

Azahara Ortiz-González

<https://orcid.org/0000-0002-5437-4329>

azaortizg@gmail.com

Universidad Rey Juan Carlos

Rosa Berganza

<https://orcid.org/0000-0002-6393-9707>

rosa.berganza@urjc.es

Universidad Rey Juan Carlos

Recibido

21 de febrero de 2022

Aprobado

5 de septiembre de 2022

© 2022

Communication & Society

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.35.4.185-199

www.communication-society.com

2022 – Vol. 35(4)

pp. 185-199

Cómo citar este artículo:

Ortiz-González, A. & Berganza, R.

(2022) Escándalos políticos,

sistemas de medios y polarización

ideológica: el caso del rey emérito

Juan Carlos I. *Communication &*

Society, 35(4), 185-199.

Escándalos políticos, sistemas de medios y polarización ideológica: el caso del rey emérito Juan Carlos I

Resumen

El estudio de los escándalos constituye una forma privilegiada para investigar conjuntamente los sistemas mediáticos y los políticos y los lazos que les unen. En el presente artículo se estudia en qué medida la cobertura de la corrupción política en los diarios nativos digitales y en los tradicionales posee las características de los conceptualizados como “escándalos políticamente orientados” (Mancini, 2019) y que son más habituales en los sistemas de medios pluralistas polarizados, como se ha calificado al contexto español. Para ello se toman como estudio de caso los escándalos relacionados con el rey emérito, Juan Carlos I. Para llevar a cabo la investigación se ha analizado la evolución de la cobertura mediática sobre este tema entre el 1 de julio de 2014 y el 1 de marzo de 2021 en tres periódicos en papel (*El País*, *El Mundo* y *ABC*). En este período se publicaron un total de 889 piezas periodísticas en estos tres diarios. Posteriormente, se ha llevado a cabo un análisis de contenido cuantitativo y cualitativo de una muestra de 334 piezas aparecidas durante el último año de análisis (2020–2021) en *El País*, *El Mundo* y *ABC*, así como en los nativos digitales *El Español* y *elDiario.es*. Los resultados apuntan a: la instrumentalización política del escándalo; un alto nivel de partidismo mediático (a través de los medios, se defienden las posturas particulares de los partidos políticos) en *El País*, *elDiario.es* y *ABC*; y una polarización ideológica (el contenido presenta dos bloques en conflicto) en *ABC* y *elDiario.es*.

Palabras clave

Escándalos de corrupción, polarización política, partidismo, Juan Carlos I, rey emérito, monarquía, medios de comunicación.

1. Introducción

No se puede hablar de escándalos políticos sin la acción de los medios de comunicación. La corrupción política, para convertirse en escándalo, necesita de “una reacción de indignación del público contra un agente político al que se adscribe una conducta que es percibida como un abuso de poder o como una deslealtad hacia las reglas que regulan el cargo que ejerce” (Malem, 1997, p. 84). De aquí se deduce que, en la mayoría de las ocasiones, sin la acción de los medios de comunicación, los casos de corrupción política no llegan a convertirse en escándalos (Amadeo, 1999; Canel & Sanders, 2005). Así lo entienden Esser y Hartung (2004, p.

1041), que afirman que los escándalos políticos suponen una “intensa comunicación pública sobre defectos reales o imaginarios que son condenados por consenso y que causan una indignación o escándalo universal”.

Existe un gran consenso en la bibliografía sobre el concepto de corrupción política. Así, por ejemplo, Zamora y Marín Albaladejo (2011, p. 216) lo definen como:

La transgresión de las leyes, o de los principios éticos en los que se fundamenta el sistema político o un tipo de moralidad cívica, con relación a lo que constituye un abuso de la función pública, con el fin de obtener un beneficio privado directo o indirecto, material o inmaterial, pudiendo afectar de esta forma a lo que se considera socialmente como el interés general o el funcionamiento propio de dicho sistema.

En la misma línea se expresan Berganza *et al.* (2021, pp. 3302-3305), Villoria (2006), Malem (1997) y Garzón (1997).

Por otro lado, el estudio de los escándalos constituye una forma privilegiada para investigar conjuntamente los sistemas mediáticos y los políticos. Estos “están estrechamente entrelazados y lo que sucede dentro de uno tiene consecuencias en el otro” (Mancini, 2019, p. 157). Mancini distingue tres tipos de escándalos de corrupción: orientados al mercado, que están dirigidos por la premisa de “los escándalos venden” (Thompson, 2000, p. 32) y que buscan acaparar grandes audiencias; los que buscan la defensa de la virtud pública y la moralidad (*custodians of conscience*, como el título del libro de Ettema y Glasser de 1998); y los orientados políticamente. Cada tipo de escándalo, como indica Mancini, se da con mayor frecuencia en un sistema mediático y político determinado. Y, además, tiene un efecto diferente en la opinión pública en función de la cultura política del país del que se trate (de Miguel Pascual & Berganza, 2019, p. 467). Los orientados políticamente son más comunes en los países del modelo pluralista polarizado (Mancini, 2019, p. 160), entre los que se encuentra España (Hallin & Mancini, 2004).

Los escándalos políticamente orientados poseen cuatro características estrechamente relacionadas entre sí (Mancini, 2019). En primer lugar, en ellos se produce una instrumentalización política y estratégica del escándalo de corrupción, entendida esta como el uso del escándalo para defender posturas y estrategias políticas. Esa instrumentalización se observa en “cómo es narrado el escándalo, el lenguaje que se usa, los aspectos y enfoques que incluye toda la historia y el objetivo frecuente de querer alcanzar objetivos secretos” (Mancini, 2019, pp. 161-163). En segundo lugar, unido a lo anterior, se dan en sistemas de medios no totalmente independientes y que se caracterizan por un alto nivel de partidismo con respecto a las organizaciones políticas y/o a grandes empresas e industrias ajenas al mundo de los medios.

En tercer lugar, el origen de estos escándalos radica, en muchos casos, en investigaciones llevadas a cabo por periodistas siguiendo filtraciones, por ejemplo, de agentes de los servicios secretos. Esta característica también está presente en el caso de estudio de este artículo: en 2018, *OkDiario* y *El Español* revelaron el contenido de unas cintas que incluían unas conversaciones de 2015 entre el excomisario jubilado José Manuel Villarejo, la expareja extramatrimonial del rey emérito (Corinna Larsen), y el empresario Juan Villalonga. En ellas, Larsen cita presiones del Centro Nacional de Inteligencia español¹.

