

La importancia de las apariencias: cómo se presenta a los sospechosos y a los acusados en los juzgados, en público y en los medios

Informe Nacional sobre Medios – España

Francisco Seoane Pérez
(Universidad Carlos III de Madrid)

DOI 10.5281/zenodo.7802384

Índice de contenidos

1.- Normativa legal

- 1.1.- La presunción de inocencia en la legislación española
- 1.2.- Publicidad de la justicia y acceso de los medios a los juicios
- 1.3.- 'Juicios mediáticos', autorregulación y consejos audiovisuales

2.- Normativa periodística

- 2.1.- Códigos deontológicos
- 2.2.- Quejas contra la actuación de la prensa
- 2.3.- Recomendaciones para cubrir juicios

3.- El panorama de los medios en España

4.- Medios de comunicación seleccionados

- 4.1.- Criterios de selección
- 4.2.- Instituciones para la medición de las audiencias
- 4.3.- Diarios impresos
- 4.4.- Medios online
- 4.5.- Televisión

5.- Palabras clave utilizadas para la selección de la muestra

6.- Textos seleccionados

7.- Resultados

Figuras

1.- Normativa legal

1.1.- La presunción de inocencia en la legislación española

El derecho de toda persona a ser considerada inocente está consagrado en el Artículo 24.2 de la Constitución Española (1978), junto con el resto de garantías judiciales relacionadas con un juicio justo. Aunque comúnmente se supone que la presunción de inocencia es una traducción del proverbial principio del *in dubio pro reo* (en caso de duda, el sospechoso debe ser puesto en libertad), los juristas afirman que no es una norma, sino un principio rector para que los jueces eviten el prejuicio social de culpabilidad, es decir, la inercia psicológica que los seres humanos tienen a la hora de juzgar culpable a cualquier sospechoso.¹

A pesar de esto, la jurisprudencia española sobre presunción de inocencia, fundamentada en sentencias de los Tribunales Supremo y Constitucional, insiste en el intento inspirado en Estados Unidos de definir un estándar, un umbral de evidencia suficiente que permita a los jueces descartar la inocencia y determinar la culpa. Tal norma, basada en ideas como la "carga de la prueba" o la "convicción más allá de toda duda razonable", es inaplicable (en los procesos penales, el sospechoso puede carecer de evidencia contraria a su culpabilidad) o demasiado subjetiva, ya que cada juez puede tener una opinión diferente sobre dónde situar el umbral mediado el cual un hecho se considera probado más allá de cualquier duda razonable.²

1.2.- Publicidad de la Justicia y acceso de los medios a los juicios

La publicidad de la justicia es un principio constitucional en España, con raíces en dos derechos fundamentales: todas las personas tienen derecho a recibir y difundir información veraz a través de cualquier medio de comunicación (Artículo 20.1.d) y todas las personas tienen derecho a un juicio público (Artículos 24 y 120).

La idea de que la justicia debe ser pública se basa en el supuesto de que un juicio transparente impide la arbitrariedad del juez, y en la esperanza de que un proceso al que todos puedan acceder sea pedagógico (aquellos que piensan en violar la ley saben lo que les espera) y generar confianza popular en el poder judicial, ya que los jueces actúan de manera más independiente pero bajo la mirada del público.³

El principio de publicidad tiene, sin embargo, algunas excepciones.⁴ Antes de la fase oral, durante la fase de instrucción, los fiscales y las autoridades policiales necesitan el secreto para recabar pruebas (*secreto de sumario*), aunque los periodistas tendrán acceso al número y la identidad de los investigados, sus acusaciones y el número de testigos han sido interrogados. Los juicios se consideran públicos por defecto, pero algunas audiencias pueden llevarse a cabo con restricciones a la publicidad si vinculan a menores o víctimas de violencia doméstica.⁵ Además, los testigos o los expertos judiciales pueden necesitar que se proteja su identidad para evitar posibles represalias.⁶ En estos casos excepcionales, los jueces deben emitir órdenes bien argumentadas para justificar tales restricciones.

El acceso de los medios de comunicación a los juicios es una fuente de conflicto entre derechos fundamentales. Un juicio es justo siempre y cuando su fase oral sea pública, y los periodistas sean mediadores, representantes del público en general. Los reporteros, como cualquier otro individuo, son libres de comunicar información veraz por cualquier medio disponible. Pero las

¹ Nieva Fenoll, J. (2016). La razón de ser de la presunción de inocencia. *InDret, Revista para el Análisis del Derecho* 1/2016: 1-23.

² Nieva Fenoll, J. (2016). La razón de ser de la presunción de inocencia. *InDret, Revista para el Análisis del Derecho* 1/2016: 1-23.

³ Montalvo Abiol, J.C. (2012). Los juicios paralelos en el proceso penal: ¿anomalía democrática o mal necesario? *Universitas, Revista de Filosofía, Derecho y Política* 16: 105-125.

⁴ Ley de Enjuiciamiento Criminal, 2015 [1882], Arts. 680-682.

⁵ Ley Orgánica 5/2000, reguladora de la responsabilidad penal del menor, Art. 35.2; Ley Orgánica 1/2004, de medidas de protección integral contra la violencia de género, Art. 63.2.

⁶ (Ley Orgánica 19/1994 de protección de testigos y peritos en causas criminales, Art. 3.1).

personas que participan en los procedimientos, como los sospechosos, las víctimas o los ciudadanos comunes cuando actúan como jurados populares, tienen "derechos de personalidad" como la reputación personal, la privacidad, la propia imagen... que también están protegidos por la Constitución. No fue hasta 2004 que el Consejo General del Poder Judicial, el órgano que gobierna el poder judicial en España, emitió un "protocolo de comunicación" que establece algunas recomendaciones sobre cómo negociar los diferentes intereses entre los actores.⁷ Hasta entonces, el acceso de los medios audiovisuales a los juicios estaba fuertemente restringido.⁸ El protocolo fue actualizado en 2015.

Hoy en día, la práctica habitual entre los medios de comunicación es establecer comunicación con las oficinas de prensa en los diferentes niveles geográficos (desde el Tribunal Supremo hasta los Tribunales Superiores de cada una de las 17 Comunidades Autónomas). La oficina de prensa alerta al tribunal en cuestión sobre la intención de cubrir un juicio, y el juez consulta con las partes para emitir una orden motivada que detalla las condiciones de acceso.⁹ Los periodistas se quejan de que si un tribunal restringe el acceso a la cobertura del juicio justo antes de que comience, presentar una apelación contra esa orden no impedirá que el juicio comience y que los medios de comunicación se lo pierdan.¹⁰

El 'protocolo de comunicación' del poder judicial, aunque se basa en varias leyes y jurisprudencia, no es una ley, por lo que las decisiones sobre la concesión de acceso a los medios audiovisuales deben basarse en las sentencias del Tribunal Constitucional, que ha reducido las restricciones comunes durante la década de 1990 y recomendaron un acceso completo con las excepciones previstas por la ley (menores de edad, víctimas de violencia doméstica ...).

De particular interés aquí es la sección del protocolo sobre "Criterios para grabar imágenes de las partes involucradas en la audiencia oral".¹¹ Si la persona acusada es una figura pública o los hechos juzgados son de gran relevancia social, se permite el registro frontal y la identificación completa. De lo contrario se recomienda enfocar al sospechoso de perfil o de espaldas. Y, a menos que otorguen un permiso explícito, las imágenes de los testigos o las víctimas no deben permitir su fácil identificación. El protocolo también regula el acceso en condiciones de espacio limitado, otorgando preferencia de los medios de comunicación sobre el público en general, al tiempo que recomienda el 'pool' de imágenes entre los medios a partir de una sola cámara en lugar de la instalación de varias cámaras.

1.3.- 'Juicios mediáticos', autorregulación y consejos audiovisuales

A falta de un periodismo sensacionalista al estilo anglosajón (los tabloides impresos), el sensacionalismo en los medios de comunicación españoles se produce principalmente en la televisión y en programas de entrevistas políticas en lugar de en los telediarios. Dado que los juicios deben ser públicos, y que los medios de comunicación son el principal vehículo a través del cual la audiencia llega a conocer los asuntos judiciales, los "juicios mediáticos" son en cierta medida inevitables, ya que los comentaristas han de informar sobre los procesos penales más relevantes, especialmente si están protagonizados por figuras públicas.

Cuando la cobertura de los juicios por parte de los medios de comunicación se vuelve perjudicial es cuando no se concede la presunción de inocencia o se revela la identidad de las víctimas o los testigos. En casos de intensa atención de los medios, un jurado popular podría

⁷ Consejo General del Poder Judicial (2015). *Protocolo de Comunicación de la Justicia*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de <https://goo.gl/QonBZR>.

