



El tractament informatiu de la ultradreta espanyola.

El cas de El País, El Mundo i Diario Público.

Línia A: iniciació a la investigació

Autor: Jordi Soriano Ballester

Tutor: Andreu Casero Ripollés

al313633@uji.es

Curs 2017-2018

PE0932 Treball Fi de Grau

Grau en Periodisme

ÍNDEX

1. Introducció	5
2. Marc teòric	7
2.1. Ferramentes d'anàlisi: estudi de les fonts, teoria de l'Agenda Setting i teoria del Framing.....	7
2.1.2. Estudi de les fonts a la competència mediàtica.	8
2.1.3. Teoria de l'establiment de l'agenda	9
2.1.4. La teoria del Framing en l'elaboració de notícies.....	9
3. La ultradreta als mitjans de comunicació	12
3.1. Relació entre l'atenció dels mitjans de comunicació i l'èxit i el fracàs de l'extrema dreta.	12
3.2. Representació de l'extrema dreta als mitjans de comunicació.	14
4. Metodologia	15
4.1. Tècnica	15
4.2. Mostra i criteris de selecció.....	16
4.3. Procediment.....	17
5. Exposició dels resultats	20
5.1. Resultats a nivell formal.....	20
5.2. Estudi de les fonts i identificació de la ultradreta a la informació	23
5.3. L'agenda temàtica	25
5.4. Framing i grups d'ultradreta a la premsa	27
6. Conclusions i discussió	28
7. Bibliografia	32
8. Executive summary	37

El tractament informatiu de la ultradreta espanyola. El cas de El País, El Mundo i Diario Público

Resum

A Europa, el sorgiment i la consolidació d'alguns partits d'extrema dreta ha revolucionat el panorama polític. Aquestes formacions han augmentat la seua presència i influència als *mass media*. Alguns estudis destaquen el paper dels mitjans de comunicació en la conformació de la imatge d'aquests grups. Sostenen que els mitjans són capaços de condicionar l'èxit o la derrota de la ultradreta a diferents països.

A Espanya, les informacions relacionades amb els moviments i grups d'extrema dreta apareixen d'una forma irregular però significativa als diferents periòdics nacionals. El present estudi analitza com es representen els grups d'ultradreta espanyols a la premsa escrita nacional. Mitjançant tècniques quantitatives i qualitatives, aquest article indaga en les característiques de la cobertura d'aquestes formacions dins del paradigma concret espanyol. La investigació parteix d'una mostra formada per les notícies sobre l'extrema dreta espanyola publicades al llarg de 2017 pels diaris El País, El Mundo i Diario Público. S'ha aplicat un anàlisi que es centra en aspectes com l'estudi de les fonts informatives i les teories de l'establiment de l'agenda i del *Framing*.

Els resultats evidencien el reduït i puntual tractament informatiu de l'extrema dreta espanyola als diaris analitzats. L'aparició dels ultres a la premsa es relaciona amb temes controvertits o violents. Així mateix, l'anàlisi conclou que el *frame* més freqüent és el de conflicte. A més a més, les notícies destaquen per l'escassetat de fonts provinents dels ultres. Definitivament, l'estudi demostra que la premsa nacional trasllada una imatge negativa de les formacions de la ultradreta espanyola.

Abstract

In Europe, the emergence and consolidation of some extreme right parties has revolutionized the political landscape. These formations have increased their presence and influence in the mass media. Some studies highlight the role of the media in shaping the image of these groups. They argue that the media are capable of conditioning the success or defeat of ultra-right in different countries.

In Spain, information related to movements and extreme right-wing groups appear irregularly but significantly in different national newspapers. The present study analyzes how the spanish ultra-right groups are represented in the national written press. Through quantitative and qualitative techniques, this article investigates the characteristics of the coverage of these formations within the spanish specific paradigm. The investigation is based on a sample formed by the news about the spanish extreme right published throughout 2017 by the newspapers *El País*, *El Mundo* and *Diario Público*. An analysis has been applied that focuses on aspects such as the study of informative sources and the theories of the establishment of the agenda and Framing.

The results show the small and timely informative treatment of the spanish extreme right in the newspapers analyzed. The appearance of the extreme right in the press is related to controversial or violent subjects. Likewise, the analysis concludes that the most frequent frame is the one of conflict. In addition, the news stand out due to the shortage of sources coming from ultra-right groups. Definitely, the study shows that the national media transfer a negative image of the spanish extreme right formations.

Paraules clau: Ultradreta, extrema dreta espanyola, ultres, premsa, mitjans de comunicació, anàlisi quantitativ qualitativ

1. Introducció

Durant les celebracions del 9 d'Octubre de 2017 a València es van produir múltiples agressions protagonitzades per membres i simpatitzants de grups d'extrema dreta com *Hogar Social Madrid* o els *Yomus*. L'atac de la ultradreta valenciana va trencar la tradicional manifestació formada per partits, sindicats i altres entitats cíviques que reivindicaven la cultura i l'ús de la llengua. Dies després es van identificar fins a dotze sospitosos acusats d'impedir el normal seguiment de la marxa, de delictes d'odi i de desordre públic. Aquest violent episodi i les seues repercussions van tindre certa presència als mitjans de comunicació nacionals, amb els actors d'extrema dreta al centre de la informació. Successos com aquest conformen un tipus de notícia que apareix de forma periòdica als mitjans i que té com a protagonistes a grups d'ultradreta. L'aparició mediàtica de l'extrema dreta espanyola presenta diverses qüestions. Per exemple, és precís plantejar-se quin és el tractament dels mitjans de comunicació espanyols dels grups d'ultradreta, com plasmen aquesta problemàtica o quina presència ocupen els altres en la seua cobertura.

En alguns països europeus l'aparició de líders carismàtics d'extrema dreta com Le Pen, Haider, Bossi, Perot, Manning i Hanson ha provocat que aquestes formacions guanyen popularitat i l'atenció dels mitjans, gràcies a les habilitats mediàtiques dels seus dirigents (Mazzoleni, 2004). De la mateixa manera, l'èxit polític de la ultradreta europea ha suposat un augment de la seua presència als mitjans i de la seua influència en la societat. Sense anar més lluny, en les últimes eleccions al Parlament Europeu del 25 de maig de 2014, els partits populistes i d'ultradreta es van convertir en el centre de l'agenda política de diversos països del nostre entorn (Acha, 2012). Destaquen els èxits del Front National a França (25% dels vots), del UKIP britànic (26,77%), i els contundents resultats d'altres formacions populistes com les liderades per Geert Wilders a Holanda (13,32%), la Lliga Nord a Itàlia (6,15%), el FPÖ a Àustria (19,70%), els Demòcrates Suecs (9,70%) o el Dansk Folkeparti a Dinamarca (26,6%). A les eleccions nacionals d'alguns països europeus algunes formacions d'extrema dreta també han guanyat força (Sarrion, 2016), com ara Polònia, Hongria, Finlàndia, Suècia, Noruega, Dinamarca o la mencionada França.

Al contrari que a la resta d'Europa, des de 1982 l'extrema dreta espanyola es troba profundament dividida i els seus resultats electorals són escassos, factor que demostra un reduït suport social. Han fracassat successius intents de construir formacions d'àmbit estatal a causa dels seus resultats electorals exigus. A més a més, la renovació de lideratges i discursos no s'ha traduït en progressos a les urnes (Casals, 2000). Cap partit d'extrema dreta espanyol ha obtingut més de l'1% del vot en les eleccions nacionals dels últims anys (González-Enríquez, 2017). Hainsworth (2008) enquadra els casos d'Espanya, Irlanda i Portugal com un exemple de "fracàs" de l'extrema dreta sense cap representació als seus parlaments nacionals. Casals (2003) troba un dels principals motius de la quasi inexistència de l'extrema dreta espanyola en l'absorció que han fet d'aquesta altres partits conservadors. Així mateix, Florentín (1994) assenyala la manca d'un líder carismàtic, com l'austriac Haider o el francès Le Pen, com el principal problema de la ultradreta espanyola.

Tot i això, aquest sector ideològic suscita l'alarma social periòdicament i desperta l'atenció als mitjans de comunicació en relació a efemèrides nostàlgiques (les concentracions anuals del 12 d'octubre o del 20 de novembre, «20-N»), «trames negres» parapolicials (de les quals seria emblemàtic l'anomenat «caso GAL») i actes criminals (agressions racistes protagonitzades per skinheads). La seua ampla — i quasi permanent — ressonància social contrasta amb l'escassa entitat numèrica dels seus efectius. (Casals, 2000). Així mateix, Rodríguez Jiménez (2004) assegura que, a pesar de la irrellevància de l'extrema dreta a Espanya, existeix una base de la que es podrien beneficiar les noves formacions d'ultradreta fonamentada en el considerable augment d'episodis i actituds de violència xenòfoba des de finals de 1999.

Donada la periodicitat de l'aparició de notícies relacionades o protagonitzades per l'extrema dreta als mitjans espanyols és interessant analitzar com està representada en cadascuna de les situacions. De la mateixa manera, el naixement i el triomf de partits d'ultradreta a Europa, així com la seua relació amb els mitjans de comunicació, ens fa plantejar-nos com és la situació a Espanya. És rellevant examinar tots aquests punts des d'una perspectiva científica.

Aleshores, aquest estudi partirà de la hipòtesi de que, els mitjans de comunicació nacionals juguen un paper important en la confecció de la imatge de l'extrema dreta

espanyola i que, en certa mesura, condicionen la forma en la que es concebuda en la societat. La investigació es realitzarà a partir d'una mostra de notícies relacionades i protagonitzades per la ultradreta espanyola extretes dels diaris El País, El Mundo i el Diario Público.

En la investigació farem un estudi quantitatiu i qualitatiu que parteix d'un objectiu principal:

O1. Analitzar com retracta la premsa nacional als grups d'ultradreta espanyols.

A partir d'aquesta premissa plantejem nous objectius secundaris:

O.s1. Mesurar el nivell d'atenció de la premsa en conflictes o actors relacionats amb l'extrema dreta espanyola a través d'un anàlisi quantitatiu i qualitatiu.