En cuarto y último lugar, en la búsqueda de intereses privados y no generales, la cobertura de los escándalos orientados políticamente ofrece para Mancini (2019) una alta polarización ideológica. Diversos estudios publicados en España, especialmente los relativos a medios impresos, revelan una creciente polarización (véase, por ejemplo, Casero, 2012;

¹ Montero, D. (2018, 11 de julio). Las cintas en las que Corinna desveló que Juan Carlos I la usaba como testaferrero: "No porque me quiera mucho, sino porque resido en Mónaco". *El Español*. Recuperado de https://www.elspanol.com/espana/20180706/corinna-desvelo-juan-carlos-testaferrero-no-monaco/320468523_o.html [consultado el 9 de febrero de 2022].

Martínez Nicolás & Humanes, 2012; van Dalen, de Vreese & Albæk, 2012; y Strömback & Luengo, 2008). Para Kubin y von Sikorski (2021, p. 188), se trata de un fenómeno que no deja de crecer en el mundo y que afecta no solo a la prensa tradicional, sino también a las redes sociales, especialmente a Twitter, con su capacidad de crear las llamadas cámaras de eco (“echo-chamber”). No obstante, la existencia de la polarización política, también entre la ciudadanía, es un objeto de debate académico. Dentro de la ingente bibliografía que trata el asunto, existen voces que niegan la existencia de este fenómeno entre la población (véase Fiorina *et al.*, 2005, para el caso estadounidense). Por su parte, Prior (2013) no encuentra evidencias de que los medios partidistas sean responsables de que la ciudadanía sea más partidista.

Otros autores se sitúan en posiciones contrarias y recalcan (Abramowitz & Saunders, 2008) que la población estadounidense, especialmente aquella más cercana a la política, está hoy mucho más polarizada que en tiempos anteriores. Pero de nuevo surge debate sobre cómo se produce esa polarización. Boxell *et al.* (2017) afirman que no pueden atribuir este crecimiento a Internet, ya que, en su estudio, son los grupos de población con menos acceso a este medio los que han experimentado un mayor crecimiento de este fenómeno.

La polarización política es un concepto que según Kubin y von Sikorski (2021, p. 197) apenas se define en aproximadamente un tercio de los artículos científicos en lengua inglesa de tipo empírico en el ámbito de la Comunicación. Se explica habitualmente poniendo el énfasis en “la presencia simultánea de principios, tendencias o puntos de vista que son conflictivos y que se oponen” (Fiorina & Abrams, 2008, p. 566). La polarización puede ser de tipo ideológico o afectivo (Kubin & von Sikorski, 2021). En este trabajo nos centraremos en la medición del primer tipo.

Lo que parece indudable es que los medios y las redes sociales luchan por conseguir fidelizar nichos de audiencia definidos por su ideología política (Farias & Roses, 2009, p. 21). Esto conlleva en muchas ocasiones que las opiniones del público se conviertan cada vez en más extremas si este está siempre expuesto a puntos de vista homogéneos que refuerzan sus propias creencias y donde las opiniones contrarias cuentan con poca credibilidad (exposición selectiva). El riesgo para la democracia es claro puesto que para que esta se pueda desarrollar es necesaria la existencia de un sano debate y el establecimiento de consensos básicos sobre algunos hechos y temas.

2. Los escándalos del rey emérito Juan Carlos I

Los hechos que han centrado gran parte del caso se remontan a 2008, cuando Juan Carlos I habría presuntamente recibido una donación 100 millones de dólares de Arabia Saudí, que se habrían depositado en el banco suizo Mirabaud. En 2012, el monarca habría presuntamente donado 65 millones de euros de esa cuenta a su expareja Corinna Larsen. Ese mismo año, sufrió una caída durante un viaje de cacería de elefantes a Botsuana que lo obligó a ser intervenido de la cadera. Pidió perdón públicamente por estar ausente del país y dedicado a esas actividades en un momento crítico de la crisis económica. En 2014, Juan Carlos abdicó en su hijo Felipe y pasó a recibir el título de rey emérito.

El escándalo propiamente dicho estalló en 2018. Entonces, varios medios hicieron públicas unas conversaciones de 2015 en las que Larsen alegaba que el rey emérito había recibido comisiones por la construcción del AVE entre Medina y La Meca, en Arabia Saudí, y que había empleado testaferros para ocultar el dinero en Suiza. Ya en 2020, el medio británico *The Telegraph* desveló que Felipe VI aparecía como beneficiario de la fundación Lucum, vinculada a su padre y presuntamente relacionada con dinero opaco. Felipe anunció su renuncia a la herencia de su padre y que este quedaría sin asignación presupuestaria. En agosto de 2020, Juan Carlos I se marcha de España y se instala en Emiratos Árabes Unidos.

A finales de 2020 salió a la luz que Juan Carlos I había recibido fondos del empresario mexicano Allen Sanginés-Krause, dinero que presuntamente no fue declarado². Poco después, el rey emérito abonó más de 600.000 euros a Hacienda para regularizar su situación fiscal y, en febrero de 2021, hizo un segundo pago de aproximadamente cuatro millones de euros con el mismo fin³.

3. Objetivos e hipótesis

Esta investigación se centrará en el análisis de la cobertura mediática otorgada por la prensa en papel y nativa digital a los diversos escándalos que se han relacionado con el rey emérito Juan Carlos I. El objetivo principal es comprobar si su cobertura reúne las características de los definidos por Mancini (2019) como “escándalos orientados políticamente”.

De ahí que en el presente trabajo se hayan planteado las siguientes hipótesis:

- H1. Los enfoques (*frames*) de las piezas periodísticas analizadas son fundamentalmente de tipo político.
- H2. Se produce un alto nivel de partidismo mediático. A través de los medios, se defienden las posturas particulares de los partidos políticos.
- H3. Se produce polarización mediática. Siguiendo el concepto de polarización política de Fiorina y Abrams (2008, p. 197) se espera una alta polarización: las piezas analizadas de cada diario se constituirán en bloques en conflicto que se oponen.

