

La cobertura mediática sobre la Unión Europea y la extrema derecha. Un estudio comparado entre España, Francia e Italia

The media coverage of the European Union and the extreme right. A comparative study between Spain, France, and Italy

ISSN: 1696-019X / e-ISSN: 2386-3978



Cristina Fernández-Rovira. Profesora e investigadora a tiempo completo en la Universidad de Vic-Universidad Central de Catalunya, en la Facultad de Empresa y Comunicación. Licenciada en periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona y en Ciencias Políticas y de la Administración por la UNED. Máster en Integración Europea y Máster en Conflictología, es doctora con mención internacional en Sociología y Antropología por la Universidad Complutense de Madrid. Sus principales intereses de investigación se centran en dos campos principales. Por un lado, en los estudios críticos de internet, el uso de las redes sociales y sus consecuencias y la interrelación entre la política y la comunicación; y por otro, en los asuntos internacionales. Cuenta con producción científica publicada en journals de primer nivel y con varios libros publicados fruto de sus investigaciones. Ha realizado estancias de investigación y docencia en distintas universidades internacionales. Anteriormente, Fernández-Rovira ha trabajado en otras universidades y en medios de comunicación.

Universidad de Vic-Universidad Central de Cataluña, España
cristina.fernandez1@uvic.cat
ORCID: 0000-0003-0643-7329



Ricardo Carniel-Bugs. Profesor Agregado del Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Es licenciado en Periodismo por la Universidade de Santa Cruz do Sul (Brasil) y Doctor en Comunicación y Periodismo por la UAB, con mención de Doctor Europeo. Vinculado desde 2004 y actualmente codirector del Laboratorio de Prospectiva e Investigación en Comunicación, Cultura y Cooperación (LAPREC), grupo de investigación consolidado y reconocido por la Generalitat de Catalunya (2021 SGR 00054). Ha participado en diversos proyectos competitivos de investigación, cooperación internacional e innovación docente. Sus principales áreas de investigación son las políticas de comunicación, el pluralismo y la diversidad, los contenidos periodísticos, la desinformación y la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Periodista, con experiencia profesional especialmente en medios audiovisuales, actualmente es coordinador de UABmèdia en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB.

Universidad Autónoma de Barcelona, España
ricardo.carniel@uab.cat
ORCID: 0000-0002-9303-9515

Cómo citar este artículo:

Fernández-Rovira, C. y Carniel-Bugs, R. (2024). La cobertura mediática sobre la Unión Europea y la extrema derecha. Un estudio comparado entre España, Francia e Italia. *Doxa Comunicación*, 39, pp. 83-102.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n39a2041>



Este contenido se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento - Licencia no comercial. Licencia internacional CC BY-NC 4.0

Resumen:

La representación parlamentaria de los partidos de extrema derecha crece en varios países de la Unión Europea, en especial después de la Gran Recesión. Ello hace que aumente la atención mediática que reciben. Estos partidos comparten posiciones euroescépticas o de cuestionamiento sobre la idea de integración europea, pero, su auge ¿altera la discusión pública sobre la Unión Europea? Con un análisis de contenido cuantitativo (N=974) llevado a cabo en 6 medios de comunicación: *El País* y *El Mundo* (España), *Le Monde* y *Le Figaro* (Francia) y *el Corriere della Sera* y *La Repubblica* (Italia), la investigación describe y compara la cobertura mediática sobre temas referentes a la Unión Europea antes y después de la Gran Recesión y cómo ha afectado el aumento de la extrema derecha a la esfera pública europea. Los resultados indican que la discusión pública sobre la Unión Europea está en declive y que aumentan los enfoques nacionales y de europeización vertical en coincidencia con una mayor cobertura de la extrema derecha.

Palabras clave:

Medios de comunicación; Unión Europea; extrema derecha; cobertura mediática; esfera pública.

Abstract:

*The parliamentary representation of far-right political parties is growing in several European Union countries, particularly after the Great Recession. This has increased the media attention they receive. These parties share eurosceptic positions or question the idea of European integration, but does their rise alter public discussion on the European Union? Using a quantitative content analysis (N=974) conducted in 6 media outlets: *El País* and *El Mundo* (Spain), *Le Monde* and *Le Figaro* (France), and *Corriere della Sera* and *La Repubblica* (Italy), the research describes and compares media coverage on issues related to the European Union before and after the Great Recession and how the rise of the far-right has affected the European public sphere. The results indicate that public discussion about the European Union is in decline and that national and top-down Europeanisation approaches are on the rise, coinciding with increased coverage of the far-right.*

Keywords:

Media; European Union; far-right; media coverage; public sphere.

1. Introducción

La discusión pública sobre la Unión Europea está influida por los temas que se tratan en los medios de comunicación y por cómo se tratan. Al mismo tiempo, la idea de integración ligada a la Unión Europea se pone en cuestión por el auge de partidos de extrema derecha que, en mayor o menor grado, son euroescépticos o mantienen postulados que contradicen los valores europeos. Ante el apoyo electoral de este tipo de fuerzas, que se da sobre todo después de la crisis económica de 2008, los medios deben incluir en sus contenidos artículos que reflejen las distintas realidades políticas y, por lo tanto, resultaría lógico pensar que hay más cobertura mediática acerca de la extrema derecha. Sin embargo, ¿hasta qué punto es distinta la discusión pública sobre la Unión Europea antes y después de la Gran Recesión, es decir, con menor y con mayor presencia de la extrema derecha en los contenidos mediáticos?

La investigación se plantea observar de forma cuantitativa en tres países de la Unión Europea (España, Francia e Italia) este fenómeno a través de un análisis de contenido de dos de los principales diarios de cada país, que abarca periodos preelectorales y postelectorales antes de la Gran Recesión y en las últimas elecciones realizadas hasta la redacción de este artículo. Así, se ofrecen comparaciones entre tres países de la Unión Europea, entre 6 medios de comunicación y entre dos periodos temporales que han marcado la historia reciente de la Unión.

La metodología que se plantea ha sido actualizada partiendo de la idoneidad del análisis de contenido cuantitativo ya señalada por la literatura existente. Del mismo modo, la elección de los países se ha hecho a partir de una muestra no probabilística y

atendiendo a características contextuales que se explican en el apartado de Metodología. Por su parte, la muestra de medios de comunicación por país se ha conformado a partir de su relevancia en términos de más lectores. Todo ello hace relevante el artículo también en términos de poder ser replicado con distintas muestras para futuras investigaciones.

El estudio ahonda en un fenómeno creciente en el continente, el auge de la extrema derecha y su impacto en la idea sobre la Unión Europea que la ciudadanía puede obtener a través de los medios de comunicación. Por este motivo, se trata de una investigación que puede ayudar a comprender mejor los desafíos políticos y mediáticos actuales. Asimismo, las aportaciones de la investigación resultan de interés al estudiar específicamente periodos antes y después de la crisis económica de 2008, con lo que se arroja luz sobre una etapa que ha marcado la historia de la Unión Europea.

Del mismo modo, al comparar distintos países también se puede observar cómo independientemente de los rasgos particulares de los sistemas políticos y mediáticos, se comparten retos comunes, que son analizados con información actualizada y novedosa.

De esta forma, el estudio plantea tres preguntas de investigación, si bien la primera tiene dos cuestiones relacionadas:

P1. ¿La aparición o el auge de la extrema derecha altera la discusión pública sobre la Unión Europea en los medios analizados (durante los periodos de análisis)?

P1.1. ¿Qué género periodístico se relaciona con la aparición de la extrema derecha, la información o la opinión?

P1.2. ¿Reproducen los medios analizados la oposición a los valores europeos encarnados por los partidos de extrema derecha en los contenidos relacionados?