O.s2. Investigar quins són els termes i les temàtiques més utilitzades per la premsa espanyola per a referir-se als grups d'ultradreta. Així com detectar si la identificació d'aquests grups és clara o bé confusa i imprecisa.

O.s3. Determinar quins enfocaments són més freqüents per a presentar els conflictes amb els grups d'extrema dreta espanyols en premsa.

O.s4. Realitzar un anàlisi de la importància que tenen les fonts informatives d'actors d'ultradreta a les notícies de la premsa espanyola.

2. Marc teòric

2.1. Ferramentes d'anàlisi: estudi de les fonts, teoria de l'Agenda Setting i teoria del Framing

S'ha parlat sovint del poder i la capacitat que tenen els mitjans de comunicació d'introduir temes en l'agenda mediàtica i de donar-li rellevància a determinades problemàtiques o de fer visibles a certs actors socials. Algunes perspectives teòriques exploren el paper del periodista en el procés de construcció de la realitat, l'enquadrament, la creació de notícies, la formació de l'agenda o la lògica mediàtica. Tots aquests elements són rellevants al nostre estudi dels mitjans de comunicació. Per aquesta raó,

als pròxims apartats procedirem a explicar l'estudi de les fonts, la conformació de l'anomenada Agenda Setting i la Teoria del Framing en relació a la present investigació.

2.1.2. Estudi de les fonts a la competència mediàtica.

Analitzar les fonts informatives és fonamental per a conèixer quina incidència tenen els actors d'extrema dreta en la informació i per a quantificar la seua presència a les notícies. Casero i López Radabán (2012) asseguren que l'estudi de les fonts informatives és essencial per a analitzar la competència mediàtica a l'hora de construir la realitat social. Sostenen que les fonts constitueixen un component bàsic del procés de producció i selecció periodística i que tenen la capacitat de condicionar decisivament el contingut (agenda) i l'enfocament (framing) de la cobertura informativa. Marauri, Rodríguez i Cantalapiedra (2012) insisteixen en la rellevància i importància de la quantitat i qualitat de les fonts utilitzades pels periodistes en la seua tasca informativa. Tal i com afirma Rodrigo Alsina (1989) "El nexa entre esdeveniment-font-notícia és central en la construcció de la realitat periodística" (p.19).

Per tant, determinar en quina mesura i com estan representades les fonts d'actors d'extrema dreta en la informació és un element a tindre en compte al treball que ens ocupa. De la mateixa manera, és rellevant concretar la naturalesa de les fonts a la informació. Si les fonts es presenten de forma activa, passiva o si directament no apareixen: una qüestió que determina el grau de presència i d'influència dels actors d'ultradreta espanyols a la informació.

Altres punts a destacar en aquest apartat és el llenguatge emprat a l'hora d'identificar i mencionar les fonts d'extrema dreta als mitjans de comunicació. A pesar de que els mitjans han sigut els principals proveïdors de definicions i classificacions de l'extrema dreta (Larralde, 2009), la terminologia per a descriure'ls és bastant inconsistent i confusa. Kluknavská (2012) enumera els termes més utilitzats dins d'una gran varietat: extrema dreta, extremisme de dreta, dreta radical, dreta radical populista, anticomunisme, ultradreta, ultra nacionalisme, populisme radical de dretes, populisme xenòfob, nacionalisme populista, racisme extremista, (neo) -fascisme o (neo) - nazisme. En aquest sentit, Mudde (2007) sosté que no hi ha unanimitat amb les definicions dels distints partits polítics considerats "d'extrema dreta" o "dreta radical populista"; normalment són arbitràries i confuses, en part per la influència dels mitjans de

comunicació que relacionen els conceptes de feixistes, neonazis, ultres o radicals. En la mateixa línia, Larralde (2009) destaca la freqüència amb la que els termes populista, ultra o neonazi son utilitzats com a sinònims.

Al nostre treball tractarem d'esclarir quines són les denominacions de l'extrema dreta més utilitzades per la premsa escrita nacional. Així mateix, comprovarem si la forma d'identificar la ultradreta és arbitrària o bé segueix algun patró.

2.1.3. Teoria de l'establiment de l'agenda

La Teoria de l'Agenda Setting és un dels estudis més importants i consistents dels mitjans de comunicació. Aquesta teoria va ser formulada per Maxwell McCombs i Donald Shaw (1972) i demostra la influència dels mitjans de comunicació en la configuració de l'agenda pública. És a dir, la capacitat dels mitjans de dirigir l'atenció de l'opinió pública cap a certs temes en un moment determinat. L'establiment dels temes de l'agenda sorgeix del procés de selecció i jerarquització de qüestions significatives de la realitat amb importància per a la societat. Carreón i Hernández Valdés (2015) defineixen l'establiment de l'agenda com un fenomen pel qual els mitjans de comunicació seleccionen una sèrie de temes i els transfereixen a les seues audiències en forma de reportatges, notícies, columnes o programes. D'Adamo, Freidenberg i García Beaudoux (2000) incideixen en aquesta idea:

L'Agenda-Setting function, entesa com la capacitat dels mitjans de comunicació de masses per a dirigir l'atenció pública cap a certes qüestions particulars, postula que els mitjans de comunicació tindrien la capacitat de dir als individus "sobre què" s'ha de pensar, a quines qüestions s'han de prestar atenció, amb la concomitant desatenció d'altres esdeveniments que podrien resultar també d'interès. (p.58)

És evident el pes que té l'establiment de l'agenda en la construcció i vertebració de la realitat mediàtica. Aplicar aquesta teoria a la present investigació ens permet analitzar i quantificar els temes que es relacionen amb l'extrema dreta espanyola als mitjans de comunicació. Així mateix, l'aplicació d'aquest estudi pot determinar si els grups d'extrema dreta tenen la capacitat de condicionar la configuració de l'Agenda Setting.

2.1.4. La Teoria del Framing en l'elaboració de notícies.

A partir de la dècada dels noranta, s'ha desenvolupat una investigació de la cobertura periodística coneguda com la Teoria del *Framing* o enquadrament. Aquest mètode

d'anàlisi, basat en avenços als camp de la sociologia interpretativa i la psicologia cognitiva, s'ha consolidat com un dels estudis més destacats dels mitjans de comunicació (Sádaba,2008).

La Teoria del *Framing* s'entén com el procés pel qual els mitjans de comunicació enquadren esdeveniments i seleccionen els aspectes de la realitat percebuda que tindran major importància en la informació; donant-li una definició concreta a cada problemàtica, una interpretació causal, una avaluació o un juí moral i/o una recomanació per al seu tractament (Entman,1993). "El concepte d'enquadrament noticios fa referència a la manera en la que un comunicador enfoca un tema i fixa una agenda d'atributs sobre el mateix" (Igartua, Muñiz i Cheng, 2005, p.148). Els *frames* son definits com a instruments cognitius que permeten donar-li sentit a la realitat externa (Snow i Benford, 1992)

Aquesta teoria funciona en diferents nivells de comunicació. Per una banda tracta d'explicar el sorgiment de tanta diversitat d'enquadraments davant un mateix fet o esdeveniment (Sádaba,2008),al mateix temps pretén explorar els efectes produïts per un determinat tipus de tractament de la informació. "El reflex de l'enquadrament mediàtic es coneix com a *efecte framing*, és a dir, el canvi que es produeix en les opinions i actituds a causa de subtils alteracions en la definició d'un problema" (Humanes, 2001,p.3).

Mazzoleni (2004) destaca l'impacte dels mitjans en les aptituds i opinions del públic respecte als grups d'extrema dreta a causa de determinats enquadraments:

Quan la retòrica i els debats populistes ressonen en la premsa o la televisió, i els comentaris noticiosos ofereixen al públic certes pistes de la interpretació (crítiques o favorables), es pot esperar que la percepció i el processament públic d'aquests esdeveniments reflexen en certa mesura els "*frames*" dels mitjans de notícies. (p.12)

Per tant, l'aplicació de la Teoria del *Framing* per al tema que ens ocupa és essencial per determinar quins són els enfocaments més freqüents a l'hora de representar els grups d'extrema dreta i establir amb quines temàtiques es relacionen més.

Ja que els acadèmics no han arribat a una definició unívoca del *framing* (Amadeo, 2002) i que no existeix una corrent acadèmica concreta que estudei els diferents enquadraments (López Radabán,2010), hem decidit utilitzar una classificació que s'adeqüe a les necessitats i característiques de la nostra investigació. A partir d'un enfocament deductiu, hem triat els cinc grans enquadraments que descriuen Semetko i

Valkenburg (2000): “atribució de responsabilitats”, “interès humà”, “conflicte”, “moralitat” “conseqüències econòmiques” . (Quadre 1)

Quadre 1. Tipologia dels enquadraments

Frame (enquadrament)	Definició
Atribució de responsabilitat	Emfatitza en l'atribució de responsabilitats (del govern, d'individus o grups específics) tant per originar (causes) com per a resoldre (conseqüències) un problema o esdeveniment determinat.
Interès humà	Mostra el problema o la informació des d'un angle emocional o humà, mitjançant la dramatització i la personalització per a captar l'interès del públic.
Conflicte	Accentua les discrepàncies, els retrets o els guanyadors i perdedors entre les parts del problema (individus, grups, institucions, partits polítics, països, etc.) com a mitjà de captació de l'interès de les audiències.
Moralitat	Al·ludeix al context ètic, moral o religiós, oferint prescripcions socials sobre com actuar d'acord a una ètica o religió particular.

<p>Conseqüències econòmiques</p>	<p>Subratlla les perdudes/ guanys futurs, els cost/despesa involucrat o les repercussions econòmiques que una acció pot deparar en individus, grups, institucions, regions o països.</p>
---	--

Taula elaborada per Fernández i Corral (2016) i basada en Semetko i Valkenburg (2000).

3. La ultradreta als mitjans de comunicació

3.1. Relació entre l'atenció dels mitjans de comunicació i l'èxit i el fracàs de l'extrema dreta.

Els últims anys, s'ha produït un creixement i una consolidació de partits que representen noves formes d'extremisme polític a Europa. Parlem de dos tipologies de formacions, l'extremisme de dreta i el populisme ultranacionalista. Partits que es declaren democràtics, sense cap tipus de rubor, i que han irromput en l'escena política europea (Rodríguez Jiménez , 2004).

