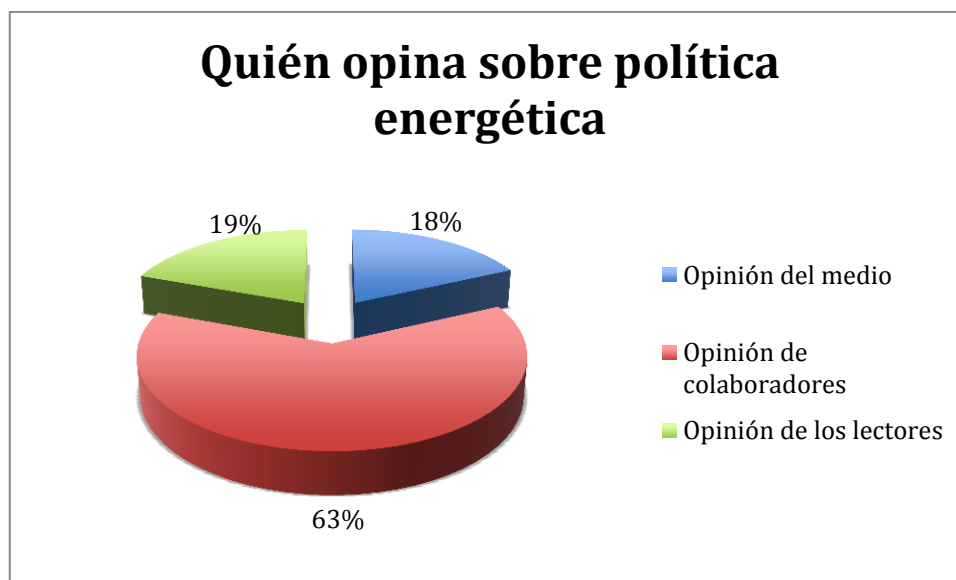


Gráfico 2. Origen de la opinión sobre política energética en España

La opinión sobre la política energética, cuando aparece, tiene un marcado carácter personal y se asocia al autor del comentario. Así, podemos ver cómo predominan los artículos y las columnas –textos firmados por colaboradores– frente a los editoriales y sueltos, que constituyen la voz de los propios medios. El medio solo escoge el tema energético para posicionarse en determinados momentos como en el debate nuclear con motivo de la decisión sobre la central de Garoña, ante la subida de las tarifas eléctricas o en relación a las decisiones políticas sobre las renovables.

La pantalla insomne - 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Géneros	Número de piezas
Artículos	115
Columnas	74
Cartas al director	61
Editorial	35
Suelto	22
Comentario	5
Viñeta	2
Total	314

Tabla 1. Número de piezas por géneros de opinión

Como se puede ver, de un total de 314 piezas, casi 200 corresponden a los textos de colaboradores frente a 57 en los que se recoge la opinión del medio en editoriales y sueltos.

En efecto, en el gráfico 3 puede verse el peso que tienen los distintos géneros de opinión. En él destacan los artículos, textos especializados escritos por técnicos y científicos o por personalidades destacadas vinculadas al mundo de la energía, como empresarios del sector, representantes de ONG o colectivos y plataformas movilizadas en torno a un conflicto determinado.