P2. ¿Hay más temas sobre la Unión Europea enfocados específicamente desde la óptica de la integración o desde la óptica del interés nacional antes o después de la Gran Recesión en los medios y países analizados?

P3. ¿Existe europeización vertical o europeización horizontal en los contenidos analizados antes y después de la Gran Recesión?

1.1. Marco teórico

1.1.1. El auge de la extrema derecha en Europa

El crecimiento de la oferta política de extrema derecha, también llamada ultraderecha, es un hecho en Europa constatado por los resultados electorales de distintos países en los últimos años. Además, se trata de un fenómeno que ha sido ampliamente analizado (Lazaridis, Campani and Benveniste, 2016; Golder, 2016; Steinmayr, 2017; Minkenberg, 2017; Astier and Errasti, 2018; Halikiopoulou and Vlandas, 2019; Minkenberg, 2019).

Según Golder (2016), los partidos de ultraderecha son los que más crecen en Europa. Se trata de organizaciones políticas que suelen compartir el euroescepticismo y un populismo de exclusión (Allen, 2015), así como posiciones nacionalistas, racistas, autoritarias, populistas o reaccionarias (Morelock, 2018; Hartzell, 2018; Ince, 2019). Para Vieten y Poynting (2016), la subida de la extrema derecha y el racismo populista que lleva aparejada, pueden llegar a desintegrar el Parlamento Europeo y representan, en efecto, un gran reto para la Unión.

Por su parte, Cerrone (2022) apunta también a que el discurso de la extrema derecha es euroescéptico, es decir, se opone en parte o totalmente a la integración europea, y a que mantiene una batalla contra la globalización y la inmigración. Asimismo, Dalton and Berning (2022) constatan la emergencia de la extrema derecha en la Europa occidental y definen a estos partidos como extremadamente conservadores en el cleavage cultural. Para Bjånesøy, Ivarsflaten and Berntzen (2023), la agenda de extrema derecha ha adquirido una influencia política significativa en las democracias de Europa Occidental.

Los postulados de la ideología de extrema derecha chocan con los valores promovidos por las instituciones comunitarias en sus tratados y que son comunes a todos los Estados miembros, como la igualdad y la protección a los derechos humanos, incluidos los de las minorías (Tratado de la Unión Europea, 2010). De hecho, Couperus, Tortola y Rensmann (2022) señalan que la instrumentalización del pasado por parte de la extrema derecha pretende rehabilitar el etnonacionalismo nostálgico como parte de una revuelta autoritaria contra las democracias liberales y el cambio cosmopolita en Europa.

La crisis financiera y económica de 2008 se entiende como un quiebre del Estado de bienestar en los países europeos (Astier and Errasti, 2018), que provocó la crecida de las desigualdades económicas y, junto con las políticas de austeridad (Vieten adn Poynting, 2016; Fernández-Rovira, 2019a), abonó el terreno de los discursos de extrema derecha. También la crisis de los refugiados se observa como un punto de inflexión en el auge de la extrema derecha, pues en varios países europeos estas fuerzas ganaron apoyos entre 2014 y 2015 (Steynmayr, 2017).

El apoyo electoral a la extrema derecha, sin embargo, no se debe a un único factor y queda fuera del alcance de este artículo poder determinar las causas de este auge, pero vale la pena mencionar que la reacción cultural, los agravios económicos y el voto protesta son vistos como elementos que benefician a los partidos de derecha radical (Brils, Muis, Gaidytė, 2022).

Esta ideología se ha expandido tanto en el este como en el oeste del continente y tanto en países receptores de fondos europeos como en contribuyentes netos. En el inicio de 2020, hay representación parlamentaria nacional de ultraderecha en Finlandia, Suecia, Dinamarca, Polonia, Alemania, Países Bajos, Bélgica, Francia, España, Portugal, Italia, Hungría, Grecia, Portugal, y fuera de la Unión, Reino Unido y Suiza. Estados pioneros en la integración europea, como Francia, cuentan con el partido de ultraderecha Frente Nacional, que obtuvo el 21% de los apoyos en 2017, siendo la segunda fuerza política; o Alemania, con la agrupación Alternativa para Alemania, que con el 12% de los votos en 2017 fue la tercera fuerza; pero, Estados que se incorporaron en la última gran ampliación (2004-2007), como Polonia (Ley y Justicia) y Hungría (Movimiento por una Hungría Mejor), cuentan con partidos de extrema derecha en el gobierno.

1.1.2. El debate sobre la Unión Europea y su esfera pública

Así como ha sido estudiado el auge de la ultraderecha en Europa, hay pocas evidencias de su relación con la esfera pública europea, lo que constituye una novedad de este trabajo.

La existencia de una esfera pública europea es un debate abierto desde los años noventa, que se ha ligado al llamado déficit democrático de la Unión (Müller, 2016), ya que la esfera pública común permite la realización de la soberanía popular (Eriksen, 2004). El supuesto déficit democrático de la Unión Europea constituye en sí mismo otro debate (Moravcsik, 2004; Fолledstal and Hix, 2006), que se deriva del hecho de que la sucesiva integración política europea no conllevaría suficientes mecanismos de

rendición de cuentas. De Vreese (en Kandyla y De Vreese, 2011) define la esfera pública como el lugar en el que los ciudadanos pueden hablar sobre los mismos asuntos políticos, por eso es fundamental en el sostenimiento de la democracia.

Las tres funciones normativas que la ciudadanía espera que desempeñen las esferas públicas en las democracias representativas son: dar voz a las perspectivas alternativas, facultar a los ciudadanos para criticar a las autoridades políticas y difundir información fiable sobre asuntos de interés público (Goenaga, 2022). Es por ello por lo que el alcance de la discusión pública europea merece atención.

Pese a que el consenso era que las esferas nacionales no pueden trasponerse a nivel europeo (Castells, 1997), actualmente el debate vira hacia posiciones que sostienen que el ambiente europeo en Bruselas conduce a una esfera pública transnacional (Bee y Bozzini, 2010), alentado por la cobertura mediática de temas europeos y por la celebración de elecciones a nivel supranacional (Boomgaarde y De Vreese, 2016; Bozzini, 2016; Walter, 2017). La Unión Europea lleva desde mitad de los años dos mil promoviendo la esfera pública específicamente europea (Fernández-Rovira, 2019b).

Desde otras posiciones, Eriksen (2005) argumenta que existen espacios públicos, pero hasta el momento no han producido una esfera pública común a nivel europeo y según Scammell y Semetko (2018) la vida pública ya no está articulada territorialmente por la radio, la televisión, los periódicos y los libros, sino que la multiplicidad de espacios de comunicación red alejan la idea de una esfera pública unificada, siendo reemplazada por esferas públicas superpuestas e interconectadas.

Kandyla y De Vreese (2011) sostienen que, en su estadio ideal, la esfera pública europea es un espacio comunicativo común que va más allá del Estado-nación y siguiendo las aportaciones de Meyer (2005), de lo que convendría hablar es de una europeización de los debates para conectar múltiples niveles de gobernanza con los procesos de formación de opinión. Así, la europeización es la adaptación de los Estados miembros a la Unión Europea y a ella se refiere cualquier contenido que exprese consenso o disenso sobre cualquier asunto relacionado con la toma de decisiones a nivel europeo (Kandyla y De Vreese, 2011). Desde esta perspectiva, los mismos autores (2011) señalan que conviene distinguir entre la europeización vertical (cuando las noticias se refieren directamente a las instituciones supranacionales o a temas de la Unión) y la europeización horizontal (cuando las noticias se refieren a otros actores políticos en otros Estados miembro).

La esfera pública, entendida como el lugar donde sostener debates públicos y crear opinión pública (Habermas, Lennox y Lennox, 1974) está fuertemente ligada a los medios de comunicación, pero la esfera pública no solo se produce cuando el contenido llega a la audiencia, sino también cuando el contenido mediático es recibido, entendido y usado por los ciudadanos (Dahlgren, 2006).