Per a Mude (2007), els mitjans de comunicació exerceixen un paper important i altament complex en l'èxit i el fracàs d'aquests partits de dreta radical populistes. Aquest paper no s'ha explorat en investigacions anteriors i ha rebut poca atenció a nivell empíric en altres estudis científics socials (Schafraad, Wester i Scheepers, 2013; Mude, 2007). Les anàlisis anteriors que intenten explicar l'èxit de l'extrema dreta han ignorat l'entorn que proporcionen els mitjans de comunicació.

Partint de la idea de que els mitjans tenen un efecte perpetu sobre gran varietat d'aspectes de la realitat, l'evolució de l'extrema dreta no anava a ser menys. Mazzoleni (2004) considera la relació entre l'aparició de moviments neopopul·listes i l'acció mediàtica com un fenomen inevitable:

És una veritat que els mitjans de comunicació simplement no poden ignorar allò que és rellevant per a la notícia, i és clarament d'interès periodístic que els polítics desafien l'ordre existent, el seu llenguatge abrasiu, les seues protestes públiques i els temes emotius marcats per dirigents carismàtics. La cobertura de tot això pot suposar un suport

involuntari però concret per a les accions populistes, perquè els mitjans eventualment proporcionen un escenari nacional per als actors polítics, els fan "populars", difonen el seu missatge i els asseguren una "legitimació mediàtica". (p.2-3).

Més enllà del paper destacat dels mitjans, per a Mazzoleni (2004) la vertadera pregunta està en si en termes morals, els mitjans són enemics o amics de la dreta radical populista. Existeix un debat sobre si els mitjans han de ser considerats com a "facilitadors" de l'èxit d'aquestes formacions o com a barreres per al mateix. (Hernández-Carr, 2012).

Pel que fa al rol dels mitjans com a "facilitadors", Ellinas (2010) assegura que l'exposició dels mitjans pot atorgar prestigi i legitimitat a les crides més controvertides i donar la impressió que els nous polítics compten amb seguidors en massa. Els mitjans de comunicació es converteixen en un recurs polític que pot elevar els partits marginals de la foscor i introduir-los al corrent polític.

També, s'ha assenyalat que el tractament mediàtic de certes temàtiques com la immigració, la inseguretat ciutadana o alguns escàndols polítics coincideix amb el discurs de formacions i partits d'ultradreta i facilita el seu sorgiment o consolidació. Com a conseqüència, els mitjans estableixen una agenda favorable als partits d'extrema dreta (Mudde, 2007).

D'altra banda, Antón Mellón i Hernández-Carr (2016) destaquen la presència d'un líder carismàtic que domine els mitjans de comunicació de masses com un factor decisiu del seu triomf polític. Mazzoleni (2004) també subratlla la capacitat dels líders mediagènics o carismàtics de partits populistes de dreta radical. Sosté que aquests dirigents treballen amb els mitjans millor que els seus rivals polítics, fins i tot amb mitjans no simpatitzants de l'extrema dreta.

En relació a la idea de que els mitjans funcionen com una barrera per a l'èxit d'aquestes formacions, Hernández-Carr (2012) argumenta que "els mitjans de comunicació majoritaris presenten postures clarament contràries a qualsevol acció de violència o discriminació cap a una minoria" (p.47). Per aquesta raó, la repetició de notícies d'aquest tipus en un to crític pot generar indignació i deslegitimar i estigmatitzar les posicions dels partits ultres. Eatwell (2003) també destaca la capacitat dels mitjans de comunicació de liderar campanyes en contra d'aquestes formacions i dels seus dirigents.

No obstant això, alguns autors destaquen l'ambigüitat de la relació entre la ultradreta i els mitjans. Ellinas (2010) concreta que aquesta relació varia en funció del context i de les circumstàncies de cada país. En alguns casos, els mitjans de comunicació han ajudat l'extrema dreta a aprofitar les oportunitats polítiques disponibles al mercat electoral i a assolir avenços polítics, mentre que en d'altres han bloquejat la seua entrada al discurs polític dominant. Larralde (2009) subratlla aquesta varietat:

La conducta a ambdós costats del canal no podia ser més contrastant, mentre que a França Le Pen és un convidat habitual a les tertúlies i debats televisius, la BBC anglesa es nodreix de reportatges d'infiltrats que posen de manifest les "sinistres" intencions del BNP i el seu líder. (p.14-15)

No obstant això, l'autor concreta que la cobertura de la que gaudeixen Le Pen i el FN seria impensable en altres països com Alemanya o Espanya, reforçant la idea de que el tractament informatiu serà diferent segons el context i la situació política i cultural de cada país. Per a Mude (2007) hi ha períodes en els que els actors mediàtics significatius són amics explícits o implícits dels mitjans i altres en que són enemics. És més, sosté que en la majoria de períodes són ambdós al mateix temps, exposant temes clau de la dreta radical populista i denunciant-la simultàniament.

3.2. Representació de l'extrema dreta als mitjans de comunicació.

Com comentàvem a l'apartat anterior, la relació entre els mitjans de comunicació i les formacions d'ultradreta es manifesta de diferents formes. Trobem des de posicions enfrontades a aliances i col·laboracions. Per tal de classificar-les, Van Donselaar (1998) proposa un model d'interacció entre els mitjans de comunicació i l'extrema dreta, que inclou tres estratègies mediàtiques: la primera consisteix en ignorar sistemàticament l'extrema dreta, també anomenada com la "política d'atenció mínima". En aquest cas, si els mitjans informen sobre l'extrema dreta la mantindran en un espai menut i poc visible del diari. La segona estratègia consisteix en estigmatitzar l'extrema dreta. La utilització d'associacions amb nazis o grups extremistes i violents apunta al lector en una direcció negativa quant a la seua consideració de la ultradreta. I la tercera suggereix una anàlisi de la presència d'una ideologia d'extrema dreta implícita en la cobertura dels mitjans.

En tot cas, segons Mazzoleni (2004) els mitjans normalment presenten aquests partits i moviments centrar-se en temes dramàtics, polèmics i transitoris; en compte d'optar per

una anàlisi ben estudiada, reflexiva i substancial dels contextos socials del moviment i les implicacions del seu èxit. Un dels temes i aspectes que més es relaciona amb aquestes formacions és la violència. Koopmans i Olzak (2002) demostren una relació directa entre l'augment de la violència i la cobertura mediàtica de grups d'ultradreta a Alemanya. Donada la freqüència d'aquestes associacions i a causa d'altres evidències, per a Eatwell (2003) la relació entre els mitjans i la ultradreta generalment és hostil. Els mitjans tendeixen a oposar-se a les diferents campanyes d'aquestes formacions. Per exemple, a Àustria, França, Itàlia, Austràlia i Canadà, els mitjans informen (a vegades favorablement, en la seua majoria críticament) sobre les polítiques antiimmigració dels moviments neopopulistes (Mazzoleni, 2004). La tendència de representar als partits d'ultradreta amb una connotació negativa també apareix a Espanya. López Ortega (2017) destaca el paper dels mitjans de comunicació en la percepció del partit d'extrema dreta España 2000. Els mitjans nacionals difonen una imatge negativa de la formació, amb reportatges televisius, notícies als periòdics o periodistes infiltrats. L'enfocament negatiu dels mitjans de comunicació dóna lloc a una imatge mediàtica que distingeix l'extrema dreta dels partits normals emfatitzant en les seues característiques controvertides. Aquesta imatge mediàtica es pot descriure com la del *controversial outsider* (Schafraad, Wester, Scheepers, 2013).

4. Metodologia

4.1. Tècnica

Amb l'objectiu de determinar com retracta la premsa espanyola als grups d'extrema dreta hem aplicat l'estudi dels mitjans de comunicació de l'anàlisi del contingut. Aquest mètode li dona sentit a la informació, a través de l'anàlisi i la interpretació (Victoria Espin, 2002). En la seua definició clàssica, Berelson (1952) la presenta com una tècnica d'investigació dirigida a la descripció objectiva, sistemàtica i quantitativa del contingut de les comunicacions, amb la finalitat d'interpretar-les. L'anàlisi del contingut té dos dimensions que tractarem a la nostra investigació, la vessant quantitativa i la qualitativa. El primer es centra en arreplegar, processar i analitzar dades quantitatives o numèriques en base a variables prèviament determinades. Aquest tipus d'investigació també estudia l'associació o relacions entre les variables quantificades. Per la seua part, l'anàlisi

qualitatiu funciona com un mecanisme de generació d'idees, teories o hipòtesis. A partir de l'ús de categories, les dades son filtrades en base als criteris de l'investigador (López Noguero, 2002).

Al nostre estudi utilitzarem la tècnica d'investigació del contingut quantitatiu i qualitatiu. S'ha considerat que aquest mètode és ideal per al present treball, ja que ens permet analitzar diferents aspectes de la informació al llarg d'un període de temps determinat. Així mateix, els resultats que obtinguem podran ser contrastats, comparats i descrits en profunditat.

4.2. Mostra i criteris de selecció

En primer lloc, hem establert un estudi longitudinal de notícies relacionades directament amb grups d'extrema dreta espanyols al llarg d'un any sencer, 2017. A primer cop d'ull, la cobertura mediàtica d'aquesta problemàtica a Espanya és reduïda. Donada l'escassetat de material als diaris espanyols, només s'ha delimitat un any com a punt de partida de l'estudi. Aquest període temporal és idoni per a apropar-se i esclarir la repercussió i la trajectòria de la relació entre la premsa i l'extrema dreta al paradigma concret espanyol.

Com a fonts i part fonamental de la mostra s'han seleccionat tres periòdics d'àmbit nacional: El País, El Mundo i el Diario Público. Els dos primers són referents informatius i estan catalogats com alguns dels mitjans més difosos a Espanya. Ambdós registren una mitjana de tirada de 175.041 i 97.162 respectivament, segons dades de 2017 de la *Oficina de Justificación de la Difusión* (OJD). Per la seua part, el portal web del Diario Público té una considerable audiència de 4,2 milions de lectors al mes (OJD, 2017).