⁸ Navarro Marchante, V.J. (2007). Las imágenes de los juicios: aproximación a la realidad en España. *InDret, Revista para el Análisis del Derecho* 3/2007: 1-28.

⁹ Gómez Bermúdez, J. and Beni Uzábal, E. (2006). *Levantando el velo: manual de periodismo judicial*. Madrid: Cie Dossat.

¹⁰ Navarro Marchante, V.J. (2007). Las imágenes de los juicios: aproximación a la realidad en España. *InDret, Revista para el Análisis del Derecho* 3/2007: 1-28.

¹¹ pp. 15-17, Consejo General del Poder Judicial (2015). *Protocolo de Comunicación de la Justicia*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de <https://goo.gl/QonBZR>.

ser más vulnerable que los jueces profesionales a la presión de la opinión pública. Quizás una de las situaciones más peligrosas es cuando los programas de televisión entrevistan a familiares de personas bajo juicio, invitando indirectamente al público a convertirse en jueces, abriendo un juicio paralelo.

España se destaca en el contexto europeo por ser un país sin autoridad nacional de medios de comunicación. A nivel regional, sin embargo, existen dos Consejos Audiovisuales en Cataluña y Andalucía. La Ley General de la Comunicación Audiovisual aprobada en 2010 por el gobierno liderado por los socialistas preveía la creación de un Consejo Audiovisual con poder sancionador, pero esta idea fue ferozmente combatida por el grupo conservador del Partido Popular y nunca llegó a ponerse en marcha. Actualmente, la Comisión Nacional de Mercados y Competencia (CNMC), una agencia estatal independiente que supervisa la competencia justa entre los proveedores privados de servicios públicos, impone sanciones ante cualquier mala praxis por parte de los medios de comunicación.¹²

La existencia de consejos audiovisuales ha sido un tema de debate polémico durante décadas, ya que los conservadores ven en ellos órganos de censura cuyos asuntos son mejor tratados por los jueces tradicionales. El Consejo del Audiovisual de Cataluña, que es el más cercano al modelo europeo y la única entidad en España con poderes para conceder licencias de radiotelevisión, ha sido criticado por su parcialidad a favor de la independencia de Cataluña.¹³ Cualquier sanción de una autoridad independiente con respecto al contenido de los medios será criticada como una limitación a la libertad de expresión, un derecho fundamental, que no debe restringirse sin un juicio justo. Un ejemplo reciente es la sanción de la CNMC contra un popular presentador de radio de la derecha, Federico Jiménez Losantos, por incitar al odio contra ciudadanos de Alemania después de que un juez alemán se negara a extraditar al ex primer ministro regional catalán Carles Puigdemont.¹⁴

Si dicha denuncia fuera juzgada por los tribunales ordinarios, los jueces tendrían que prestar atención a la jurisprudencia del Tribunal Constitucional español (STC 6/1988, 21 de enero), que inspirándose en el Tribunal Supremo estadounidense sugirió un triple test para resolver conflictos entre la libertad de información y el derecho al honor y la reputación personal. Cualquier información o comentario en los medios de comunicación debe a) estar basado en información veraz (*veracidad*), b) ser relevante para el público (*necesidad*) y c) no debe incluir insultos gratuitos (*proporcionalidad*).¹⁵

En cuanto a la autorregulación, la institución más cercana a un Consejo de Prensa en España es el comité de quejas creado por la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE). La figura de los defensores del lector o del espectador (*ombudsmen*), que se conserva en periódicos como *El País* (desde 1985) y *La Vanguardia* (desde 1993), prácticamente no existe en el resto de la prensa impresa, pero aún sobrevive en la radiotelevisión pública nacional, RTVE. El nativo en línea eldiario.es tiene un "defensor de la comunidad" que responde a los lectores en forma de blog, pero está inactivo desde febrero de 2016.

2.- Normativa periodística

¹² p. 110, Guichot, E. (2016, coord.). *Derecho de la comunicación*. Madrid: Iustel.

¹³ Arranz, R. (2017, November 30). "El CAC se niega a sancionar la polémica versión sobre el 1-O del informativo infantil de TV3." *Voz Pópuli*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de https://www.vozpopuli.com/medios/CAC-sancionar-polemico-informativo-TV3-infantil-1-O-independencia-cataluna_0_1086192890.html; Cia, B. (2017, September 14). "Tres consejeros del CAC piden analizar la imparcialidad de TV3, 3/24 y Catalunya Ràdio." *El País*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de https://elpais.com/ccaa/2017/09/14/catalunya/1505393841_287154.html.

¹⁴ Comisión Nacional de Mercados y la Competencia (2018, September 17). "La CNMC sanciona a Libertad Digital por la emisión de contenidos susceptibles de incitar al odio." CNMC [press release]. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de <https://www.cnmc.es/node/371441>.

¹⁵ Del Moral, A. (2008). Derecho a un juicio público, libertad de información y derechos al honor y a la vida privada: relaciones, conflictos, interferencias. *Persona y Derecho* 59: 253-293.

2.1.- Códigos deontológicos

Como en muchas otras democracias liberales, el periodismo en España no es una profesión regulada que requiera una titulación específica para su práctica. A pesar de que la mayoría de sus profesionales en activo son licenciados o graduados en periodismo, el oficio de informar está abierto en principio a todos los ciudadanos y no se limita a un conjunto de profesionales capacitados. Los reporteros pueden unirse a dos tipos de gremios corporativos: asociaciones de prensa y colegios profesionales de periodistas. Estos últimos son corporaciones de derecho público y se han creado en varias comunidades autónomas siguiendo el ejemplo destacado de Cataluña. Los consejos profesionales tienen sus propios códigos deontológicos, pero la referencia principal en términos de ética periodística en España es el código deontológico aprobado por la Federación de Asociaciones de Prensa, la FAPE. Además de las referencias habituales a la defensa de la información veraz y equilibrada, este código hace una mención explícita al derecho a la presunción de inocencia, dedicando su quinto principio general al tema:

“5. El periodista debe asumir el principio de que toda persona es inocente mientras no se demuestre lo contrario y evitar al máximo las posibles consecuencias dañosas derivadas del cumplimiento de sus deberes informativos. Tales criterios son especialmente exigibles cuando la información verse sobre temas sometidos al conocimiento de los Tribunales de Justicia.

a) El periodista deberá evitar nombrar en sus informaciones a los familiares y amigos de personas acusadas o condenadas por un delito, salvo que su mención resulte necesaria para que la información sea completa u equitativa.

b) Se evitará nombrar a las víctimas de un delito, así como la publicación de material que pueda contribuir a su identificación, actuando con especial diligencia cuando se trate de delitos contra la libertad sexual”.¹⁶

Dentro de las propias redacciones, los medios tradicionales se precian de incluir códigos deontológicos dentro de sus libros de estilo. Por ejemplo, RTVE incluye en el artículo 9 de su Estatuto de Información una serie de consideraciones éticas que son muy similares a las del código FAPE:

“9.14.- [Los periodistas] Observarán escrupulosamente el principio de presunción de inocencia en las informaciones y opiniones relativas a causas o procedimientos penales en curso. También evitarán identificar contra su voluntad a las personas próximas o a los parientes de acusados y convictos en procedimientos penales.

9.15.- [Los periodistas] Tratarán con especial cuidado toda información que afecte a menores, evitando difundir su identificación e imagen cuando aparecen como víctimas, testigos o inculpados en causas criminales, sobre todo en asuntos de especial trascendencia social, como es el caso de los delitos sexuales”.¹⁷

Las publicaciones más jóvenes como eldiario.es publican con orgullo sus principios editoriales, pero son más una serie de declaraciones de intenciones en varias áreas políticas que reglas de comportamiento moral.

2.2.- Quejas contra la actuación de la prensa

El órgano más cercano a un Consejo de Prensa en España es el Comité de Arbitraje, Quejas y Ética del Periodismo (Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo). Fue establecido por la FAPE en 2006 y se convirtió en una fundación en 2011. La mayoría de los medios de comunicación de referencia en España se han comprometido a respetar el código deontológico de FAPE, y la Comisión evalúa su desempeño cada vez que se recibe una queja. La Comisión estudia el caso, solicita a las partes que proporcionen su versión de los eventos y, cuando se cierra la investigación, publica una declaración que evalúa el cumplimiento periodístico del código ético de la FAPE. La Comisión no tiene capacidad sancionadora; su poder

¹⁶ Federación de Asociaciones de Periodistas de España (2017 [1993]). *Código Deontológico*. FAPE. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de <http://fape.es/home/codigo-deontologico/>.