Masip, Ruiz-Caballero y Suau (2019) llaman la atención sobre la transformación que ha provocado internet en el concepto de esfera pública, que ha provocado la emergencia de términos como “digital”, “virtual” y “online” para referirse al debate público sostenido en la red. Además, señalan que existen tres enfoques sobre el cambio en la esfera pública propiciado por internet: por una parte, está la visión habermasiana de esfera pública unificada en que los medios juegan un papel hegemónico; por otra, la idea de que se debería dejar de usar ese concepto; y, finalmente, la posición de que hay que mantener el concepto, pero con nuevas aportaciones (2019). Según Rivas-de-Roca y García-Gordillo (2022), la creciente politización del término “Europa” y el uso constante de plataformas digitales fomentan una opinión pública europea que actúa conjuntamente.

En este estudio se considera el análisis de las versiones digitales de distintos periódicos nacionales, considerando la potencialidad de los medios de comunicación a la hora de mediatizar el debate público tanto online como offline. Según Eurostat (2019), la reducción en el valor de las importaciones de periódicos, diarios y otras publicaciones (con una caída del 13% por año) en la UE de los 28, refleja un cambio hacia medios digitales que afecta particularmente al consumo de prensa.

Siguiendo el enfoque ofrecido por la News Production Theory (Van Hout y Jacobs, 2008; Niblock y Machin, 2014), se considera que los medios de comunicación tienen un gran poder a la hora de influir en lo que la ciudadanía piensa de un determinado asunto y en cómo y por qué se cubre periodísticamente un acontecimiento. De ahí que se aplique el marco sociológico interpretativo a las noticias, inaugurado por Tuchman (1978) al afirmar que elaborar noticias es construir la realidad, más que hacer un retrato de la realidad. Ello obliga a considerar la noción de frame, definida por Goffman (1974) como los principios de organización que rigen la interpretación y la participación subjetiva de las personas en los eventos sociales.

De este modo, los medios de comunicación tienen un papel fundamental en la producción y reproducción del imaginario sobre la Unión Europea y también sobre los partidos de extrema derecha, lo que hace extremadamente relevante su análisis en conjunto. Según Krzyżanowski y Ekström (2022), los medios de comunicación transmiten y normalizan el discurso y la ideología política de la extrema derecha, pero también se convierten en herramientas y objetivos de la derecha radical, lo que ha convertido sus relaciones en cada vez más fuertes y complejas.

Para Menéndez (2010), un mayor número de noticias sobre la UE significa una mayor visibilidad, lo que conlleva un incremento en el conocimiento sobre la Unión. Ello permite inferir que la esfera pública europea se fortalece al incrementarse el número de noticias relacionadas, pues existen más elementos a considerar en el debate público.

Estudios precedentes han explorado la representación mediática de la Unión Europea relacionada con su identidad y papel internacional (Menéndez, 2010; Amer, 2019), de forma que se ha podido categorizar la cobertura en positiva, neutral o negativa; y también sobre temas concretos, como el medio ambiente, la austeridad y la economía o la energía (Papaioannou y Gupta, 2017; Lalli et al., 2018; Koehler, Weber y Quiring, 2018). Otros han estudiado recientemente la cobertura mediática del auge de la ultraderecha en Europa, enfocándose en asuntos como la relación entre las bases de apoyo y la cobertura mediática de la extrema derecha o han ofrecido comparaciones entre la cobertura mediática mainstream y la de extrema derecha, así como analizado su discurso (Gattinara y Froio, 2019; Von Nordheim, Müller y Scheppe, 2019; Velázquez, 2019).

Sin embargo, este estudio es pionero a la hora de preguntarse si la cobertura mediática del auge de la extrema derecha influye en el discurso público sobre la Unión Europea.

2. Metodología

El estudio utiliza la técnica del análisis de contenido cuantitativo, una herramienta que es crucial en la investigación sobre comunicación de masas (Riffe *et al.*, 2019) y cuya idoneidad ya fue teorizada por Holsti (1969). Para la recogida de los contenidos se empleó la base datos Factiva, que permite recuperar el contenido de varios medios de comunicación digitales e impresos de todo el mundo de una forma informatizada.

En la conformación de la muestra de estudio, se han elegido dos países fundadores de la Unión Europea: Francia e Italia y un país en que la extrema derecha solo ha llegado al parlamento recientemente: España.

La Agrupación Nacional, antes denominado como Frente Nacional, es de los partidos ultraderechistas con representación parlamentaria más longevos, ya que lleva en activo en Francia desde 1972. Sin embargo, donde más recientemente han llegado al parlamento este tipo de fuerzas políticas ha sido en España. Vox irrumpió en las elecciones generales de 2019 con 24 diputados, y subió a 52 con la repetición electoral del mismo año. En Italia, donde el populismo estuvo encarnado por Silvio Berlusconi entre los años noventa y los dos mil, existe actualmente el partido denominado La Liga, que se identifica con la ideología de extrema derecha y que obtuvo el 34% de los votos en 2019, convirtiéndose en la primera fuerza.

Para cada país se han escogido los dos principales diarios: *El País* y *El Mundo* (España), *Le Monde* y *Le Figaro* (Francia) y *Il Corriere della Sera* y *La Repubblica* (Italia) de donde extraer los artículos que mencionasen a la Unión Europea durante los periodos de análisis y a los partidos en cuestión. Se trata, además, de medios de comunicación que presentan líneas ideológicas diferenciadas.

Una vez definidas las preguntas de investigación, se procedió a la selección de las palabras clave para realizar la búsqueda de contenido en la base de datos, como es esencial en cualquier búsqueda de noticias (Deacon, 2007). De este modo, se seleccionaron las palabras clave “Unión Europea” y el nombre de los partidos políticos de extrema derecha de cada país que forma el análisis (“Vox” para España, “Lega” para Italia y “Frente Nacional/Agrupación Nacional” para Francia) todo en sus respectivas lenguas. Así, se recuperó una muestra de 974 artículos periodísticos que contenían menciones a la Unión Europea. Cada uno de estos artículos forma la unidad de análisis. Entre ellos, se procedió a la búsqueda de los que contenían alguna mención a los partidos de extrema derecha.

La elección del término “Unión Europea” se justifica por ser el más específico, lo que evita la aparición de falsos positivos, es decir, se evita el empleo de términos con múltiples significados y aumenta la validez del estudio. La elección de un término demasiado preciso es señalada por Deacon (2007) como una posible limitación, porque puede generar falsos negativos al excluir casos relevantes. Por eso, para asegurar la validez de la búsqueda, se realizó una prueba con otros términos relacionados con Europa y sus instituciones, sin embargo, no aumentaron los casos relevantes para el estudio. Por tanto, el término elegido tiene validez de contenido porque su sistematización captura lo que se pretende estudiar (Adcock and Collier, 2001). Asimismo, siguiendo a Weber (1990) la búsqueda cumple con la *face validity* para medir aquello que se pretende medir, pues el contenido sobre la Unión Europea es el que se quiere analizar. De la misma manera, se trata de un término anteriormente utilizado en análisis precedentes, lo que le da validez de concurrencia (Adcock and Collier, 2001).

Las búsquedas computarizadas deben diseñarse de tal manera que se excluyan los casos duplicados, tal y como se hizo en este estudio para asegurar la fiabilidad de los datos y obtener así resultados consistentes de acuerdo con la muestra de estudio.

El análisis se realizó por dos codificadores, asegurando la fiabilidad *intercoder* con un mismo libro de códigos consensuados. La fiabilidad se midió mediante el coeficiente Alpha de Krippendorff (2004) en toda la muestra y todas las variables cumplieron con las condiciones de fiabilidad, ya que los coeficientes resultaron entre 0.89 y 0.91.