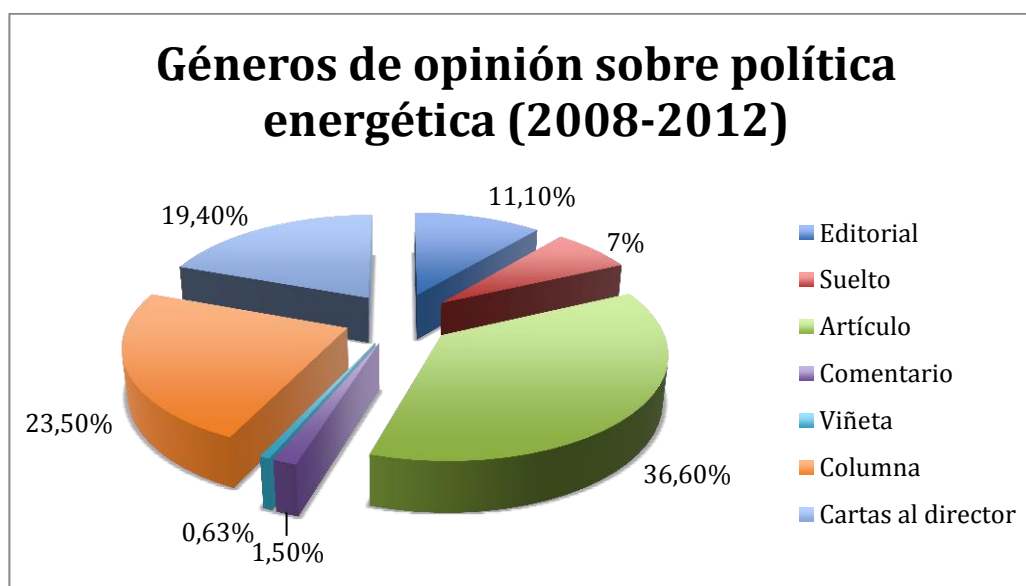


Gráfico 3. Géneros de opinión sobre política energética (2008-2012)

Junto a esas firmas, los columnistas también entran a comentar los temas. Sus aportaciones, junto a las de los articulistas, constituyen más de la mitad de los textos publicados (60,10%). Llama la atención, no obstante, que después de estos dos géneros, el más numeroso sea el de las cartas al director. Para los lectores, a tenor de estos datos, es un tema muy relevante que genera comentarios y aportaciones.

3. Encuadres y temas

La distribución de los encuadres en relación a los asuntos de política energética tiene correlación con lo sucedido en las páginas informativas. Así, los encuadres que predominan son el ecoindiferente, esto es, el que ignora las razones ambientales en el debate energético, o bien ecoeficiente, es decir, aquel que reconoce los problemas ambientales pero confía en la tecnología para frenar sus efectos. Como puede verse en el gráfico 4, en casi todos los géneros, el encuadre principal es el ecoindiferente. Solo en los comentarios y viñetas es irrelevante, como lo es la muestra analizada en relación a los demás. En cambio, es interesante apreciar cómo en las contribuciones de los lectores, no es el enfoque más abundante. En el caso de las líneas editoriales de los periódicos, a tenor de lo que vemos en editoriales y sueltos, puede decirse que los diarios españoles mantienen una postura ecoindiferente, dando peso a razones económicas o encuadrando el debate energético en la lucha política antes que en el análisis de las razones medioambientales. En el gráfico 4 puede comprobarse cómo no existe ningún texto del propio medio en el que se defienda un cambio de modelo (enfoque ecorradical). Son las voces de los colaboradores, sobre todo articulistas, y de los lectores, las que introducen con más facilidad un enfoque fuertemente volcado en la preocupación por el medio ambiente.