¹⁷ Radio Televisión Española (2008). *Estatuto de Información de la Corporación RTVE*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de http://www.rtve.es/contenidos/documentos/ESTATUTO_DE_INFORMATIVOS_v1.pdf

proviene de la vergüenza pública y del sentido de justicia cuando se resuelve una queja relacionada con los medios de comunicación. El Consell de Informació de Catalunya, creado en 1996, ha estado haciendo lo mismo a nivel regional.

Los dos consejos audiovisuales regionales en funcionamiento, en Cataluña y Andalucía, tienen sus propios formularios en línea para recibir quejas de los usuarios de medios audiovisuales que operan en sus respectivas regiones.

2.3.- Recomendaciones para cubrir juicios

El Consejo Audiovisual de Cataluña publicó en 1997 un documento con "Recomendaciones sobre la celebración de los juicios y su tratamiento en televisión".¹⁸ Entre sus recomendaciones, destacaban las siguientes:

- Durante las audiencias, los medios de comunicación deben abstenerse de entrevistar a testigos o expertos judiciales.
- Las caras de los testigos no deben mostrarse en la televisión a menos que éstos lo autoricen explícitamente.
- Debe protegerse la intimidad de los niños y adolescentes afectados por procesos judiciales.
- Ningún miembro de jurados populares debe ser entrevistado en programas de televisión durante el juicio.
- Hasta que los legisladores aprueben pautas claras sobre el tema, los juicios en directo deben retransmitirse con planos generales para evitar cualquier sesgo o carga emocional con primeros planos o ángulos de cámara.

En 2003, el Consejo Audiovisual de Cataluña acordó con el Tribunal Supremo de Cataluña, el Colegio Profesional de Periodistas de la región y el Consell de la Informació el establecimiento de un protocolo de colaboración que recomendaba el cumplimiento del "principio constitucional de presunción de inocencia que protege a todo ciudadano".¹⁹ En el artículo 7 del protocolo, los profesionales de la información prometen "preservar el derecho a la presunción de inocencia de los imputados, el derecho a la intimidad, a la propia imagen y al honor de los testigos que acuden a los edificios judiciales, sin someterlos a ningún acoso."²⁰ El artículo 11 hace una referencia explícita a los "juicios paralelos", que habrán de evitarse.

El Consejo Audiovisual de Andalucía publicó en 2013 una *Guía sobre el tratamiento informativo de los procesos judiciales*, resultado de un acuerdo de colaboración firmado en 2012 entre el consejo, el Tribunal Supremo de Andalucía y el Colegio Profesional de Periodistas de la región.²¹ El objetivo confeso era el de evitar repetir el desempeño de los medios de comunicación durante el juicio de los sospechosos de haber asesinado a Marta del Castillo, de 17 años. En 2011, el Consejo emitió un informe en el que criticaba a tres estaciones de televisión nacionales, Telecinco, Antena 3 y Cuatro, por no cumplir con las directrices éticas emitidas por el organismo para evitar un juicio paralelo. Esos tres canales habían emitido entrevistas con testigos y expertos judiciales interrogados por el juez. Telecinco incluso se jactó de haber entrevistado a 57 testigos. Estas estaciones de televisión también mostraron reconstrucciones

¹⁸ Consell de l'Audiovisual de Catalunya (1997, October 6). "Recomendaciones sobre la celebración de los juicios y su tratamiento en televisión." Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de https://www.cac.cat/sites/default/files/migrate/actuacions/CAC_Recomendaciones_juicios.pdf.

¹⁹ Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2003, November 17). Protocolo de colaboración del Tribunal Superior de Justicia de Cataluña, el Consejo del Audiovisual de Cataluña, el Col·legi de Periodistes de Catalunya y la Fundació Consell de la Informació de Catalunya." Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de https://www.cac.cat/sites/default/files/migrate/actuacions/CAC_Recomendaciones_juicios.pdf.

²⁰ Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2003, November 17). Protocolo de colaboración del Tribunal Superior de Justicia de Cataluña, el Consejo del Audiovisual de Cataluña, el Col·legi de Periodistes de Catalunya y la Fundació Consell de la Informació de Catalunya." Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de https://www.cac.cat/sites/default/files/migrate/actuacions/CAC_Recomendaciones_juicios.pdf.

²¹ Consejo del Audiovisual de Andalucía (2013). *Derecho a la información y justicia. Guía sobre el tratamiento informativo de los procesos judiciales*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/noticia/pdf/1303/guia_para_el_tratamiento_informativo_procesos_judiciales.pdf.

del crimen mezclando imágenes de los sospechosos reales con otros de actores profesionales de gran parecido con ellos. Se debe enfatizar que estas prácticas ocurrieron en los magazines matutinos y nocturnos, no en los boletines de noticias convencionales. En cualquier caso, el Consejo andaluz lamentó que esos programas "violaran los derechos constitucionales de los acusados" y que "difundieran rumores y juicios de valor".²²

La guía para cubrir juicios del Consejo andaluz es quizás el documento más conciso y completo de su clase, con información sobre quién es una fuente legítima durante un juicio, cómo acceder a y cubrir audiencias públicas y cómo proceder durante las fases de instrucción y oral. La guía incluye capítulos sobre cómo tratar la información relacionada con menores y víctimas de violencia doméstica.

De particular interés es la advertencia de que ninguna persona debe ser considerada "acusada" hasta que llegue a la fase oral del juicio penal.²³ Antes, el individuo puede considerarse 'imputado' (en procedimientos abreviados, aquellos que investigan las penas de hasta 9 años de prisión) o 'procesado' (en procedimientos ordinarios, aquellos que se ocupan de las sanciones anteriores 9 años de prisión). En casos civiles, los denunciantes habrán de nombrarse como "demandantes" y los denunciados como "demandados".

Al cubrir los casos de violencia doméstica, el Consejo anima a los periodistas a adoptar una postura activista, invitándolos a presentar la violencia de género como un proceso continuo que puede comenzar con insultos y violencia psicológica y puede terminar, en los casos más extremos, en un asesinato. La violencia doméstica es considerada una violación de los derechos humanos.²⁴

3.- El panorama de los medios en España

España está siendo testigo de la práctica desaparición de sus diarios impresos: durante la última década (2008-2018) los periódicos españoles han perdido el 73% de su difusión, y no hay un solo periódico que venda más de 100.000 ejemplares al día.²⁵ En 2008, *El País* vendía 332.000 copias por día; en 2018, vendió 89.000 (-73%). *El Mundo* pasó de 225.397 copias vendidas en 2008 a 56.500 en 2018 (-75%); *El Periódico*, de 114.101 copias vendidas en 2008 a 32.008 en 2018 (-72%); *La Vanguardia*, de 78.992 copias en 2008 a 23.511 en 2018 (-70,3%); *ABC*, de 136.158 copias en 2008 a 54.866 en 2018 (-60%); y *La Razón* de 106.144 copias en 2008 a 60.938 copias en 2018 (-42.5%).

Los diarios clásicos pueden estar muriendo en forma impresa, pero son muy populares en Internet. El País (elpais.com) tenía casi 19,7 millones de usuarios únicos en septiembre de 2018, ganando con una pequeña ventaja a El Mundo (elmundo.es), con solo 26.000 visitantes menos. Pero las marcas tradicionales se enfrentan a una dura competencia por parte de los nativos digitales. Entre los diez sitios web de noticias más visitados en septiembre de 2018, la mitad eran cabeceras tradicionales (El País, El Mundo, La Vanguardia, ABC - con 14,7 millones de visitantes-, El Periódico) y la mitad eran recién llegados: El Confidencial (elconfidencial.com,

²² El Mundo (2011, November 10). "Tres cadenas ignoran los consejos para evitar juicios paralelos en el 'caso Marta'." *El Mundo*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de <https://www.elmundo.es/elmundo/2011/11/10/comunicacion/1320925108.html>.

²³ p. 31, Consejo del Audiovisual de Andalucía (2013). *Derecho a la información y justicia. Guía sobre el tratamiento informativo de los procesos judiciales*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/noticia/pdf/1303/guia_para_el_tratamiento_informativo_procesos_judiciales.pdf.

²⁴ p. 49, Consejo del Audiovisual de Andalucía (2013). *Derecho a la información y justicia. Guía sobre el tratamiento informativo de los procesos judiciales*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/noticia/pdf/1303/guia_para_el_tratamiento_informativo_procesos_judiciales.pdf.

²⁵ Ossorio Vega, M.A. (2018, October 30). "Los periódicos españoles se han dejado el 73% de las ventas en una década." *Media-Tics: Información y Comunicación en la Era Digital*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de <https://www.media-tics.com/noticia/8552/medios-de-comunicacion/los-periodicos-espanoles-se-han-dejado-el-73-de-las-ventas-en-una-decada.html>.

fundado en 2001, 13,4 millones de visitantes), 20 Minutos (20minutos.es, en línea desde 2005, es la versión digital de un diario gratuito de impresión lanzado en 2000), OK Diario (okdiario.com, fundada en 2015, 10.8 millones de visitantes) y El Diario (eldiario.es, fundado en 2012, 8.4 millones de usuarios).