4. Metodología

4.1. La elección de la muestra

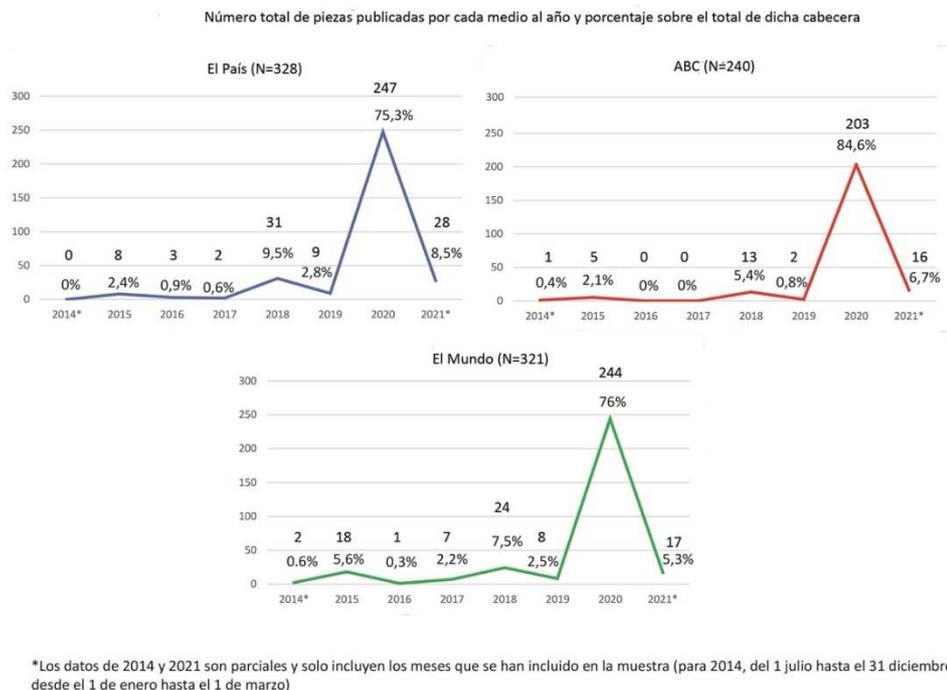
Para el presente trabajo se realizó una búsqueda de todas las piezas periodísticas publicadas en *El País*, *El Mundo* y *ABC* cuyo tema principal fuera los distintos escándalos relacionados con la figura del rey Juan Carlos I. El período seleccionado fue entre el 1 de julio de 2014 (pocos días después de su abdicación, que se hizo efectiva el 18 de junio de 2014) y el 1 de marzo de 2021 (cuatro días después de la publicación de la información el 25 de febrero en *El País* sobre su segunda regularización fiscal). Para el caso de *El País* y *El Mundo*, se buscó en la base de datos LexisNexis cualquier pieza periodística (perteneciente tanto a géneros informativos como de opinión) que contuviera los términos <“Juan Carlos I” OR “Don Juan Carlos” OR “rey emérito”>. Posteriormente se realizó un filtrado manual de las unidades de análisis resultantes con el fin de identificar solo aquellas relacionadas con los escándalos del rey emérito. Por lo que se refiere a *ABC*, la búsqueda se realizó con los mismos términos que en caso de *El País* y *El Mundo*. Sin embargo, a diferencia de los dos medios anteriores, la búsqueda en LexisNexis hubo de completarse con la base de datos de MyNews y la hemeroteca del propio medio. La razón es que LexisNexis solo recoge lo publicado por *ABC* hasta finales de octubre de 2016. En total se encontraron 889 piezas periodísticas de *El País*, *El Mundo* y *ABC* relacionadas con los presuntos escándalos de Juan Carlos I. La gran mayoría de ellas, 754 (el 84,8% de la muestra), se publicaron entre el 1 de marzo de 2020 y el 1 de marzo de 2021 a raíz de distintos episodios, como la marcha de Juan Carlos I de España o las revelaciones de que hizo al menos dos pagos a Hacienda para regularizar su situación fiscal (véase la Figura 1). Así, marzo de 2020 marca el auge noticioso puesto que, a principios de ese mes, la cabecera

² Olmo, J. M., Gabilondo, P. & Parera, B. (2020, 3 de noviembre). El millonario mexicano Sanginés-Krause pagó decenas de gastos de Juan Carlos I. *El Confidencial*. Recuperado de https://www.elconfidencial.com/espana/2020-11-03/millonario-mexicano-sangines-krause-pago-decenas-de-gastos-de-juan-carlos-i_2817935/ [consultado el 14 de enero de 2022].

³ Irujo, J. M. & González, M. (2021, 25 de febrero). Juan Carlos I paga más de cuatro millones al fisco en una segunda regularización. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/espana/2021-02-25/juan-carlos-i-paga-mas-de-cuatro-millones-al-fisco-en-una-segunda-regularizacion.html> [consultado el 14 de enero de 2022].

*Tribune de Genève*⁴, de Ginebra (Suiza), publicó que el rey emérito contaba con 100 millones de dólares en cuentas bancarias en dicha ciudad. Desde esa fecha y durante el año siguiente, no cesaron las informaciones que le relacionaban con diversos escándalos y, además, en agosto de 2020 se produjo su salida de España.

Figura 1. Piezas periodísticas sobre el rey emérito relacionadas con escándalos por año (n=889).



Fuente: elaboración propia.

Después de analizar la evolución de la cobertura periodística sobre el tema y observar que se produce un gran auge informativo a partir del 1 de marzo de 2020, se decidió realizar un análisis de contenido cuantitativo (Krippendorff, 2004) y cualitativo (Schreier, 2012). Así, se seleccionaron 15 días al azar entre las informaciones publicadas entre el 1 de marzo de 2020 y el 1 de marzo de 2021 en cinco medios. Como representantes en papel, se eligieron *El País*, *El Mundo* y *ABC* por ser los tres medios de carácter nacional más leídos según la primera oleada de 2021 del EGM (AIMC, 2021). En cuanto a los nativos digitales, se escogieron *elDiario.es* y *El Español*, como los dos medios con más tráfico según OJD Interactiva (2021) en febrero de 2021. Las fechas seleccionadas fueron: 6 y 16 de marzo, 9 y 16 de junio, 8 y 12 de julio, 4 y 18 de agosto, 2 y 7 de noviembre, 7, 11 y 20 de diciembre de 2020, 14 de enero y 26 de febrero de 2021. Para los medios digitales, se analizaron los días inmediatamente anteriores. Así, el corpus de análisis lo forman 334 piezas periodísticas (de géneros informativos y de opinión), que constituyen la muestra principal de los análisis que se muestran en el apartado de resultados.