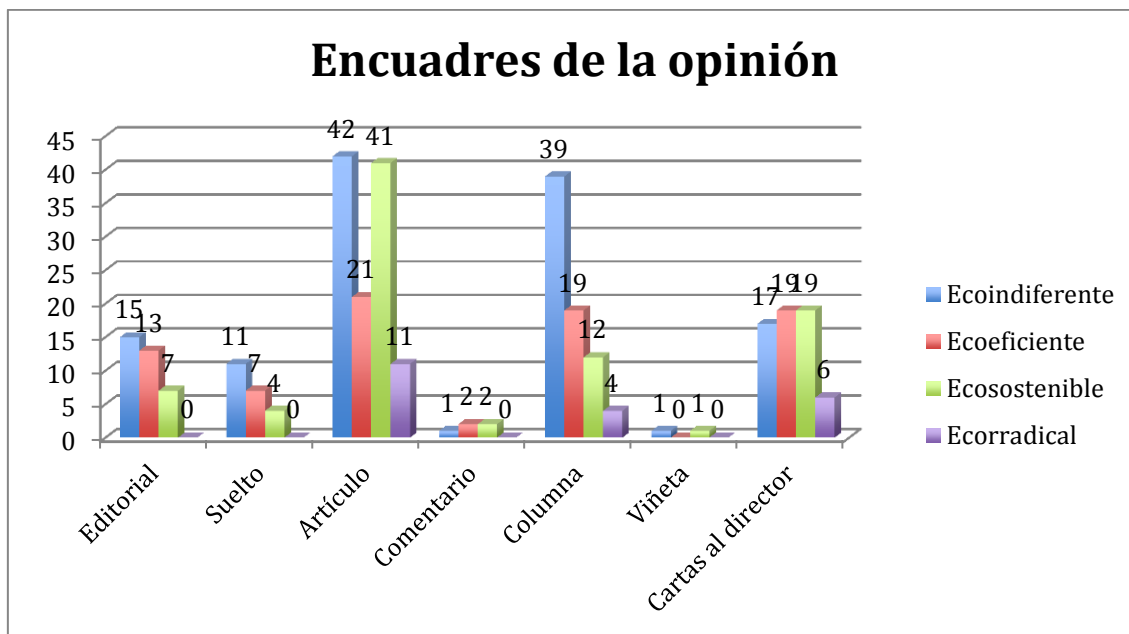


Gráfico 4. Encuadres en los textos de opinión sobre política energética

Los temas de política energética que generan preocupación en los diarios analizados tienen que ver, lógicamente, con los temas de actualidad: por un lado las decisiones sobre las tarifas y la reforma del sector eléctrico; por otro, el debate nuclear, sobre todo en relación a la central de Garoña y el accidente de Fukushima, y por último, la política energética en su conjunto, sobre todo, el trato e impulso de las energías renovables.

En la mayoría de casos, los temas principales se recogen en los editoriales pero también tienen presencia, aunque menor, en los sueltos. Hay, sin embargo, una diferencia en el caso de uno de los temas, las reivindicaciones ecologistas. Esta cuestión suscita interés pero no tanto como para centrar los editoriales en ella. Es el único tema sobre el que los diarios opinan en los sueltos pero no en los principales textos de opinión propia.