Altre atractiu és la diferència editorial entre els tres mitjans , així com la varietat de públics als que es dirigeixen cadascun. *La Asociación de la Prensa de Madrid* (2010) situa El País al centre-esquerra de l'espectre polític. El Público es considerat com un mitjà progressista i El Mundo es troba entre el centre-dreta i la dreta a nivell ideològic. Per tant, cadascú té punts de vista distints i presenta un enfocament diferent de la informació. L'elecció d'aquests mitjans serveix, a més a més, per confrontar-los.

Els tres diaris compten amb una versió digital del seu contingut amb una secció d'hemeroteca. Aquestes bases de dades han sigut consultades per extraure els articles

estudiats. A partir d'una recerca específica en les bases de dades dels tres mitjans hem recopilat la mostra. Es va partir de l'etiqueta "ultraderecha" als buscadors per trobar tota la informació relacionada.

L'estudi es centra exclusivament en peces periodístiques informatives, en concret notícies. S'han descartat els articles d'opinió i altre tipus d'informacions, ja que haurien de ser analitzades d'una forma diferent pel seu to subjectiu i interpretatiu. En total, s'han registrat 776 peces informatives que fan referència a la ultradreta, d'aquestes s'han extret 101 notícies que es centren exclusivament en la ultradreta espanyola: 33 notícies de El País, 26 de El Mundo i 42 de el Diario Público (Taula 1).

Taula 1. Disseny i distribució de la mostra

Any	El País	El Mundo	Diario Público	Total
2017	33	26	42	101

Elaboració Pròpia

4.3. Procediment

La mostra està composta per un total de 101 peces periodístiques. Com hem comentat anteriorment, s'aplicarà un estudi del contingut quantitatiu i qualitatiu. Hem elaborat un model d'anàlisi que exposa les principals variables que volem tractar. Aquest prototip s'emprarà a cadascuna de les notícies que conformen la mostra.

En primer lloc, s'atendran les qüestions formals de les diferents peces informatives (Taula 2). S'establirà la data de cada notícia, així com un títol que la identifique. Així, es podrà formar una línia temporal amb totes les notícies de 2017 dels tres mitjans. D'altra banda, observarem quina és la extensió més freqüent de les peces a partir de tres variables: Notícies breus, de menys de 150 paraules; notícies de llargària mitjana entre 150 i 400 paraules o peces de llarga extensió, de més de 400 paraules. Per últim, determinarem la ubicació de la informació entre les diferents seccions dels diaris entre "Sociedad", "Política", "Actualidad", "España"...

Pel que fa als paràmetres de contingut, (Taula 3) comprovarem si la ultradreta està identificada d'una forma imprecisa, indefinida, o si directament no apareix als titulars de les notícies. Així mateix, quantificarem el nombre de fonts d'actors d'ultradreta que apareix en cada notícia. En la mateix línia, revisarem la importància que tenen les fonts informatives d'actors d'extrema dreta a la informació. Es determinarà si la seua presència a les notícies és activa, els actors estan parafrasejats o citats a les notícies; passiva, els actors només estan nomenats o mencionats o si directament no es troben representats.

També, estudiarem el llenguatge utilitzat pels mitjans a l'hora d'identificar als membres i les agrupacions d'extrema dreta. Es mesurarà quins són els termes més utilitzats per a referir-se a aquestes fonts de l'extrema dreta a la premsa espanyola: "ultras", "nacionalistas", "ultraderecha", "neonazis" etc.

De la mateixa manera, delimitarem les temàtiques que més es relacionen amb els grups d'extrema dreta. Per últim, ens centrarem en desenvolupar la Teoria del Framing aplicada al present estudi. En concret, agafarem com a punt de partida la classificació que proposen Semetko i Valkenburg (2000).

Taula 2. Paràmetres de classificació formals.

Variables	Categories
Data de publicació	1/1/2017
	2/1/2017
	...
Mitjà	El País
	El Mundo
	Diario Público
Extensió	Menys de 150 paraules
	Entre 150 – 400 paraules
	Més de 400 paraules
Secció	Sociedad
	Política
	España
	Actualidad
	Cataluña
	Comunidad Valenciana
	Altres: Indicar:

Elaboració Pròpia

Taula 3. Paràmetres de classificació del contingut.

Variables	Categories
Titulars	Ultradreta identificada
	Ultradreta identificada de forma imprecisa
	Ultradreta no identificada
Nº de fonts	0
	1 – 3
	4 – 6
	Més de 6
Presència de les fonts	Activa
	Passiva
	Sense fonts
Denominacions de l'extrema dreta	Neonazis
	Nazis
	Derecha radical/ radicales
	Ultras
	Populistas
	Ultraderecha
	Extrema derecha
	Fascistas
	Nacionalistas
	Extremistas
Altres: Indicar:	
Temes	Controvèrsia
	Violència
	Racisme/xenofòbia/islamfòbia
	Homofòbia
	Nacionalisme
	Actes criminals
	Conflicte jurídic
	Actualitat política
	Actuació policial
	Altres: Indicar:
Frames	Conflicte
	Impacte humà
	Moralitat
	Factors econòmics
	Atribució de responsabilitats

Elaboració Pròpia

5. Exposició dels resultats

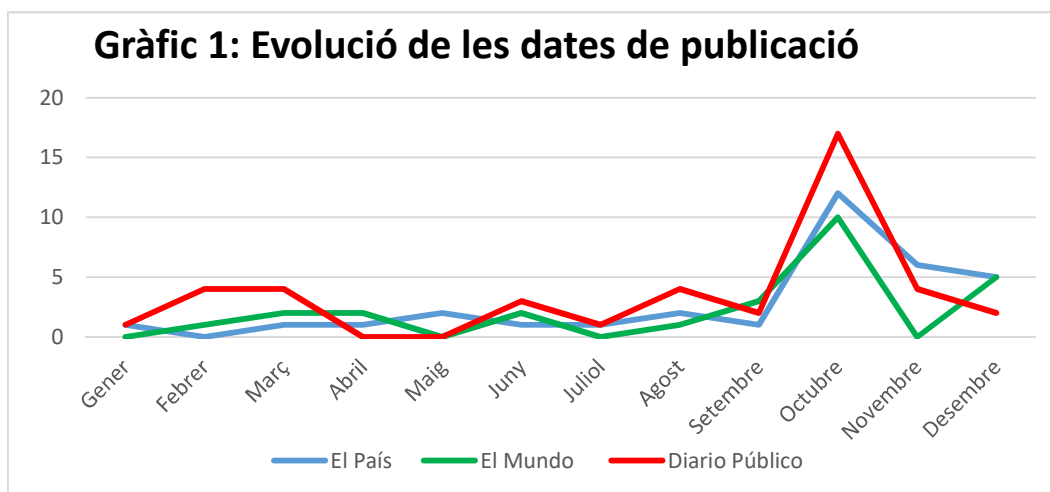
A continuació, procedim a exposar els resultats obtinguts de l'anàlisi quantitatiu i qualitatiu aplicat a la mostra. En línies generals s'observa una tendència informativa prou pareguda als tres mitjans estudiats. Tanmateix, trobem alguns aspectes i diferències que s'han d'apuntar.

5.1. Resultats a nivell formal

De les 776 peces informatives que fan referència a la ultradreta als tres periòdics només un 13 % es centra en l'extrema dreta espanyola. Com ja havíem comentat a l'apartat anterior s'han registrat un total de 101 peces periodístiques relacionades amb la ultradreta espanyola al llarg de 2017.

Pel que fa a les dates de publicació, la freqüència en la que apareixen notícies de la ultradreta espanyola és molt reduïda i irregular als tres periòdics. Fins i tot, alguns diaris no han publicat cap notícia en certs mesos. La mitjana de publicacions de cada periòdic al mes és de 2'8 notícies a El País, 2'16 a El Mundo i 3'4 al Diario Público. Dins d'aquesta escassa cobertura, El Mundo és el diari que menys notícies ha publicat a 2017 amb 26 peces. Seguidament, estaria El País amb 33 notícies. Per últim, al Diario Público s'aprecia un major seguiment de l'actualitat dels ultres amb un total de 42 notícies. A nivell general trobem cert augment del volum de notícies al llarg de l'any. Al mes d'octubre es registra un màxim amb un total de 39 notícies publicades entre els tres diaris (Gràfic 1). En tot cas, la freqüència de les publicacions no deixa de ser molt irregular.

També, s'ha comprovat que un 57 % de les notícies estudiades es queden en fets aïllats. És a dir, que no tenen un seguiment informatiu actiu per part dels periòdics al llarg d'un període de temps determinat. Només els casos més mediàtics compten amb més d'una notícia diferent que demostre una evolució informativa. Per exemple, les notícies de la violència i els atacs d'ultres al 9-O. El País publicà 5 notícies, El Mundo 8 i el Diario Público 4. Als tres casos, s'exposen diferents vessants del mateix fet a través de diverses peces periodístiques i al llarg dels mesos d'octubre, novembre i desembre.

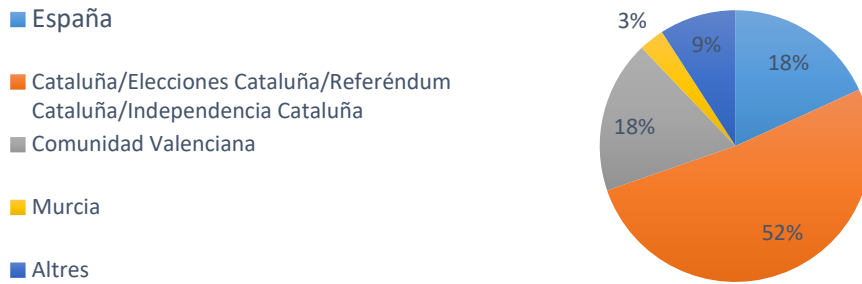


Elaboració Pròpia

Quant a l'extensió de les peces analitzades, als tres periòdics hi ha una tendència comú cap a la publicació de peces llargues. De les 101 notícies, un 70 % supera les 400 paraules. Aquest percentatge es repeteix als tres diaris d'una forma aproximada. En canvi, un 28 % de les notícies té una extensió mitjana amb un marge d'entre 150 i 400 paraules. Per la seua part, l'aparició de notícies breus és més bé anecdòtica i no és massa freqüent en cap mitjà. Podem afirmar, per tant, que les notícies relacionades amb la ultradreta es caracteritzen per la seua llarga extensió en premsa. Cal destacar que aquesta extensió no varia en funció del mes o l'època de l'any. Tampoc ho fa dependent del tema o l'enfocament de la notícia.