Como refleja la Tabla 1, de las 334 piezas periodísticas seleccionadas para el análisis cualitativo, 141 (42,2%) procedían de medios impresos, mientras que las 193 restantes aparecieron en nativos digitales. El medio con más presencia en el estudio fue *elDiario.es*, con 142 (42,5%), prácticamente las mismas que las tres cabeceras en papel juntas. El resto de los periódicos incluidos publican un número relativamente similar de piezas. Todos los

⁴ Besson, S. & Zumbach (2020, 3 de marzo). Une enquête dévoile l'argent secret de l'ex-roi d'Espagne à Genève. *Tribune de Genève*. Recuperado de <https://www.tdg.ch/geneve/actu-genevoise/enquete-devoile-argent-secret-lexroi-despagne-geneve/story/31925842> [consultado el 20 de enero de 2022].

contenidos analizados en el estudio fueron codificados por dos personas de forma independiente gracias a un código de análisis de contenido y un código de instrucciones. La fiabilidad intercodificadora fue medida gracias al coeficiente kappa de Cohen, que resultó adecuado para todas las variables.

Tabla 1. Número de piezas periodísticas analizadas en el periodo marzo 2020-marzo 2021 (n=334).

	Número de piezas analizadas por medio	Número de piezas analizadas por tipo de medio
<i>El País</i>	48 (14,4%)	Papel: 141 (42,2%)
<i>El Mundo</i>	45 (13,5%)	
<i>ABC</i>	48 (14,4%)	
<i>elDiario.es</i>	142 (42,5%)	Digital: 193 (57,8%)
<i>El Español</i>	51 (15,2%)	

Fuente: elaboración propia.

4.2. La elección de los medios objeto de análisis

Los medios nativos digitales y en papel objeto de este estudio se han seleccionado por poseer las mayores audiencias dentro de su tipología y porque presentan unas características muy diversas que se adecúan a los objetivos del presente trabajo. Estos objetivos pasan por investigar conjuntamente los lazos existentes entre el sistema mediático y político español y su grado de adecuación al tipo y características de los escándalos de corrupción orientados políticamente (Mancini, 2019). De ahí la necesidad de escoger diarios que representaran distintos posicionamientos ideológicos y diversas posturas frente al rey emérito y la monarquía española.

Así, *El País* es un periódico tradicionalmente considerado de centro izquierda y cercano a los gobiernos socialistas. Sin embargo, también era visto como la “encarnación de la prensa convencional y de apoyo a la causa del rey” (de Pablos Coello & Ardévol, 2009, p. 240) antes del fin del “silencio crítico” de los medios sobre los asuntos relacionados con la Corona.

El Mundo es habitualmente caracterizado por ser un diario que destaca por el desarrollo que realiza del periodismo de investigación y por su vigilancia del poder. Ramos Fernández (2013) señala que, cuando todavía estaba Pedro J. Ramírez –actualmente director de *El Español*– en la dirección a veces los papeles se invertían en las noticias sobre la Casa Real, siendo “más crítico el conservador *El Mundo* y comprensivo el progresista *El País*” (p. 219). *ABC*, por su parte, está ubicado en el centroderecha y posee tradicionalmente un carácter monárquico (de Pablos Coello & Ardévol, 2009) y conservador (Barredo Ibáñez, 2013).

En cuanto a los digitales, los elegidos son *elDiario.es*, no solo crítico con el rey Juan Carlos sino también con la monarquía en sí (López García & Valera Ordaz, 2013). Según su ubicación en el espectro ideológico, Guerrero-Solé (2022) lo emplaza a la izquierda.

El Español, que nació en 2015, fue fundado por Pedro J. Ramírez tras ser despedido por *El Mundo* y presenta una ideología próxima al neoliberalismo (Sánchez-Gutiérrez & Nogales Bocio, 2018). En cuanto al caso referido, el propio Ramírez se ha mostrado crítico con Juan Carlos I. Por ejemplo, en febrero de 2021 el director y fundador del medio señaló que “su comportamiento no ha sido honorable ni ejemplar” y que no debía seguir siendo rey en una intervención en TVE recogida por su propio medio⁵.

⁵ Pedro J. Ramírez (2021, 26 de febrero): “Ha llegado el momento de que la Fiscalía llame a declarar al rey Juan Carlos I”. *El Español*. Recuperado de https://www.lasexta.com/programas/sexta-noche/entrevistas/pedro-ramirez-cuanto-mas-tarde-rey-emerito-volver-espana-mejor_20211076187284477bc8000019c6a48.html [Consultado el 9 de febrero de 2022].

Distintos estudios han tratado de mostrar científicamente la ideología de las distintas cabeceras españolas. Uno de los más recientes es el de Guerrero-Solé (2022), que utiliza la ideología percibida por la población de los partidos políticos españoles para tratar de estimar la ideología de los distintos medios relacionando la ideología del medio a la de las personas que interactúan con estos en Twitter. De los 5 diarios que analizamos en este trabajo y siguiendo la escala de izquierda (valor mínimo de 2,4 del índice de Jaccard) a derecha (máximo valor de 9,4), Guerrero-Solé (2022) sitúa a *elDiario.es* como el que se encuentra más a la izquierda (3,81), seguido de *El País* (4,764). Con valores más cercanos entre ellos, tendentes a la derecha, aparecen *El Español* (7,458), *El Mundo* (7,573) y *ABC* (7,765).

4.3. La operacionalización de las variables objeto de estudio

Para la operacionalización del objetivo e hipótesis de este trabajo se hará uso de distintos enfoques planteados en la bibliografía existente sobre la teoría del *framing* o del enfoque. Este paradigma ofrece excelentes herramientas teóricas y empíricas ampliamente probadas para analizar cómo los medios y sus profesionales construyen sus narrativas acerca de los escándalos de corrupción. Se entiende por *framing* o teoría del enfoque “el proceso (verbal o visual) por el que se presentan las informaciones de los medios (‘construcción del marco’ –*frame building*–) y los factores internos y externos que subyacen en el proceso” (de Vreese & Lecheler, 2012).

Para la medición del enfoque principal de las informaciones sobre casos de corrupción (H1) se ha usado la clasificación de *frames* y la definición de las características de cada uno utilizada por Amadeo (1999, pp. 274 y ss.). Amadeo identifica tres tipos de discursos posibles referidos a los personajes implicados en este tipo de escándalos (que vienen articulados también por los términos que se utilizan): legalista, político y moral. A estas categorías le hemos añadido la de “otros enfoques”. Amadeo identifica el enfoque legalista de las unidades análisis por los términos “referidos al proceso judicial en sí”. Siguiendo a Amadeo (1999), los términos políticos se refieren “a lo que se plantea en el terreno del poder y en la lucha por la opinión pública”. Finalmente, los términos morales “implican directamente una aprobación o sanción ética a los protagonistas” (Amadeo, 1999, pp. 274 y ss.).

