

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de
Elche

Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado

Curso Académico 2019-2020



Corrupción y Medios de Comunicación.

Corruption and the Media

Alumno/a: Miguel Mifsud Pons

Tutor/a: Jordi Ferrús Batiste

Índice

Resumen	- 3 -
Palabras clave	- 3 -
Abstract	- 4 -
Keywords	- 4 -
1. Introducción	- 5 -
1.1. Tema	- 5 -
1.2. Justificación.....	- 5 -
2. Objetivos e hipótesis.....	- 8 -
2.1. Objetivos	- 8 -
2.1.1. General	- 8 -
2.1.2. Específicos	- 8 -
2.2. Hipótesis.....	- 8 -
2.2.1. General	- 8 -
2.2.2. Hipótesis derivadas	- 9 -
3. Estado de la cuestión	- 10 -
3.1. Códigos Deontológicos.....	- 11 -
3.1.1. Derecho a la información	- 11 -
3.1.2. Información frente a opinión	- 13 -
3.1.3. Conflicto de intereses y la publicidad	- 16 -
3.2. Antecedentes del tema	- 17 -
4. Marco Teórico	- 23 -

4.1	Corrupción y <i>Agenda setting</i>	- 23 -
4.2	La corrupción. Perspectiva socio-antropológica	- 25 -
5.	Metodología	- 30 -
5.1.	Metodología cuantitativa	- 30 -
5.2.	La técnica estadística	- 31 -
5.3	La muestra.....	- 32 -
6.	Resultados y análisis	- 33 -
7.	Conclusiones	- 42 -
8.	Propuestas	- 45 -
9.	Bibliografía, webgrafía y fuentes	- 47 -
9.1.	Webgrafía.....	- 49 -
9.2.	Fuentes	- 49 -
10.	Anexo	- 51 -

Resumen

Durante los últimos 15 años, España ha estado sumida ante lo que se podría llamar la carrera más larga para demostrar cuál era el periódico que más mostraba su afinidad a los partidos políticos del Estado. La propaganda electoral y la gran suma de dinero que obtienen los grandes medios de comunicación por parte de estos, se terminan convirtiendo en medios de desinformación al servicio de los altos estamentos y no en favor de la ciudadanía. España vive un gran momento de cambio en el que los medios de comunicación escritos y audiovisuales son incapaces de contar verdades claras cuando se habla de corrupción política. El ritmo de verdades a medias o de información manipulada es alarmante. De este modo, se podría afirmar, que el “*caso Watergate*” en España no daría ni para un simple pie de página en las portadas de algunos periódicos de tirada nacional.

La opinión de los y las lectoras de los periódicos influye mucho en su percepción de lo que acontece en el país y esta viene derivada de lo que leen directamente de los periódicos.

Por este motivo, este Trabajo de Fin de Grado analizará la cobertura mediática de los escándalos de corrupción en España durante los años 2011 y 2014 de dos grandes medios de comunicación (*ABC* y *El País*) a la hora de publicar las noticias sobre dos casos concretos de corrupción política.

Los dos casos a analizar serán la *trama Gürtel* vinculada al Partido Popular (PP) en la que también juega un papel importante la financiación ilegal de dicho partido y el caso de los *ERE de Andalucía* vinculado al Partido Socialista Obrero Español (PSOE), el cual ha sido sentenciado con un desfaldo de más de seiscientos millones de euros.

Los resultados obtenidos aclaran una cobertura partidista y se identifican grandes diferencias entre ambos periódicos, demostrando que en el periodismo no todo vale y que este debe de estar al servicio de la gente y no de los partidos políticos.

Palabras clave

PSOE, Partido Popular, Corrupción, *El País*, *ABC*.

Abstract

During the last 15 years Spain has been sunk into what could be called the longest race to prove what the newspaper that showed a bigger affinity to the states' political parties was. Electoral propaganda and the big sum of money that mass media obtains by them end up becoming disinformation media at the service of high sectors instead of citizenship.

Spain's living a big moment of change, during which written and audio-visual media are unable to tell clear truths when talking about political corruption. The half-truths or manipulated information rhythm is alarming. Thus, it could be affirmed that "The Watergate case" in Spain wouldn't give a simple footnote on the national newspapers' cover pages.

The opinion of newspapers' readers really influences on their perception of the country's occurrences and this opinion is directly derived from what they read in newspapers.

For this reason, this Final Degree Project will analyse the media coverage of corruption scandals in Spain during 2011 and 2014 of two of the big mass media (*ABC* and *El País*) when publishing news about two concrete cases of political corruption.

The two cases to be analysed will be the *Gürtel* plot, linked to the Partido Popular (PP) in which the illegal funding of such party also plays an important role, and the *RER case in Andalusia*, linked to the Partido Socialista Obrero Español (PSOE), which has been sentenced with an embezzlement of more than six hundred million of Euros.

The obtained results shed light on party media coverage and big differences between both newspapers are identified, proving that in journalism, not everything goes and it must be at the service of the population, and not of political parties.

Keywords

PSOE, Partido Popular, Corruption, *El País*, *ABC*.

1. Introducción

1.1. Tema

En el presente Trabajo de Fin de Grado se pretende estudiar la relación que existe entre los medios de comunicación y la forma en la que presentan las noticias sobre corrupción política que consumen los bienes materiales del país. Lo que se pretende analizar exactamente, es en qué modo, dos de los grandes periódicos de tirada nacional nos presentan dichos casos, y si maquillan las noticias o las distorsionan de un modo u otro.

Se abordará el estudio de cómo dos grandes medios de comunicación españoles (*El País* y *ABC*), trabajan sobre los temas de corrupción pertenecientes a los dos grandes partidos políticos estatales (PP y PSOE). De este modo se intentará demostrar en qué modo proyectan al público la agenda política actual perteneciente a los casos de corrupción de la *trama Gürtel* y el caso de los *ERES de Andalucía*.

Cabe destacar que, durante la época del franquismo, la corrupción ya era una práctica muy usada y que la Transición democrática la permitió además por vez primera en la batalla electoral como arma (Manuel Castells, 1998)¹. A día de hoy parece que dicho sistema no ha variado, y la mayoría de los escándalos políticos que asolan España, vienen dados por la corrupción interna que viven los partidos nacionales.

1.2. Justificación

Con este trabajo se pretende analizar cómo publican en las portadas de los periódicos o qué relevancia se le da en los medios a la información. Debido a la gran cantidad de casos de corrupción que asolan a España por parte de dos grandes partidos políticos como el Partido Popular (PP) y Partido Socialista Obrero Español (PSOE) desde hace más de 40 años, se ha analizado de manera amplia el trabajo de los medios de comunicación en sus portadas a la hora de su difusión. De este modo se analizará cómo dos periódicos de tirada nacional (*ABC* y *El País*) cubren los escándalos más sonados de cada partido (*La Gürtel*

¹ Castells, Manuel (1998). *La era de la información. Sociedad, Economía y Cultura*. Vol. II: *El poder de la identidad*. Madrid. Alianza. Citado por Palau, Anna M. y Ferran Davesa (2013).

y *Los ERE*), dejando constancia de cómo el periódico *ABC* intentaba desestabilizar la posición socialista con su gestión sobre la corrupción en Andalucía por los fraudulentos *ERE*, pero sin nombrar de forma clara que el PP tenía una financiación ilegal destapada derivada de la *trama Gürtel*, llegando a dejar de lado el nombre de M. Rajoy en los “papeles de Bárcenas” destapados en exclusiva por *El País*².

De una manera u otra, los periódicos usan las portadas para influir en lo que la sociedad percibe sobre una noticia, y si se tiene en cuenta que, hoy en día, lo que prima en la mayoría de los y las lectoras, es lo que indica el titular y no lo que pone la noticia en sí misma, muchos lectores terminan desinformados por la misma información dada.

Otro de los problemas reside en que ya no se le presta la atención real al significado de corrupción, sino que nos centramos más en el corrompedor que en lo corrompido, que pasa a estar en un segundo plano cuando en realidad es lo más importante.

Si ahondamos en la etimología de la palabra *corrupción*, ésta nos ofrece una de las mayores pistas a la hora de combatirla. Esta palabra a la que hoy en día le dedicamos un mínimo espacio en la mayoría de los medios de comunicación, tanto escritos como audiovisuales, proviene del latín *corruptio* (acción y efecto de alterar por putrefacción, también acción de dañar, sobornar o pervertir).

En los medios de comunicación puede llegar a pasar lo mismo. Lo que se busca hoy en día es la inmediatez en la noticia, lo relevante, pero no se persigue más allá, en la búsqueda de la verdad, sino en el simple hecho de vender al precio que sea y eso termina por “corromper” las noticias.

Los grandes periódicos a día de hoy, viven sobre todo de la publicidad que ahonda en el interior de sus páginas y muchas de ellas provienen de los grandes partidos políticos del país o de los mismos bancos que los sustentan. De este modo, y para que se pueda seguir publicando de manera segura sin llegar a tener pérdidas económicas, los periódicos

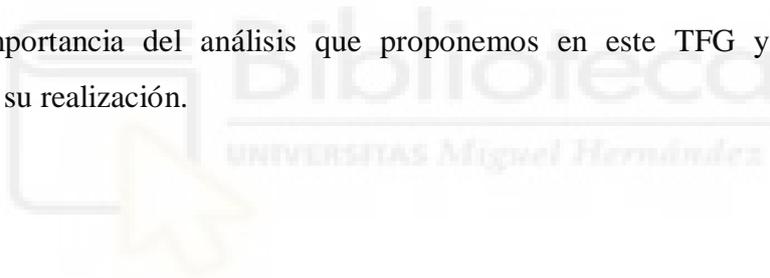
² *El País*, 2013, 31 enero. Portada del 31-01-2013. Accedido el 2 de abril de 2020. Disponible en la URL: <https://elpais.com/hemeroteca/elpais/portadas/2013/01/31/>

intentan maquillar las noticias para no tener que llegar a faltar al respeto a quien les otorga dicha publicidad y seguir generando beneficios de esta.

Por todo esto, es por ello que a partir de las siguientes preguntas me he planteado realizar el siguiente TFG:

- Tanto el *ABC* como *El País* son dos de los grandes medios de comunicación de España, pero, ¿ambos presentan noticias en las portadas en favor o detrimento de partidos políticos pese a ser empresas privadas?
- Siendo medios de comunicación privados, ¿son imparciales a la hora de publicar en sus portadas las noticias de corrupción o denotan parcialidad en favor de cierto partido político en particular?
- ¿*ABC* o *El País* modifican su *Agenda setting* u hoja de ruta para no hacer llegar al público las grandes noticias de corrupción que asolan el estado español por parte de los partidos políticos?

De ahí la importancia del análisis que proponemos en este TFG y que justifica sobradamente su realización.



2. Objetivos e hipótesis

2.1. Objetivos

2.1.1. General

El objetivo principal de este TFG es demostrar si dos de los periódicos españoles con más tirada a nivel estatal, como son *ABC* y *El País*, han informado de los casos de corrupción mencionados anteriormente (*La Gürtel* y *Los ERE*), siguiendo una orientación política y dejando de lado la imparcialidad periodística, o simplemente han seguido una competencia ética y deontológica dejando de lado la propia ideología política.

2.1.2. Específicos

De este objetivo general, derivan tres objetivos específicos a alcanzar con esta investigación:

- Demostrar qué tipo de relación mantienen los dueños de los periódicos con los dos partidos políticos a los cuales nos referimos en este TFG.
- Analizar de dónde provienen parte de las publicidades que mantienen a flote dichos periódicos, para poder demostrar si detrás de ésta, se encuentran subvenciones políticas o bancarias, con el fin de que se les dé cierta posición de afinidad.
- Por último, demostrar qué grado de manipulación de noticias existe en las portadas de los periódicos o incluso si con ello intentan desestabilizar al Gobierno en cuestión.

2.2. Hipótesis

2.2.1. General

Ante la situación que nos presentan los distintos objetivos, se plantean distintas hipótesis en la investigación y la principal es poder demostrar que los periódicos manipulan la información en favor de los partidos políticos mayoritarios.

La manipulación, “acción y efecto de manipular”³ está definida por la Real Academia Española, en su tercera acepción, como el hecho de intervenir con medios hábiles y, a veces, arteros, en la política, en el mercado, en la información, etcétera, con distorsión de la verdad o la justicia, y al servicio de intereses particulares (Real Academia Española, 2017)⁴. En este sentido, la hipótesis principal consiste en que se informa desde la parcialidad, siguiendo la ideología política afín al medio, y abandonando la ética deontológica.

2.2.2. Hipótesis derivadas

La primera de las hipótesis derivadas considera que los medios de comunicación esconden, no publican noticias o crean reportajes con el fin de seguir las pautas marcadas desde la dirección.

Edward S. Herman y Noam Chomsky (1989)⁵ consideran los reportajes como campañas de publicidad masiva, ya que favorecen los intereses específicos que sirven para movilizar a la opinión pública en una determinada dirección. Se trata del “modelo propaganda” (propaganda framework), cuya hipótesis principal sostiene que tras las noticias factuales se esconden estrategias de relaciones públicas y un refuerzo de su contenido y objetivo (capitalista) (Felipe Pena de Oliveira, 2009).

La segunda hipótesis derivada considera que las subvenciones políticas a los periódicos determinan directamente las líneas editoriales de los mismos y el carácter partidista de los titulares referidos a los casos de corrupción en cuestión.

La tercera de las hipótesis derivadas cree que los medios de comunicación modifican la atención de lo que realmente acontece, mediante el uso de la *Agenda setting*.

3 <https://dle.rae.es/manipulaci%C3%B3n>

4 <https://dle.rae.es/manipular>

5 Edward S. Herman y Noam Chomsky (1989), *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Traducido como *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*, Barcelona, Crítica. Citado por Felipe Pena de Oliveira, 2009.

3. Estado de la cuestión

En este apartado de nuestro TFG se realiza una revisión bibliográfica de distintas investigaciones realizadas hasta el momento sobre deontología periodística y corrupción en los medios de comunicación, realizando una exposición crítica de los códigos deontológicos ninguneados en y por ellos.