Recibir millones de visitas en Internet debería ser una buena noticia para las compañías de medios tradicionales, pero su éxito en lectores online no se traduce en dinero. Las empresas españolas de medios solo logran obtener el 20% de la inversión en publicidad digital, ya que gigantes mundiales como Google o Facebook permiten que las marcas lleguen a los clientes directamente, sin la mediación de los sitios de noticias tradicionales.²⁶ En consecuencia, los conglomerados de medios españoles más poderosos de hoy en día son ahora más débiles que nunca. El grupo PRISA, propietario de El País, fue rescatado en 2010 de la bancarrota por un grupo de inversión estadounidense, Liberty Acquisitions Holdings, que ahora controla la compañía con una participación mayoritaria. Desde 2007, Unidad Editorial, la editorial de El Mundo, es propiedad del grupo italiano de medios RCS. Tanto El País como El Mundo han reducido desde entonces su plantilla, despidiendo a algunos de sus periodistas más conocidos.

España no tiene una prensa sensacionalista al estilo europeo o norteamericano, aunque las revistas del corazón, que también están sufriendo la muerte del papel, han sido muy populares, con iHola! convirtiéndose en una marca global. Ya quedan revistas de información general relevantes, pues *Interviú* y *Tiempo* dejaron de publicarse a principios de 2018, vestigios de la Transición española a la democracia de finales de los 70 y principios de los 80, cuando las revistas de información general eran influyentes en la esfera política. Pertenecían al Grupo Zeta, el editor de El Periódico, objeto también de una severa reestructuración.

La televisión llega al 85,6% de los españoles y es una fuente de noticias para dos tercios (76%) de la población española que tiene acceso a Internet.²⁷ La emisora pública, TVE, es una de las televisiones públicas europeas que menos confianza despierta entre sus ciudadanos,²⁸ probablemente una consecuencia de su tradicional dependencia del gobierno en el poder. La televisión privada está dominada por un duopolio, el formado por las corporaciones Atresmedia y Mediaset, que atraen a la mitad de la audiencia y acumulan el 83% de la inversión publicitaria.²⁹ Esta concentración se debe en buena medida a la decisión del gobierno socialista de prohibir en 2009 la emisión de publicidad comercial en la televisión pública. Los programas de tertulias políticas de la mañana y de la noche se han convertido en un formato popular en los últimos años. Aunque no están incluidos en el muestreo de este proyecto de investigación, es en estos programas donde se practica el periodismo más sensacionalista, analizando y comentando todo tipo de delitos, desde violencia sexual y doméstica hasta corrupción política, pasando por atracos y ocupaciones ilegales. La CNMC, tras un informe del Consejo Audiovisual de Andalucía, emitió en agosto de 2018 una advertencia contra tres programas de televisión, *Espejo Público* (Antena 3), *El Programa de Ana Rosa* (Telecinco) y *Más Vale Tarde* (La Sexta) por no respetar el Principio de presunción de inocencia, por contribuir a los rumores circulantes e incitar al odio durante su cobertura del 'caso Gabriel', que implicó el secuestro y el asesinato de un niño en la provincia de Almería.³⁰

²⁶ Dircomfidencial (2018, November 7). "Los grandes grupos de medios españoles solo reciben el 20% de los ingresos publicitarios digitales." *Dircomfidencial*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de <https://dircomfidencial.com/medios/los-grandes-grupos-de-medios-espanoles-solo-reciben-el-20-de-los-ingresos-publicitarios-digitales-20181107-0405/>.

²⁷ Negrodo, S., Amoedo, A. and Vara, A. (2018), *Digital News Report .es 2018*, Pamplona, Universidad de Navarra.

²⁸ Mitchel, A. (2018, May 14). "In Western Europe, Public Attitudes Toward News Media More Divided by Populist Views Than Left-Right Ideology." Pew Research Center. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de <http://www.journalism.org/2018/05/14/in-western-europe-public-attitudes-toward-news-media-more-divided-by-populist-views-than-left-right-ideology/>.

²⁹ Intereconomía (2018, May 14). "El duopolio televisivo copa el 83% de los ingresos con una cuota del 54,7%."

Intereconomía. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de <https://intereconomia.com/empresas/telecomunicaciones/el-duopolio-televisivo-copa-el-83-de-los-ingresos-con-una-cuota-del-54-7-20180514-1504/>.

³⁰ Arranz, G. (2018, August 3). "La CNMC retrata a Atresmedia y Mediaset por su sensacionalismo en el 'caso Gabriel'." *Voz Pópuli*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de https://www.vozpopuli.com/medios/CNMC-Atresmedia-Mediaset-excesos-sensacionalismo-Gabriel_0_1159984199.html.

La televisión es a día de hoy la segunda fuente de noticias más popular después de Internet, que al agregar redes sociales es consultada por el 85% de la población que tiene acceso a Internet, representando el 87% de la población total.³¹ La mitad de los usuarios de Internet en España (53%) comparten noticias a través de las redes sociales o correo electrónico, y un tercio (32%) comenta las noticias en las redes sociales o en los sitios web de noticias. Whatsapp es la aplicación más popular, utilizada por el 82% de los usuarios de Internet, pero se sitúa en segundo lugar tras Facebook en su uso como fuente de noticias: el 48% de los usuarios de Internet en España acceden a Facebook para recibir noticias, mientras que solo el 36% usa Whatsapp para ese propósito. Youtube (26%) y Twitter (22%), ocupan la tercera y cuarta posición, respectivamente.

La radio es principalmente un medio para personas de mediana y tercera edad (el 85% de la audiencia tiene más de 35 años, y los mayores de 65 son la cuarta parte de la audiencia). La mayoría de los oyentes son hombres (60%). Además de en los boletines de noticias, la información radiofónica se materializa en los magazines matutinos, liderados por voces reconocibles que son ampliamente ignoradas por las generaciones más jóvenes. La cadena de radio más escuchada es Cadena SER, sintonizada diariamente por más de 4 millones de personas, seguida por Cadena COPE (2,6 millones de oyentes), Onda Cero (1,9 millones de oyentes) y Radio Nacional (la radio pública, 1,3 millones de oyentes).³²

La principal agencia de noticias es EFE, fundada en 1939 por el ministro de interior pro alemán Ramón Serrano Súñer, unos meses antes del final de la Guerra Civil española. La compañía aún es propiedad del Estado español y se ha convertido en la agencia de noticias líder en el mundo en español. La principal agencia de noticias privada es Europa Press, fundada en 1957. Tuvo un papel relevante en la transición a la democracia, pero hoy en día sobrevive con subvenciones públicas.

A pesar de que el español tiene más de 500 millones de hablantes en todo el mundo, la emisora pública RTVE ha perdido la oportunidad de convertirse en una referencia en el mundo hispanohablante como lo es la BBC para los países anglófonos. El editor de El País, el grupo PRISA, tiene participaciones relevantes en América Latina, como Caracol Radio (Colombia), W Radio (México) o Ibero Americana Radio (Chile).³³ Quizás el poder blando español se ejerce mejor a través de la popularidad de su liga de fútbol (La Liga), cuyos derechos de transmisión son administrados por Mediapro, una compañía audiovisual que ha producido varias películas de Woody Allen.

4.- Medios de comunicación seleccionados

4.1.- Criterios de selección

Para este estudio se consideraron cuatro tipos de medios: 1) los diarios impresos nacionales de referencia, 2) sus versiones en línea, 3) los medios 'nativos' online y 4) los boletines informativos nocturnos de dos canales de televisión, la emisora pública nacional y un canal de televisión privado. Faltan dos categorías de medios presentes en otros países considerados en este estudio: tabloides y revistas semanales de noticias.

España no tiene una prensa sensacionalista en formato tabloide. La cobertura sensacional de crímenes y escándalos existe, pero solo en televisión, y no en los telediarios, sino en las tertulias y magazines. Entre 1952 y 1987, España tenía un periódico semanal, *El Caso*, especializado en la cobertura de crímenes y sucesos, pero sus años más exitosos fueron bajo la dictadura de Franco.

³¹ Negredo, S., Amoedo, A. and Vara, A. (2018), *Digital News Report .es 2018*, Pamplona, Universidad de Navarra.