Para la operacionalización del resto de variables de esta investigación, se ha usado la categorización elaborada por la red internacional de investigadores en Comunicación Política NEPOCS (Network of European Political Communication Scholars). NEPOCS lo aplica a su estudio de 2016 “Comparing Political Journalism” (Routledge). Así, para evaluar las posturas particulares y estrategias de los partidos políticos que aparecen en los medios (H2) se han usado dos variables de tipo cuantitativo. La primera mide el enfoque estratégico de las unidades de análisis. Este se refiere a las piezas periodísticas “centradas en interpretaciones sobre los motivos de los candidatos y partidos, sus estrategias y tácticas para lograr metas políticas” (Aalberg, Strömbäck & de Vreese, 2012, p. 172). Es decir, la asunción que se realiza desde cada diario de que detrás de una actuación de un personaje o partido político hay una motivación política ulterior. Este enfoque se suele utilizar mayoritariamente cuando la postura editorial del medio es distinta a la del actor político, pues con este tipo de información se trata de desvelar las estrategias ocultas del contrario. La variable usada en el código de análisis de contenido fue la siguiente pregunta: “¿Es el enfoque de la unidad de análisis predominantemente estratégico de forma explícita?”. Las categorías en las que se dividió fueron dos: 1. Sí; 2. No.

Se ha medido también el tono general explícito de las piezas. Las categorías de esta variable fueron 4: positivo; negativo; una mezcla entre ambas; y neutral.

Estos resultados forman parte del proyecto PID2019-105285GB-I00, financiado por el Plan Nacional de I+D+i del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades.

5. Resultados

El enfoque político está presente en el 51,5% de las piezas periodísticas analizadas. Así, en la cobertura de los escándalos relacionados con el rey emérito se ha priorizado este *frame* frente a otros centrados en las consecuencias legales y el procedimiento judicial (enfoque legal-judicial). Este último enfoque es el segundo más frecuente, con un 27,8% de las piezas. Finalmente, el enfoque moral tiene una presencia del 10,2%, mientras que otros enfoques constituyen un 10,5%. Se ha realizado prueba de chi cuadrado entre las variables medio y enfoque principal empleado, siendo la hipótesis nula que no existen diferencias estadísticamente significativas entre medios. El resultado sí arroja diferencias significativas entre ambas [$\chi^2(16, N=334) = 34,992, p=0,004$], aunque la intensidad de estas diferencias es débil (coeficiente de Cramer $|V|=0,162$).

Solo uno de los medios no presenta el enfoque político como el mayoritario: *El País*, que da más importancia al enfoque legal-judicial, siendo el más frecuente en su caso con un 43% de las piezas. Esto se encuentra en consonancia con lo que se verá posteriormente, una mayor neutralidad a la hora de tratar la figura del emérito paralela a la postura que mantuvo el Gobierno socialista durante el período analizado.

Tras analizar los diferentes enfoques predominantes, se comprueba que, efectivamente, el político es el mayoritario, al estar presente en más de las de la mitad de las piezas periodísticas. De este modo, se valida la primera hipótesis.

Tabla 2. Enfoque principal por medio de comunicación (n=334).

		Enfoque principal			
		Político	Legal-Judicial	Moral	Otro enfoque
Medio	<i>El País</i>	35,4%	43,8%	16,7%	4,1%
	<i>El Mundo</i>	37,8%	31,1%	20%	11,1%
	<i>ABC</i>	52,1%	22,9%	14,6%	10,4%
	<i>elDiario.es</i>	62,7%	23,9%	3,5%	9,9%
	<i>El Español</i>	47%	25,5%	11,8%	15,7%
Total		51,5%	27,8%	10,5%	10,2%

Fuente: elaboración propia.

A continuación, se estudia si existe un partidismo mediático (H2), es decir, si a través de los medios se defienden las posturas particulares y estrategias de los partidos políticos. Además, se analiza si el partidismo mediático cristaliza en el establecimiento de bloques antagónicos en disputa (polarización política, H3) tanto desde el punto de vista ideológico como de posicionamiento hacia el rey emérito y el modelo de Estado en España (monarquía frente a república). Para poder dilucidar estos aspectos recogidos en la H2 y H3 de esta investigación, se ha comprobado, en primer lugar, el tono general de los contenidos (positivo, negativo o neutro) respecto a la figura del rey emérito. En segundo lugar, se ha analizado la presencia o no del enfoque estratégico de las unidades de análisis.

Tabla 3. Tono general por medio de comunicación (n=334).

		Tono general			
		Neutral	Negativo	Equilibrado	Positivo
Medio	<i>El País</i>	54,2%	31,3%	12,4%	2,1%
	<i>El Mundo</i>	20%	73,4%	2,2%	4,4%
	<i>ABC</i>	29,2%	50%	6,3%	14,5%
	<i>elDiario.es</i>	31,7%	52,1%	7,7%	8,5%
	<i>El Español</i>	31,4%	68,6%	0%	0%
Total		32,9%	54,2%	6,3%	6,6%

Fuente: elaboración propia.

Para estudiar el tono general de las piezas se ha realizado la prueba de chi cuadrado. El fin es comprobar si existen diferencias significativas entre los medios y el tono general que emplea cada uno, siendo la hipótesis nula la ausencia de relación entre ambas variables. Sí se aprecian diferencias significativas [$\chi^2(12, N=334) = 37,479, p=0,000$], aunque la intensidad de la relación es baja ($|V|=0,193$).

La primera conclusión que se extrae de la Tabla 3 es que, vistos en su totalidad los resultados de los cinco diarios, el tono general de las unidades de análisis sobre los escándalos del rey emérito es negativo. *El País* es el que presenta una mayor neutralidad con más de 20 puntos por encima de cualquier otro medio (véase la Tabla 3), un tono que recuerda a las continuas afirmaciones del PSOE en el Gobierno sobre que la justicia es igual para todos y que hay que dejar que actúe⁶.

ABC destaca por poseer mayores frecuencias de tono positivo en sus contenidos que reflejan las valoraciones positivas que realiza del legado de Juan Carlos I. La valoración de la figura del ex monarca para este medio pasa siempre por resaltar su relevancia histórica, en la línea que mantiene el Partido Popular⁷. A la hora de interpretar el porcentaje del 50% (24 piezas) de *ABC* con tono negativo, hay que tener en cuenta que, entre ellas, se han codificado las que dedica este medio a desvelar lo que entiende como estrategia de derribo de la monarquía por parte de los partidos republicanos e independentistas. Así, de las 24 unidades

⁶ Véase como el ejemplo la noticia publicada en elDiario.es (2020, 8 de junio). El Gobierno, sobre la investigación contra el rey Juan Carlos por el AVE a La Meca: "La Justicia es igual para todos". Recuperado de https://www.eldiario.es/politica/gobierno-investigacion-juan-carlos-justicia_1_6028139.html [consultado el 19 de mayo de 2022].