La denominada *Teoría de la Responsabilidad de los medios de comunicación de la prensa*, se desarrolla en 1947 con motivo del *Informe Hutchins*⁶ en la Universidad de Chicago. Este informe viene precedido de una situación de declive de los grandes medios de comunicación en Estados Unidos, debido a la creencia de que el libre mercado no garantizaba la libertad de prensa. Esta comisión señaló cinco funciones que debían cumplir los medios en una sociedad:

1. Hacer un relato real y comprensivo de los acontecimientos diarios con sentido y contexto.
2. Ejercer de foro para el intercambio de críticas y comentarios.
3. Proyectar una imagen de la realidad de los grupos que constituyen la sociedad.
4. Mostrar y exponer los valores y metas de la sociedad.
5. Garantizar el completo acceso a la información destacada del día.

Así es como surge el concepto social de la información, el hecho de no apreciar a los medios de comunicación como una simple industria más en el libre mercado, sino como entidades con un compromiso ante el bienestar general y la comunidad social. Esto contrasta con el hecho de que dicha responsabilidad no tiene sentido alguno, si no se sitúa dentro de un marco ético.

La libre empresa, como versión económica de la libertad de expresión, se revela como un verdadero impedimento para garantizar el derecho a la información a través de la fuerte

⁶ COMMISSION ON FREEDOM OF THE PRESS (1947). *A Free and Responsible Press: A General Report on Mass Communication: Newspapers, Radio, Motion Pictures, Magazines, and Books*. Chicago: University of Chicago Press. Citado por Xosé Ramón Rodríguez Polo y Manuel Martín Algarra (2008).

concentración empresarial, con la creación de monopolios informativos mundiales, y el control económico de los medios que ejerce la publicidad. Este punto es precisamente uno de los más atacados y criticados por la Comisión de la Libertad de Prensa de R. M. Hutchins de 1947 (María Luján González Portela, 2008).

3.1. Códigos Deontológicos

La ética y deontología periodísticas son el orden normativo que afecta a la actividad periodística. Se trata de un conjunto de normas generales que, según determinadas circunstancias, son obligatorias y desempeñan una función reguladora del derecho y la moral.

- Un código deontológico es un conjunto de normas específicas que pretenden regular la actuación profesional de un informador en el ámbito periodístico. También son conocidas como un conjunto sistemático de normas mínimas que un grupo profesional determinado establece y que refleja una concepción ética común de sus miembros (Desantes Guanter, J.M 1994)⁷.

En consecuencia, no existen códigos deontológicos centrados en el marco de la corrupción periodística, pero sí que cada vez es mayor la inclusión de aspectos relacionados con la relación político-periodista en las orientaciones de las asociaciones y colegios profesionales, así como en los propios códigos (Antonio R. Aniorte Guerrero, 2020)⁸.

3.1.1. Derecho a la información

El Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística (CDEPP) alberga en él dos puntos sobre el derecho a la información como derecho fundamental de las personas, editores, propietarios y periodistas. En el punto número nueve, expresa claramente que:

⁷ Mallen, I. B., Guanter, J. M. D., Alfonso, L. C., Sanz, R. M. G., & González, M. P. C. (1994). *Derecho de la información* (1.ª ed.). Barcelona, España: Ariel, 2003.

⁸ Periodista y politólogo. Profesor asociado de la Universidad Miguel Hernández de Elche.

- Los poderes públicos no deben considerarse propietarios de la información. La representatividad pública legítima para actuar en orden a garantizar y desarrollar el pluralismo de los medios de comunicación y para asegurar que se creen las condiciones necesarias para el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información, excluyendo a la censura previa. El Comité de Ministros es consciente de ello como lo prueba su Declaración sobre la libertad de expresión y de la información adoptada el 24 de abril de 1982 (CDEPP)⁹.

Dentro los parámetros abordados por el punto nueve, los poderes públicos no deben ser considerados propietarios de la información, sin embargo, durante el estudio de análisis de contenido realizado durante todo este proyecto, se revela que en muchas noticias, pese a no entrar en una posición de conflicto periodístico-político a la hora de publicar información, si se muestra un partidismo unilateral con un único fin, que es el de hacer propaganda partidista en función de los propios intereses de la empresa periodística.

Llegados a esta pequeña conclusión, no encontramos directamente con el punto número diez del CDEPP que dice:

- El tratamiento del periodismo debe efectuarse teniendo en cuenta que éste se ejerce desde los medios de comunicación, que están sustentados en un soporte empresarial y donde se debe distinguir editores, propietarios y periodistas, por lo que además de garantizar la libertad de los medios de comunicación, es necesario también salvaguardar la libertad de los medios de comunicación evitando presiones internas (CDEP).

En este sentido, los periódicos están marcados por distintas formas de trabajo e ideología, y tanto el *ABC* como *El País* no son distintos en eso, pero sí en la forma de sus publicaciones.

El *ABC* nació en el año 1903 como un periódico semanal que poco después cambiará a diario, siempre teniendo una clara convicción conservadora. Durante los años de la

⁹ Manuel Núñez Encabo (1993). Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística. Resolución aprobada por unanimidad en Estrasburgo, 1 de julio de 1993. Disponible en la URL: http://www.asociacionprensa.org/es/images/Codigo_Deontologico_Europeo_de_la_Profesion_Periodistica.pdf

dictadura franquista siempre mantuvo una posición afín al régimen llegando incluso a tiradas de 200.000 ejemplares, que incluían además entre sus páginas una línea favorable a la Alemania Nazi de Hitler desde finales de los 30 a principios de los 40. Durante la Transición Democrática, además también se le conoció como un periódico muy cercano al ya desaparecido partido político de Alianza Popular que años después se refundaría en el Partido Popular (1989).

Por otro lado, *El País* nació en 1976 (73 años después que *ABC*), en plena Transición. Siempre ha sido definido como un periódico independiente, con vocación europea y defensor de la democracia pluralista, aunque su línea editorial siempre ha tenido una gran afinidad con la izquierda (sobre todo durante los años de mandato de Felipe González, 1982-1996), pero a día de hoy, ha llegado a ser señalado por otros medios como *Público* o *eldiario.es* de no ser realmente de izquierdas, sino por tener una línea editorial cercana al liberalismo o al neoconservadurismo.

3.1.2. Información frente a opinión

La Fundación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) recoge en su código deontológico¹⁰, en la sección III – Principios de actuación, punto número cinco que:

- El periodista establecerá siempre una clara e inequívoca distinción entre los hechos que narra y lo que puedan ser opiniones, interpretaciones o conjeturas, aunque en el ejercicio de su actividad profesional no está obligado a ser neutral (FAPE).

Esta normativa es explícita en cuanto al sistema de conducta que deben de ejercer los y las periodistas, pero es lícito que, por ende, también se acojan a ella las empresas de comunicación impresa o audiovisual, ya que, con ella, pueden ejercer presiones o simplemente publicar en sus periódicos las noticias que más favorezcan a su propia línea editorial, incluso a los intereses propios.

¹⁰ Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE). Aprobado en Asamblea Ordinaria el 27 de noviembre de 1993 y actualizado el 22 de abril de 2017. Disponible en la URL: <http://fape.es/home/codigo-deontologico/>

Por otro lado, nos encontramos con el Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística (CDEPP), que en su apartado veintiuno especifica que:

- El ejercicio del periodismo no debe condicionar ni mediatizar la información veraz o imparcial y las opiniones honestas con la pretensión de crear o formar la opinión pública, ya que su legitimidad radica en hacer efectivo el derecho fundamental a la información de los ciudadanos en el marco del respeto de los valores democráticos. En este sentido, el legítimo periodismo de investigación tiene su límite en la veracidad y honestidad de informaciones y opiniones y debe ser incompatible con campañas periodísticas realizadas desde tomas de posiciones previas e intereses particulares.

Este artículo contradice la normativa número cinco del código de la FAPE, debido a que cita específicamente, que el ejercicio del periodismo no debe condicionar la información. No obstante, el hecho de que un periódico no ejerza la neutralidad en su línea editorial, distanciándose así, no de la verdad, pero sí de la rigurosidad, marca el camino a una corrupción periodística que viene derivada de las mismas normas deontológicas que lo permiten.

El código deontológico redactado en el *Libro de Estilo de ABC* (Ana Maria Vigar, 2001)¹¹, describe en el apartado Hechos y comentarios lo siguiente:

- La libertad de expresión ampara la expresión de pensamientos, ideas y opiniones, mientras que la libertad de información busca como objetivo social el comunicar y recibir libremente información sobre hechos o, más restringidamente, sobre hechos que puedan considerarse noticiables. Mientras los hechos, por su materialidad, son susceptibles de prueba, los pensamientos, ideas, opiniones o juicios de valor no se prestan, por su naturaleza abstracta, a una demostración de su exactitud y ello hace al que ejercita la libertad de expresión no le sea exigible la prueba de la verdad o diligencia en su averiguación.

ABC muestra una postura clara en cuanto a lo que derecho a la información por parte de la ciudadanía se refiere, dejando claras las posturas de libertad de expresión frente a

¹¹ Vigar Tauste, Ana M., & *Diario ABC*, S. L. C. de R. (2001). *Libro de estilo de ABC* (2.ª ed.). Barcelona, España: Ariel. 174 – 181.

libertad de información. Pero no describe en parte alguna dentro de su código deontológico que dejará de lado cualquier tipo de presión que pueda ser recibida por parte ajena, aunque este pueda ser un hecho que debería quedar siempre reflejado a pesar de ser una obviedad, como si lo recoge *El País*. En este sentido, dicho medio de comunicación, recoge en su manual de estilo, en el apartado 1.3 lo siguiente:

- *EL PAÍS* rechazará cualquier presión de personas, partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la información al servicio de sus intereses. Esta independencia y la no manipulación de las noticias son una garantía para los derechos de los lectores, cuya salvaguardia constituye la razón última del trabajo profesional. La información y la opinión estarán claramente diferenciadas entre sí¹².

Este punto refleja una clara línea editorial y europeísta, más en línea con el código deontológico europeo de periodistas, dejando de lado todo tipo de presiones mediáticas y políticas por el bien de una sociedad bien informada.

Además, *ABC* añade en el apartado Respeto a la verdad lo siguiente:

- Compromiso básico de la actividad del periodista será un escrupuloso respeto a la verdad, lo que le impedirá falsificar documentos, adulterar testimonios u omitir informaciones esenciales; tampoco deberá publicar material informativo falso, engañoso o deformado (haciendo alusión a la desinformación y manipulación tratados más adelante).

Queda claro por parte de la redacción del medio de comunicación, un más que compromiso con “la verdad”, dejando dicho que su principal meta es que tanto las lectoras como los lectores sepan que ese medio no cruzará los límites impuestos por la manipulación.

¹² Grijelmo, A., & *Diario El País* (1990). *Manual de estilo de la redacción de El País*. Madrid, España: El País, S.A.

3.1.3. Conflicto de intereses y la publicidad

La Fundació del Consell de la Informació de Catalunya (FCIC), al igual que el Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística (CDEPP), argumentan en sus puntos siete y veintinueve respectivamente que:

- Como norma general, los profesionales de la información han de evitar cualquier situación de conflicto de intereses, ya sea de ámbito político, comercial, económico, financiero o familiar, que ponga en cuestión la credibilidad e imparcialidad de su función (FCIC)¹³.
- En las necesarias relaciones que en el ejercicio del periodismo se mantengan con los poderes públicos o con los sectores económicos, se evitara llegar a una connivencia tal que pueda repercutir en la independencia y la imparcialidad del periodismo (CDEPP).

En el año 2016, el periódico digital *eldiario.es* publicó en la red una noticia en relación al reparto de publicidades institucionales por parte del Gobierno de Mariano Rajoy (PP), en el cual dejaba constancia de cómo dicha publicidad estaba sobrerrepresentada en los periódicos, teniendo en cuenta la cantidad de lectores-lectoras y la cantidad de publicidades emitidas¹⁴.

En este aspecto, si se tienen en cuenta los datos, *El País* (más de 1 millón de lectores/as) y *20minutos* (1 millón de lectores/as) obtuvieron 58 y 36 publicaciones de publicidad en sus líneas editoriales por parte del Estado. Por otro lado, *ABC* (medio millón de lectores/as) recibió 41 inserciones de propaganda entre sus páginas. Teniendo en cuenta estos datos, podría quedar demostrada una connivencia por parte del PP con el Grupo Vocento (*ABC*) con el fin de que sus artículos estuviesen más enfocados a la reprobación del gobierno del PP, abandonando los marcos legales, éticos y deontológicos.

¹³ Código deontológico | Fundació CIC. (1992, 1 noviembre). Actualizado el 11 de noviembre de 2016. <https://fcic.periodistes.cat/es/codi-deontologic/>

¹⁴ Ejerique, R. (2016, 13 octubre). "El Gobierno beneficia a La Razón, ABC y la web de Jiménez Losantos en el reparto de anuncios". *eldiario.es*. Accedido 14 de mayo de 2020. Disponible en la URL: https://www.eldiario.es/sociedad/Gobierno-reparte-dinero-publicidad-institucional_0_565893796.html

El CDEPP en el apartado número quince dice así:

- Ni los editores o propietarios, ni los periodistas deben considerarse dueños de la información. Desde la empresa informativa, la información no debe ser tratada como una mercancía, sino como un derecho fundamental de los ciudadanos. En consecuencia, ni la calidad de las informaciones u opiniones, ni el sentido de las mismas deben estar mediatizadas por las exigencias de aumentar el número de lectores o de audiencia o en función del aumento de los ingresos por publicidad.

La información siempre debe de estar al servicio de las ciudadanas y ciudadanos para que así se puede ejercer el derecho a estar informado. Si se consiente desde el mismo aparato político y judicial que los medios de comunicación mantengan afinidades muy próximas con los gobernantes, se está consintiendo que el sistema de comunicación sea corruptible, debido a que las aportaciones monetarias pueden hacer virar el rumbo de las noticias a favor del mejor postor.

La FAPE recoge en su punto número seis, que:

- A fin de no inducir a error o confusión de los usuarios, el periodista está obligado a realizar una distinción formal y rigurosa entre la información y la publicidad¹⁵.

En el ámbito periodístico, la obligación moral de los redactores y de la misma línea editorial, debería de obligar a determinar dónde empieza el artículo y si va a terminar en publicidad. En estos términos, nos referimos respecto a que durante años se han visto muchísimas portadas en los medios de comunicación intentando limpiar la imagen de la clase política que ha robado en las arcas del Estado.