Respecte a la ubicació de les notícies trobem que les seccions més habituals són *Política*, *Sociedad* i algunes seccions autonòmiques com *Comunidad Valenciana*, *Cataluña*, *Madrid* o *Andalucía*. Cadascun dels mitjans té una forma de distribuir aquest tipus de notícies. La classificació per seccions de El País és majoritàriament a nivell autonòmic. És especialment destacable la quantitat de peces que s'enquadren en l'apartat de *Cataluña*, així com l'aparició de seccions especials relacionades amb aquesta regió com ara, *Independencia Cataluña*, *Referéndum Cataluña* o *Elecciones Cataluña*. Les altres seccions més habituals són d'altres autonomies com ara *Murcia* o *la Comunidad Valenciana*. En canvi, només 6 notícies formen part d'una secció nacional anomenada *España*. La resta de notícies s'enquadren en diferents seccions que no es repeteixen i que hem catalogat com a altres.

Gràfic 2: Seccions de El País



Elaboració Pròpia

A El Mundo es combina la classificació de les notícies a seccions autonòmiques amb altres apartats a nivell nacional. Al contrari que a El País, les peces relacionades amb Catalunya s'enquadren en les seccions de *Política* i *Sociedad*. Després, un percentatge molt reduït de notícies apareix en altres seccions com *Sucesos*, *Tribunales* o *Televisión*. El gràfic 3 arreplega aquesta ambigüitat de seccions a El Mundo.

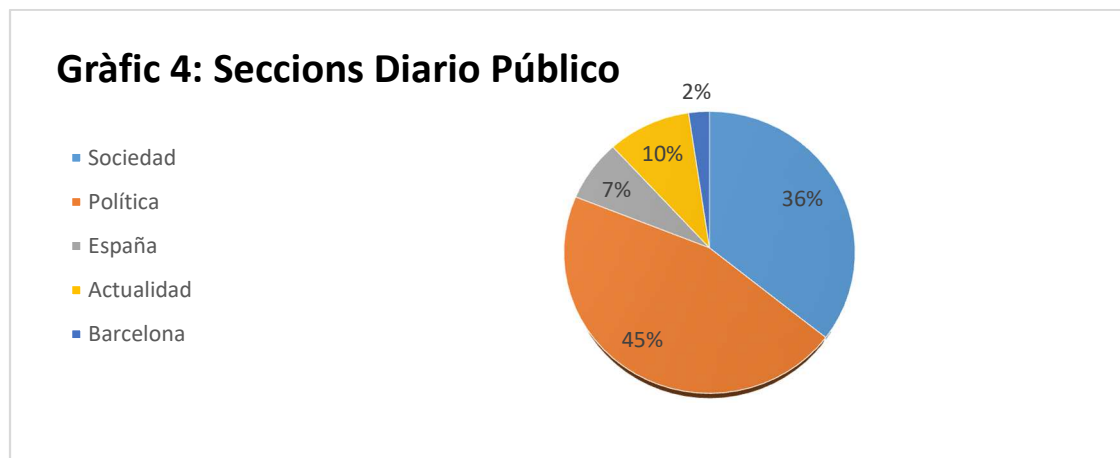
Gràfic 3: Seccions de El Mundo



Elaboració Pròpia

Per la seua part, el Diario Público no acostuma a classificar les seues notícies per seccions autonòmiques (Gràfic 4). *Política* i *Sociedad* són les seccions més freqüents a l'hora d'afrontar informacions relacionades amb la ultradreta espanyola. La diversitat de seccions als tres diaris suggereix que les informacions relacionades en la ultradreta

poden tindre un caràcter regional i autonòmic, com és el cas de El País o poden introduir-se a seccions de pes dels diaris com ara *Sociedad i Política*.



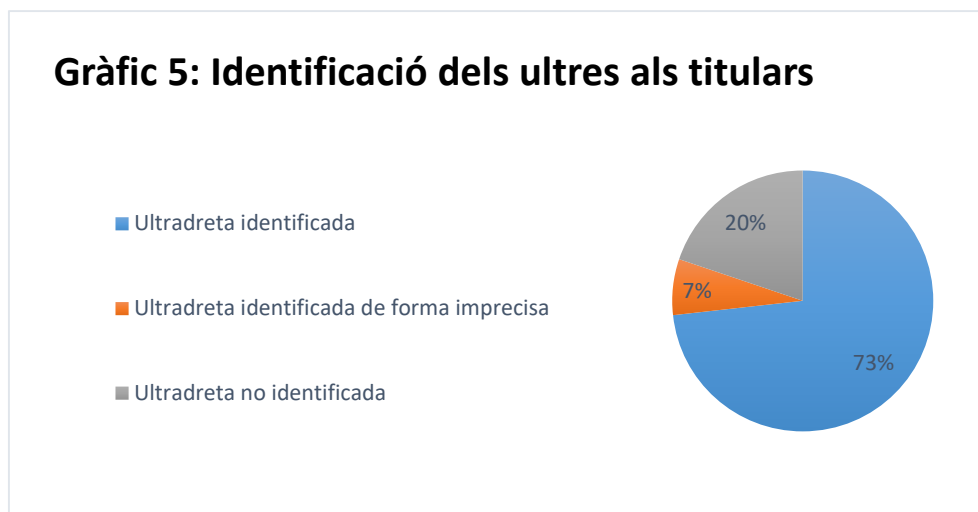
Elaboració Pròpia

5.2. Estudi de les fonts i identificació de la ultradreta a la informació

Passem a exposar els resultats de l'anàlisi del bloc de titulars de les 101 peces periodístiques. En la major part dels casos, la ultradreta espanyola es troba identificada d'una forma precisa i clara a tots els titulars. En un 74 % de les notícies, la ultradreta està identificada correctament. Només en un 20 % de les notícies els ultres ni tan sols apareixen i en un 7 % de les peces estan identificats d'una manera imprecisa (Gràfic 5). Al Diario Público s'anomenen i assenyalen les fonts d'ultres d'una forma unànime als titulars. En un 97 % de les peces estan identificats directament. A El Mundo és més freqüent trobar-se titulars on aquests grups i individus no son indicats (54 %), encara que després el text estiga protagonitzat per la ultradreta. En contra, a un 31 % de les seues notícies, sí que s'indiquen i en un 15 % estan identificats d'una forma imprecisa. Per la seua part, El País identifica els ultres en un 76 % de les seues notícies, en un 9 % ho fa de forma imprecisa i al 15 % de les peces la ultradreta no es mencionada.

Al present estudi també s'ha analitzat el llenguatge que utilitzen els mitjans de comunicació per a referir-se als grups d'ultradreta espanyols. Els resultats suggereixen que no existeix un patró determinat per anomenar aquests individus i grups. En tot cas, les denominacions més freqüents als tres diaris són *Ultraderecha*, *Ultras* i *Extrema derecha*. El terme que més utilitza El País és el de *Ultras* (45 %), seguidament estaria *Ultraderecha* (22 %) i *Extrema derecha* (20 %). Denominacions com *Neonazis*, *nazis* o

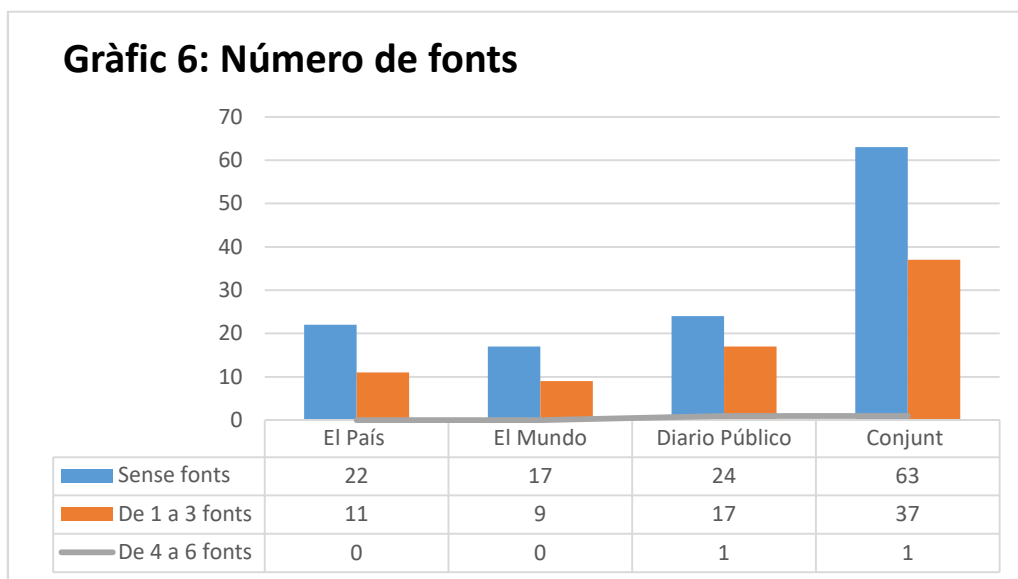
nacionalistas es redueixen a un parell de mencions. Al cas de El Mundo, el terme que més apareix és el de *Ultraderecha* (45 %). Després, *Ultras* (20 %) i *Ultraderecha* (45 %) també tenen una presència important. A El Público, *Ultraderecha* també és el concepte més utilitzat. Tanmateix, al contrari que als altres dos mitjans és freqüent també la utilització de les denominacions de *neonazis* (19 %), *fascistas* (6 %) o *nazis* (7%).