⁷ EFE (2020, 3 de agosto). El PP respeta la decisión del rey emérito de irse de España y alaba su legado. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/politica/20200803/482658767617/el-pp-respeto-la-decision-del-rey-emerito-de-irse-de-espana-y-alaba-su-legado.html> [consultado el 15 de junio de 2022]. Dentro de esta noticia encontramos las siguientes declaraciones: "El PP ha expresado este lunes su más "absoluto respeto" a la decisión del rey Juan Carlos de irse a vivir fuera de España y ha destacado su papel en la llegada de la democracia y su legado al frente de la monarquía [...]. Don Juan Carlos demuestra, con su decisión, "su lealtad a España, a la monarquía parlamentaria y al rey Felipe VI", según fuentes del PP, que han precisado que su papel en la llegada de la democracia a España ha sido "determinante y decisivo [...]". En términos similares se ha pronunciado una de las dirigentes del partido, la presidenta de la Comunidad de Madrid, Isabel Díaz Ayuso, quien a través de su cuenta de Twitter ha subrayado "el trabajo histórico de Juan Carlos I por España", a quien los españoles deben "los mejores años" de la democracia". Europa Press (2020, 6 de diciembre). Ayuso dice que la Constitución es "bastante más avanzada" que las leyes actuales y elogia el papel de Juan Carlos I. *Europa Press*. Recuperado de <https://www.europapress.es/nacional/noticia-ayuso-dice-constitucion-bastante-mas-avanzada-leyes-actuales-elogia-rey-juan-carlos-20201206133956.html> [consultado el 15 de junio de 2022]. En esta noticia se afirma lo siguiente: "Ayuso ha rehusado comentar la noticia publicada por el diario *El País* de que el Rey Juan Carlos ha regularizado su situación fiscal alegando que no le corresponde a ella pronunciarse sobre esa cuestión [...]. Así, se ha limitado a recordar el 'papel tan importante' que, desde su punto de vista, ha tenido el Rey emérito y todo lo que le deben los españoles. 'Ha tenido un papel fundamental para que todos los españoles de izquierdas, de derechas y sin bandos, nos fundamos en un abrazo y en un texto como el que nos ha traído hasta aquí', ha señalado".

de análisis con tono negativo de *ABC*, 8 (33,3%) evalúan negativamente al rey emérito; 7 (29,2%) se sitúan en contra de la estrategia del Gobierno y de los partidos republicanos; 6 (25%) contienen referencias negativas a ambos; y 3 (12,5%) se refieren a otros temas.

En el resto de los medios, la negatividad es preponderante, especialmente en *El Mundo* con un 73,3%, que viene también de una mezcla de las críticas en dos sentidos. Por un lado, al Gobierno, al que considera artífice de un movimiento amenazador contra la monarquía, a la que no critica (*Un Gobierno contra su Majestad*, 20 de diciembre de 2020⁸, opinión). Por otro lado, publica también piezas muy críticas contra las actuaciones de Juan Carlos I (*Lo siento, no puedo defenderle*, 7 de noviembre de 2020, opinión)⁹. Nótese, por tanto, que las críticas de *El Mundo* se dirigen hacia los actos objeto de escándalo del rey emérito, pero no hacia la institución monárquica ni hacia Felipe VI.

El tono negativo es también el más frecuente en *El Español* (68,6%) y en *elDiario.es* (52,1%). *El Español* muestra una postura hostil hacia Juan Carlos I que incluye exclusivas comprometedoras para el Emérito, mientras separa claramente su figura de la del rey actual y de la monarquía en España. A Felipe VI y a la monarquía los percibe como perjudicados por las actuaciones del emérito. Ejemplos de ello son: la información *Así quedó manchado el 'contrato del siglo' del AVE la Meca por las comisiones de Juan Carlos y Corinna*¹⁰; la pieza opinativa *Juan Carlos I pedía "honradez" en plena crisis a los seis meses de mover 100 millones a Bahamas*¹¹ (ambas del 7 de julio de 2020); y el reportaje *La gran traición de Juan Carlos a Felipe VI: ensucia su nombre con 65 millones que entregó a ex amantes*¹² (15 de marzo de 2020). Dentro de este reportaje se afirma que el escándalo del rey emérito es "una traición de Juan Carlos de Borbón a su hijo que, además de ensuciar su nombre, coloca en una situación muy difícil a la monarquía en nuestro país".

El tono negativo de las unidades analizadas en *elDiario.es* están relacionadas principalmente con las críticas al rey emérito y la monarquía como sistema político¹³.

El enfoque estratégico aparece en un 10,8% (36 piezas) del total de los contenidos analizados. Se ha realizado la prueba del chi cuadrado para comprobar si existen diferencias significativas entre la presencia del enfoque estratégico y los distintos medios, siendo la

⁸ Rosell, F. (2020, 20 de diciembre). Un Gobierno contra su Majestad. *El Mundo*, p. 2.

⁹ Peñafiel, J. (2020, 7 de noviembre). Lo siento, pero no puedo defenderle. *El Mundo*, p. 18.

¹⁰ Elizondo, M. (2020, 7 de julio). Así quedó manchado el 'contrato del siglo' del AVE la Meca por las comisiones de Juan Carlos y Corinna. *El Español*. Recuperado de https://www.lespanol.com/invertia/empresas/20200707/manchado-ave-meca-comisiones-juan-carlos-corinna/503200303_o.html [consultado el 13 de enero de 2022].

¹¹ Criado, A. (2020, 7 de julio). Juan Carlos I pedía "honradez" en plena crisis a los seis meses de mover 100 millones a Bahamas. *El Español*. https://www.lespanol.com/espana/20200707/juan-carlos-pedia-honradez-tesis-millones-bahamas/503200122_o.html [consultado el 13 de enero de 2022].

¹² Castro-Villacañas, J. (2020, 15 de marzo). La gran traición de Juan Carlos a Felipe VI: ensucia su nombre con 65 millones que entregó a ex amantes. *El Español*. https://www.lespanol.com/reportajes/20200315/traicion-juan-carlos-felipe-vi-ensucia-millones/474953442_o.html [consultado el 13 de enero de 2022].