3.2. Antecedentes del tema

¿Quién decide qué es verdad? Las noticias están supeditadas a la corroboración de las fuentes, pero qué ocurre si a su vez, esas fuentes en vez de informar, desinforman.

¹⁵ Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España. (1993, 27 noviembre). Actualizado el 22 de abril de 2017. <http://fape.es/home/codigo-deontologico/>

El término *desinformación*¹⁶ fue empleado a principios del siglo XX por el régimen soviético, para referirse a la actividad vinculada a la difusión de noticias parcial o completamente falsas, en el intento de influenciar la opinión pública. Queda claro, por tanto, que dicho acto, es un fenómeno en el que el emisor tiene el firme propósito de ejercer algún tipo de influencia y control sobre sus receptores.

La RAE la define como el acto de dar información intencionadamente manipulada (término descrito en apartado 2.2.1) al servicio de otros fines. Es en este momento, cuando la suma de las dos palabras cobra más sentido si se añade el término corrupción.

La corrupción no es solo como indica la RAE¹⁷, la “acción y efecto de corromper o corromperse”, sino que en su cuarta aceptación la describe como:

- En las organizaciones, especialmente en las públicas, práctica consistente en la utilización de las funciones y medios de aquellas en provecho, económico o de otra índole, de sus gestores.

Los entramados de clientelismo político-bancario originados dentro de las grandes empresas de comunicación españolas, han terminado derivando a su vez en una corrupción sistemática dentro de las esferas del periodismo. El hecho de que los medios de comunicación tengan una afinidad política, termina derivando hacia un periodismo en al servicio de los grandes estamentos y no de la sociedad en general, ejerciendo una actitud contraria a los valores éticos de la profesión.

La corrupción periodística está ligada proporcionalmente a la falta de ética en la profesión¹⁸. El acto de servir noticias falsas con el fin de lucrarse uno mismo o directamente vender las columnas de un periódico con afán de recaudar publicidad para

¹⁶ Rodríguez Andrés, Roberto (2018). “Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales”. *Revista de Historia y Comunicación Social*, 23 (1), Monográfico: 1917. *Revolución y comunicación*, págs. 231-244. Accedido el 05/06/2020. Disponible en el siguiente URL: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/59843-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4564456549394-2-10-20180508.pdf>

¹⁷ DRAE, <https://dle.rae.es/corrupci%C3%B3n>

¹⁸ Véase el apartado 3.1.2. Información frente a opinión.

engrosar las cuentas propias o privadas, no hace más que menoscabar una profesión que está sumamente ligada al poder, que debería seguir siendo o ejerciendo como "el cuarto poder".

Los y las periodistas que, desde su posición de trabajo en grandes medios de comunicación, están al servicio de las personas y grupos más poderosos e influyentes del país, acaban por saltarse las normas éticas y deontológicas, por lo que su trabajo se ha vuelto corrupto. La corrupción periodística se basa en un juego de poder en el que el redactor no informa de la realidad centrada en fuentes e investigaciones, sino en escribir en favor del mejor postor teniendo en cuenta que juega un papel muy importante.

El periodismo maligno, venenoso, es malo para todo el mundo, tanto como para los y las profesionales como para el público en general. Necesita una mirada más severa, ya que debería de ser impoluto, debido a que de ello depende la buena salud de la democracia. (Iñaki Gabilondo, 2019)¹⁹. No en vano, es considerado el cuarto poder, sino que tiene la misión de controlar a los otros 3 poderes (ejecutivo, legislativo y judicial) para el buen funcionamiento democrático y verdaderamente igualitario de éstos.

Una de las formas más activas de manipulación va ligada al titular especulativo seguido de una fotografía relacionada, haciendo ésta más atractiva para el público. Pero dentro de estos artículos es donde se obra la verdadera "magia" del redactor o periodista en cuestión, en base a que, con el añadido de unas palabras de connotación positiva o negativa, se realiza una manipulación del discurso, generando entre los lectores situaciones de alivio o agravio.

Existen muchos tipos de artículos y muchas formas de narrarlos, pero dentro de la manipulación periodística el que sobresale es el tipo publicitario. Estas noticias suelen ser las que presuponen un blanqueamiento de poderes políticos sumergidos en distintos casos de corrupción, con la intención de suavizar la situación que existe entre el poder político y el pueblo, creando una barrera de contención o incluso ligándolo al hecho de que otros

¹⁹ El programa de la televisión "*Todo es Mentira*" de *Cuatro* ofrece una revisión de la corrupción periodística que existe en España (09/06/2019). Disponible en la URL: https://www.cuatro.com/todoesmentira/cloacas-periodismo-informe-completo-hd_18_2768070051.html

también lo hicieron –mediante la coletilla "y tú más"–, o sólo uno es el culpable y ellos no tenían idea de lo que pasaba. De este modo se genera una crispación partidista por parte de los medios y la política, que afecta directamente a la ciudadanía, dejando entrever los fallos en el sistema de la información. Esto es debido a que, quizás, los medios de comunicación no puedan hacer que la gente piense lo que ellos quieran que piensen, pero sí pueden hacer que la gente hable de lo que ellos quieran que hablen.

Esta situación viene ligada en el marco común de la *Agenda setting* (expuesta más adelante en el marco teórico), en el que son los medios de comunicación los que realmente deciden qué es lo importante, de lo que hay que hablar y de lo que quieren que hables.

El libro *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, de Edward S. Herman y Noam Chomsky (1988)²⁰, examina el fenómeno del sistema imperante que ahoga los medios de comunicación que no interesaban con cinco filtros: tener publicidad o no, tener un tamaño grande (una gran rotativa) o no, tener un gobierno amigo que los alimentara de información o no, tener capacidad de superar campañas de descrédito o no, ser anticomunistas o no. Para sobrevivir había que superar estos filtros, más que tener lectores.

En esta situación descrita por Herman y Chomsky destaca claramente que las empresas de medios de comunicación terminan condicionando el periodismo de verdad con el periodismo de manipulación por parte de grandes consorcios que quieren controlar el libre mercado.

La mayor rentabilidad de los medios de comunicación en un entorno exento de regulaciones ha llegado asimismo a un clímax de absorciones y de amenazas de absorción, incluso entre gigantes, directamente atacados o amenazados. Esto ha forzado a los gestores de los gigantes mediáticos a contraer mayores deudas y a centrarse aún más agresiva e inequívocamente en la rentabilidad, a fin de aplacar a los propietarios y reducir el atractivo que sus bienes tienen para los intrusos (Herman y Chomsky, 2000).

²⁰ Traducido en 1990 como *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*, Barcelona, Crítica. Nosotros usamos la edición del 2000.

Con todo esto, antes del aumento de publicaciones publicitarias en las ediciones diarias de papel, el precio de un periódico era capaz de cubrir todos los costes según sus ventas. Con el crecimiento de éstas, las empresas periodísticas que atraían anuncios se permitían el lujo de abaratar los precios de los ejemplares manteniendo los costes de producción, con lo que un sistema basado en la publicidad llevaba mayoritariamente a la desaparición a los medios que dependían exclusivamente de las ventas.

Las publicidades del Estado son, cuanto menos, una de las mayores fuentes de ingresos de las empresas mediáticas y gracias a éstas se nutre a la ciudadanía de información sobre lo que el Estado hace. Campañas de la DGT, del Ministerio de Igualdad, de los de Sanidad, Cultura y Deportes, Turismo..., pero lo más importante es cómo se hace suculento reparto.

Francesc-Andreu Martínez Gallego (2013) defiende en su tesis *Medios de comunicación y escándalos de corrupción en España... ¿Denunciantes, magnificadores, cómplices?* que estos pueden ser sujetos corruptibles debido a las ayudas recibidas por parte del Gobierno, ya que los criterios para la adjudicación de ayudas y subvenciones no son siempre claros y en otras ocasiones, parecen ser en tono afable (De la Quintana y Oliva, 2012)²¹.

En España, existe la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno. Frente a esta, los medios no siempre actúan desde la sintonía, ya que tienen el potencial de ser agentes que defienden y promueven la democracia y la transparencia, como a su vez mecanismos de intereses políticos y económicos contrarios a lo anterior. Dicho esto, el periodismo no lo puede todo, pero puede hacer muchas cosas según qué condiciones.

Por otro lado, la ciudadanía no es capaz de distinguir la corrupción política si no es mediante los medios de comunicación. La corrupción política suele ser sofisticada, opaca, “sin víctimas”, y sus efectos no se suelen ver a corto plazo. Si a esto se le suman las campañas mediáticas por parte de las líneas editoriales en favor de los partidos políticos que financian sus infraestructuras, los lectores y lectoras terminan consumiendo un sinfín

²¹ De la Quintana, A. y C. Oliva (2012). “Subvenciones a la prensa en España: sinergias políticas y empresariales en Andalucía, Cataluña, Galicia y El País Vasco”. *MHCJ Miguel Hernández Communication Journal*, nº 6: 101-120.

de propaganda electoralista en plena ola de corrupción sistemática por parte de la elite política haciendo de éstas meras marionetas.



4. Marco Teórico

El análisis de contenido de las portadas de prensa de este TFG obtendrá una gran relevancia dentro del estudio debido a tres razones. La importancia de las portadas periodísticas, la relación con la *Agenda setting* y la manipulación sistemática de las noticias.

4.1 Corrupción y *Agenda setting*

En su investigación publicada en 2006, Stefaan Walgrave y Peter van Aelst²² analizan un gran número de estudios de *Agenda setting* y reflexionan sobre las alternativas y decisiones en torno a la medición de la agenda política; sostienen que deben tomarse decisiones importantes respecto al diseño de la investigación: qué nivel de gobierno será analizado, en torno a qué asunto, qué actor político (ya que cada uno posee sus propias reglas y su lógica), cuál será el indicador de notoriedad o importancia, y qué período de tiempo será analizado (períodos electorales o no electorales) (Fernando Petrone, 2009).

Lo más importante de estas afirmaciones son los indicadores de notoriedad o relevancia. El lector suele ser capaz de saber por sí mismo que es lo que realmente le interesa leer, pero son los medios de comunicación los que nos enseñan que quieren que leas. Estos actos muchas veces vienen predestinados por el tipo de convicción política del cual parte la empresa editorial, ya que nunca se debe de morder la mano que te da de comer.

En este sentido, los medios de comunicación dicen ser los vigilantes de las acciones de 'los políticos' en cuestiones de abuso de poder o incluso se hacen llamar defensores del pueblo. Pero, ¿sabemos a ciencia cierta si lo que defienden vienen dado por sus inclinaciones políticas? Supuestamente los medios de comunicación siempre se han reivindicado como independientes de ideologías o intereses, pero dentro de ese marco entra a formar parte la financiación por parte de las publicidades.

La teoría de la *Agenda setting* describe el proceso mediante el cual, los medios periodísticos presentan ciertos temas de manera frecuente y prominente con resultado que

²²«The Contingency of the Mass Media's Political Agenda Setting Power: Toward a Preliminary Theory». *Journal of Communication*, 56 (1): 88-109. Citado por Petrone, Fernando (2009).

amplios sectores del público perciben a esas cuestiones como más importantes que otras (McCombs y Shaw, 1972)²³. Por lo tanto, plantea que la cobertura y atención periodísticas influyen en las prioridades y preocupaciones de los ciudadanos (P. López Rabadán, 2012).

Nuestro estudio se basa en la perspectiva de análisis de la *Agenda setting*. Estas investigaciones han sido demostradas desde hace décadas como uno de los enfoques teóricos más sólidos y asentados en el campo de las Ciencias de las Comunicación (McCombs y Shaw, 1972).

Si relacionamos esa teoría con la corrupción mediática, obtenemos un sinfín de conculcaciones éticas que se esconden entre las líneas editoriales de los medios de comunicación en cuanto a las portadas de los periódicos se refiere. Teniendo en cuenta que, al fin y al cabo, son los medios los que deciden qué noticias son las importantes (debido a su alto interés público) como la economía, política o la corrupción y exigen una publicación inmediata (*hard news*), nos encontramos además con un sinfín de titulares muy cuestionables entre las portadas.

En el año 2013, *El País* sacaba en sus portadas los llamados “Papeles de Bárcenas”²⁴, el tesorero del PP que llevaba la contabilidad del partido en “B” donde aparecían importantes nombres de la política de dicho partido. Con esta publicación se demostraba la vinculación de estos datos con la *trama Gürtel* y los medios de comunicación apostaron por ello en todas las portadas. Con todo esto, el PP salió muy dañado debido a que incluso aparecían nombres como M. Rajoy (Haciendo supuestamente referencia a Mariano Rajoy, en aquel entonces presidente del Gobierno español). Mientras *El País* atacaba duramente al PP, por otro lado, el medio *ABC* desvinculaba literalmente de sus portadas al PP y lo vinculaba directamente solo al ya extesorero Bárcenas, por lo que no solo faltaba a la imparcialidad, sino que demostraba una clara falta de ética sin precedentes al intentar por

²³ McCombs, M. y Shaw, D. (1972). *The Agenda Setting Function of Mass Media. The Public Opinion Quarterly*, 36, 2. 176-187. Citado por P. López Rabadán (2012).

²⁴ Fuente: *El País*, portada del jueves 31 de enero de 2013. Accedido el 02/06/2020. Disponible en la URL: <https://elpais.com/hemeroteca/elpais/portadas/2013/01/31/>

todos los medios en sus portadas blanquear la situación, colocando en ellas un titular que rezaba: "Un documento que indica que no hay caja B" y "Todo es falso"²⁵, dejando clara su posición ante tal acto.

Como consecuencia a este tipo de –como veremos– publicaciones sistemáticas encajadas dentro de la *Agenda setting* promovida por estos dos medios de comunicación, se deja entrever que, al final, son las lectoras y los lectores quienes eligen a qué medios seguir, creer y escuchar, creando un efecto de confrontación derivada de una manipulación corrupta e instigada ya no solo desde los medios, sino también desde las altas esferas del Estado que al fin y al cabo suelen ser las fuentes de dichas informaciones.