³² Asociación de Investigación en Medios de Comunicación (2018). *EGM: año móvil octubre 2017- mayo 2018*. AIMC. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2018/06/resumegm218.pdf>

³³ EFE (2017, March 23). "PRISA quiere crecer en el negocio de medios en América Latina cuando baje su deuda." *El País*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de https://elpais.com/economia/2017/03/23/actualidad/1490284870_542122.html

Las revistas semanales de información política tuvieron gran influencia durante la transición a la democracia. Publicaciones como *Cambio16*, *Cuadernos para el Diálogo* o *Triunfo* fueron parte de lo que los historiadores definieron como el Parlamento del Papel, una especie de República de las Letras que anticipaba la llegada de la democracia real a fines de los años setenta. Los dos últimos remanentes de esa era, los semanarios *Interviú* y *Tiempo*, dejaron de publicarse a principios de 2018. Por lo tanto, España no tiene un equivalente a *Der Spiegel* o *Le Nouvel Observateur*.

Aunque la razón principal para seleccionar los medios de comunicación para este estudio es su alcance (en términos de lectores o audiencia), también consideramos otros criterios cualitativos, como su poder para establecer la agenda (los medios más seguidos no son necesariamente los más importantes o influyentes) o sus inclinaciones ideológicas (para tener una representación equilibrada de diferentes matices del espectro político).

Parte del debate político que solían animar las revistas políticas se realiza ahora en línea en sitios como El Español o Público, y el medio más cercano a un periódico sensacionalista es un diario nativo online, OK Diario. Para reflejar la diversidad de los medios online, seleccionamos hasta cinco medios nativos online, prestando atención a sus lectores y su variedad ideológica.

4.2.- Instituciones para la medición de las audiencias

España tiene tres organismos principales para medir la difusión de los medios impresos, la audiencia de medios en Internet y la audiencia de la radio y la televisión.

La Oficina para la Justificación de la Difusión (OJD), participada por anunciantes, agencias de publicidad y empresas de noticias, es desde 1964 el organismo que mide la difusión de publicaciones periódicas impresas. Mide tanto la tirada (el número de números impresos) como la difusión (el número de números comprados en los quioscos o por suscripción).

El Estudio General de Medios (EGM), realizado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), proporciona cifras de los lectores de los medios impresos, así como la audiencia de los medios audiovisuales, ya sea televisión o radio. Sus datos proceden de un panel representativo de la población española.

La medición de las audiencias en línea ha sido un tema conflictivo en la industria de los medios en España, ya que solo unas pocas marcas internacionales tienen la capacidad tecnológica para proporcionar datos de paneles representativos. En la actualidad, la compañía que ganó la licitación para medir la audiencia de los medios en línea es Comscore.

Además de los organismos de medición citados, la encuesta de panel realizada por Yougov para el *Digital News Report* del Instituto Reuters (2018) también proporciona información valiosa que es representativa de la población de usuarios de Internet en España.

4.3.- Diarios impresos

Como sucede en un país vecino como Francia, en España los periódicos regionales y locales tienen un éxito considerable en sus respectivos territorios, pero los principales configuradores de la agenda de discusión pública se publican en la capital nacional. Para este estudio seleccionamos cuatro diarios que se publican en Madrid y dan forma al discurso político: *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Razón*. *La Vanguardia*, de Barcelona, es el diario de referencia en España para obtener la vista desde la segunda capital del país, por lo que también se incluye en este estudio. Estos cinco periódicos se compraron en los días de muestreo en los quioscos (véase la sección 5 de este informe para obtener más detalles sobre la selección de la muestra).

La prensa diaria llega a una cuarta parte de la población en España (23,4%) según el EGM.³⁴ Su audiencia es mayoritariamente masculina (59.9%) y tiene más de 45 años (55.7%). Los diarios de información general (excluyendo los diarios de negocios y diarios de deportes) atraen a una audiencia de 8.141.000 personas.

El País, fundado en 1976, fue una publicación emblemática de la Transición al régimen democrático y sigue siendo el periódico más leído del país, con 1.069.000 lectores. Aunque en su nacimiento fue un periódico centrista-liberal, rápidamente se convirtió en la voz de la socialdemocracia en España durante los años 80 y 90, y en el diario de consulta obligada para los observadores internacionales. Buque insignia del grupo multimedia PRISA, el diario ha intentado convertirse en una marca internacional en Internet, con cobertura específica de las Américas. En España ha perdido el 70% de su difusión impresa en una década, apenas vendiendo más de 100,000 copias al día. El grupo, anteriormente controlado por la familia Polanco, está ahora en manos de los fondos de capital riesgo (Amber Capital), otras compañías de medios (Telefónica) y bancos.³⁵

El Mundo, fundado en 1989 por un grupo de periodistas que decidieron combatir la corrupción del gobierno socialista, se convirtió rápidamente en el segundo periódico más leído del país, representando una sensibilidad política de centro derecha. A través de reportajes de investigación, *El Mundo* se convirtió en la bestia negra del gobierno socialista de Felipe González, acusado de financiar una guerra sucia contra el terrorismo vasco a través de una policía secreta. De particular interés aquí es la famosa foto de González testificando ante el Tribunal Supremo en 1998, conseguida de manera clandestina y publicada en la portada de *El Mundo* (Figura 1).

[Figura 1 sobre aquí]

La publicación de otro escándalo, los mensajes de teléfono móvil compartidos entre el primer ministro conservador Mariano Rajoy y el tesorero de su partido político, Luis Bárcenas, condenado por malversación de fondos, se considera una de las principales razones por las cuales el grupo que controla la propiedad del periódico, el italiano RCS MediaGroup, forzó la renuncia de su polémico director, Pedro J. Ramírez, quien usaría su indemnización por despido para financiar la creación de un sitio web nativo en línea, *El Español*, también estudiado aquí.³⁶ *El Mundo* tiene 701.000 lectores y vende 56.500 copias. Su versión en línea, sin embargo, rivaliza en audiencia con la de *El País*.

ABC se publica desde 1903, cuando nació como un semanario ilustrado. Tradicionalmente ha sido la voz de la España conservadora, católica y monárquica. Durante la Guerra Civil Española, el periódico simbolizó la división del país: los republicanos se hicieron con el control de la edición de Madrid, mientras que la edición de Sevilla se convirtió en el portavoz de los rebeldes nacionalistas. En esta última ciudad, y en el resto de Andalucía, *ABC* sigue siendo muy influyente. *ABC* es publicado por el grupo Vocento, en sí mismo el resultado de una fusión entre Grupo Correo, con sede en el País Vasco, y Prensa Española, la editorial original de *ABC*. El periódico tiene 429.000 lectores y vende cerca de 55.000 copias.

La Razón fue fundada por un ex director de *ABC*, Luis María Ansón, en 1998. Publicado por Grupo Planeta, el diario tiene una audiencia de 215.000 personas, vendiendo alrededor de 60.000 copias. Ideológicamente es conservador y apoya con orgullo la unidad nacional del Estado español.

³⁴ Asociación de Investigación en Medios de Comunicación (2018). *EGM: año móvil octubre 2017- mayo 2018*. AIMC. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2018/06/resumegm218.pdf>.

³⁵ Romera, J. and Semprún, A. (2018, February 2). "Amber Capital redobla su apuesta por Prisa tras salir Cebrián y llegará al 24%." *El Economista*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de <https://www.economista.es/empresas-finanzas/noticias/8911016/02/18/Amber-Capital-se-refuerza-como-primero-accionista-de-Prisa-y-llegara-al-24.html>.

³⁶ Eldiario.es (2014, January 30). "Pedro J. culpa a Rajoy de su despido y amenaza con montar un nuevo medio si El Mundo cambia su línea." *eldiario.es*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de https://www.eldiario.es/sociedad/Pedro-culpa-Rajoy-despido-Mundo_0_223628570.html.

La Vanguardia se publicó por primera vez en 1881 y pronto sería comprada por sus actuales propietarios, la familia Godó, que también controla estaciones de radio y televisión en Cataluña. *La Vanguardia* llega a una audiencia de 612.000 lectores y vende 23.500 copias, la mitad de ellas a través de suscripciones, una excepción a la norma de los diarios españoles, que se venden principalmente en los quioscos. *La Vanguardia* es el periódico más influyente fuera de Madrid, ofreciendo a los españoles una visión de los asuntos públicos desde Cataluña, donde se encuentran la mayoría de sus lectores.

4.4.- Medios online

Los medios tradicionales siguen siendo relevantes en línea, pero se enfrentan a una dura competencia por parte de sitios de noticias más pequeños que nacieron para la web y no tienen que preocuparse por los costos de impresión y distribución en el mundo físico. El País (elpais.com, 19,7 millones de usuarios únicos), El Mundo (elmundo.es, 19,7 millones de usuarios únicos), La Vanguardia (lavanguardia.com, 17,6 millones de usuarios únicos) y ABC (abc.es, 16,3 millones de usuarios únicos) conforman el pelotón de cabeza de los medios de comunicación en línea en España, con más de 15 millones de usuarios únicos.