Una vez obtenidas las unidades de análisis se pasó a su clasificación en distintas categorías (por medio de comunicación, por país, por género, por fecha, por enfoque, por tipo de europeización, por tema, por protagonista del artículo y por oposición o no a valores europeos). Todas las categorías proceden de la literatura revisada en el marco teórico.

Para responder a las preguntas de investigación, se han establecido distintos periodos de análisis. Por una parte, para cada país, se han analizado dos semanas antes y dos semanas después de las últimas elecciones generales. Por otra, se han analizado dos semanas antes y dos después de los últimos comicios celebrados antes de la Gran Recesión. Los periodos de análisis enmarcando elecciones generales nacionales y no los comicios europeos se han escogido expresamente para poder observar la emergencia o no de tópicos relacionados con la Unión Europea y su enfoque en cuanto a europeización vertical u horizontal (Kandyla y De Vreese, 2011).

Concretamente, en España, las elecciones generales más recientes fueron el 10 de noviembre de 2019. Por tanto, el periodo de análisis más actual va del 28 de octubre de 2019 al 24 de noviembre de 2019. Para el periodo de antes de la Gran Recesión, las fechas se concretan alrededor de las elecciones generales del 9 de marzo de 2008, entre el 25 de febrero y el 23 de marzo de 2008.

Para el caso de Francia, las elecciones presidenciales fueron el 23 de abril y el 7 de mayo de 2017 (puesto que se dan en dos vueltas), por tanto, el periodo de análisis se extiende entre el 16 de abril y el 13 de mayo de 2017. En el periodo de antes de la Gran Recesión, las fechas son del 16 de abril al 13 de mayo de 2007, ya que las elecciones fueron el 22 de abril y el 6 de mayo.

El periodo de análisis más actual para Italia va del 19 de febrero al 18 de marzo de 2018, ya que las elecciones generales fueron el 4 de marzo. Antes de la Gran Recesión, el periodo estudiado se extiende entre el 1 y el 27 de abril de 2008, puesto que las elecciones fueron entre el 13 y el 14 de abril.

3. Resultados

3.1. *El discurso público sobre la Unión Europea está en declive*

La discusión pública en torno a la Unión Europea no aumenta en los medios estudiados durante los periodos analizados. De hecho, hay más noticias en las que se menciona a la Unión Europea en el periodo analizado antes de la crisis económica de 2008, cuando no existían tantos partidos de extrema derecha. De hecho, se encuentran el 53% de casos antes de 2008, frente al 47% de noticias en las que se menciona a la Unión Europea en el periodo más reciente (Gráfico 1).

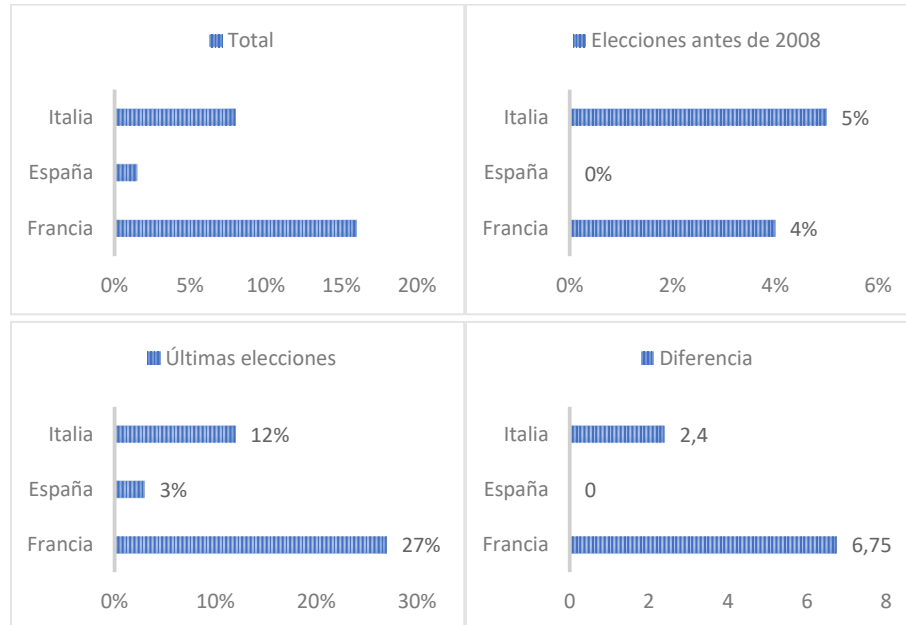
El hecho de que en la actualidad haya más noticias relacionadas con la extrema derecha no fortalece la esfera pública europea. En el total de la muestra compuesta por noticias que mencionaban a la Unión Europea, en el periodo analizado antes de la Gran Recesión hubo un 3% de noticias en las que se mencionaba a la extrema derecha, mientras que, en el periodo relacionado con las elecciones más recientes en cada país, hubo un 12% de noticias en las que aparecía la extrema derecha.

Si se tienen en cuenta los dos periodos de análisis conjuntamente, el país en el que hay más noticias sobre la Unión Europea en que se mencione a la extrema derecha es Francia, con un 16%; seguido de Italia con un 8% y de España, con un 1,5%. Es en Francia donde se aprecia la mayor subida de este tipo de contenidos en el periodo analizado más actual, puesto que del 4% de noticias que mencionaban a la extrema derecha justo antes de la crisis económica de 2008, se pasa al 27% en el periodo más reciente.

En España no hay resultados antes de la crisis de 2008, puesto que no existía ningún partido de extrema derecha que concurren a las elecciones, y en el periodo actual hay un 3% de contenido referido a la extrema derecha. En Italia se pasa del 5% al 12%.

En todos los países la prensa analizada refleja la aparición de los partidos de extrema derecha en el contenido relacionado con la Unión Europea.

Gráfico 1. Porcentaje de noticias sobre la Unión Europea en las que se menciona a la extrema derecha



Fuente: elaboración propia

En lo referente a los medios de comunicación por cada país, se observa que, en general, es *Le Monde* (Francia) el que más noticias publica con mención a la extrema derecha cuando se habla de la Unión Europea con un 45%, seguido por el *Corriere della Sera* (Italia) con un 11% y *Le Figaro* (Francia) también con un 11%. Estos contenidos son más minoritarios en *La Repubblica* (Italia) con un 5,5% y en *El Mundo* (España) con un 1,7% y *El País* (España) con un 1%.

En el periodo analizado antes de la Gran Recesión, *Le Monde* ya era el que más incluía este contenido, con el 25%, mientras que su competidor, *Le Figaro*, solo mencionaba a la extrema derecha en las noticias sobre la Unión Europea en el 2% de casos. *La Repubblica* mencionaba ligeramente más este contenido (6%) que el *Corriere della Sera* (4%).

En el periodo analizado más reciente, sigue siendo *Le Monde* (57%) el medio que más menciona a la extrema derecha en las noticias sobre la Unión Europea, seguido de *Le Figaro* (20%) y del *Corriere della Sera* (17%). *La Repubblica* lo menciona en un 4% de

casos. El caso español se estrena en la aparición de la extrema derecha en los medios con un 4% de este contenido en *El Mundo* y un 2% en *El País*.

De manera general, predomina el género informativo en el contenido analizado, con el 78% frente al 22% de contenido de opinión. Sin embargo, la opinión aumenta cuando hay más contenidos de extrema derecha en términos generales. Así, del 26% de contenido de opinión sobre la UE en el que se menciona a la extrema derecha antes de la Gran Recesión, se pasa al 35% en el periodo más reciente.