4.2 La corrupción. Perspectiva socio-antropológica

Durante años, la Antropología Social y Cultural se ha entregado en muchos estudios e investigaciones a obtener una definición exacta para la corrupción, pero por increíble que parezca, nunca se ha llegado a poner de acuerdo en una. Esto es debido a la gran dificultad que dicha práctica conlleva, ya que para ello hay que estar involucrado de algún modo y desde la etnografía eso resulta una dificultad añadida.

Buscar la corrupción exclusivamente en el Estado es no entender lo que ella representa o es hacer un simple ejercicio ideológico, que a la postre no ayuda a enfrentar el problema. Igualmente, errado es intentar reducir el asunto a la órbita de lo privado. En ambas esferas aflora la corrupción y muchas veces esta se potencia cuando ambos sectores confluyen en diversas relaciones corruptas, no solo susceptibles de ser analizadas desde el lado económico; basta poner sobre la mesa el tema del nepotismo (Alberto Acosta, 2013)²⁶:

- En antropología, la corrupción es considerada una práctica social compleja con sus variaciones locales, donde se entremezclan prácticas como el nepotismo, el abuso de

²⁵ Fuente: ABC, portada del domingo 3 de febrero de 2013. Accedido el 02/06/2020. Disponible en la URL: <http://www.abc.es/gestordocumental/uploads/Otras/portada-3-febrero-segunda-edicion.pdf>

²⁶ Alberto Acosta (2013). "Prólogo" a José María Tortosa (2013). *Corrupción, corregida y aumentada*. Prólogo de Alberto Acosta, págs. 4-24. Accedido el 17/06/2020. Disponible en la URL: <https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/9788498885033.pdf>

poder y la malversación de fondos públicos con estructuras particulares de reciprocidad y de poderes locales (Ludwig Huber, 2008)²⁷.

Con todo esto, hay que destacar que, dentro de la premisa utilizada por Huber, hay tres factores a tener en cuenta como es el nepotismo, una práctica según la cual se conceden cargos públicos a familiares o amigos, creando un contrato - cadena de favores entre las partes involucradas. Además, incluye favoritismos en casos de asignación de contratos públicos.

Por otro lado, la reciprocidad es la forma más igualitaria de intercambio de bienes y servicios. Ésta puede ser directa o indirecta. Y por último el poder, que es la facultad para imponer la voluntad de una persona o grupo sobre otra/os y así alcanzar objetivos determinados. No obstante, hay que hacer referencia al término de clientelismo definido por S. N. Eisenstadt²⁸ en sus trabajos como:

- Un tipo específico de relación social y como un fenómeno macro-social de gran alcance, no simplemente como un añadido secundario a las estructuras básicas. Se trata de la regulación del flujo de recursos entre actores sociales. Por un lado, es un medio de limitar el acceso a los bienes disponibles por parte de los individuos capaces de monopolizarlos y, por otro, una forma de protección buscada por los peor situados frente a las contingencias de la libre competencia, económica, social o política (En J. Moreno Luzón, 1999).

Cuando nació el Grupo Prisa en 1972, se tardó muy poco en relacionar el medio de comunicación *El País* con el PSOE. Años más tarde, secretarios generales de dicha formación como Felipe González (expresidente del Gobierno de España) y Alfonso Pérez Rubalcaba (exsecretario general del PSOE) llegaron a formar parte de las filas del consejo editorial de Prisa. Con la llegada de José Luís Rodríguez Zapatero, se produjo un viraje en la línea editorial de la empresa, acercándose mucho al gobierno conservador del PP.

²⁷ Huber, Ludwig (2008). Romper la mano: Una interpretación antropológica de la corrupción (Economía y Sociedad 66, CIES, 2007).

²⁸ S. N. Eisenstadt y L. Roniger (1981). «The study of patron-client relations and recent developments in sociological theory». En *Ibids.* (eds.), *Political Clientelism, Patronage and Development*, London - Beverly Hills (CA), Sage, págs. 271-296. J. Citado por Moreno Luzón, 1999.

Además de todo lo acontecido con el paso de los años, en el año 2007 fallecía su fundador Jesús de Polanco, lo que provocaría una fragmentación en el accionariado de la empresa, que a día de hoy se encuentra repartida entre más de 5 entidades distintas y una de ellas es el Banco Santander. Esta gran división de poder, cambia de forma ostensible las líneas editoriales e ideológicas.

Además, para que la empresa de la familia Polanco no terminase en bancarrota, dicha entidad financiera realizó una aportación económica limitando el acceso a la monopolización, mientras que Prisa conseguía una protección económica debida a la pérdida de poder monetario que iba acumulando con el paso de los años. De este modo, *El País* tiene la motivación económica necesaria como para no sacar a la luz información que pueda implicar escándalos del Banco Santander (que desde 2012 posee un 4'145% de las acciones del Grupo Prisa), como podría ser toda la aportación económica hecha por el Estado durante el “rescate bancario” del año 2008.

Por su parte, a finales del siglo XIX echaba a andar el Grupo Prensa Española con la revista *Blanco y Negro*, que daría pie al nacimiento en 1903 del periódico *ABC*. Este medio de comunicación apareció de la mano de la familia Luca de Tena, que representaba a la aristocracia terrateniente, monárquica y católica española, concediéndole una línea editorial siempre afín al conservadurismo. Tanto es así que durante los 40 años del régimen franquista fue considerado un pilar mediático en el Estado Español y una vez llegada la Transición Democrática, reforzaron aún más su espacio conservador católico y de derechas.

En el año 2001, una fusión con el Grupo El Correo Español daba lugar a la aparición del Grupo Vocento, que a su vez tiene una estrecha alianza con la Cadena Cope (propiedad de la Iglesia católica española). A pesar de mantener una clara línea editorial conservadora, también hay que tener en cuenta la relación que sostiene el Grupo Vocento con el Banco Santander y con el PP.

Pese a que parece ser que el Santander no posee accionariado alguno en Vocento, hay un 4% de las acciones que pertenecen a *Santander Asset Management*, una gestora de inversiones que forma parte de éste. Por tanto, nos encontramos ante el hecho de que un grupo financiero de grandes proporciones a nivel mundial posee participaciones en las

dos grandes empresas de comunicación de España (Prisa y Vocento). Esto no incurre en delito alguno, ya que los bancos son las únicas empresas que tiene la posibilidad de invertir en publicidad, poseer acciones y conceder créditos a empresas periodísticas. Pero pese a no ser ilegal, sí que puede conllevar una corrupción sistemática de los medios de comunicación, ya que, debido a este poder, pueden canalizar de un modo u otro las noticias, generando así una *Agenda setting* propia que los deje al margen de noticias que vayan en su contra. Es decir, la corrupción no existe en el vacío social; para entenderla, hay que (re)contextualizarla:

- Lo que es considerado como corrupto desde un punto de vista (político, social, económico o moral), puede ser considerado como más o menos legítimo desde otro punto de vista. Puede darse un cierto grado de tolerancia ante formas de la corrupción que son consideradas como un mal necesario o inevitable (Italo Pardo, 2004)²⁹.

Por otra parte, la línea editorial ligada a favorecer un sistema más conservador los une al Partido Popular, que siempre que ha tenido oportunidad durante sus mandatos (tanto a nivel de comunidades autónomas como estatal) ha inflado su propaganda dentro de los medios del Grupo Vocento, hasta 1,8 millones de euros durante los años 2013 a 2015. Por si fuese poco, el mes de febrero del 2020, el Santander estaba dispuesto a respaldar la posibilidad de una fusión entre el Grupo Vocento (dueños del *ABC*) y el Grupo Prisa (*El País*), aumentando así sus relaciones con los medios de comunicación, generando aún más, si fuere posible, un gran entramado caracterizado como una clara relación de clientelismo político-bancario entre Prisa, Vocento, PP, PSOE y el Santander.

- La ley crea la esfera de legitimidad a través de la cual la corrupción es aceptada o rechazada, concebida y explotada por quienes están en el poder. Varios autores han destacado este punto en diferentes escenarios, como Hsu y Smart (2007) para China, Corbin (2007) para España³⁰.

²⁹ *Between Morality and the Law. Corruption, Anthropology and Comparative Society*. London - Aldershot, Ashgate. Citado por Vicente Humberto Monteverde (2018).

³⁰ Davide Torsello y Bertrand Venard (2015). "The Anthropology of Corruption". *Journal of Management Inquiry*, 25 (1): 34-54. Disponible en la URL: https://www.researchgate.net/publication/275222476_The_Anthropology_of_Corruption

Este último punto se podría extrapolar y explicar desde el punto de vista de la teoría del patronazgo-clientelismo/paternalismo-clientelismo, entendiendo que el patronazgo es un conjunto de relaciones sociales en las que participarían individuos con capacidad de elección con el fin de alcanzar sus objetivos (Jordi Ferrús Batiste, 2004), siempre relacionado con el ámbito social agrario. Este mantiene un fin en forma de círculo, que incide en una situación de patronazgo-clientelismo, en el que el gobierno promete al patrón nuevos métodos para generar mayor riqueza y la mejor manera es que sus trabajadores clientelares y grupos de/al servicio, apoyen a partidos, líderes y caciques que conformen el nuevo gobierno, para que de este modo se aprueben nuevas medidas que supuestamente favorecerán a los tres bandos, aunque esto no vaya a ser así.

El término *paternalismo* se utilizaba en sus inicios en el contexto de ciertas prácticas sociales desarrolladas por los patronos en relación con sus trabajadores, pero este no se puede entender sin el patronazgo, por eso mantienen una relación simbiótica.

La calificación como “paternalistas” de ciertas prácticas de los patronos suscita la sospecha de tratarse de un enmascaramiento de la explotación de la fuerza del trabajo por el capital, en las relaciones de capitalismo industrial (Macario Alemany García, 2005). La función ideológica paternalista está enmascarada bajo la forma de intención benevolente, humanizadora o incluso, la forma del deber social que nacía de la superioridad de los ricos sobre los y las pobres³¹. Otro de los conceptos en los que se ha basado el paternalismo ha sido el de la acción benevolente, guiada por el bien del obrero y orientada a las “necesidades reales” del proletariado.

³¹ Sierra Álvarez, José (1990). *El obrero soñado. Ensayo sobre el paternalismo industrial (Asturias, 1860-1917)*, Madrid, Siglo XXI. Citado por Macario Alemany García (2005).

5. Metodología

A partir de los objetivos e hipótesis de investigación formulados, este TFG plantea como objeto de estudio el análisis de las portadas de prensa escrita de los medios de comunicación de *El País* y *ABC*. Este estudio nos permitirá obtener un amplio conocimiento sobre la operativa de manipulación de datos y hará posible que otros puedan refutar o verificar las hipótesis del trabajo.

La metodología empleada es la cuantitativa y la técnica concreta es la estadística.

5.1. Metodología cuantitativa

Para este TFG se ha preferido el uso de la metodología cuantitativa, ya que nos permite el uso estadístico para delimitar los objetivos con el fin de encontrar las respuestas en las gráficas obtenidas, gracias a la recolección y el posterior análisis de los datos.

La recolección de datos más habitual en la metodología cuantitativa suele ser el cuestionario o la encuesta, pero también existen otros métodos de recolección de datos como son la lectura (visual o textual). Una vez determinados los datos que queremos utilizar, hay que extrapolarlos a números, de este modo, se podrán obtener distintas gráficas que permitan su posterior análisis.

La metodología cuantitativa está ligada al positivismo, que permite un carácter descriptivo y es usada en las investigaciones para entender los efectos de diversos recursos. Ésta analiza la realidad social descomponiéndola en variables y asume que la realidad social es relativamente constante y adaptable a través del tiempo. Es objetiva en todos los aspectos y separa su postura con respecto a los participantes y a la situación.

Otros de los objetivos más destacados con los que cuenta este tipo de metodología es que emplea conceptos preconcebidos y teorías para determinar qué datos van a ser recolectados (por lo que permite una amplia recolección de los mismos para realizar los análisis deseados) y con ella puedes estudiar conductas u otros fenómenos observables con el fin de poder explicarlos. Es cien por cien objetiva, por lo que sus resultados no pueden ser alterados, a no ser que se realice una mala recolección de estos y, por último, sirve para probar o confirmar teorías o hipótesis.

5.2. La técnica estadística

Nuestro análisis se basa en la lectura (visual o textual) como instrumento de recogida de información. A diferencia de la lectura común, ésta debe ser objetiva, válida, replicable y sistemática. Lo más característico del análisis, es que se trata de una técnica que nos permite la observación y producción de datos y el análisis de los mismos.

Para realizar este estudio, en primer lugar, se ha realizado un amplio análisis cuantitativo a partir del visionado y lectura de las portadas de los periódicos *ABC* y *El País*, como instrumento de recogida de información.

Con este tipo de análisis, seremos capaces de trasladar los datos obtenidos de la revisión de la hemeroteca (publicada por los dos medios en su propia web) a datos numéricos y cuantificados en distintos tipos, como son:

- Qué tipo de columna se utiliza para publicar en las portadas, haciendo referencia al tamaño de la publicación (1x1, 2x1, foto-portada, etcétera).
- Contabilizar la cantidad de noticias diferenciadas entre la *trama Gürtel* y el *caso de los ERE de Andalucía*.

De este modo se podrá proceder a la realización de tablas con el objetivo de obtener gráficos que nos den paso a poder realizar un buen análisis estadístico de datos.

En base a toda la información recogida previamente, para poder realizar unas tablas gráficas que representen los datos obtenidos, el segundo paso será utilizar la técnica de gráficos lineales y de barras.

- Las gráficas lineales se recomiendan para representar series en el tiempo, y es donde se muestran valores máximos y mínimos.

Gracias a estas gráficas lineales, seremos capaces de observar las diferencias que pueden existir entre ambos periódicos y sus prioridades políticas a la hora de publicar las noticias en sus portadas, añadiendo, además, que nos puede revelar datos sobre su propia *Agenda setting* según los resultados obtenidos.

- Las gráficas de barras pretenden resaltar la representación de porcentajes de datos que componen un total. Además, sirven para comparar y tener una representación gráfica de la diferencia de frecuencias o intensidad de la característica numérica de interés.