Les sigue de cerca un segundo grupo de medios 'nativos', que nacieron para la red: El Confidencial (elconfidencial.com, 13,4 millones de usuarios, superando ligeramente a 20minutos.es, con 13,3), OK Diario (okdiario.com, 10,8 millones de usuarios), El Español (elespanol.com, 10,6 millones de usuarios), El Diario (eldiario.es, 8,4 millones de usuarios) y la versión en español del Huffington Post (huffingtonpost.es, 5,1 millones de usuarios). También con 5 millones de usuarios únicos figura Público (publico.es), la versión digital de un periódico impreso de corta duración (2007-2012) que se ahora considera un 'pure online player'. La versión digital de La Razón, con 4,7 millones de usuarios, está muy lejos de las cifras de sus competidores en el mundo impreso.

[Figura 2 aquí]

El Confidencial nació en 2001 como un sitio de información económica y financiera, pero ahora se ha convertido en el más popular de los medios nativos de España. Sus contenidos son de libre acceso, gracias a un uso intensivo de la publicidad nativa.

OK Diario es un sitio web de noticias fundado en 2015 por el periodista de investigación Eduardo Inda, anteriormente en *El Mundo*. En apenas tres años de existencia, se ha vuelto muy popular, gracias a sus primicias sobre políticos corruptos y sus artículos de corte sensacionalista, con titulares y fotomontajes agresivos. Es lo más parecido a un 'tabloide' de derechas que existe en España.

El Español, fundado en 2015 por el ex director de *El Mundo* y *Diario16*, Pedro J. Ramírez, intenta trasladar a Internet el periodismo de opinión e investigación que le hizo famoso en el mundo impreso. Está financiado por suscriptores y mantiene un muro poroso con publicidad para usuarios frecuentes.

Eldiario.es, fundado en 2012 por Ignacio Escolar, ex director de Público en su corta vida impresa, es la voz de los jóvenes izquierdistas en España. Su contenido es de acceso abierto, pero está respaldado por un sistema de suscripción que brinda acceso temprano a los socios.

La versión en español de The Huffington Post comparte su propiedad entre PRISA, la editorial de El País, y la firma estadounidense establecida por la fundadora del sitio web, Arianna Huffington. Este sitio de noticias opera con una filosofía de 'clickbait': titulares impactantes, algunos de ellos relacionados con la televisión y la cultura popular, incitan al lector a leer más. Se lanzó en 2012.

publico.es, nacido como la versión digital de un periódico impreso del mismo nombre, ahora es un sitio de noticias digital independiente, pero está controlado por el mismo grupo de empresarios que fundaron el diario impreso, al frente del cual se encuentra el magnate catalán

de la industria audiovisual Jaume Roures. El sitio web se define como izquierdista y republicano, liderando campañas para alentar los referendos estudiantiles contra la monarquía española. Está financiado con publicidad y tiene una sección con programas de televisión propios, entre ellos uno presentado por el líder del partido populista de izquierda Podemos, Pablo Iglesias.

4.5.- Televisión

Las dos fuentes televisivas estudiadas en este informe son los boletines informativos nocturnos de Televisión Española, la emisora pública, con una cuota de pantalla del 12,2%, y los de Antena 3, el canal privado más popular, con *share* del 16,6%. Se debe advertir que el principal competidor de Antena 3, Telecinco, abandonó el EGM en 2015, por lo que no se pueden comparar sus cifras.

Televisión Española inició sus emisiones en 1956, con el mismo objetivo de las televisiones públicas europeas de la época: crear una comunidad nacional siguiendo la legendaria fórmula de John Reith para la BBC ("educar, informar y entretener"). Obviamente, la libertad de información sufrió importantes restricciones durante la dictadura de Franco, aunque el control se redujo de alguna manera después de la Ley de Prensa de 1966, que todavía no se ha abolido formalmente.³⁷ Tras la llegada de la democracia, la radiotelevisión pública se dotó de un nuevo estatuto regulador en 1980, pero su dependencia del gobierno en el poder continúa hasta el día de hoy. Emitió publicidad hasta 2009, cuando el entonces gobierno socialista decidió prohibir los anuncios de la cadena pública, pasando a ser financiada exclusivamente por los presupuestos del Estado.

La televisión privada en España es un duopolio de facto entre dos mega-grupos, Atresmedia (controlado por Planeta y participado por Bertelsmann y Mediapro, con Antena 3 y La Sexta como sus canales emblemáticos) y Mediaset (controlado por Fininvest, un grupo italiano del magnate de los medios y político Silvio Berlusconi, propietario de Telecinco y Cuatro). Ambos concentran cerca del 90% de la inversión publicitaria en televisión y logran reunir a más de la mitad de la audiencia televisiva en España.

El sensacionalismo en los boletines de noticias de televisión es raro, pero es relativamente común en las tertulias y los magazines, que se emiten en horario de mañana, tarde y noche, especialmente en canales privados.

El estilo periodístico de TVE es sobrio. La mayor parte de la influencia política que ejercen los sucesivos gobiernos se canaliza a través de la selección de temas en lugar del tono de la información. Antena 3, como otros proveedores privados de noticias, es más espectacular y sus presentadores son auténticos 'anchors' en el sentido anglosajón, con estilos más personales. La búsqueda de audiencias más grandes hace que Antena 3 sea relativamente centrista, o al menos mucho más moderada que su canal hermano La Sexta, que claramente se inclina hacia la izquierda. El principal accionista de Atresmedia, Grupo Planeta, desempeña un papel ambivalente: por un lado, posee un periódico conservador, *La Razón*; por el otro, controla el canal de televisión La Sexta, la fuente de información favorita de los partidarios de un partido de izquierda radical como Podemos.

En España el segmento de "prime time" se sitúa en una franja más tardía que en otros países europeos: de 9pm a 11pm.

5.- Palabras clave utilizadas para la selección de la muestra

Las unidades de análisis de este estudio son las noticias relacionadas con delitos y sospechosos publicadas por los principales medios impresos, online y de televisión en España durante dos

³⁷ Guichot, E. (2016, coord.). *Derecho de la comunicación*. Madrid: Iustel.

semanas 'construidas', formadas por 14 días seleccionados de los meses de junio, julio y septiembre de 2018³⁸.

Las noticias sobre sucesos seleccionadas fueron aquellas publicadas o difundidas en los medios de comunicación referidos en las fechas indicadas que incluían al menos una de las siguientes palabras: "policía", "juzgado", "enjuiciamiento", "Delito penal", "investigación", "autoridades", "abogado", "sospecha", "crimen", "delito", "sospechoso", "acusado", "pena", "delito". Dentro del contexto español, también fue necesario dar cuenta de las noticias que incluyeron menciones a la Guardia Civil (un cuerpo de policía que opera en áreas rurales) y las diversas formas de tribunales (Tribunal Supremo, Audiencia Nacional, Audiencia Provincial, etc.).) También se seleccionaron las historias que mencionaban tipos específicos de delitos, como violación, abuso sexual, malversación, asesinato, homicidio...

Los periódicos impresos se compraron en los quioscos de las regiones de Madrid y Galicia. En algunos casos, nos faltan copias de muestra de *La Vanguardia*, ya que su distribución se limita a las grandes ciudades de España y su versión en línea tiene un muro de pago para acceder a los contenidos de su edición impresa. Algunos periódicos intentan aumentar sus ventas con promociones de todo tipo, por lo que nos perdimos un día de muestreo de *La Razón* porque venía con cupones para obtener una sartén, lo que dificultó la obtención de la copia impresa.

Las páginas de los sitios de noticias en línea fueron capturadas usando una extensión del navegador Mozilla Firefox que permite capturar la página web completa en una imagen de alta resolución. Luego se buscaron las historias referidas en la página principal que contenían noticias relacionadas con sucesos para su análisis.

Televisión Española, a través de su sitio web rtve.es, permite el acceso a todos sus boletines de noticias, por lo que se analizaron los telediarios de las 9 pm archivados en la web. Antena 3 solo permite ver los boletines de noticias de los últimos 7 días y, en algunos casos, la recopilación no está completa. En aquellas ocasiones en que los boletines de noticias de las 9 pm no estaban disponibles en la web corporativa de la cadena, buscamos las noticias de Antena 3 a través del buscador de vídeos Google.

6.- Textos seleccionados

Después de aplicar el filtro para seleccionar noticias de sucesos al observar la presencia de las palabras clave en titulares y párrafos principales, los codificadores encontraron:

- 627 artículos de medios de comunicación nativos en línea (un promedio de 44,8 artículos por día, una mediana de 45 artículos por día).
- 260 artículos de periódicos impresos (un promedio de 18,6 artículos por día, una mediana de 16.5 artículos por día).
- 59 noticias de los informativos nocturnos de TV (un promedio de 4,2 noticias por día, una mediana de 4,5 noticias por día).
- 114 artículos de las versiones en línea de periódicos impresos (un promedio de 14,3 historias por día, una mediana de 13,5 historias por día).