Elaboració Pròpia

Respecte al tractament de les fonts, els tres mitjans mantenen moltes semblances (Gràfic 6). Les notícies es caracteritzen per l'escassa utilització de fonts provinents d'actors d'extrema dreta. La quantitat de fonts oscil·la entre l'absoluta absència o l'aparició d'una a tres fonts. Només 38 notícies de les 101 peces analitzades de la mostra compten amb fonts de la ultradreta espanyola. En total, un 62 % de les notícies no utilitza cap font d'aquest tipus, en un 37 % s'empren de una a tres fonts d'aquests grups i a l'1 % de la mostra apareixen de quatre a sis fonts. Aquestes dades són molt similars als periòdics analitzats. A El País, el 67 % de les notícies no té fonts i a El Mundo el 65 % del total. El Diario Público és el mitjà que utilitza més fonts d'ultres (40 %), però també és el diari que ha publicat més notícies. En tot cas, és l'únic periòdic que supera les quatre fonts en una de les seues notícies.

Si ens centrem en la naturalesa de les fonts utilitzades trobem que la majoria apareix de forma activa en la informació. De les 38 notícies amb fonts, al 61 % els actors d'ultradreta estan parafrasejats o citats directament i a un 39 % les fonts apareixen de manera passiva, només es mencionen.



Elaboració Pròpia

5.3. L'Agenda temàtica

Pel que fa a l'estudi dels temes relacionats amb la ultradreta espanyola, l'anàlisi demostra una tendència general cap a l'associació de l'extrema dreta amb assumptes com la controvèrsia (25 %), el conflicte jurídic (14 %), l'actualitat política (14 %) i la violència (13 %). Altres vinculacions freqüents són el nacionalisme espanyol (7 %), l'actuació policial (7 %), les discriminacions racistes, xenòfobes i d'islamfòbia (4 %) o l'homofòbia (2 %).

Després d'una revisió de la mostra s'ha elaborat una llista de les temàtiques (Quadre 2) que apareixen i es repeteixen més en les informacions relacionades amb l'extrema dreta espanyola a la premsa nacional.

Quadre 2. Temàtiques recurrents a la premsa espanyola

Temes	Definició
Controvèrsia	Presentació mediàtica dels grups d'extrema dreta que destaca aspectes polèmics del grup o de la plataforma.

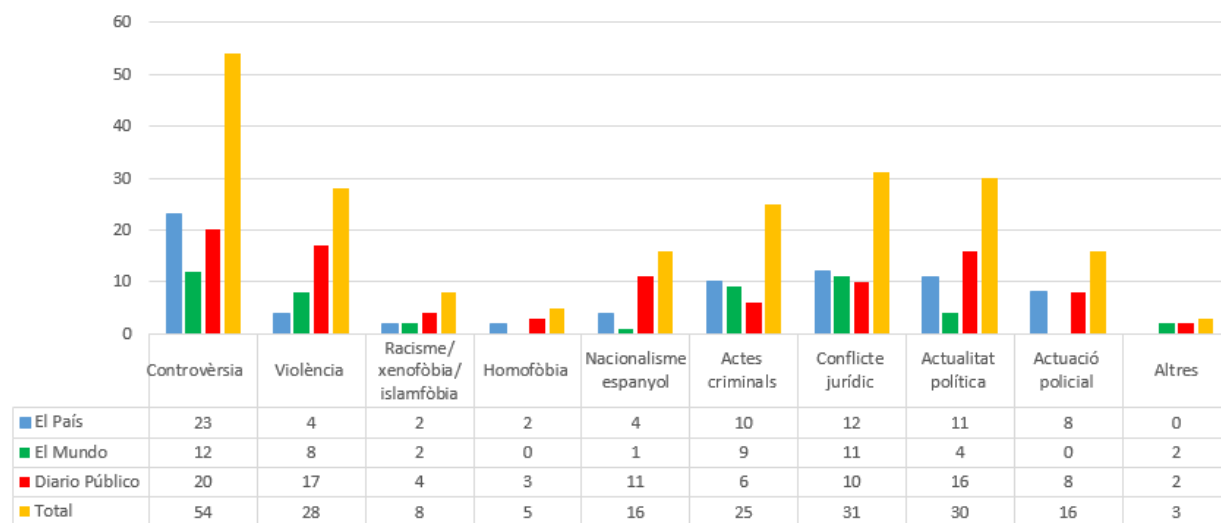
Violència	Agressions, atacs i episodis que relacionen la violència amb els grups d'ultradreta.
Racisme/xenofòbia/islamfòbia	Es fa visible a la informació una mostra d'aquestes discriminacions per part de la ultradreta.
Homofòbia	Mostra d'aquesta discriminació causada per l'extrema dreta.
Nacionalisme	Relació directa entre les accions dels grups ultres i mostres de nacionalisme espanyol.
Actes criminals	Destrucció a la via pública. Pintades amb simbologia feixista i neonazi, provocació d'incendis, amenaces i ocupacions de diferents edificis.
Conflicte jurídic	Processos judicials. Acusacions i denúncies contra individus ultres.
Actualitat política	Introducció en el panorama polític del moment. Ja siga a través d'aparicions i activitat en un context electoral i de representació política com per altres motius.
Actuació policial	Detenció o intervenció de les forces policials.

Elaboració Pròpia

En línies generals, s'ha comprovat que els mitjans de comunicació relacionen temàtiques polèmiques i amb una connotació negativa amb l'extrema dreta espanyola. Com pot apreciar-se al gràfic 7, el tema de la controvèrsia és el més destacat als tres mitjans. No obstant això, existeix certa heterogeneïtat temàtica i cada periòdic destaca més uns temes sobre altres. Per exemple, a El País es ressalten temes com el conflicte jurídic (16 %), l'actualitat política (14 %) o els actes criminals (13 %). En la mateixa línia, El Mundo accentua temes com el conflicte jurídic (22 %) i els actes criminals (18 %), però també li dóna gran importància a la violència (16 %). Per la seua part, el Diario Público destaca

els temes de la violència (18 %), l'actualitat política (16 %) i el conflicte jurídic. A més a més, és l'únic periòdic que li dona pes al nacionalisme espanyol en un 11 % de les seues notícies. Cal destacar que totes les notícies que relacionen la ultradreta i l'actualitat política també s'associen a altres temes com la violència o la controvèrsia.

Gràfic 7: Distribució de les temàtiques



Elaboració Pròpia

5.4. Framing i grups d'ultradreta a la premsa

Per últim, passem a detallar els resultats de l'estudi de *frames* de les diferents peces periodístiques. Com podem observar al quadre 3, el *frame* de conflicte és el més freqüent a la mostra. Aquest enquadrament representa la meitat de la mostra analitzada (50 %). A continuació, està el marc d'atribució de responsabilitats que suposa un 43 % del total. Els altres *frames* no tenen gran incidència i no són molt utilitzats pels mitjans. El marc de moralitat només apareix al 6 % de les notícies, el d'impacte humà a l'1 % i el *frame* de factors econòmics en cap notícia.

Centrant-nos en els dos *frames* més utilitzats, podem establir quines són les temàtiques que apareixen amb major preponderància relacionades amb aquests enfocaments. L'enquadrament de conflicte es vincula a temes com la controvèrsia (29 %), la violència (17%), l'actualitat política (15 %) i els actes criminals (11%). Per la seua part, el marc de l'atribució de responsabilitats normalment s'associa a aspectes d'indole jurídica (23 %). O bé, apareix relacionat amb temes com la controvèrsia (19 %) , els actes criminals (14 %) i l'actualitat política (13 %). Encara que l'enquadrament de conflicte siga el més

utilitzat, el marc d'atribució de responsabilitats també té gran importància en alguns dels mitjans. Per exemple, El Mundo utilitza aquest enquadrament en un 46 % de les notícies, al igual que el *frame* de conflicte (46 %).

Quadre 3: Enquadraments a la premsa espanyola

Enquadrament (Frame)	El País	El Mundo	Diario Público	Total
Conflicte	17	12	22	51
Atribució de responsabilitats	13	12	18	43
Moralitat	3	1	2	6
Impacte humà	0	1	0	1
Factors econòmics	0	0	0	0

Elaboració Pròpia

6. Conclusions i discussió

Per a finalitzar, s'exposarà la discussió dels resultats obtinguts a l'anàlisi i s'explicaran les conclusions més importants derivades de la investigació. Així mateix, els resultats es compararan amb altres estudis relacionats detallats a la revisió de la literatura. De la mateixa manera, tornarem als objectius i la hipòtesi que es plantegen a l'inici del treball i comprovarem si s'han complit o no.

En primer lloc, cal destacar que el tractament informatiu de la ultradreta espanyola es caracteritza per la seua escassetat i irregularitat. L'extrema dreta espanyola ocupa un espai quasi marginal a la cobertura dels periòdics nacionals. A 2017, els diaris analitzats van seguir més de prop l'actualitat de la ultradreta europea o nord-americana que l'espanyola. De les 776 notícies dels tres periòdics sobre la ultradreta, només el 13 % es centra en organitzacions i partits ultrs espanyols. Aquestes dades contrasten amb les d'altres estudis que demostren una aparició recurrent d'aquests grups als mitjans, sobretot en èpoques electorals. La ultradreta espanyola apareix a la premsa nacional d'una forma més esperpèntica. A més a més, les notícies no tenen continuïtat

informativa, normalment la presència dels ultres als mitjans respon a casos aïllats, sense transcendència al llarg del temps. Encara que la quantitat de notícies relacionades amb els ultres siga reduïda, l'extensió de les peces publicades normalment és llarga. Als tres mitjans analitzats les notícies solen superar les 400 paraules. De tal manera, quan es tracta l'extrema dreta espanyola als mitjans es fa en profunditat.

La localització de la informació relacionada amb la ultradreta per seccions presenta diferències en funció del periòdic. La tònica general és situar les notícies relacionades amb els ultres a les seccions de *Política*, *Sociedad* o a seccions de tall autonòmic. A El País, les notícies de la ultradreta espanyola són relegades a un plànol més autonòmic, ja que gran part de les peces del diari s'emmarquen en aquest tipus de seccions. En canvi, en aquest sentit el Diario Público li dona gran importància a la ultradreta i quasi sempre la situa a les seccions de *Actualidad* i *Política*. En qualsevol cas, no existeix un patró a l'hora de classificar aquest tipus de notícies a la premsa nacional.