Debido a las características que aportan este tipo de gráficos, seremos capaces de demostrar desde un punto de vista objetivo cuáles son los puntos fuertes y débiles de las publicaciones en las portadas (qué les interesa mostrar al público en ese momento) y si hacen un uso partidista de las noticias de corrupción para favores a los partidos políticos.

5.3 La muestra

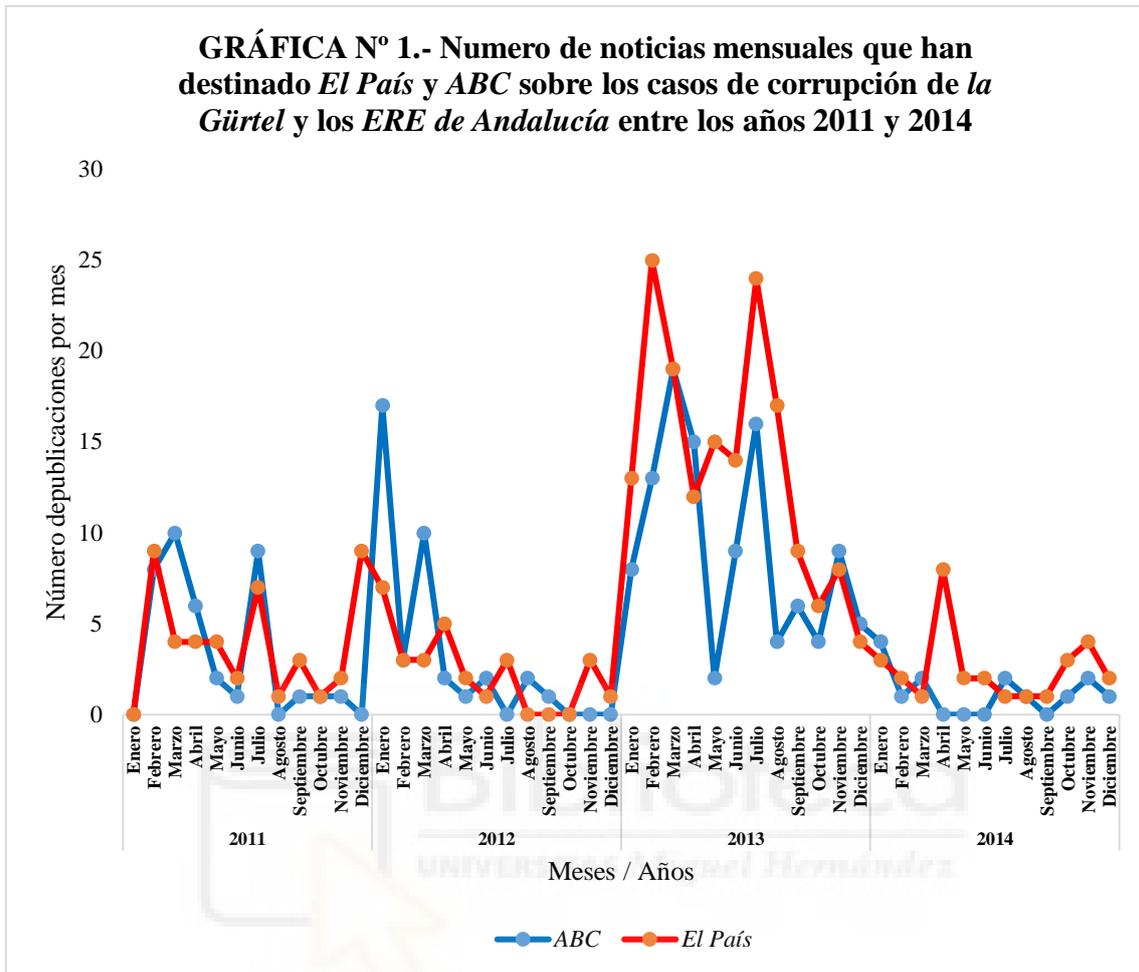
El universo investigado se compone de todas las portadas de los medios de comunicación escrita del *ABC Madrid*³² y *El País*³³ desde el año 2011 al 2014 en relación a los casos de corrupción de la *trama Gürtel* y el *caso de los ERE de Andalucía* obtenidas a través de la hemeroteca de sus páginas web. La recogida de datos para la muestra se ha llevado a cabo desde el 7 de febrero, hasta el 14 de marzo de 2020, en la que se han analizado un total de 2.902 portadas entre ambos periódicos.

Dicha muestra se recoge en base a que estos medios de comunicación son supuestamente contrarios entre sí en cuanto a convicción política se refiere, ya que como se ha apuntado en el apartado anterior, *El País* siempre ha sido relacionado con la política y la ideología de izquierdas o progresista y el *ABC* con la derecha o el conservadurismo.

³² *ABC* (2020). Hemeroteca, periódicos *ABC* de la historia. Año 2020 - Archivo *ABC*. <https://www.abc.es/archivo/periodicos/>

³³ *El País* (2020). Portadas de *El País* - Año 2020. <https://elpais.com/hemeroteca/elpais/portadas/>

1. Resultados y análisis



Fuente: elaboración propia.

El análisis de las portadas de *ABC* y *El País* demuestra con los datos obtenidos que ambos medios realizan una cobertura similar (en lo que a casos de corrupción se refiere), pero se pueden apreciar importantes diferencias si se analizan las muestras más detalladamente.

En la GRÁFICA N°1 se puede observar claramente cómo durante los cuatro años analizados, cada periódico mantiene unas líneas claras que presentan picos de publicación bastante similares, manteniendo una hegemonía con el paso del tiempo. Durante el 2011, los dos medios presentan una media de publicaciones bastante igualitaria, publicando 39 el *ABC* y *El País* 46 noticias, respectivamente. En diciembre de 2011, Francisco Camps (expresidente de la Comunitat Valenciana) era juzgado por los “famosos trajes regalados” (relacionados a su vez con la *Gürtel*), y es ahí donde *El País* presenta un pico importante

de publicaciones; sin embargo, durante ese mes, el *ABC* se desentiende totalmente de dicho caso, puesto que publica dos.

Entrados en el 2012, el *ABC* parece que intenta contrarrestar por todos los medios la escalada de Camps como parte de la *Agenda setting* de otros medios, publicando solo en el mes de enero más de quince noticias sobre los *ERE* y únicamente una sobre Francisco Camps³⁴ (entrevista para limpiar su imagen y la del PP). Mientras, *El País* mantiene sus publicaciones en referencia a los dos casos estudiados (aunque en esta gráfica no se puede diferenciar de qué caso hablan en concreto).

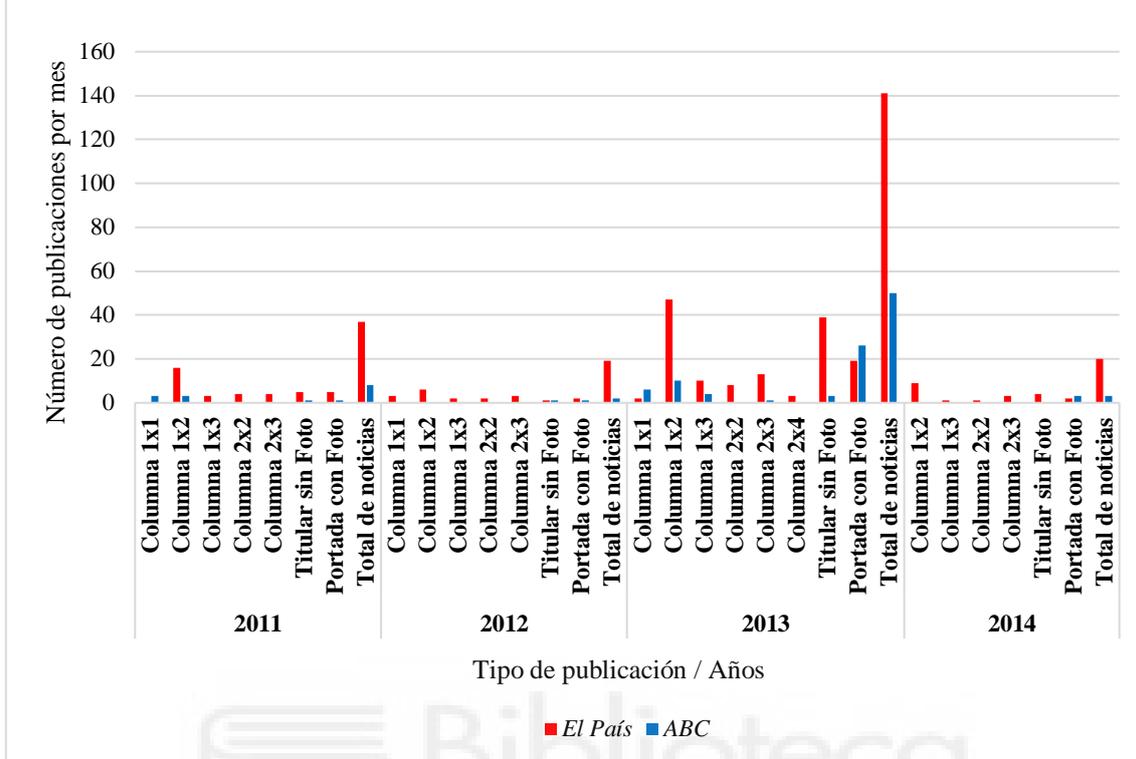
Llegados al año 2013 se aprecia una clara subida de publicaciones sobre casos de corrupción, debido (presuntamente) a la aparición de los “Papeles de Bárcenas” publicados por *El País* a finales del mes de enero. No obstante, *El País* parece ser en términos generales, quien da una mayor cobertura al caso Bárcenas, puesto que es quien ha presentado la exclusiva y el *ABC* se dedica mayoritariamente a publicar noticias para desmentir que el PP tenga algo que ver y seguir atacando al PSOE por el *caso de los ERE*.

En el 2014 parece ser que los dos medios dejan las noticias sobre ambos casos de corrupción, puesto que presentan unos números bastante bajos en cuanto a sus publicaciones, llegando a obtener una media anual de 1’16 noticias por mes para el *ABC* y 2’5 noticias por mes por parte de *El País*.

Para comprender mejor los datos obtenidos por la primera gráfica, se ha optado por realizar otras seis distintas con los datos más desglosados, con el fin de obtener mejores resultados, que aporten luz a los primeros resultados obtenidos.

³⁴ *ABC*, 2012, 27 enero. *ABC MADRID* página 1 - Archivo *ABC*. "Francisco Camps. Entrevista con el Expresidente Valenciano". <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-madrid-20120127-1.html>

GRÁFICA N° 2.- Comparación del tipo de noticias publicadas sobre la Gürtel por El País y ABC de los años 2011 a 2014

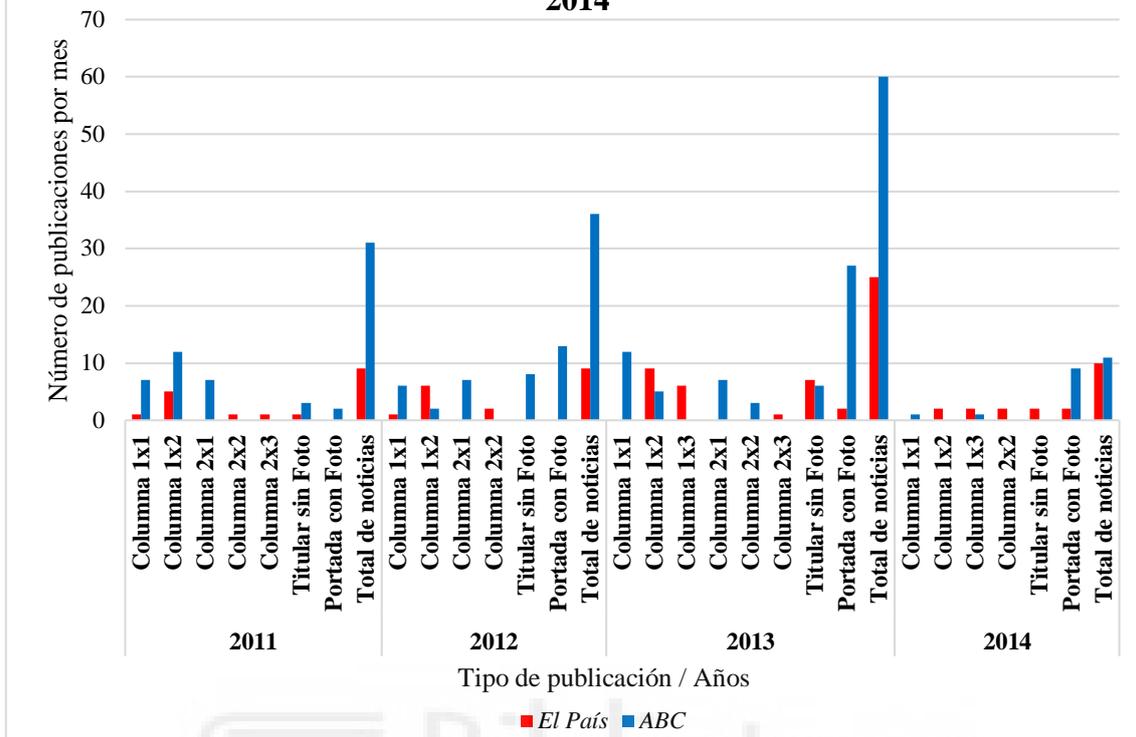


Fuente: elaboración propia.

Si abordamos la visibilidad que ambos medios dan a los dos casos de corrupción analizados, teniendo en cuenta el tipo de columna en la que son publicadas las noticias o si van acompañadas por fotografías, se pueden observar diferencias muy reveladoras.

En la GRÁFICA N° 2, que compara las noticias publicadas sobre la trama Gürtel parece ser que *El País* ataca o publica sistemáticamente la corrupción del PP, mientras que el *ABC* lo deja prácticamente de lado, puesto que no aparecen noticias de corrupción sobre el PP o hay muy pocas en su defecto, excepto en el año 2013 (momento en el que *El País* saca a la luz los “Papeles de Bárcenas”). Observando la tabla, hablamos de una clara desinformación periodística por parte de *ABC*, en favor de la política conservadora, puesto que las noticias sobre corrupción parecen desaparecer de las portadas cuando se trata del PP. El resultado obtenido por estos datos, indica, además, que durante los cuatro años de portadas analizadas en las que aparece alguna mención sobre la Gürtel, el *ABC* solo publicó un 22,5% de un total de 280 de todas las editadas. Por otro lado, *El País* parece no tener reparos en publicar noticias que ataquen directamente al PP.