En el contenido sobre la extrema derecha existe un 80% de información y un 20% de opinión antes de la crisis de 2008, y se pasa al 75% y al 25%, respectivamente, en el periodo más actual. En el caso de Italia, antes de la Gran Recesión, en los artículos sobre la UE en los que se mencionaba a la extrema derecha había un 70% de información y un 30% de opinión, porcentajes que pasaron al 42% y al 58%, respectivamente, con lo que se aprecia un gran aumento en el género de opinión que, sin embargo, no se da en las noticias sobre la UE en las que no se menciona a la extrema derecha, con un 76% de información y un 24% de opinión, en el periodo más reciente.

En el periodo analizado antes de la Gran Recesión en España no existen artículos que mencionen a la extrema derecha en referencia a la UE, con lo que la muestra de noticias sobre la UE se sitúa en el 76% de información y el 23% de opinión. En cambio, en el periodo de análisis más reciente, se pone de manifiesto que el 50% del contenido relacionado con la UE y que menciona a la extrema derecha pertenece al género opinativo. En lo que respecta a Francia, antes de la Gran Recesión existía un 77% de información en que se mencionaba a la UE, de la que un 4,4% se refería a la extrema derecha.

En cuanto a la opinión, el porcentaje era del 22%, del cual un 3,8% mencionaba a la extrema derecha en Francia. En el periodo más reciente, la información ocupa el 82% de los casos, de los cuales un 27% mencionan a la extrema derecha. Por su parte, en el caso francés, el 18% del contenido sobre la UE pertenece al género de la opinión, y de éste, el 28% menciona a la extrema derecha.

Al considerar los dos periodos de análisis conjuntamente, se observa que *Le Monde* es el medio que más contenido opinativo presenta en el que se menciona a la UE y a la extrema derecha (50%), mientras que *El País* es el que menos (3%). El *Corriere della Sera* muestra el 31%, La *Repubblica* el 10%, *Le Figaro* el 9,7% y *El Mundo* el 3,7% de este tipo de contenido.

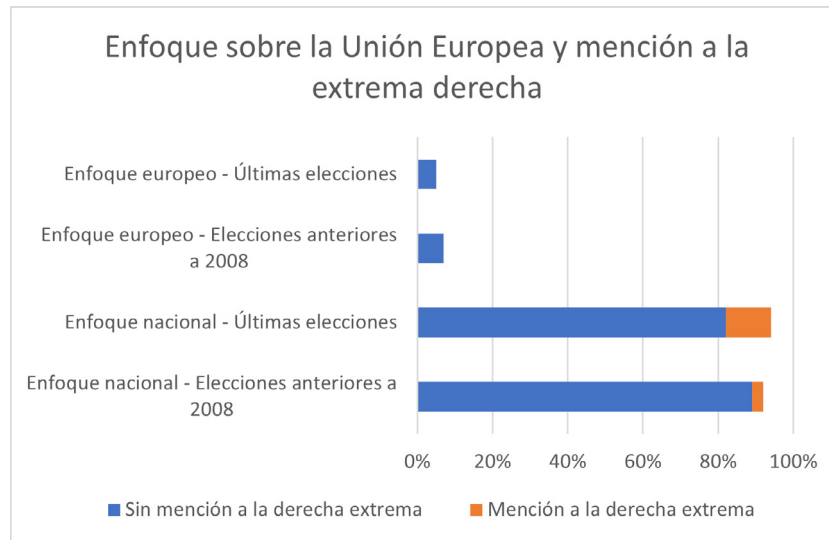
Entre el contenido sobre la Unión Europea que menciona a la extrema derecha en el total de la muestra solo hay 4 casos en los que explícitamente se muestra el rechazo a valores europeos. En concreto, en este contenido se observa la visión de la extrema derecha acerca del rechazo a la inmigración, el cuestionamiento del derecho de asilo, el cuestionamiento a la moneda única y la crítica a la UE por parte del Frente Nacional francés.

De lo anterior se desprende que en los medios analizados no se reproduce mayoritariamente el discurso euroescéptico o anti-UE ligado en muchos casos a la extrema derecha, sino que hay menos contenido en general sobre la Unión Europea cuando hay más presencia de la extrema derecha, pero aumenta la opinión más que la información.

3.2. El enfoque nacional predomina sobre el de la integración europea

La presentación del contenido sobre la Unión Europea desde un punto de vista nacional y no desde una óptica de integración ha predominado en todos los periodos de análisis y en todos los países. Además, ha aumentado el contenido en que se menciona a la extrema derecha y se enfoca desde el punto de vista nacional de forma general.

Gráfico 2. Enfoque sobre la Unión Europea y mención a la extrema derecha



Fuente: elaboración propia

Los artículos que trataban los asuntos europeos desde un punto de vista nacional sin mencionar la extrema derecha eran el 89% antes de la Gran Recesión, mientras que los que mencionaban a la extrema derecha eran el 3%. Desde el punto de vista de la integración, antes de la Gran Recesión había un 7% de contenido, y ninguno relacionado con la extrema derecha. En el periodo de análisis más reciente, el enfoque nacional (en el que no se menciona a la extrema derecha) sigue predominando, pero baja ligeramente, hasta el 82%, mientras que el enfoque europeo se sitúa también a la baja, en el 5%. Entre el contenido que menciona a la extrema derecha, sube el enfoque nacional al 12%, mientras que sigue sin apreciarse el enfoque integrador (Gráficos 2 y 3).

Los temas europeos se tratan en los medios analizados desde un punto de vista de los intereses nacionales de cada país y los que mencionan a la extrema derecha siguen la misma línea.

Los medios de comunicación que presentan más contenidos relacionados con la UE desde un punto de vista específicamente nacional son el *Corriere della Sera* (96%), *La Repubblica* (96%), *Le Monde* (91%), *El Mundo* (91%), *Le Figaro* (90%) y *El País* (87%), antes de la Gran Recesión. En estos contenidos hay presencia de la extrema derecha ligada al enfoque nacional en *Le Monde*

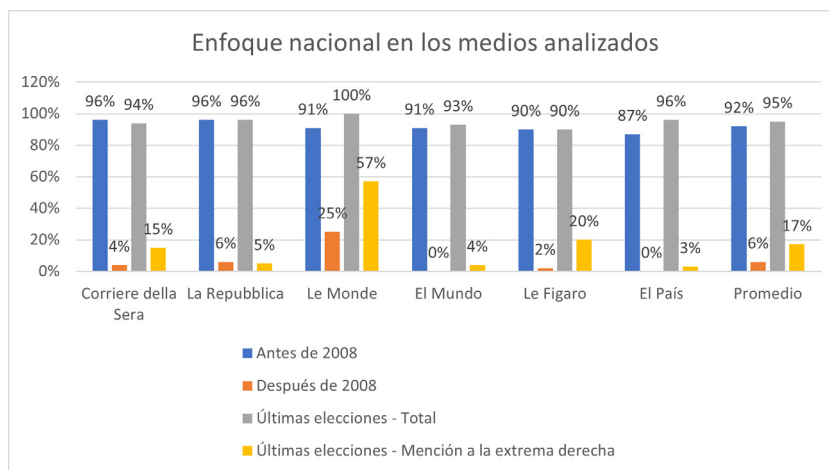
(25%), *La Repubblica* (6%), el *Corriere della Sera* (4%) y, minoritariamente en *Le Figaro* (2%), mientras que no hay en *El Mundo* ni en *El País* (en el periodo de antes de la crisis de 2008).

Por lo que se refiere al enfoque de la integración europea, *El País* es el medio que más contenido tiene a este respecto, con un 12%, seguido de *Le Figaro* con un 9,7%, de *Le Monde*, con 8,5% y de *El Mundo*, con un 8%. En cambio, en los medios italianos este enfoque es más minoritario, con un 4% en el *Corriere della Sera* y con un 3% en *La Repubblica*. En ningún caso este enfoque se relaciona con la mención a la extrema derecha.