Para cada una de las categorías de medios, los codificadores buscaron 5 casos ejemplares de dudosa práctica periodística.

7.- Resultados

Los medios de comunicación españoles pueden parecer ser más virtuosos en su cobertura de asuntos criminales debido a la ausencia de prensa sensacionalista. Hay programas de televisión amarillistas, pero no formaron parte de nuestra muestra, que se limitó a los informativos.

³⁸ Los días seleccionados fueron: sábado 5 de junio de 2018, miércoles 13 de junio de 2018, jueves 21 de junio de 2018, viernes 29 de junio de 2018, lunes 2 de julio de 2018, sábado 7 de julio de 2018, domingo 15 de julio de 2018, lunes 16 de julio de 2018, martes 24 de julio de 2018, Domingo 2 de septiembre de 2018, miércoles 5 de septiembre de 2018, jueves 13 de septiembre de 2018, viernes 21 de septiembre de 2018, sábado 29 de septiembre de 2018.

Sin embargo, hay prácticas que deben evitarse para cumplir con las recomendaciones que los periodistas y las asociaciones judiciales incluyen en sus códigos deontológicos y protocolos de comunicación:

- Identificar a los sospechosos por su nombre completo e imagen siempre que tengan alguna notoriedad social.
 - Este fue el caso de la noticia sobre el arresto de varios atletas profesionales acusados de dopaje. La imagen y el nombre de uno de estos atletas, que había ganado una media maratón en Madrid, fue publicada por *El Confidencial* y *El País* en su edición online, junto con los nombres completos de los otros detenidos (21 de junio de 2018). La emisora pública TVE fue mucho más cautelosa: las identidades de los arrestados no fueron reveladas, aunque la voz en off dijo que uno de ellos había ganado una media maratón.
 - *La Razón*, al informar sobre el arresto de dos sospechosos de violar a una adolescente menor de edad en Barcelona, publicó la imagen y el nombre de uno de ellos, un cantante de rap (5 de junio de 2018).
- Mostrar a los sospechosos siendo conducidos por la policía con esposas, generalmente rodeados por multitudes que gritan por justicia.
 - El 5 de junio de 2018, varios medios de comunicación informaron del asesinato de una niña asiática de 13 años por adulto, vecino suyo en Vilanova i la Geltru, en las proximidades de Barcelona. La policía llevó al sospechoso al apartamento donde encontraron el cuerpo de la niña. Canales de televisión como Antena 3 mostraban al hombre esposado, en manos de la policía, mostrando su rostro y aludiéndolo por su nombre de pila, Francisco.
- Hacer referencias a condenas previas del sospechoso.
 - Este es un tema polémico, porque aunque algunas guías internacionales recomiendan no referirse a las condenas pasadas del sospechoso, especialmente si no están relacionadas con el crimen en cuestión, es una práctica común entre los periodistas españoles (y entre las autoridades policiales) informar sobre los antecedentes penales de cualquier sospechoso. Esto sucedió con el acusado de asesinar al adolescente de Vilanova, quien según TVE "tenía antecedentes penales por amenazas su ex esposa". (5 de junio de 2018).
- Llamar 'criminales' a los sospechosos.
 - Por muy horrendo que sea un crimen, y por obvia que parezca la autoría, los periodistas deben abstenerse de llamar 'criminales' a los sospechosos. Esto sucede principalmente en los titulares, no en el texto principal, tal vez debido a la falta de espacio. Un ejemplo es la historia publicada por *La Vanguardia* titulada "Un hombre con orden de alejamiento mata a su mujer en Lepe y se da a la fuga" (7 de julio de 2018). Se da por sentado que el marido ha matado a su esposa. Es probable que esto sea cierto, pero la presunción de inocencia antes del juicio no se concede en el titular. Curiosamente, el Tribunal Supremo español acepta esta práctica, si se demuestra que el periodista actuó con la debida diligencia al contrastar la información, incluso si se descubre que el sospechoso no es culpable o el caso se archiva posteriormente por falta de pruebas incriminatorias.³⁹
- Especificar detalles de los sospechosos que no son relevantes para la noticia.
 - Aludir a la raza o a la nacionalidad de los sospechosos también es una práctica polémica, ya que podría llevar a la estigmatización de ciertos grupos étnicos. En algunos casos, los periodistas (y quizás sus lectores) parecen regocijarse con algunos detalles tangenciales. Al informar sobre el arresto de un pervertido que se escondía en los probadores de un centro comercial para grabar vídeos de mujeres y niñas, abc.es especificó la profesión del detenido ("mecánico") e informó que el sospechoso vivía con sus padres.

³⁹ Del Águila Barbero, P. (2018, August 23). "El Supremo permite omitir el término 'presunto' en los titulares de prensa." *El Economista*. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de <https://www.eleconomista.es/legislacion/noticias/9344232/08/18/El-Supremo-permite-omitir-el-termino-presunto-en-los-titulares-de-prensa.html>.

La ausencia de grandes transgresiones éticas en la prensa española puede deberse a varias circunstancias idiosincrásicas. Los medios impresos deben gran parte de su tono moderado a la memoria de la transición a la democracia, cuando los periodistas se unieron a los políticos para alentar el debate civil y la reconciliación. La prensa diaria de referencia, publicada en Madrid, tiene más que ver con la política de las élites que con la sociedad de la calle. Los titulares sensacionalistas eran propios de semanarios como *Interviú*, que desapareció en 2018. Los medios de comunicación nativos en línea como El Español o OK Diario, surgidos en un momento en el que las referencias desde las redes sociales son clave para obtener visitas, se están entregando al sensacionalismo que los diarios impresos han tratado de evitar siempre.

Los telediarios han heredado de alguna manera el tono medido de la prensa impresa, dejando la cobertura de los crímenes más crueles a los programas matutinos y nocturnos, donde la tertulia política se mezcla con la crónica de sucesos. Los programas *Espejo Público* (Antena 3, magacín de tertulias matutino), *El Programa de Ana Rosa* (Telecinco, magacín matutino) y *Más Vale tarde* (La Sexta, magacín vespertino) fueron reprendidos en agosto de 2018 por la CNMC, el regulador de los contenidos televisivos en ausencia de un Consejo Audiovisual estatal, por no respetar la presunción de inocencia de un sospechoso que finalmente resultó no estar relacionado con el crimen denunciado. En marzo de 2018, mientras la policía buscaba a un niño desaparecido en Almería, un hombre que había sido condenado por acosar a la madre del niño fue detenido por no respetar una orden de alejamiento. Estos programas de televisión identificaron de inmediato a este hombre como sospechoso, a pesar de que los padres de los niños y la propia policía negaron cualquier relación con la desaparición del niño. Los magacines de televisión mostraron imágenes y videos del sospechoso con la cara borrosa (aunque algunos medios en línea como El Español no se preocuparon tanto y publicaron las imágenes sin pixelar) y tomaron imágenes de su residencia.

El sensacionalismo, pues, ha sido relegado por los propios profesionales a los márgenes, ya sea a los nuevos medios online o a los magacines de televisión, dejando a los medios impresos y a los principales boletines de noticias como áreas protegidas donde se mantiene la antigua colegialidad entre la clase periodística y política.

La identificación de los periodistas con las élites políticas en lugar de los ciudadanos medios puede explicar las cautelosas alusiones a la raza y la religión de los sospechosos en los medios de comunicación españoles. Las encuestas realizadas por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) sobre las actitudes de los españoles hacia la inmigración revelan que los españoles están mucho más preocupados por los extranjeros que lo que una mirada casual a los titulares de los medios de comunicación tradicionales podría hacer pensar a cualquier lector.

Según datos de 2015, un tercio de los españoles considera que el número de inmigrantes en el país es "alto" (33.6%) o "excesivo" (28.4%).⁴⁰ Sin embargo, la información periodística sobre la inmigración en España suele reflejar la apertura formal a la inmigración de las élites políticas, que se ha mantenido estable hasta hace muy poco. El nuevo líder conservador, Pablo Casado (Partido Popular) y el líder de centro liberal Albert Rivera (Ciudadanos) han abogado por algunas medidas de control de la inmigración, por lo que el centro de gravedad de la corrección política podría inclinarse hacia la derecha, es decir, hacia una visión menos desapasionada del fenómeno. Si el paralelismo político entre los medios y la clase política se mantiene en el futuro, la cobertura de la inmigración podría adquirir un tono más crítico, acercando el periodismo al escepticismo popular sobre la recepción de los recién llegados al país.