GRÁFICA N° 3.- Comparación del tipo de noticias publicadas sobre los ERE de Andalucía por El País y ABC de los años 2011 a 2014

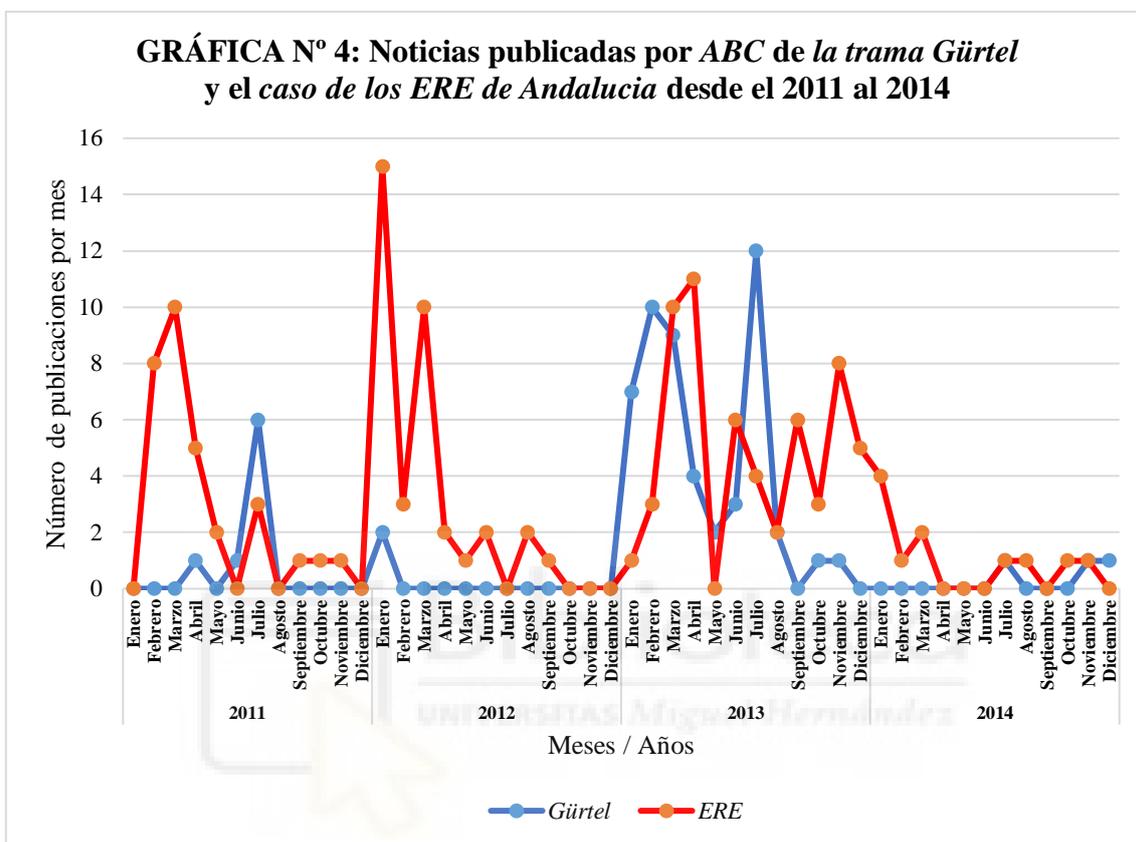


Fuente: elaboración propia.

Si, por el contrario, cambiamos de caso de corrupción y se ahonda más en el de *los ERE de Andalucía*, se vislumbra cómo cuando se trata de propagar noticias en contra de la izquierda, *ABC* mantiene una línea estricta y contundente. Durante el 2013 parece dedicar su poder mediático para atacar al PSOE por los *ERE* utilizándolo de escudo o cortina de humo para frenar la escalada de la *trama Gürtel* con la aparición de las cuentas en B del PP –las del extesorero Bárcenas-. Pero por el otro, *El País* parece querer esconder las vergüenzas del PSOE, puesto que no publica mucho sobre los *ERE*.

Durante el caso de los *ERE de Andalucía*, tanto *ABC* como *El País* publicaban noticias de dicho escándalo, pero hay que destacar que, cuando estalló la bomba del caso Bárcenas, el *ABC* se dedicó durante el 2013 a emitir en sus portadas 27 foto-portadas contra los *ERE* de 60 noticias en total, frente a las 26 foto-portadas de las 50 vinculadas a la *trama Gürtel*. Estos datos obtenidos dejan constancia de una consecuente manipulación mediática por parte de los medios según qué afinidad mantengan con la clase política, dejando al margen a lectores y lectoras, a la vez que se desinforma a la población que por lo general no suele comprar sus periódicos.

Comparando la GRÁFICA N° 2 con la N° 3, se aprecia claramente que, aunque muchas veces ambos medios de comunicación mantienen una línea editorial en favor del partido político al que son vinculados, y parece ser les suele temblar el pulso a la hora de publicar noticias de corrupción, si se trata de los partidos afines al medio.

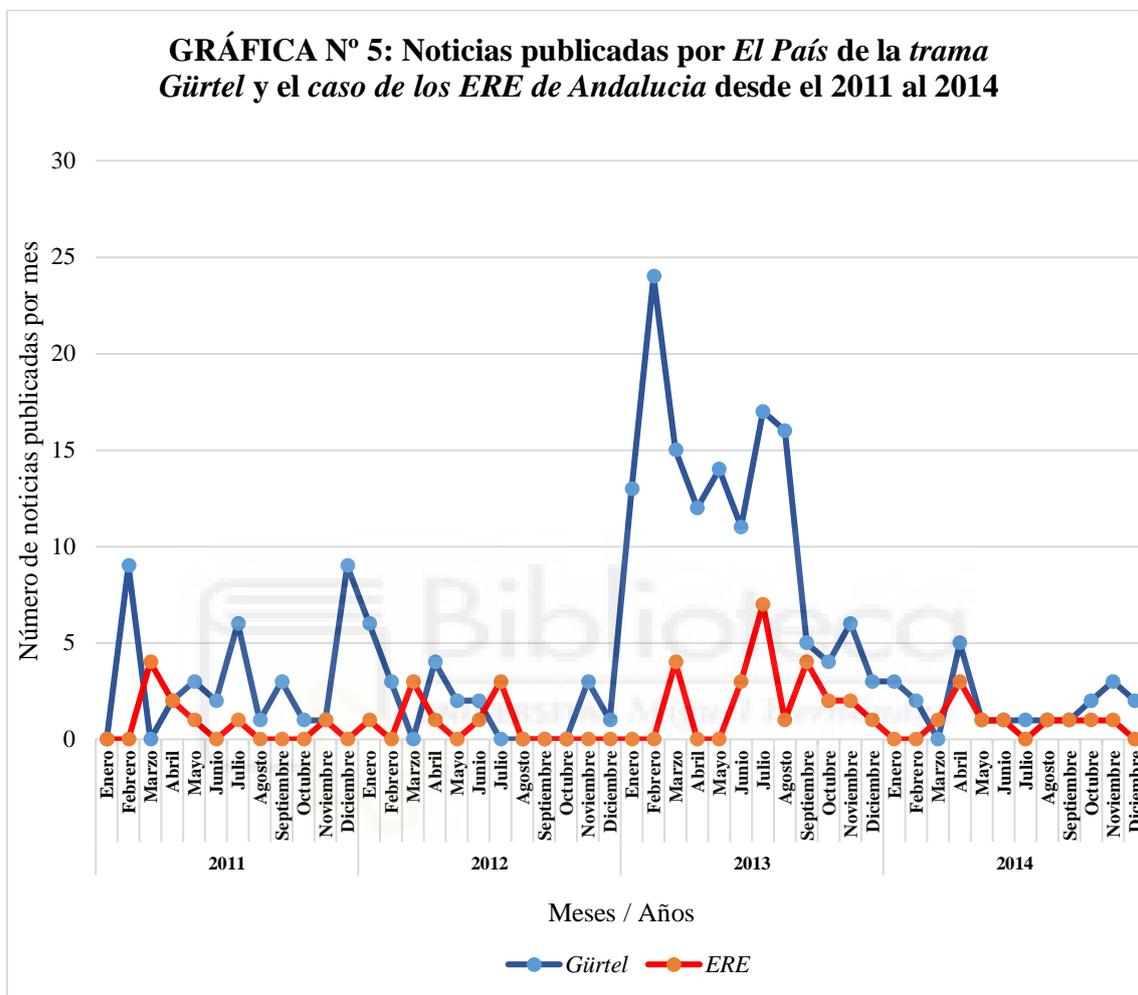


Fuente: elaboración propia.

Con los resultados obtenidos por las dos tablas anteriores, se han preparado dos nuevas gráficas para intentar ratificar si ambos medios de comunicación usan sus periódicos como armas contra los partidos que no son afines a sus principios editoriales o, por el contrario, usan sus noticias por el bien de la información, para mantener a la ciudadanía al corriente de las noticias de corrupción.

Como se ha comentado con anterioridad, ABC siempre ha sido un medio ligado a las derechas o al conservadurismo. Si se analizan los resultados obtenidos por la GRÁFICA N° 4, queda demostrado que, durante los cuatro años de portadas analizadas sobre los dos casos de corrupción, la Agenda setting marcada por el ABC es la de presionar con sus publicaciones, importándole más bien poco lo que el PP hacía con el dinero público de

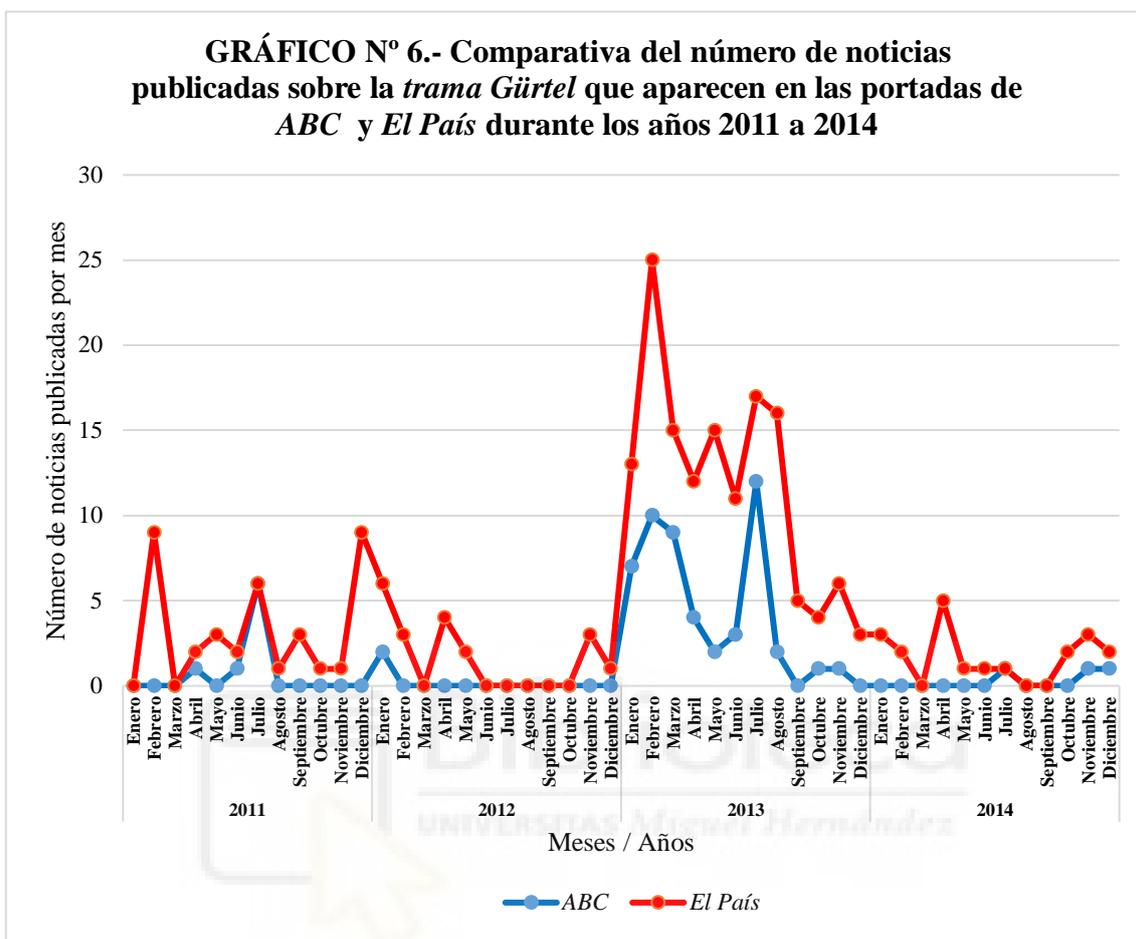
los y las contribuyentes españolas, pero atacando con todo su poder de comunicación al PSOE por el caso de los ERE de Andalucía, para mitigar de alguna manera las duras noticias que aparecían sobre la trama Gürtel e intentar frenar una debacle de cara las elecciones del 2015.



Fuente: elaboración propia

De otro modo, la GRÁFICA n° 5 nos muestra cómo *El País* sigue la misma postura que el *ABC*. Si se observa el gráfico detenidamente, se observa perfectamente cómo se publican muchas más noticias sobre la trama Gürtel –que afecta directamente al PP–, que sobre el caso de los ERE de Andalucía –cuyo partido directamente afectado es su PSOE–. Por ende, parece ser que a *El País* tampoco es que le importe mucho las malas conductas asociadas al PSOE con la corrupción, sino que parece que pasan totalmente desapercibidas en sus portadas. Por otro lado, aunque no mantiene una conducta

defensora hacia el PSOE, no publica noticias de blanqueamiento para intentar frenar la escalada en la *Agenda setting*, como si las realiza el ABC.