En el periodo más actual, *Le Monde* ha enfocado todo su contenido analizado desde una óptica nacional. Seguidamente, *La Repubblica*, con el 96%, es el medio que más contenido relacionado con la UE ofrece desde el punto de vista del interés nacional, seguido de *El País* con el 95,5%. A continuación, se encuentra el *Corriere della Sera*, con el 94%; *El Mundo* con el 93% y *Le Figaro*, con el 90%. De este contenido, el 57% está relacionado con la extrema derecha en *Le Monde*, mientras que el 19,7% lo está en *Le Figaro*. En el *Corriere della Sera* este contenido representa el 15%, seguido del 4,7% en *La Repubblica*, el 4% en *El Mundo* y el 2,7% en *El País*.

El periódico que antes de la crisis se mostraba como el que más contenidos ofrecía desde un punto de vista de la integración europea, *El País*, experimenta en el periodo más actual un declive de este enfoque, que cae hasta el 4,5%. También cae en *Le Monde*, hasta ser inexistente en el periodo más actual. En cambio, *Le Figaro* (9%), el *Corriere della Sera* (5%) y *La Repubblica* se mantienen en valores iguales o muy similares. Del contenido enfocado desde la óptica de la integración, solo el 1% en el *Corriere della Sera* y en *Le Figaro*, respectivamente, menciona a la extrema derecha.

Gráfico 3. Enfoque nacional en los medios analizados



Fuente: elaboración propia

El enfoque de la integración europea en los temas sobre la UE ha sido tradicionalmente bajo en Italia en los periodos analizados. Este enfoque, además, ha experimentado una caída en España y en Francia al tiempo que han irrumpido o crecido en el debate público las posiciones de la extrema derecha, cuyo enfoque en los medios nacionales se relaciona con la óptica nacional.

3.3. *La europeización vertical prevalece en todos los países*

En consonancia con el predominio del enfoque de los intereses nacionales en el tratamiento de los temas europeos en los medios analizados, el estudio confirma la preponderancia de la europeización vertical según la distinción de Kandyla y De Vreese (2011). Además, de forma general en toda la muestra y todos los periodos de análisis, el contenido que menciona a la extrema derecha está ligado al de europeización vertical (Gráfico 4).

En todo el análisis, el 65% del contenido muestra europeización vertical, y de este, el 6% menciona a la extrema derecha. En cambio, la europeización horizontal se muestra en el 35% del contenido y de este, el 1% se relaciona con la extrema derecha.

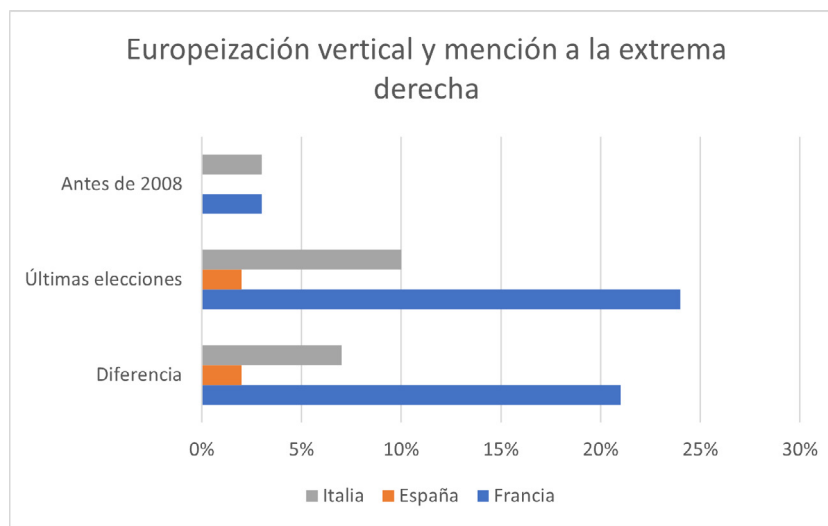
En el periodo anterior a la Gran Recesión, en el caso francés, se pone de manifiesto que el 62% de contenido muestra europeización vertical, del cual un 3% menciona a la extrema derecha.

En España, el contenido con europeización vertical es del 70% (sin presencia de la extrema derecha) y en Italia del 67%, con el 3% que menciona a la extrema derecha. Durante el periodo más reciente de análisis, en Francia, aumenta al 78% el contenido con europeización vertical, del cual el 24% menciona a la extrema derecha. En España, en cambio, disminuye el contenido que muestra europeización vertical hasta el 54%, con un porcentaje del 2% que menciona a la extrema derecha, dado la reciente incorporación de esta ideología a la escena parlamentaria.

La disminución del contenido que muestra una europeización vertical también se da en Italia, con el 58%. Sin embargo, se observa un aumento de las menciones a la extrema derecha entre el contenido de europeización vertical, con un 10%.

España pasa a ser el que más contenido sobre europeización vertical mostraba en el periodo analizado antes de la Gran Recesión a ser el que menos contenido muestra en el periodo de análisis más reciente. Por su parte, Francia es el único país que aumenta el contenido en europeización vertical. Entre este contenido, en los tres países aumentan los artículos que mencionan a la extrema derecha, puesto que en España se pasa del 0% al 2%, pero es en Francia donde se da el mayor aumento, del 3% al 24%; la subida también se aprecia en Italia del 3% al 10%.

Gráfico 4. Europeización vertical y mención a la extrema derecha



Fuente: elaboración propia

En cuanto a los medios analizados, se observa que *El País* es el diario que antes de la Gran Recesión tenía mayor porcentaje de contenido con europeización vertical, con el 81%, mientras que su competidor, *El Mundo*, es el que menos contenido tenía de este tipo de toda la muestra, con el 57%. Seguidamente, se encuentran *Le Monde* (75%), *La Repubblica* (68%), el *Corriere della Sera* (64%) y *Le Figaro* (61%). En el periodo de análisis más reciente, el que menos europeización vertical muestra es *El País* con el 52%, con lo que se aprecia una notable disminución. Esta tendencia se da también en *La Repubblica*, que pasa del 68% al 38% y es el único medio que muestra más europeización horizontal que vertical. En cambio, el contenido sobre la europeización vertical aumentó en el *Corriere della Sera* hasta el 72%, en *Le Figaro* hasta el 78% y en *Le Monde*, hasta el 80%. En *El Mundo*, el porcentaje se mantuvo estable en el 57%.

El contenido de europeización vertical que mencionaba a la extrema derecha era mayor en *Le Monde* (16%) antes de la Gran Recesión, mientras que en los otros medios oscilaba entre el 0% y el 4%. En el periodo más reciente, también *Le Monde* muestra un porcentaje mayor de contenido que menciona a la extrema derecha en relación con la europeización vertical, con el 42%, y aumenta en el resto de medios. En *Le Figaro* sube hasta el 19,7%, en el *Corriere della Sera* hasta el 14%, y al 4% en *El Mundo* y en *La Repubblica*, respectivamente. En *El País* no llega al 1%.

La europeización horizontal se muestra en un porcentaje menor de contenido en todos los países. Solo en el periodo de análisis más actual y en el diario *La Repubblica* existe mayoría de artículos que muestran europeización horizontal, con el 62%. En el resto de medios, en el periodo de análisis anterior a la Gran Recesión, los porcentajes oscilan entre el máximo de *El Mundo*, con el 42%, y el mínimo de *El País*, con el 18%. Por lo que se refiere al periodo de análisis más reciente, después de *La Repubblica* se sitúa *El*

País, con el 47% y luego los porcentajes decaen hasta el 19% de *Le Monde*. La mención de la extrema derecha en contenido que muestre europeización horizontal es marginal en los dos periodos de análisis.