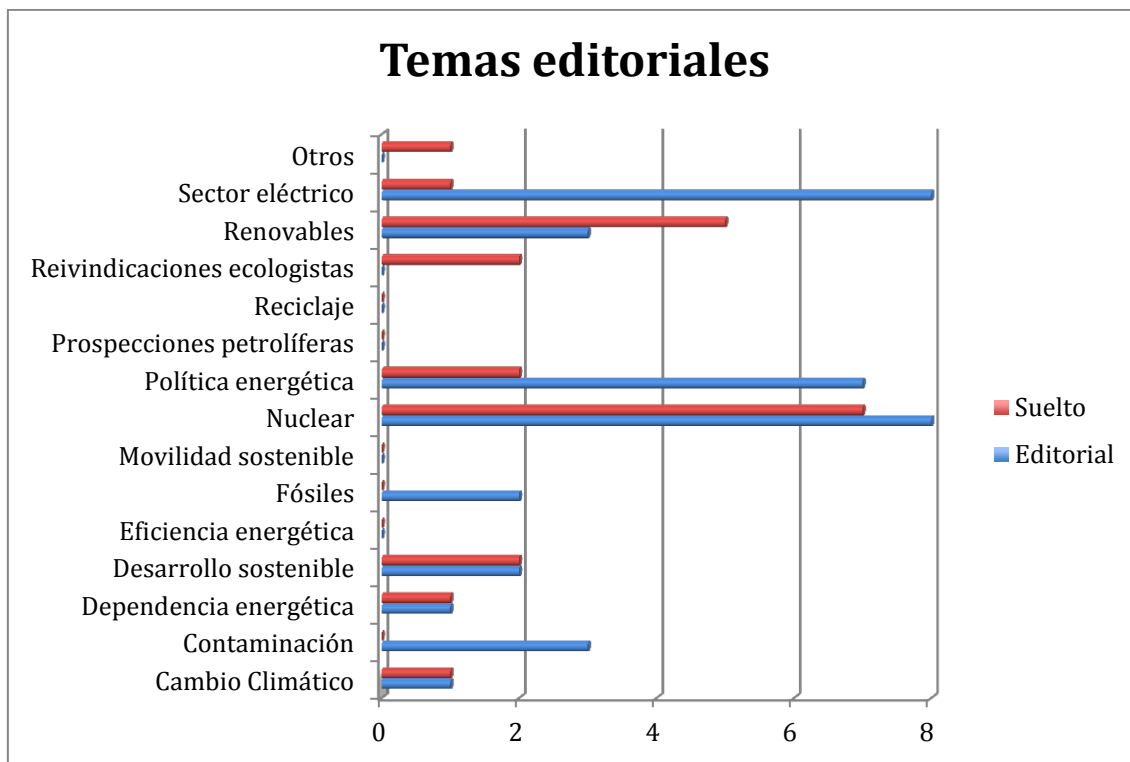


Gráfico 5. Temas energéticos de preocupación editorial

En el caso de los colaboradores los temas coinciden en líneas generales con los que centran el interés de los editoriales, como las energías renovables, la política energética o la energía nuclear. Sin embargo, los temas relacionados con la contaminación, el cambio climático o el desarrollo sostenible también son abordados. Lo mismo sucede con los lectores, cuya mayor preocupación tiene que ver con la energía nuclear y todo lo relacionado con una política energética más responsable con el medio ambiente. Así, dan más relevancia a las renovables, al desarrollo sostenible y a la movilidad sostenible que al propio sector eléctrico que, a priori, podría ser la mayor preocupación de los ciudadanos por la subida de las tarifas de la luz.

4. Conclusiones

- 1) Los principales diarios españoles ofrecen más elementos de narración y análisis sobre la política energética que textos explícitamente persuasivos.

- 2) Los periódicos dejan en manos de sus firmas destacadas la aportación de los principales argumentos y razonamientos sobre política energética; su opinión la reservan para marcar líneas editoriales en determinados temas, en especial, durante el período 2008-2012, el debate nuclear, las renovables y las tarifas eléctricas.
- 3) Entre quienes opinan, predomina el enfoque ecoindiferente, esto es, el que ignora las razones ambientales en el debate energético, o bien el ecoeficiente, es decir, aquel que reconoce los problemas ambientales pero confía en la tecnología para frenar sus efectos.
- 4) Los lectores muestran una especial sensibilidad medioambiental ya que dan más relevancia a las renovables, al desarrollo sostenible y a la movilidad sostenible que al propio sector eléctrico y las tarifas de la luz, como sería previsible.

5. Referencias bibliográficas

- E. Armañanzas, y J. Díaz Noci, (1996) *Periodismo y argumentación. Géneros de Opinión*. Bilbao. Ed. Universidad del País Vasco.
- L. Bardin, (1986). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal
- C.H. de Vreese, (2004): "The effects of frames in political television news on issue interpretation and frame saliente". *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81, pp.36-52.
- C.H. de Vreese; J. Peter; H. Semetko, (2001). Framing politics at the launch of the euro. A cross-national comparative study o frames in the news. *Political communication*, 18, 107-122.
- R. Entman (1993): "Framing: toward clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*, 43,4, pp. 51-58.
- J. Gaitán, y J.L. Piñuel, (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Madrid: Editorial Síntesis.
- J.J. Igartua, (2006): *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- J.J. Igartua y C. Muñiz, (2004). "Encuadres noticiosos e inmigración. Un

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

análisis de contenido de la prensa y televisión españolas”. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 16, pp. 87-10.

- M. Mercado, (2013) “Diseño metodológico para el análisis del tratamiento informativo de las políticas energéticas en España y participación de organizaciones sociales“. *Investigar la Comunicación hoy. Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas: Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación / coord. por Miguel Vicente Mariño, Tecla González Hortigüela; Marta Pacheco Rueda (aut.)*, Vol. 1, 2013 (COMUNICACIONES 1), ISBN 978-84-616-4124-6, págs. 241-256.
- E. Katz, y P. F. Lazarsfeld (1955). *Personal influence; the part played by people in the flow of mass communications*, Glencoe, IL: Free Press
- K. Neuendorf (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks (CA), Sage Publications.
- T. Sádaba (2001): “Origen, aplicación y límites de la ‘teoría del encuadre’ (framing) en comunicación”. *Comunicación y Sociedad* 2, pp.143-145.
- D. A. Scheufele, (1999): “Framing as a theory of media effects”. *Journal of Communication*, 49, 1, pp. 103–122.
- J. Tankard (2001): “The empirical approach to the study of media framing”. En *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social world*. Reese, S. D. et al (Eds), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 95-106.
- R. TWimmer; J. Dominick, (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.
- M. Vicente y P. López (2009): “Resultados de la investigación en comunicación sobre framing: sólido avance y arranque de la especialidad en España”, *ZER Revista de Estudios en Comunicación* 26, pp. 13-34.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

* El artículo forma parte del proyecto del Plan Nacional I+D+I ‘Análisis del tratamiento informativo de las políticas energéticas en España, procesos de recepción y organizaciones sociales’ (CSO2012-38363).