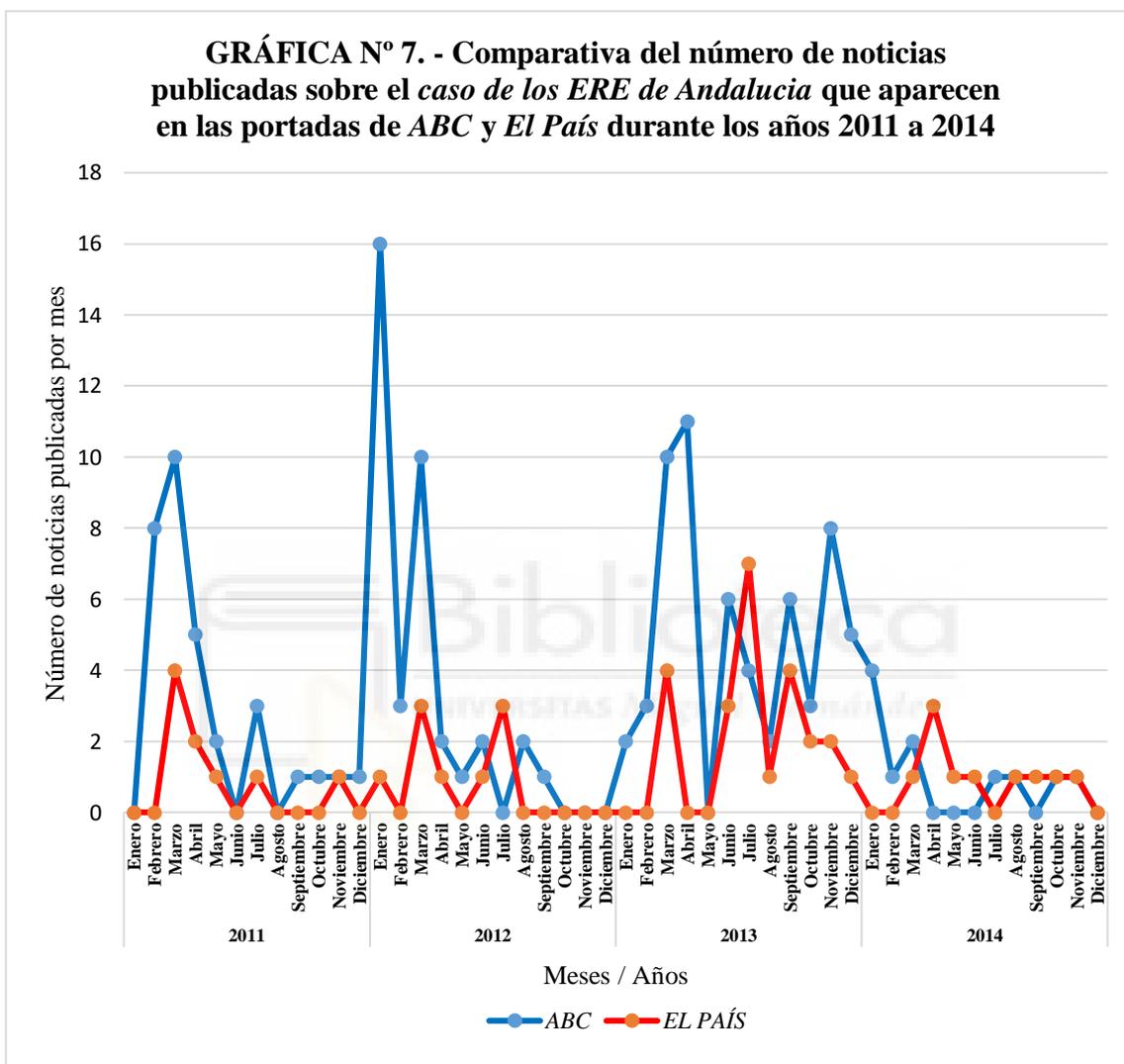


Fuente: elaboración propia.

Los últimos dos gráficos analizados han sido creados con el fin de confirmar la teoría de que los dos medios de comunicación hacen un uso partidista de sus publicaciones, a tenor de los resultados obtenidos por las otras gráficas.

La GRÁFICA N° 6 es una comparación de las noticias publicadas por los dos medios sobre la *trama Gürtel*. Se aprecia claramente que *El País* ha publicado muchas más noticias durante los cuatro años analizados sobre los casos de corrupción que afecta al PP que el *ABC*. Se demuestra, además, que el medio más conservador no publica casi noticias durante los años 2012 y 2014 sobre la *Gürtel*. Sin embargo, durante el 2013 parece ser que sí que se hace eco de las noticias de corrupción, pero los datos obtenidos por las tablas anteriores demuestran que esta subida en las informaciones son debidas a que hacen un uso partidista de las noticias con el intento de blanquearlas y propiciar el beneficio de la

duda al PP. Es más, durante esa época, las portadas analizadas demuestran que el *ABC* desmarca totalmente al partido conservador de la corrupción –se trata de "casos aislados", como no pararon de declarar los líderes del PP–, y solo achaca los sobresueldos al extesorero Bárcenas, con el único de fin de dejar una imagen impoluta al Partido Popular.



Fuente: elaboración propia.

La GRÁFICA N° 7 sigue la misma estructura que la anterior, pero modificando el caso de corrupción a analizar. Esta vez, se centran los datos en el *caso de los ERE de Andalucía* y muestra claramente cómo se diferencian estos dos medios de comunicación. Los picos de noticias más destacados son del *ABC* y las fechas en los que aparecen vuelven a ser reseñables. Durante el primer trimestre del 2011, Baltasar Garzón (exmagistrado instructor de la *trama Gürtel* y próximo al PSOE) sería apartado por la investigación sobre este caso de corrupción, y durante ese tiempo *ABC* seguía difundiendo noticias sobre los

ERE para frenar las noticias de la *Gürtel*, mientras que *El País* se mantiene en un discreto segundo plano, publicando relativamente pocas noticias, manteniendo de este modo su línea editorial.

Lo mismo ocurre en el primer trimestre del año 2012, donde *ABC* vuelve a mostrar sus cartas frente a la corrupción socialista en Andalucía, llegando a publicar hasta 28 noticias sobre este caso de corrupción, pero solo 2 de en lo que a corrupción del Popular se refiere. Los picos más abultados aparecen sobre todo en el año 2013 donde hay momentos en que incluso *El País* publica más noticias sobre los *ERE* que el mismo *ABC*, seguramente debido a que la Jueza Alaya empezaba a imputar a dirigentes del PSOE³⁵, pero sobre todo también, porque durante todo ese año el *ABC*³⁶ se dedicó casi exclusivamente a publicar foto-portadas³⁷ de blanqueamiento³⁸ en favor del PP en pleno estallido de los “Papeles de Bárcenas”.



³⁵ *El País* (2013, 3 julio). Portada. <https://elpais.com/hemeroteca/elpais/portadas/2013/07/03/>

³⁶ *ABC Madrid* 31-05-2013 página 1 - Archivo *ABC*. <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-madrid-20130531-1.html>

³⁷ *ABC Madrid* 10-07-2013 página 1 – Archivo *ABC*. <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-madrid-20130710-1.html>

³⁸ *ABC Madrid* 16-07-2013 página 1 - Archivo *ABC*. <https://www.abc.es/archivo/periodicos/abc-madrid-20130716-1.html>

7. Conclusiones

El análisis obtenido por las portadas de *ABC* y *El País* pone de manifiesto que ambos cubren los casos de corrupción siguiendo orientaciones políticas distintas y confrontadas, el primero dando más visión a los escándalos del PSOE y el segundo a los del PP. Existen también importantes diferencias en cuanto a la atención que prestan ambos a los escándalos de corrupción en función de qué partido esté involucrado, la *Agenda setting* y la visibilidad que les dan teniendo en cuenta que las noticias analizadas son las que aparecen en las portadas de los años 2011 a 2014 incluidos.

Se aprecia claramente que cuando la agenda de *El País* se centra en cubrir la *trama Gürtel*, la agenda del *ABC* pasa a incluir simultáneamente los dos casos de corrupción analizados, pero dando prioridad sobre todo al que afecta al PP, pero a modo de blanqueamiento de las noticias. Es decir, cuando *El País* destapa los “papeles de Bárcenas”, *ABC* se centra en publicar noticias que limpien el nombre del PP y achancando directamente la corrupción solo a la persona investigada en cuestión y no a la cúpula global del partido, a la vez que sigue atacando al PSOE por los *ERE de Andalucía*. Sin embargo, *El País* muestra claramente que, pese a mantener una línea editorial que siempre ha sido cercana al PSOE, no realiza noticias limpiando su nombre, sino que además no tiene problemas en publicarlas, aunque no en mucha mayor medida. Aun siendo así, se podría aceptar que ambos medios de comunicación utilizan los casos de corrupción para atacar al partido contrario del que les diferencia su posicionamiento ideológico.

Queda demostrada además una estrecha vinculación entre los medios de comunicación y la política en España. Esto se podría aceptar en base a que es posible que dichos medios de comunicación mantengan una estrategia para mantener a su ya clientela y, además intentar aumentar las ventas con los nuevos y nuevas seguidoras que puedan tener dichos partidos. Aunque claramente la ciudadanía está mucho más informada, es obvio que los y las lectoras siempre van a buscar información en los medios que puedan ser afines a su ideología o afinidad política, sin tener en cuenta, claro está, que éstos pueden estar manipulando o desinformando, dejando de lado, la ética que debe cubrir esta profesión.

La mayor obligación que deben de tener los medios de comunicación o, en su defecto, el periodismo es la de mantener la función de vigilancia, pero parece ser que existe una

dificultad estructural en los propios medios para poder desempeñarla, seguramente debido a que las grandes empresas han entrado a formar parte de estos conglomerados mediático-financiero-políticos, cambiando así la dinámica de éstos con el paso del tiempo.

Las relaciones que han sido constatadas durante todo este TFG, demuestran claramente que existe un sistema de paternalismo-clientelismo periodístico-político-bancario en el que se da un claro círculo vicioso que seguramente incide en el tipo de noticias a publicar. Existe un punto claro de poder entre el *ABC* y *El País* y no es otro que el poder financiero del Banco Santander, el cual posee acciones de los dos medios. Por otro lado, aunque el *ABC* no tiene entre sus filas del consejo editorial a nadie del PP (caso contrario que con *El País*), su línea editorial siempre va a tratar de beneficiarlo y éste a su vez, siempre les devuelven el favor, en forma de emolumentos publicitarios como bien se ha demostrado anteriormente. Por el contrario, *El País* sí que ha tenido a grandes ex cargos del PSOE dentro de su consejo de administración, que presumiblemente podrían influir también en las noticias que publicaban por aquel momento y aunque todo aquello terminó con la llegada del José Luis Rodríguez Zapatero a la Moncloa, parece ser que nunca le han perdido un punto de favor, pese a mantenerse dentro los parámetros de rigor.

Estos datos muestran que, seguramente, estos acontecimientos denoten implicación política total por parte de los medios a la hora de publicar noticias. *El País* y *ABC* es muy improbable que ataquen de modo alguno al Banco Santander, pues es quien al fin y al cabo pone el dinero –están endeudados hasta las cejas con ese banco-, y lógicamente siempre atacaran al partido político que controle dicho medio de comunicación para menoscabar su reputación, creándose de este modo un triángulo, donde en la cúspide estará el poder del capital (Banco Santander), en el centro los partidos políticos a los que son contrarios, pero que ninguno de ellos atacaría al poder del capital, y por último los medios, que hacen de voceros, en favor de lo que dicta el poder político - bancario.

Por último, las normas deontológicas están para cumplirse y no para tomárselas a la ligera, la falta de uso de éstas cuando se tratan temas tan conflictivos para la sociedad y que afectan directamente a la ciudadanía podrían abrir nuevos debates sobre si el periodismo patrio podría estar incurriendo en algún tipo de delito por faltar a la verdad (sinceramente me parece algo digno de estudio). No existe sentido alguno por el que un o una periodista

que supuestamente se ha pasado años estudiando en pos y para la verdad, se pase al lado oscuro en favor del dinero y del poder.



8. Propuestas

El control político-bancario de los medios de comunicación tanto públicos como privados es muy elevado y ésta es una situación que sería conveniente cambiar. Para ello, se deberían de incluir ciertos cambios a nivel comunicativo para mejorar la información sobre los casos de corrupción que atañen a toda la ciudadanía.

- El panorama mediático del país se asemeja a una “guerra de trincheras”, lo que genera un alto grado de cinismo político hacia los escándalos de corrupción. Cuando un periódico destapa un escándalo de corrupción suele ser recibido por la otra trinchera como una estrategia interesada, que tiene como única intención el descrédito o la difamación del adversario por cuestiones estrictamente políticas. Esto provoca que los ciudadanos (tristemente atrincherados en alguno de los bandos) se tomen con altas dosis de cinismo los escándalos publicados en los periódicos rivales (Orriols, Lluís. 2013)³⁹.

Desde este humilde TFG se puede aportar un decálogo de propuestas con el fin de intentar mejorar las relaciones de los medios de comunicación con las informaciones o noticias relacionadas la corrupción:

1. Hay que mantener a la sociedad completamente informada desde los mismos medios de comunicación sin hacer un uso partidista de las noticias; de este modo, la credibilidad de las noticias aumentaría incluso si estas afectan a su partido.
2. Ser un medio totalmente independiente del poder político y bancario puede conseguir que los y las lectoras asimilen la realidad de lo que acontece en cuanto a casos de corrupción y de ese modo identifiquen con mayor facilidad la situación que vive la prensa a nivel nacional (y previsiblemente internacional).
3. Es totalmente necesario que todo medio de comunicación corte los lazos existentes con todos los partidos políticos con el fin de mejorar la salud de las noticias y la relación con la ciudadanía.
4. Seguir las normas deontológicas a las que todo y toda periodista les debe fidelidad, puesto que es la mejor manera de afrontar las noticias de corrupción.

³⁹ «[Corrupción y guerra de trincheras mediática](#)», *Eldiario.es* (Piedras de papel), 1 de febrero de 2013.