¹³ Escolar, I. (2020, 15 de marzo). El rey hijo mata al padre para intentar salvar la corona. *elDiario.es*. Recuperado de: https://www.eldiario.es/escolar/hijo-padre-intentar-salvar-corona_132_1001700.html [consultado el 15 de junio de 2022]. En este artículo de opinión del director de *elDiario.es* se afirma: "Ahora que ya es evidente que Juan Carlos de Borbón abusó de la inviolabilidad que le otorga la Constitución y utilizó su posición para enriquecerse, ¿por qué no se acaba con ese privilegio para que no vuelva a pasar?". Sáenz de Ugarte, I. (2020, 3 de agosto). La huida del rey que necesitaba demasiado dinero para sus gastos. *elDiario.es*. Recuperado de https://www.eldiario.es/politica/huida-rey-juan-carlos_129_6145551.html [consultado el 15 de junio de 2022]. En esta pieza se señala: "Los que pensaban que la abdicación solucionaría los problemas de la legitimidad de la monarquía se han visto superados por los acontecimientos que habían quedado ocultos durante años por su propia decisión de mirar para otro lado". Elordi, C. (2020, 10 de diciembre). El Gobierno tiene que pasar a la ofensiva. *elDiario.es*. Recuperado de: https://www.eldiario.es/politica/huida-rey-juan-carlos_129_6145551.html [consultado el 15 de junio de 2022]. En este artículo de opinión se afirma: "Si a estas alturas de nada vale recordar que el emérito fue un personaje fundamental de la Transición -empieza a sonar hasta ridículo- tampoco sirve ya insistir en que Felipe VI se ha separado de su padre, que incluso le ha castigado retirándole la asignación. Porque el escándalo ha ido demasiado lejos como para que sirvan esos paños calientes".

hipótesis nula que no hay relación entre variables. Se aprecia que las diferencias entre medios son significativas [$\chi^2(4, N=334) = 32,860, p = 0,000$], con una intensidad de relación media-baja ($|V|=0,314$) según el coeficiente V de Cramer.

Este enfoque es más frecuente en los medios en papel (63,9%, con 23 de las 36 apariciones) que en los digitales (36,1%, con 13 casos). Existen diferencias relevantes entre las distintas cabeceras. Así, no se encuentra en ninguna de las piezas de *El País*, que, por tanto, se mantiene en un enfoque más neutro en el que no se plantean de manera abierta estrategias políticas. Mientras, en *ABC* tiene una presencia del 41,7% (15 casos). Le siguen: *elDiario.es* (30,5%, 11 casos); *El Mundo* (22,2%, siendo 8 la frecuencia); y *El Español* (5,6%, con 2 casos).

Las narrativas periodísticas que los medios analizados adoptan para plasmar el enfoque estratégico desvelan también posturas editoriales claras. Así, se aprecia con claridad en *ABC* su oposición a “la izquierda” y a los partidos republicanos (entre los que se incluyen Podemos, Izquierda Unida, Más País, Bildu, ERC, Junts, Compromís, CUP y BNG), como se verá a través de algunos ejemplos. La principal línea de argumentación en *ABC* se centra en desvelar la existencia de una estrategia antimonárquica de estos partidos aprovechando los escándalos de Juan Carlos I. Para este medio, los partidos de izquierda, republicanos e independentistas están tratando de arremeter contra la monarquía parlamentaria como sistema político instaurada en la Constitución de 1978 y avanzar hacia una República. Un ejemplo de lo dicho anteriormente es la columna *Dolor de padre, dolor de hijo*¹⁴ (4 de agosto del 2020), que argumenta: “La izquierda, movida siempre por su pulsión republicana, no dejará de aprovechar los errores cometidos por Juan Carlos en el final de su reinado para volver a saborear su viejo sueño”. El mismo día, en la página de opinión aparece publicada la columna titulada *El rey solo*¹⁵, que recalca que las acciones del rey han permitido que “los enemigos de la Constitución utilicen su caso para armar una operación de acoso al régimen monárquico”. Esta idea incluso aparece en el titular de la noticia *Un lustro de acoso a la monarquía para acabar con el sistema de 1978*¹⁶, añadiendo que es el “primer paso de un plan definido” en el antetítulo.

El Mundo centra su narrativa en desvelar y criticar lo que considera la estrategia del Gobierno para acometer el asunto de los escándalos del emérito y también de los partidos republicanos e independentistas (acabar con la monarquía). Esta idea se apunta en *El objetivo final no es Juan Carlos I*¹⁷, del 7 de diciembre de 2020, editorial en el que se argumenta “lo bien que le viene a algunos partidos” la continua presencia en medios de Juan Carlos I, porque “forma parte de la campaña de derribo en marcha contra la monarquía”. *El Mundo* también destaca que dañar a la monarquía era un perjuicio colateral para el Gobierno en el artículo opinativo *A Sánchez le vienen bien los líos del rey padre para aplacar a Iglesias*¹⁸, publicado el 7 de noviembre de 2020.

En *elDiario.es*, la narrativa periodística se separa claramente del resto de medios, como se ha podido observar anteriormente. Así, algunos de sus titulares presentan un tono hostil hacia Juan Carlos I. Se observa en las siguientes noticias: *Juan Carlos I intenta evitar la investigación judicial de las tarjetas opacas pagando ahora a Hacienda* (6 de diciembre de 2020)¹⁹, *La presión judicial y política aboca al rey emérito a irse de España para tratar de salvar la monarquía de sus propios escándalos* (3 de agosto de 2020)²⁰. Además, se hace eco con claridad

¹⁴ Martínez, A. (2020, 4 de agosto). Dolor de padre, dolor de hijo. *ABC*, p. 8.

¹⁵ Camacho, I. (2020, 4 de agosto). El Rey solo. *ABC*, p. 14.

¹⁶ Muñoz, P. (2020, 4 de agosto). Un lustro de acoso a la monarquía para acabar con el sistema de 1978. *ABC*, p. 18.

¹⁷ El objetivo final no es Juan Carlos I [Editorial]. (2020, 7 de diciembre). *El Mundo*, p. 3.

¹⁸ Landaluce, E. (2020, 7 de noviembre). A Sánchez le vienen bien los líos del rey padre para aplacar a Iglesias. *El Mundo*, p. 20.

¹⁹ Juan Carlos I intenta evitar la investigación judicial de las tarjetas opacas pagando ahora a Hacienda. (2020, 6 de diciembre). *elDiario.es*. Recuperado de https://www.eldiario.es/politica/juan-carlos-i-evitar-investigacion-judicial-tarjetas-opacas-pagando-ahora-hacienda_1_6485465.html [consultado el 13 de enero de 2022].