4. Discusión y conclusiones

El auge de la extrema derecha se ha hecho más visible en varios países de la Unión Europea a partir de la crisis económica de 2008. De hecho, el estudio constata que ese aumento se ve reflejado en el contenido mediático que nombra a la extrema derecha en los medios analizados. Sin embargo, la visibilidad (Menéndez, 2010) de los asuntos europeos en los artículos de la muestra no ha aumentado, puesto que hay menos contenido referido a la Unión Europea después de la crisis de 2008 que antes.

Asimismo, en países donde hay más tradición de contar con partidos de extrema derecha, como Francia, se pone de manifiesto que también hay más contenido mediático sobre esta ideología, si bien, en general, el contenido que menciona a la extrema derecha entre los artículos que tratan sobre la UE no especifica el ideario anti-UE de estas fuerzas políticas. A mayor presencia parlamentaria, mayor contenido mediático, pero no necesariamente se trata de un contenido que aborde la oposición a la Unión Europea o a sus valores. Ello se relaciona con el debate de la esfera pública europea en tanto que el menor contenido sobre la UE registrado en el periodo más actual da cuenta de una visibilidad menor en los medios, por tanto, de menor espacio de discusión (Rivas-de-Roca and García-Gordillo, 2022) y menor fortalecimiento de la esfera pública en el sentido habermasiano y con menos incentivos para la ciudadanía como espacio de obtención de información fiable (Goenaga, 2022) y suficiente.

En todo caso, la existencia de la esfera pública europea queda patente por la cobertura mediática (Boomgaarde y De Vreese, 2016; Bozzini, 2016; Walter, 2017; Rivas-de-Roca and García-Gordillo, 2022) acerca de la Unión, pero el enfoque de esa cobertura mediática pone en cuestión si se trata de una verdadera esfera pública transnacional (Bee y Bozzini, 2010). De hecho, en línea con Eriksen (2005), el enfoque predominante desde el punto de vista del interés nacional de los artículos en los que se menciona a la Unión Europea pone de manifiesto que existen espacios públicos en los que se tiene en cuenta a la UE, pero no una esfera pública verdaderamente comunitaria ni tampoco unificada (Scammell y Semetko, 2018).

La irrupción o el aumento de la extrema derecha en Europa y su consiguiente cobertura mediática ligada a las temáticas europeas se correlaciona con el enfoque nacional del contenido mediático, y no con el enfoque de la integración, lo que abre la vía a pensar que se fortalecen los espacios públicos, pero no la esfera pública comunitaria.

En este sentido, la investigación ahonda en el supuesto de la europeización de los debates (Kandyla y De Vreese, 2011) y comprueba que los distintos niveles de gobernanza que se dan en la Unión Europea y los Estados miembro son elementos recurrentes de la información periodística.

El proceso de adaptación a la Unión Europea, la europeización, está presente en el contenido mediático, sobre todo en su variante de europeización vertical, ya que la mayoría de contenido analizado muestra referencias a las instituciones europeas, principalmente. Ello da cuenta de la existencia del ambiente europeo propiciado por Bruselas (Bee y Bossini, 2010), pero la menor cantidad de contenido que privilegie el enfoque de la europeización horizontal pone en cuestión que la europeización baste para calificar la esfera pública europea de completamente integrada.

El estudio constata que la creación de la opinión pública está ligada a los medios de comunicación (Habermas, Lennox y Lennox, 1974) en tanto que presentan los temas europeos desde ópticas determinadas (por ejemplo, desde la óptica del interés nacional y de la europeización vertical). Con ello, además, influyen en el imaginario colectivo enmarcando la información de una manera determinada (Tuchman, 1978; Goffman, 1974). Aunque queda fuera de la presente investigación analizar los marcos del contenido que forma la muestra, se observa que los medios de comunicación conservan una gran influencia a la hora de presentar los temas de interés a la ciudadanía (Niblock y Machin, 2014; Van Hout y Jacobs, 2008).

De este modo, en la cobertura de los contenidos en que se menciona a la extrema derecha se pone de manifiesto que no se reproducen los discursos anti-UE de los partidos de extrema derecha y que solo en una minoría de artículos se muestra la oposición o el cuestionamiento a la Unión de estos partidos, lo que resalta a la necesidad de profundizar en el análisis de las relaciones complejas entre medios de comunicación y partidos políticos de extrema derecha (Krzyżanowski and Ekström, 2022).

El artículo resulta una aportación significativa al campo de estudio en cuanto a que responde a las preguntas de investigación planteadas sobre un desafío patente en la Unión Europea, como es el auge de la extrema derecha y sus afectaciones a la esfera pública. Se trata de un fenómeno que afecta al imaginario de la propia Unión y, en definitiva, a las ideas que la ciudadanía puede formarse gracias a la cobertura mediática, por ejemplo, sobre la pertinencia de formar parte del club europeo o sobre su falta o no de relevancia, que se hacen especialmente notorias en los periodos temporales analizados en el artículo.

La investigación, sin embargo, encuentra limitaciones en cuanto al número de países analizados y los medios de comunicación de la muestra de estudio, ya que una muestra mayor podría arrojar resultados más significativos sobre el problema analizado. No obstante, puede considerarse que el estudio avanza en el conocimiento de la cobertura mediática sobre la Unión Europea y el auge de partidos de extrema derecha, a la vez que aporta datos comparativos significativos entre tres relevantes países de la Unión (España, Francia e Italia).

Además, queda fuera del alcance de este estudio observar la tolerancia hacia los discursos de extrema derecha que contradicen los valores europeos (Brils, Muis and Gaidytė, 2022; Dalton and Berning, 2022; Bjånesøy, Ivarsflaten, and Berntzen, 2023; Cerro-ne, 2023; Couperus, Tortola and Rensmann, 2023).

En lo referente a la metodología de la investigación, esta puede ser aplicada a futuras investigaciones, con distintas muestras de países y distintas muestras de medios de comunicación. Incluso el estudio puede ser replicado atendiendo a comicios europeos y no solamente nacionales, lo que podría constituir una interesante vía de investigaciones futuras.

5. Agradecimientos

Este artículo ha sido traducido al inglés por Sophie Phillips, a quien agradecemos su trabajo.

6. Contribuciones específicas de cada autor/a

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	Cristina Fernández-Rovira y Ricardo Carniel-Bugs
Metodología	Cristina Fernández-Rovira y Ricardo Carniel-Bugs
Recogida y análisis de datos	Cristina Fernández-Rovira y Ricardo Carniel-Bugs
Discusión y conclusiones	Cristina Fernández-Rovira y Ricardo Carniel-Bugs
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	Cristina Fernández-Rovira y Ricardo Carniel-Bugs

7. Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

8. Referencias bibliográficas

Adcock, R., & Collier, D. (2001). Measurement validity: A shared standard for qualitative and quantitative research. *American political science review*, 529-546.

Allen, T.J. (2015). All in the party family? Comparing far right voters in Western and Post-Communist Europe. *Party Politics*, 1-12.

Amer, M. A. (2019). Europe in Palestinian Eyes: Palestinian Media Representation of the European Union's (EU) Role during the 2014 War on Gaza. *Journal of the Arab American University*. 5(2).

Astier, C., & Errasti, A. (2018). The European crisis of politics: Ethnoreligious pluralism and the rise of radical populism and far-right in Europe. *Cuadernos Europeos de Deusto*, (59).

Bee, C., & Bozzini, E. (2010). *Mapping de European Public Sphere*. Routledge.

Bjånesøy, L., Ivarsflaten, E., & Berntzen, L. E. (2023). Public political tolerance of the far right in contemporary Western Europe. *West European Politics*, 1-24.

Boomgaarden, H. G., & De Vreese, C. H. (2016). Do European elections create a European public sphere. In W. van der Brug & CH de Vreese (Eds.), *(Un)intended Consequences of European Parliamentary Elections* (19-35). Oxford University Press.