5. Evitar las filtraciones interesadas por parte de grupos políticos e indagar por todos los medios en pos de la verdad para generar legitimidad en las noticias.
6. Evitar la difusión de rumores o difundir informaciones negativas con fines partidistas genera desinformación. La misión periodística es contar la verdad, y la mejor fórmula es centrarse en buscarla sea quien sea a quien se perjudique.
7. Cuando se informa sobre corrupción política (o sobre cualquier otro caso), no hay que incidir en que se trata de una sola manzana podrida o de casos aislados, sino hay que ser contundentes (si es posible), sobre quién comete dicho acto y quién ha sido el beneficiario.
8. Cuando se publican columnas sobre corrupción, siempre hay que identificar la noticia, dejando constancia de a qué partido pertenece. Se ha caído en la mala costumbre de publicar sin señalar, lo que muchas veces supone pérdida de información, ya que muchos lectores y lectoras tiene por hábito solo leer el titular y este puede no informar sobre qué caso se está hablando.
9. Obviar la “autocensura”. El periodismo debe informar sobre todo tipo de casos a sabiendas de que no todas y todos los lectores estarán a favor de éste, pero no es de buen grado, tampoco, corromper la información en favor de nadie.
10. Por último, las grandes empresas de comunicación deben generar nuevas normas deontológicas con el fin de conseguir que los y las periodistas realicen de una forma más adecuada la función de vigilancia y control, puesto que los medios de comunicación, conocidos como “el cuarto poder”, deben hacer gala de ello.

Estas propuestas pueden conseguir un cambio a mejor en la sociedad - medio - lector que lleve al periodismo a una nueva época, marcando un camino en favor de la información, la investigación y la deontología periodística, y no del poder estamental preestablecido.

9. Bibliografía, webgrafía y fuentes

Acosta, Alberto (2013). "Prólogo" a José María Tortosa (2013). *Corrupción, corregida y aumentada*. Prólogo de Alberto Acosta, págs. 4-24. Accedido el 17/06/2020. Disponible en la URL: <https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/9788498885033.pdf>

Alemaný García, Macario. (2005). El concepto y la justificación del paternalismo. Accedido el 08/06/2020. Disponible en la URL: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/el-concepto-y-la-justificacion-del-paternalismo--0.pdf>

Almirón, Nuria (2009). Grupos privados propietarios de medios de comunicación en España: principales datos estructurales y financieros. Accedido 05/05/200. Disponible en la URL: https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/33689/Almiron_com_grup.pdf?sequence=1&iAllowed=y

Campo, Lorena (2008). Diccionario básico de Antropología. Accedido el 15/04/2020. Disponible en la URL: <https://www.cpalsocial.org/documentos/776.pdf>

Castells, Manuel (1998). La era de la información. Sociedad, Economía y Cultura. Vol. II: El poder de la identidad. Madrid. Alianza. Accedido el 15/04/2020. Disponible en la URL: https://books.google.es/books?id=dNBXbrv76s4C&printsec=frontcover&dq=La+era+de+la+Informaci%C3%B3n+volumen+II&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjz8qm_cnoAhVCSxoKHf1JD0oQ6AEIQDAD#v=onepage&q&f=false

CDEPP, *Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística*. Disponible en la URL: http://www.asociacionprensa.org/es/images/Codigo_Deontologico_Europeo_de_la_Profesion_Periodistica.pdf Accedido el 13/05/2020.

FAPE, *Código Deontológico de la Fundación de Asociaciones de Periodistas de España*. Accedido el 08/05/2020. Disponible en la URL: <http://fape.es/home/codigo-deontologico/>

Ferrús Batiste, Jordi (2004). *Transición social en la Catalunya Nova. El impacto de la instalación de una central nuclear en la economía y el poder local (1970-1990)*. Tarragona, Departament de Antropologia, Filosofia i Treball Social, Universitat Robira i Virgili, tesis doctoral.

Fundació Consell de la Informació de Catalunya (FCIC). *Código Deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña*. Accedido el 13/05/2020. Disponible en la URL: <https://fcic.periodistes.cat/es/codi-deontologic/>

Gallego, Francesc Andreu (2013). *Medios de comunicación y escándalos de corrupción en España... ¿Denunciantes, magnificadores, cómplices?* Accedido el 18/05/2020. Disponible en la URL: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/29239/1/OBETS_08_01_04.pdf

Gonzales Pazos, Jesús (2019). "Medios de comunicación. ¿Al servicio de quién?". Disponible en la URL: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20200423054514/Medios-de-comunicacion.pdf> Accedido el 27/05/2020.

Grijelmo, A., & *El País* (1990). *Manual de estilo de la redacción de El País*. Madrid, España: El País S.A. Accedido el 07/05/2020. Disponible en la URL: https://es.slideshare.net/guesta87028/manual-de-estilo-de-el-pais?from_action=save

Huber, Ludwig (2008). "Romper la mano: Una interpretación antropológica de la corrupción". *Economía y Sociedad*, nº 66, CIES. Accedido el 22/05/2020. Disponible en la URL: <http://cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/una-interpretacion-antropologica-de-la-corrupcion.pdf>

Humberto Monteverde, Vicente (2018). "Un análisis de actos y áreas de corrupción". *Revista Internacional de Transparencia e Integridad*, nº 7, mayo-agosto. Accedido el 02/06/2020. Disponible en la URL: https://revistainternacionaltransparencia.org/wp-content/uploads/2018/09/vicente_humberto_monteverde.pdf

López-Rabadán, P. y Casero Ripollés, Andreu (2012). "La evolución de la agenda mediática española (1980-2010). Un análisis longitudinal de la portada de la prensa de referencia". *Revista Latina de Comunicación Social*, 67: 470-493. Accedido el 17/05/2020. Disponible en la URL: http://www.revistalatinacs.org/067/art/964_Castellon/RLCS_paper964.pdf

Luján González Portela, María (2009) *Libertad y responsabilidad de la prensa en el autocontrol y en la enseñanza de la ética de cinco países andinos*. Madrid, UCM, Tesis doctoral. Accedido el 12/05/2020. Disponible en la URL: <https://eprints.ucm.es/9411/1/T30820.pdf>

Moreno Luzón, Javier (1999). "El Clientelismo político: Historia de un concepto multidisciplinar". *Revista de Estudios Políticos (Nueva Época)*, nº 105: 73-95. Accedido el 27/05/2020. Disponible en la URL: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ElClientelismoPolitico-27572.pdf>

Palau, Anna M. y Ferran Davesa (2013). «El impacto de la cobertura mediática de la corrupción en la opinión pública española». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 144: 97-126. Accedido el 01/04/2020. Disponible en la URL: http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_144_051381482784544.pdf

Pena de Oliveira, Felipe (2009). *Teoría del periodismo*. Sevilla – Zamora, Comunicación Social ediciones y publicaciones. Accedido el 05/05/2020. Disponible en la URL: https://books.google.es/books?id=CRUcMrdaTXoC&pg=PA160&lpg=PA160&dq=hipotesis+esconden+noticias+periodicos&source=bl&ots=LGcb2s7vqi&sig=ACfU3U2QR2vyBLdX6aZpP_sJC8vY4Mk1fw&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjmtL30JzpAhVWQhUIHVsiAxcQ6AEwAXoECAsQAQ#v=onepage&q=hipotesis%20esconden%20noticias%20periodicos&f=false

Petrone, Fernando (2009). "Estudio de *agenda setting*: Conceptos, metodología y abordajes posibles". Accedido el 18/05/2020. Disponible en la URL: <https://www.aacademica.org/000-089/234.pdf>

Rodríguez Andrés, Roberto (2018). "Fundamentos del concepto de desinformación como práctica manipuladora en la comunicación política y las relaciones internacionales". *Revista de historia y comunicación social*. 23 (1): 231-244. Accedido el 05/06/2020. Disponible en la URL: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/26906/2018.-%20Desinformaci%20c3%b3n%20%28Historia%20y%20Comunicaci%20c3%b3n%20Soci%20al%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Rodríguez Polo, Xosé Ramón y Martín Algarra, Manuel (2008). "Medios y democracia: La teoría de la Responsabilidad Social". *Revista de comunicación*. (7) 154- 166. Accedido el 20/03/2020. Disponible en la URL: <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/37486/1/medios%20y%20democracia-La%20teor%20c3%ada%20de%20responsabilidad%20social.pdf>

S. Herman, Edward y Chomsky, Noam (2000). *Guardianes de la libertad*. Barcelona, Crítica. Accedido el 17/06/2020. Disponible en la URL: https://books.google.es/books?id=cy0HploHEikC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false Accedido el 20/05/2020.

Serrano, Pascual (2019). *Paren las rotativas. Una pausa para ver dónde está y adónde va el periodismo*. Madrid, Akal. Accedido el 29/05/2020. Disponible en la URL: <https://books.google.es/books?id=rTq2DwAAQBAJ&pg=PT38&lpg=PT38&dq=relaci%C3%B3n+partidos+popular+grupo+vocento&source=bl&ots=LAFkwFnl4&sig=ACfU3UIZ8xe7XN7jO389ZPRrRSMY7UmwxA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjCyI-74dTpAhVx8OAKHVDPcQo4ChDoATADegQICBAB#v=onepage&q&f=false>

Torsello Davide and Bertrand Venard (2015). "The Anthropology of Corruption". *Journal of Management Inquiry*, 5 (1): 34-54. Accedido el 28/05/2020. Disponible en la URL: https://www.researchgate.net/publication/275222476_The_Anthropology_of_Corruption

Tortosa, José María (2013). *Corrupción, corregida y aumentada*. Barcelona, Icaria. Accedido el 01/06/2020. Disponible en la URL: <https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/9788498885033.pdf>

Uriarte Bengoechea, Edurne (2001). "La crisis de la imagen de la política y de los políticos y la responsabilidad de los medios de comunicación". *Revista de estudios políticos (Nueva Época)*, (111), 45-64. Accedido el 18/05/2020. Disponible en la URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=27646>

Vigara Tauste, A. M., & *Diario ABC*, S. L. C. de R. (2001). *Libro de estilo de ABC*. Barcelona, Ariel, 2.ª ed., págs. 174 – 181.

Villoria, Manuel (2014). "La transparencia como política pública en España: algunas reflexiones". *Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad*, 7: 85-103. Accedido el 12/05/2020. Disponible en la URL: <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/EUNOM/article/view/2234/1170>

Villoria Mendieta, Manuel y Fernando Jiménez Sánchez (2012). "La corrupción en España (2004-2010): datos, percepción y efectos". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº 138: 109-134. Accedido el 18/05/2020. Disponible en la URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3886620>

9.1. Webgrafía

DRAE, [Real Academia de la Lengua Española](https://dle.rae.es). Accedido el 06/05/2020. Disponible en la URL: <https://dle.rae.es>

9.2. Fuentes

[eldiario.es](https://www.eldiario.es). (13 de octubre 2016). "El Gobierno beneficia a La Razón, ABC y la web de Jiménez Losantos en el reparto de anuncios". Accedido el 14/05/2020. Disponible en la URL: https://www.eldiario.es/sociedad/Gobierno-reparte-dinero-publicidad-institucional_0_565893796.html

Orriols, Ll. (2013) “[Corrupción y guerra de trincheras mediática](https://www.eldiario.es/piedrasdepapel/Corrupcion-guerra-trincheras-mediatica_6_96300411.html)”, *Eldiario.es* (Piedras de papel), 1 de febrero de 2013. Accedido el 17/06/2020. Disponible en la URL: https://www.eldiario.es/piedrasdepapel/Corrupcion-guerra-trincheras-mediatica_6_96300411.html

“*Todo es Mentira*” de *Cuatro* ofrece una revisión de la corrupción periodística que existe en España (09/06/2019). Disponible en la URL: https://www.cuatro.com/todoesmentira/cloacas-periodismo-informe-completo-hd_18_2768070051.html

Las fuentes utilizadas para la realización de este TFG están alojadas en el siguiente [enlace](https://drive.google.com/file/d/1bly8Ic9O3gpnPmz9FXx9ttRFJuqUkh9q/view) a *Drive*: <https://drive.google.com/file/d/1bly8Ic9O3gpnPmz9FXx9ttRFJuqUkh9q/view>, donde además se encuentran las gráficas analizadas con sus respectivas tablas para si alguien necesita realizar futuras investigaciones sobre la misma materia o una relacionada.



10. Anexo



BANCO SANTANDER (ACCIONISTA) : Entró en el accionariado en junio de 2012, año en el que Prisa convirtió su deuda financiera en acciones. En la actualidad, la entidad presidida por Ana Botín posee el 4,145% del accionariado.

HSBC (ACCIONISTA): En la actualidad conserva un 9,108%.

AMBER CAPITAL (ACCIONISTA): Fondo de inversión y accionista mayoritario de la compañía con casi un 30% de las acciones.

MELQART (ACCIONISTA): Fondo de inversión. Posee un 3,285%.

KHALID THANI ABDULLAH AL THANIS Y WALEED ALSA'DI (CONSEJEROS): Presidente y consejero del Qatar International Islamic Bank, respectivamente. Abdullah Al Thanis, además, controla el 6,303% de las acciones.

JAVIER MONZÓN DE CÁCERES: Expresidente del Grupo Prisa y actual consejero, es buen conocedor del mundo financiero. Amigo de Ana Patricia Botín, presidenta del Banco Santander, ha pasado por Caja Madrid, Banco Santander y OpenBank. También llegó a ser presidente de Indra, donde fue sustituido en 2015 a decisión de Telefónica (principal accionista) por Fernando Abriú-Martorell, ex consejero delegado de la propia Prisa.

SONIA DULÁ (CONSEJERA): Vicepresidenta del Bank of America Merrill Lynch hasta marzo de 2018.



IGNACIO YBARRA: Actual presidente del grupo, fue responsable de Servicios Transaccionales Globales de BBVA y Director de la Unidad de Instituciones Financieras, entre otros muchos cargos.

COBAS ASSET MANAGEMENT (ACCIONISTA): Fondo de inversión que posee un 3,058% del grupo.

SANTANDER ASSET MANAGEMENT (GESTORA DE INVERSIONES): Perteneciente al Banco Santander, controla un 3,977% de las acciones.

CARLOS DELCLAUS (CONSEJERO): "Ha ocupado diferentes cargos de responsabilidad en el Grupo BBVA", según figura en su CV.

La imagen completa de esta infografía es accesible en el siguiente URL: <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/TFG%20Periodismo/Art%C3%ADculos/bancos-info-770x1024.webp>