Aunque no es parte de la muestra de este estudio, ya que la sentencia del caso se hizo pública en abril de 2018, cualquier informe que se refiera a la presunción de inocencia en la prensa española debería mencionar la controversia generada por la condena por agresión sexual de 5 jóvenes que se autodenominaban como 'La Manada'. Dos jueces declararon a los acusados culpables de agresión sexual a una mujer de 18 años durante los San Fermín de Pamplona en

⁴⁰ Centro de Investigaciones Sociológicas (2015, November). Actitudes hacia la inmigración (VIII), Estudio No. 3119. Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de http://www.cis.es/cis/openncm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14249

2016, mientras que un tercer juez emitió una opinión disidente en la que defendía su absolución. La sentencia fue apelada y los sospechosos fueron puestos en libertad bajo fianza. La reacción popular a la sentencia, con manifestaciones callejeras que denunciaban el sexismo patriarcal de los jueces, puso de relieve cuestiones relevantes para este proyecto: la presión de la opinión pública sobre los jueces, las dificultades para demostrar el consentimiento sexual, el peso de las condenas anteriores en al menos tres de los cinco sospechosos, el papel de las redes sociales en los rumores que circulan sobre los acusados y la víctima... El caso de La Manada sin duda merecería un estudio de caso, ya que todos los asuntos de interés para esta investigación se pusieron de relieve en los medios de comunicación y en conversaciones online.

Figuras

Figura 1.- El ex primer ministro español Felipe González en el Tribunal Supremo, fotografiado por el periodista camuflado Fernando Quintela (*El Mundo*, 24 de junio de 1998).

EL MUNDO

DEL SIGLO VEINTIUNO

AÑO X, NÚMERO 3.157. PRECIO: 125 P.TS. CON LIBRO: 225 P.TS. MADRID, MIÉRCOLES 24 DE JUNIO DE 1998

La palabra dicha no vuelve atrás (Horacio)



FERNANDO QUINTELA/EL MUNDO

UN DOCUMENTO PARA LA HISTORIA DE ESPAÑA. El diario EL MUNDO consiguió ayer fotografíar al ex presidente del Gobierno Felipe González en la sala del Tribunal Supremo donde se juzga el caso Manos. Nuestro redactor gráfico Fernando Quintela, quien en el año '91 captó la primera imagen de Arce y Domínguez en la sala histórica de la Audiencia Nacional, utilizó una pequeña cámara de la marca Minox, sus metal en sus componentes, y película Kodak de 320 ASA de sensibilidad.

González promete ante once jueces del Supremo que no tuvo nada que ver con los GAL

Lamenta que no hubiera un pacto de Estado sobre el caso — Serna dice que hubo una conspiración contra Polanco, González y el Rey

FERNANDO GARCÍA AGUIRRE Y TELER

MADRID.— Felipe González prometió ayer, ante 11 jueces del Tribunal Supremo, que no tuvo nada

que ver con los Grupos Armados de Liberación (GAL). Por segunda vez en los últimos cinco meses, Felipe González compareció como testigo en el salón de plenos del Supremo. Prometió lo

hizo, el 22 de septiembre pasado, para negar cualquier relación con el caso Polanco, que, junto a su responsabilidad de su Gobierno en el secuestro de Segarín Mares, el mismo momento en el que la ciudad

más uno de los magistrados de la Sala Segunda se opuso en su día a citarlo como imputado para no «estigmatizarlo».

En tres horas de declaración, el ex presidente del Gobierno

durante casi 14 años pareció un forajido en el que rebalsaba sus escarpados todos los proyectos.

(Sigue en página 6)

Más información en págs. 7 a 12

Fórmula en pag. 9

«Desenmascararé a los 'choricillos de la prensa», afirma Clemente prescinde de Raúl para el partido contra Bulgaria

Págs. 30 a 34

«Se me cruzaron los cables», dijo tras entregarse Un demente secuestra un avión de Iberia con un mando a distancia

Pág. 33

HOY, NOVELA FANTÁSTICA «Los cuentos ocultos» de Orson Scott Card

Madruga, «Río de la muerte», de M. Laffont Esteban, por sólo 100 pts. más

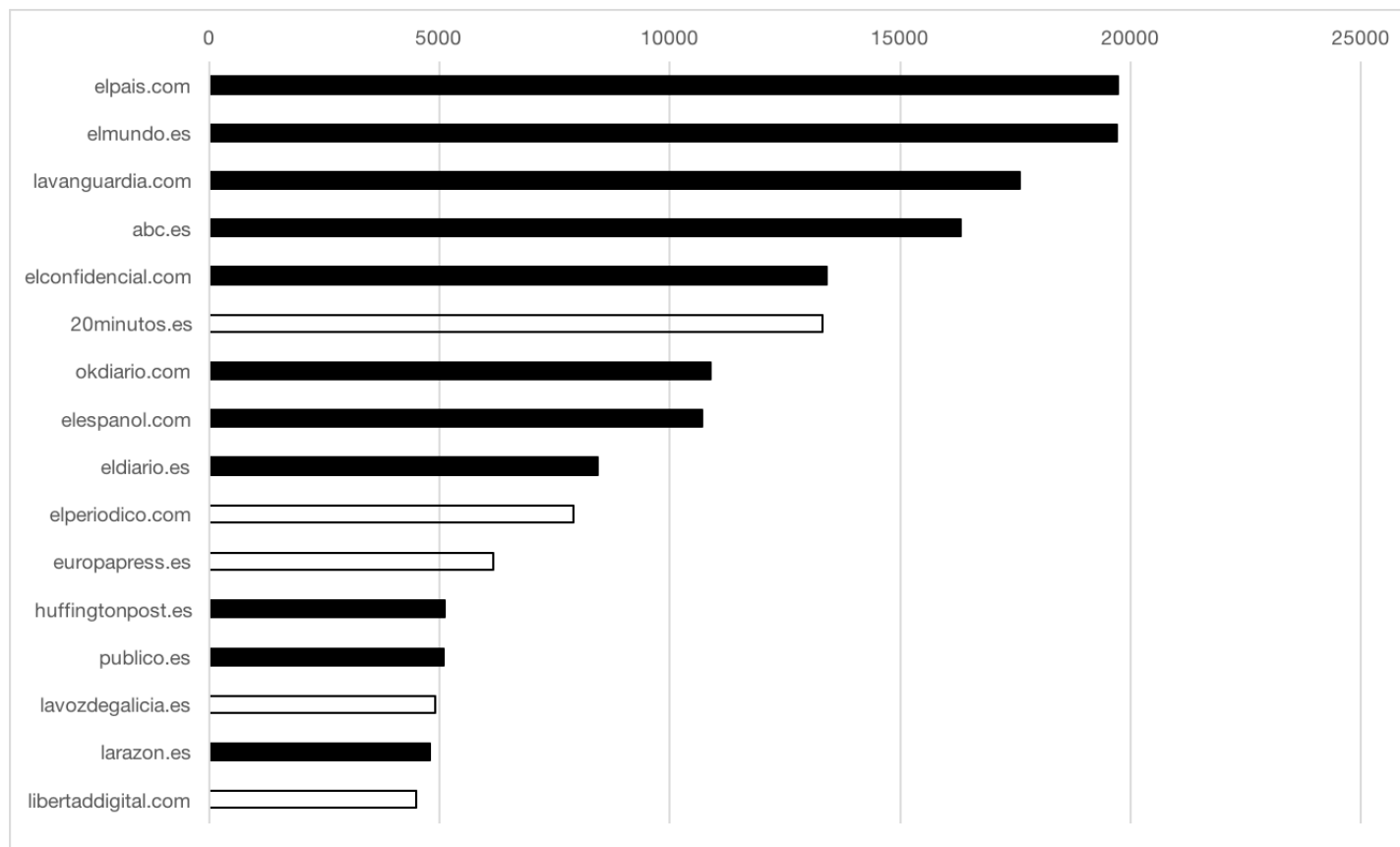
Códex en pag. 42

PARA DORMIR MASH® Y MEJOR 

ALMOHADAS • COLCHONES DE LATEX • CUBRECOLCHONES • SOMIERES • EDREDONES • SABANAS AJUSTABLES

Imagen recuperada el 15 de noviembre de 2018 de https://www.elmundo.es/album/television/2017/05/10/59120c18e5fdea1a718b4590_13.html

Figura 2.- Sitios web de noticias más visitados en España (número de usuarios únicos, en miles, septiembre de 2018, Comscore). Las webs estudiadas en este informe son aquellas cuyas barras están en negro.



Datos de Comscore según OK Diario, Recuperado el 15 de noviembre de 2018 de <https://okdiario.com/audiencia/2018/10/23/comscore-septiembre-2018-3262706>