Bozzini, E. (2016). Theoretical Reflections on the Public Sphere in the European Union: A Network of Communication or a Political Community? In M.Van de Steeg (Ed.), *Mapping the European Public Sphere* (pp. 49-64). Routledge.

Brils, T., Muis, J., & Gaidytė, T. (2022). Dissecting electoral support for the far right: a comparison between mature and post-communist European democracies. *Government and Opposition*, 57(1), 56-83.

Castells, M. (1997). *The Power of Identity. The Information Age: Economy, Society and Culture*, Vol. II. Blackwell.

- Cerrone, J. (2023). Reconciling national and supranational identities: Civilizationism in European far-right discourse. *Perspectives on Politics*, 21(3), 951-966.
- Couperus, S., Tortola, P. D., & Rensmann, L. (2023). Memory politics of the far right in Europe. *European Politics and Society*, 24(4), 435-444.
- Dahlgren, P. (2006). Doing citizenship: The cultural origins of civic agency in the public sphere. *European Journal of Cultural Studies*, 9(3), 267-286.
- Dalton, R. J., & Berning, C. C. (2022). Ideological polarization and far-right parties in Europe. In *Rechtspopulismus in Deutschland: Wahlverhalten in Zeiten politischer Polarisierung* (pp. 13-35). Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Deacon, D. (2007). Yesterday's papers and today's technology: Digital newspaper archives and 'push button' content analysis. *European journal of communication*, 22(1), 5-25.
- Eriksen, E. O. (2005). An Emerging European Public Sphere. *European Journal of Social Theory*, 8(3), 341-363.
- Eurostat (2019). *Culture Statistics Book*. European Union.
- Fernández-Rovira, C. (2019a). Los problemas de representación política y la socialdemocracia: los casos de España y Francia (2000-2017). (Doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid).
- Fernández-Rovira, C. (2019b). El viaje en la esfera pública europea. El caso del Programa Erasmus. *Universitas*, 30, pp. 79-95.
- Follesdal, A., & Hix, S. (2006). Why there is a democratic deficit in the EU: A response to Majone and Moravcsik. *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 44(3), 533-562.
- Gattinara, P. C., & Froio, C. (2019). Getting 'right' into the news: grassroots far-right mobilization and media coverage in Italy and France. *Comparative European Politics*, 17(5), 738-758.
- Goenaga, A. (2022). Who cares about the public sphere? *European Journal of Political Research*, 61(1), 230-254.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. Northeastern University Press.
- Golder, M. (2016). Far Right Parties in Europe. *Annual Review of Political Science*, 19, 477-497.
- Habermas, J., Lennox, S., & Lennox, F. (1974). The Public Sphere: An Encyclopedia. *New German Critique*, (3), 49-55.
- Halikiopoulou, D., & Vlandas, T. (2019). What is new and what is nationalist about Europe's new nationalism? Explaining the rise of the far right in Europe. *Nations and nationalism*, 25(2), 409-434.
- Hartzell, S. L. (2018). Alt-White: Conceptualizing the "Alt-Right" as a Rhetorical Bridge between White Nationalism and Mainstream Public Discourse. *Journal of Contemporary Rhetoric*, 8.
- Holsti, O.R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Addison-Wesley.
- Ince, A. (2019). Fragments of an anti-fascist geography: Interrogating racism, nationalism, and state power. *Geography compass*, 13(3), e12420.
- Kandyla, A. A., & De Vreese, C. (2011). News media representations of a common EU foreign and security policy. A cross-national content analysis of CFSP coverage in national quality newspapers. *Comparative European Politics*, 9(1), 52-75.

- Koehler, C., Weber, M., & Quiring, O. (2019). I want a savior, not a victim. The impact of media representations of the EU and economic shocks on citizens' supportive attitudes on the European integration. *International Journal of Public Opinion Research*, 31(1), 45-69.
- Krippendorff, K. (2004). Reliability in content analysis: Some common misconceptions and recommendations. *Human communication research*, 30(3), 411-433.
- Krzyżanowski, M., & Ekström, M. (2022). The normalization of far-right populism and nativist authoritarianism: discursive practices in media, journalism and the wider public sphere/s. *Discourse & Society*, 33(6), 719-729.
- Lalli, P., Macek, J., Amnå, E., Noack, P., Menezes, I., Banaji, S., & Kalmus, V. (2018). CATCH-EyoU: Representation of the EU and Youth Active EU Citizenship in the Media Environment. *Web Magazines and Erasmus Case Studies on Social Media*. Dataset.
- Lazaridis, G., Campani, G., & Benveniste, A. (2016). *The Rise of the Far Right in Europe*. Palgrave Macmillan Limited.
- Masip, P., Ruiz-Caballero, C., & Suau, J. (2019). Active audiences and social discussion on the digital public sphere. Review article. *El profesional de la información*, 28(2).
- Menéndez, A. V. (2010). Media representation of the European Union: Comparing newspaper coverage in France, Spain and the United Kingdom. *International Journal of Communication*, 4, 18.
- Meyer, Martin F. 2005. The Europeanization of National Public Spheres: Political Discourses in Germany, Spain and the United Kingdom. Unpublished MPhil Thesis, University of Cambridge. Available at http://aei.pitt.edu/4047/01/MEYER_-_European_Public_Sphere.pdf
- Minkenberg, M. (2017). The Rise of the Radical Right in Eastern Europe: Between Mainstreaming and Radicalization. *Georgetown Journal of International Affairs*, 18(1), 27-35.
- Minkenberg, M. (2019). Montée de la droite radicale en Allemagne et en Europe de l'Est: le passé est à venir. *Hérodote*, 175 (4), 155-177.
- Moravcsik, A. (2004). Is there a 'democratic deficit' in world politics? A framework for analysis. *Government and opposition*, 39(2), 336-363.
- Morelock, J. (2018). *Critical Theory and Authoritarian Populism*. University of Westminster Press.
- Müller, J. W. (2016). The EU's Democratic Deficit and the Public Sphere. *Current History*, 115(779), 83.
- Niblock, S., & Machin, D. (2014). *News production: Theory and practice*. Routledge.
- Papaioannou, T., & Gupta, S. (2017). *Media Representations of Anti-austerity Protests in the EU: Grievances, Identities and Agency*. Routledge.
- Riffe, D., Lacy, S., Fico, F., & Watson, B. (2019). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Routledge.
- Rivas-de-Roca, R., & García-Gordillo, M. (2022). Understanding the European Public Sphere: a review of pending challenges in research. *European politics and society*, 23(3), 380-394.

Scammell, M., & Semetko, H. 2018. *The Media, Journalism and Democracy*. Routledge.

Steinmayr, A. (2017). Did the Refugee Crisis Contribute to the Recent Rise of Far-right Parties in Europe? *DICE Report*, 15 (4), 24-27.

Tratado de la Unión Europea, Diario Oficial de la Unión Europea del 30 de marzo de 2010.

Tuchman, G. (1978). *Making News*. Free Press.

Van Hout, T., & Jacobs, G. (2008). News production theory and practice: Fieldwork notes on power, interaction and agency. *Pragmatics*, 18(1), 59-85.

Velázquez, T. (2019). El populismo radical de derecha en Europa: discurso, apropiación de significados y desplazamiento de significados. *deSignis*, 31, 137-155.

Vieten, U. M., & Poynting, S. (2016). Contemporary far-right racist populism in Europe. *Journal of Intercultural Studies*, (37)6, 533-540.

Von Nordheim, G., Müller, H., & Scheppe, M. (2019). Young, free and biased: A comparison of mainstream and right-wing media coverage of the 2015-16 refugee crisis in German newspapers. *Journal of Alternative and Community Media*, 4(1), 38-56.

Walter, S. (2017). Three Models of the European Public Sphere: An analysis of the actor structure in EU news. *Journalism studies*, 18(6), 749-770.

Weber, R. P. (1990). *Basic content analysis*. Sage.