D'altra banda, la utilització de fonts d'actors d'extrema dreta als periòdics analitzats és molt escassa. La majoria de les notícies no compta amb cap font de líders, simpatitzants, integrants o portaveus de la ultradreta espanyola. En altres països europeus alguns líders carismàtics de l'extrema dreta traslladen el seu missatge als mitjans de comunicació de masses (Antón Mellón, Hernández-Carr, 2016; Mazzoleni, 2004; Eatwell, 2007), a Espanya no apareixen fonts d'aquest tipus, ja que la ultradreta espanyola no compta amb aquest perfil de líder mediàtic i influent (Florentin, 1994; Casals 2000; Rodríguez Jimenez, 2004). En tot cas, les poques fonts que apareixen ho fan d'una forma activa en la informació, amb declaracions literals. No obstant això, les notícies que empren aquest tipus de fonts, només en gasten entre una i tres en l'elaboració de la informació. Per tant, podem afirmar que l'extrema dreta espanyola no es beneficia del discurs dels mitjans. No aconsegueix utilitzar els mitjans com un altaveu dels seus missatges ni com una via per a guanyar seguidors com alguns dels seus homònims europeus.

La terminologia emprada pels periòdics analitzats per a referir-se a aquests grups es caracteritza per la seua ambigüïtat. Al igual que a altres estudis, el llenguatge utilitzat pels mitjans és variable i freqüentment s'utilitzen diferents termes identificadors de l'extrema dreta com a sinònims (Mudde, 2007; Larralde, 2009; Kluknavska, 2012). Tot i

això, l'anàlisi demostra que els termes més utilitzats per la premsa nacional són *Ultraderecha*, *Extrema derecha* i *Ultras*.

Així mateix, l'estudi demostra que els tres mitjans analitzats utilitzen l'estratègia mediàtica d'estigmatitzar els partits d'ultradreta proposada per Van Doonselar (1998). En aquest sentit, el *Diario Público* ho fa d'una forma més persistent. A banda de publicar un major número de notícies i de situar-les a seccions d'importància del diari, aquest mitjà relaciona la ultradreta amb el feixisme i identifica aquests grups com a neonazis o nazis. A més a més, criminalitza la seua activitat i és contundent a l'hora d'identificar-los als titulars. D'altra banda, els mitjans analitzats també utilitzen l'estratègia de "política d'atenció mínima". Evidentment els mitjans analitzats tracten la informació relacionada amb la ultradreta, ja que no es pot obviar el seu valor noticiable (Mazzoleni, 2004), però no es publiquen quasi notícies i la informació relacionada amb els ultres espanyols no té pes als diaris.

Ja siga a través de l'estigmatització mediàtica o la poca visibilitat d'aquestes formacions a la premsa, l'estudi demostra que els mitjans nacionals representen l'extrema dreta espanyola amb una connotació negativa. Mude (2007) afirma que els mitjans de comunicació tenen un efecte directe sobre la ultradreta i que condicionen l'èxit o el fracàs d'aquestes formacions. En aquest cas, la cobertura mediàtica negativa i marginal dels periòdics analitzats podria ser considerada com un factor més del fracàs d'aquestes formacions a Espanya.

La projecció d'aquesta imatge d'animadversió es destaca també pels temes i els enquadraments que es relacionen amb la ultradreta a la premsa. Les temàtiques que s'associen a aquests grups sempre tenen una connotació negativa, es comprova una tendència cap a la polèmica a l'hora de representar i tractar informació sobre aquestes formacions (Mazzoleni, 2004). Els mitjans analitzats relacionen la controvèrsia, la violència o el conflicte jurídic amb l'extrema dreta espanyola. A més a més, cal destacar que la ultradreta espanyola no apareix als mitjans en un context suposadament democràtic i electoral, al contrari que altres formacions de les mateixes característiques a Europa. S'ha comprovat que la seua forma d'accedir a l'actualitat política del moment és a través d'assumpes polèmics o violents. Pel que fa als diferents enquadraments, l'estudi determina que existeix una major preponderància del *frame* de conflicte.

Seguidament, el més utilitzat és el *frame* d'atribució de responsabilitats. En ambdós casos, els enquadraments es relacionen amb temàtiques negatives.

Els resultats aconseguits ens permeten demostrar la nostra hipòtesi de partida de que els mitjans de comunicació nacionals tenen un paper determinant en la formació de la imatge dels partits i grups d'extrema dreta espanyols. En concret, s'ha comprovat que els periòdics analitzats transmeten una imatge amb una connotació negativa d'aquestes formacions.

Així doncs, podríem afirmar que aquesta investigació respon a la qüestió de com retracta la premsa nacional als grups d'ultradreta espanyols. Com a resultat de l'anàlisi quantitatiu i qualitatiu aplicat a la mostra hem assolit les següents conclusions. En primer lloc, hem comprovat que el nivell d'atenció de la premsa en conflictes o amb actors de l'extrema dreta espanyola és molt reduït. Les notícies relacionades amb la ultradreta apareixen de forma esporàdica i puntual. D'altra banda, les temàtiques que més es relacionen amb l'extrema dreta espanyola solen ser negatives, com ara la controvèrsia de les seues actuacions, la violència o les acusacions judicials. Així mateix, sempre que els ultres espanyols accedeixen a l'actualitat política ho fan a través d'algun d'aquests polèmics temes. En la mateixa línia, els tres mitjans analitzats enquadren les diferents notícies destacant atributs conflictius de les formacions o des de l'enquadrament de l'atribució de responsabilitats. Per últim, els actors d'extrema dreta no apareixen pràcticament a les notícies. Molt poques peces compten amb alguna font pertanyent o relacionada amb aquests grups i partits. Per tant, la ultradreta espanyola no aconsegueix capitalitzar l'atenció dels mitjans de comunicació de masses ni és capaç d'utilitzar-los per a difondre les seues consignes.

No obstant això, cal recordar que els resultats obtinguts no poden ser considerats com a concloents i definitius. Aquest treball mesura la presència qualitativa i quantitativa dels ultres espanyols al llarg d'una línia temporal determinada d'un any i a través de tres periòdics seleccionats. Les evidències obtingudes es podrien ampliar en un període de temps més llarg i afegint nous mitjans d'altres característiques. En tot cas, aquesta investigació serveix com una aproximació i un estudi concret de la relació entre els mitjans de comunicació nacionals i les formacions espanyoles d'ultradreta.

7. Bibliografía

- Acha, B. (2017). La relación de la crisis económica con el ascenso de los partidos de extrema derecha: el caso de las elecciones europeas de 2014. *Inguruak*, 63, p.1-18. doi: <http://www.inguruak.eus/index.php/inguruak/article/view/74/53>
- Amadeo, B. (2002). La teoría del Framing. Los medios de comunicación y la transmisión de significados. *Revista de comunicación*, 1, p. 6-32. doi: <http://revistadecomunicacion.com/es/articulos/2002/Art006-32.html>
- Antón-Mellón, J., Hernández-Carr, A. (2016) El crecimiento electoral de la derecha radical populista en Europa: parámetros ideológicos y motivaciones sociales. *Política y Sociedad*, Vol. 53, Núm. 1, p.17-28. doi: <http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/48456>
- Asociación de la Prensa de Madrid (2010) Informe anual de la profesión periodística (2010). Recuperat de <https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/Informe%20APM%202010.pdf>
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Michigan: Free Press.
- Benford, R., Snow, D. (2000). Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, p. 611-639. Recuperat a <https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/articles/AnnRevSoc-2000-Benford.pdf>
- Cáceres, M. (2011). La construcción social de la realidad, el papel de los profesionales en el establecimiento de la agenda temática. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 17, p. 303-324. doi: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3837172>
- Carreón, J., Hernández Valdés, J. (2015) Teorías para explicar el origen, construcción y establecimiento de la agenda sociopolítica. *Vivat Academia*, 130, p.109-137. doi: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5056655>

- Casals, X. (2000). La ultraderecha espanyola una presencia ausente (1975-1999). *Historia y política: Ideas, procesos y movimientos sociales*, 3, p. 147-174 .doi: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=295706>
- Casals, X. (2003). La ultradreta espanyola excepció europea? *Diàlegs: revista d'estudis polítics i socials*, 6, p.101-116. doi: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2107390>
- Casero Ripollés,A., López Rabadán, P. (2012). La evolución del uso de fuentes informativas en el periodismo español. A M.Humanes (Presidència), *Comunicació i risc: III Congrés Internacional Associació Espanyola d'Investigació de la Comunicació*.
- D'Adamo, O., Freidenberg, F., García Beadoux, V. (2000) Medios de comunicación de masas y establecimiento de la agenda: Un estudio empírico en Argentina. *América Latina Hoy: Revista de Ciencias Sociales*, 25, p.57-66. doi : http://campus.usal.es/~revistas_trabajo/index.php/1130-2887/article/view/2659/2700
- Donselaar, J. van (1998), *Monitor racisme en extreemrechts. Tweede rapportage: media*. Leiden: LISWO.
- Eatwell, R. (2003) Ten theories of the extreme right, en: P,Merkel., L, Van Weinberg (Ed.), *Right-wing extremism in the twenty-first century* (p. 45-67). Londres: Frank Cass
- Ellinas,A.A. (2010). *The Media and the Far Right in Western Europe: Playing the Nationalist Card*. Nova York: Cambridge University Press.
- Entman, R. (1993) Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), p. 51-58. Recuperat a <https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/articles/J-Communication-1993-Entman.pdf>
- Fernández, C., Corral, A. (2016). La representación mediàtica del inmigrante magrebí en España durante la crisis económica (2010-2011). *Migraciones Internacionales*, Vol.8, Núm.4.

- Florentín, M. (1994). *Guía de la Europa negra sesenta años de extrema derecha*. Madrid: Anaya & Mario Muchnick.
- González-Enríquez, C. (2017). The Spanish Exception: Unemployment, inequality and immigration, but no right-wing populist parties. *Real Instituto elcano*.3, p.3. Recuperat a <http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/e9e0d7c1-7c71-4335-a2fb-15b219e62c5e/WP3-2017-GonzalezEnriquez-Spanish-Exception-unemployment-inequality-inmigration-no-right-wing-populist-parties.pdf?MOD=AJPERES&cacheid=1487009991261>
- Hainsworth, P. (2008). *The Extreme Right in Western Europe*. Estats Units: Taylor & Francis.
- Hernández- Carr, A. (2012). *La irrupción de la nueva extrema derecha en España: Un análisis de la trayectoria, estrategia política y base electoral de Plataforma per Catalunya (Tesis doctoral)*. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona. Recuperat de https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2011/hdl_10803_96408/ahc1de1.pdf
- Humanes, M. (2001). El encuadre mediático de la realidad social. Un análisis de los contenidos informativos en televisión. *ZER – Revista de Estudios de Comunicación*, Vol.6, Núm 11, p.1-11. doi: <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/6072>
- Igartua, J., Muñiz, C., Cheng, L. (2005) *La inmigración en la prensa espanyola. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso*. *Migraciones*, 17, p. 143-181. Recuperat a <http://diarium.usal.es/jgartua/files/2012/07/Igartua-et-al-Migraciones-2005.pdf>
- Kluknavská, A. (2012). *Media coverage of far right parties in Slovakia and the Czech Republic*. Comenius University, Paper prepared for the 4th ECPR Graduate Conference in Bremen, p. 1-22. Recuperat a <https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/f23d5c79-74f3-4dc3-94ca-5df85eabdc3a.pdf>
- Koopmans, R., Olzak, S. (2002) *Right-Wing Violence and the Public Sphere in Germany: The Dynamics of Discursive Opportunities*. WZB Berlin Social Science Center

- Larralde, B. (2009). La extrema derecha como fenómeno transnacional: La elección racional y las necesidades insatisfechas (Tesis doctoral) Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, Barcelona. Recuperat de <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/5242/blv1de1.pdf?sequence=1>
- López, Noguero, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. XXI, Revista de Educación, 4, p. 167-179. doi: <http://rabida.uhu.es/handle/10272/1912>
- López Ortega, A. (2017) España 2000, ¿La emergencia de una nueva derecha radical populista? Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical, 51, p. 2. doi: <http://revistas.ucm.es/index.php/NOMA/article/view/55258/50755>
- López Rabadán, P. (2010) Nuevas vías para el estudio del framing periodístico. La noción de estrategia de encuadre. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 16, p. 235-258. Recuperat a <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/30858/46762.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Marauri, I., Rodríguez, M., Cantalapiedra, M. (2012) La pobreza de las fuentes en la cobertura de sucesos de impacto por los diarios de referencia en España. Ámbitos, 21, p. 81-100. Recuperat a <http://www.redalyc.org/pdf/168/16823120005.pdf>
- Mazzoleni, G. (2004) Media e populismo: alleati o nemici? Working Papers del Dipartimento di studi sociali e politici, 4, p.1-10. Recuperat a <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.473.7666&rep=rep1&type=pdf>
- McCombs, M., y Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. Public Opinion Quarterly, 36(2), 176-187.
- Mude, C. (2007) Populist radical right parties in Europe, Cambridge University Press: Cambridge
- Oficina de Justificación de la Difusión (2017). OJD Información y control de publicaciones. Recuperat a: <https://www.ojd.es/>

- Rodrigo Alsina, M. (1989). La producción de la noticia. Barcelona: Paidós
- Rodríguez Jiménez, J. (2004). La extrema derecha europea. España: Alianza editorial.
- Sádaba, T. (2008). Framing: el encuadre de las noticia. El binomio terrorismo-medios. Buenos Aires: La Crujía.
- Sarrión, A. (2016). Extrema Europa. Partidos ultraderechistas ya tocan poder en diversos países de la UE. El siglo de Europa, 1138, 2016, p. 44-46. doi: <http://www.elsiglodeeuropa.es/siglo/historico/2016/1138/1138index.html>
- Schafraad, P., Wester, F., Scheepers, P. (2013). Media attention to the Far-right in three Dutch Newspapers 1986-2004. Characteristics and trends. Observatorio (OBS) Journal, nº2 (2013), p. 001-031. doi: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/670/598>
- Victoria Espín, J. (2002). El análisis de contenido: una técnica para explorar y sistematizar información. XXI. Revista de Educación, 4, p. 95-105. doi: <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/1913>

FINAL DEGREE PROJECT 2017/2018
FACULTY OF HUMAN AND SOCIAL SCIENCES
UNIVERSITAT JAUME I

Jordi Soriano Ballester
al313633@uji.es

8. Executive summary

The informative treatment of the Spanish extreme right. The case of *El País*, *El Mundo* and *Diario Público*

Introduction

During the celebrations of October 9, 2017 in Valencia, there were multiple aggressions carried out by members and supporters of extreme right groups such as *Hogar Social Madrid* or *Yomus*. The attack by valencian ultra-right broke the traditional manifestation of parties, unions and other civic entities that claimed culture and the use of the language. This violent episode and its repercussions had a certain presence in the national media, with the extreme right actors in the center of the information. Events like this form a kind of news that appears periodically in the media and has as protagonists the extreme right groups. The media appearance of the spanish extreme right has several issues. For example, it is necessary to consider: what is the media treatment of the spanish media of the ultra-popular groups? Or, how they plagiarize this problem?

Unlike in Europe, since 1982, the spanish extreme right is deeply divided and its electoral results are scarce, a factor that shows a small social support (Casals, 2000). However, this ideological sector raises social alarm periodically and awakens media attention in different contexts. Given the frequency of the appearance of news related or carried out by the extreme right in the spanish media, it is interesting to analyze how it is represented in each of the situations. Likewise, the birth and success of extreme right-wing parties in

Europe, as well as their relationship with the media, makes us think about the particular situation in Spain.

The study is based on the hypothesis that national media play an important role in the preparation of the image of the Spanish extreme right and, to a certain extent, condition the way in which it is conceived in society. The investigation will be carried out from a sample of news related and carried out by the Spanish ultra-right from the newspapers *El País*, *El Mundo* and *Diario Público*. In the investigation we will do a quantitative and qualitative study that starts from a main objective: to analyze how the national press retracted the Spanish ultra-right groups.

Theoretical framework

Some theoretical perspectives explore the journalist's role in the process of building reality, framing, creating news or forming the agenda. All these elements are relevant to our study of the media. For example, to analyze the sources of information is essential to know the incidence of extreme right actors in information and to quantify their presence in the news. In the same way, the setting up of Agenda Setting is one of the most important studies of the media. Applying this theory to the present investigation allows us to analyze and quantify the issues that are related in the extreme right to the media. It also allows us to check if these groups and individuals are able to adjust the settings of the agenda. Finally, the application of Framing Theory is essential to determine the most frequent frames to representing the extreme right groups at information and to establish which topics they relate more.

The ultra-right at media

For Mude (2007), the media play an important and highly complex role in the success and failure of populist right-wing radicals. There is a debate over whether the media should be considered as "facilitators" of the success of these formations or as barriers to it. (Hernández-Carr, 2012). Some authors argue that the media is a political resource that can give visibility to the most marginal parties. Similarly, other studies show that the presence of a charismatic leader in the extreme right that dominates the mass media can

be a decisive factor in his political triumph (Mazzoleni, 2004). However, the media also leads campaigns against these formations and their leaders representing them with a negative connotation. (Eatwell, 2003). This relationship varies depending on the context and circumstances of each country. There are periods in which significant media actors are explicit or implicit friends of the media and others that are enemies (Mude, 2007).

Methodology

We have used the research technique of quantitative and qualitative content in our study. We considered that this method is ideal for this work. It allows us to analyze different aspects of the information over a given period of time. Likewise, the results that we obtain can be contrasted, compared and described in depth.

The sample is composed by the pieces related in the extreme right published by three national newspapers: *El País*, *El Mundo* and *Diario Público*. We have limited the sample to all the news published throughout 2017. In total we have registered 101 pieces. Regarding the investigation procedure, we have elaborated an analysis model that exposes the main variables at the formal level and content of the sample. We have established a temporary line with all the news, we have verified the extension of the pieces and their location by sections in the newspapers. Likewise, we have verified how the extreme right is identified in the information and we have quantified the number of sources and their nature. Also, we have reviewed the topics that are related to the extreme right, as well as the most prominent frames for journalists.

Results

The obtained results show an informative tendency similar to the three studied media. First, starting with the formal results, we find that the appearance of news on the far right is reduced. In addition, it is verified that 57% of the news studied remains in isolated facts, they don't have an active informative tracking. On the other hand, the extension of publications is usually long, 70% of the news exceeds 400 words. Regarding the location of the news we find that the most common sections are Politics, Society and some autonomic sections such as *Comunidad Valenciana*, *Cataluña*, *Madrid* or *Andalucía*.

Now we let us present the results to a formal level. In most cases, Spanish ultra-right is identified accurately and clearly to all holders (74% of the news). The analysis of the language used by the media suggests that there is no pattern to designate these groups. In any case, the most repeated terms are: *Ultras* (45%), *Ultraderecha* (22%) and *Extrema derecha* (20%). Looking the treatment of sources, the news is characterized by the low use of sources from extreme right actors. In total, 62% of the news doesn't use any such source. Only 38 news has sources of the ultra-right and they have (from 1 to 3 sources). In these news the sources appear actively in 61%. Moreover, the analysis shows a general trend toward the extreme right of association with issues such as the dispute (25%), the legal conflict (14%), current affairs (14%) and violence (13%). In the same way, the conflict frame is the most frequent in the sample. This frame represents half of the sample analyzed (50%). Next, the responsibility attribution framework is 43% of the total

Conclusions

The results obtained allow us to demonstrate the starting hypothesis that national media play a decisive role in the formation of the image of Spanish parties and groups of extreme right. In particular, it has been verified that the newspapers analyzed convey an image with a negative connotation of these formations.

As a conclusion, we have verified that the level of attention of the press in conflicts or with actors of the spanish extreme right is very small. The news related to the extreme right appear sporadically and on time. On the other hand, the issues that most relate to the spanish extreme right are usually negative, such as the controversy of their actions, violence or legal charges. Likewise, whenever the spanish extreme right access to political news do so through one of these controversial topics. Along the same lines, the three means analyzed comprise the different news highlighting conflicting attributes of the formations or from the framing of attribution of responsibilities. Finally, extreme right actors don't appear in the news. Very few pieces have some source belonging to or related to these groups and parties. Therefore, the spanish ultra-right is not able to capitalize the attention of the mass media and is not able to use them to spread their slogans.