²⁰ Pinheiro, M. & Herrera, H. (2020, 3 de agosto). La presión judicial y política aboca al rey emérito a irse de España para tratar de salvar la monarquía de sus propios escándalos. *elDiario.es*. Recuperado de

de la estrategia del Gobierno de ayudar a la supervivencia de la monarquía española dejando caer al rey emérito y formando un cortafuegos entre él y el actual monarca Felipe VI. En la crónica *Cuatro millones se llevan por delante la última operación para reflotar la monarquía*²¹ (26 de febrero de 2021), se insiste en esta estrategia gubernamental.

De los resultados anteriores se puede concluir que la H2, planteada en esta investigación referente al alto nivel de partidismo mediático con respecto a las organizaciones políticas, se confirma solo parcialmente. El partidismo se observa con claridad en el caso de *El País*, *ABC* y *elDiario.es*, pero no es tan patente en *El Mundo* y en *El Español*. *El País* es el medio con mayor número de unidades de análisis publicadas con un tono neutral, en la línea de lo defendido por el PSOE en el Gobierno. *ABC* es el medio que ofrece mayores frecuencias de valoraciones positivas hacia el rey emérito y menor número de negativas. Estas han seguido la línea argumental defendida por el Partido Popular de resaltar el legado histórico del antiguo monarca y de criticar la estrategia de los partidos de izquierda y de los republicanos de tratar de derribar la monarquía. Por su parte, *elDiario.es*, sigue la línea de Unidas Podemos y de otros partidos republicanos de criticar tanto la figura del emérito como el sistema monárquico.

Lo mismo sucede con la H3; solo se puede aceptar parcialmente. La polarización ideológica, apuntada por Mancini como uno de los rasgos de la cobertura de los escándalos orientados políticamente, es apreciable solamente para el caso de *ABC* y *elDiario.es*. Estos diarios son los representantes de dos bloques ideológicamente enfrentados en lo político y en su concepción sobre la conveniencia de seguir manteniendo en España un sistema monárquico o sustituirlo por uno republicano. Esto está en consonancia con la polarización política de sus audiencias y el fenómeno de la exposición selectiva: recuérdese que, de los 5 diarios que analizamos en este trabajo y siguiendo la escala de Guerrero-Solé (2022) de izquierda (valor mínimo de 2,4 del índice de Jaccard) a derecha (máximo valor de 9,4), *elDiario.es* se sitúa como el que se encuentra más a la izquierda (3,81), seguido de *El País* (4,764) y *ABC* (7,765) es el que está más a la derecha.

6. Conclusiones

De la presente investigación se confirma que la cobertura de los escándalos de corrupción política en los diarios españoles estudiados (tanto los nativos digitales, como los tradicionales), para el caso concreto objeto de estudio, posee, en general, las características de los que Mancini (2019) define como “políticamente orientados” con algunas matizaciones relevantes. Estas características están estrechamente relacionadas hasta tal punto que la primera y la segunda se superponen.

La primera de las características se refiere a la instrumentalización política y estratégica, entendida dicha instrumentalización como el uso del escándalo por parte de los medios para defender posturas y estrategias políticas. Los resultados obtenidos ratifican que el enfoque periodístico del escándalo ha sido mayoritariamente político, con la excepción del caso de *El País*, cuyo enfoque preferente ha sido el legal-judicial. Ello se interpreta como una estrategia partidista, alineada con la postura de aparente neutralidad del PSOE en el Gobierno ante el escándalo, y que está en consonancia con el resto de resultados obtenidos sobre este medio.

La segunda de las características apuntadas por Mancini (2019) es el alto nivel de partidismo mediático con respecto a las organizaciones políticas, que da como fruto medios partidistas. Este partidismo se observa con especial claridad para el caso de *El País*, *ABC* y *elDiario.es*, pero no para *El Mundo* y *El Español*. Por tanto, esta característica no es aplicable a la totalidad de los diarios analizados. Lo mismo sucede con la polarización ideológica,

https://www.eldiario.es/politica/presion-judicial-politica-aboca-rey-emerito-exilio-tratar-salvar-monarquia-proprios-escandalos_1_6145712.html [consultado el 13 de enero de 2022].

²¹ Sáenz de Ugarte, I. (2021, 26 de febrero) Cuatro millones se llevan por delante la última operación para reflotar la monarquía. *elDiario.es*. Recuperado de https://www.eldiario.es/politica/cuatro-millones-ultima-operacion-reflotar-monarquia_129_7254266.html [consultado el 13 de enero de 2022].

apuntada por Mancini (2019) como uno de los rasgos de la cobertura de los escándalos orientados políticamente: es apreciable solamente para el caso de *ABC* y *ELDiario.es*.

Los resultados plantean hasta qué punto los medios partidistas son el origen o la causa de la existencia de las audiencias polarizadas (en el caso de existir, tema que es objeto de un amplio debate académico) y el papel que juegan también en este proceso los partidos políticos. Es decir, en qué medida estos refuerzan la polarización política de la población a través de sus intervenciones en los medios. Esto, a pesar de haber sido explorado ampliamente, especialmente en el ámbito estadounidense, está lejos de arrojar conclusiones unánimes (Fiorina & Abrams, 2008, pp. 563-564).

Nótese que los resultados son aplicables al estudio de caso específico que se analiza en este trabajo, quedando pendiente para futuros análisis su comprobación en otros casos y sobre otro tipo de medios.

Esta investigación confirma el interés de estudiar conjuntamente los sistemas mediáticos y los políticos, los lazos que establecen entre ambos y las consecuencias que ello tiene para los sistemas democráticos y para la profesionalización del periodismo. Ofrece también una operacionalización de variables bajo el marco teórico de la teoría del *framing* o del enfoque que pudiera ser de utilidad para trabajos futuros. La conveniencia de seguir avanzado en la homogeneización y comparabilidad de variables en comunicación política a través de las que medir conceptos como polarización o paralelismo político se hace especialmente urgente en el contexto actual, en el que existe una preocupación social creciente por sus repercusiones en la democracia debido, especialmente, al auge de las redes sociales. Además, como concluyen Fiorina y Abrams (2008, p. 563) en su emblemático trabajo, el estudio sobre la polarización política presenta un problema principal: el uso de diferentes indicadores a la hora de investigar empíricamente el concepto. Ello conlleva dificultades para realizar inferencias que convierten en problemáticos los resultados cuando se trata de establecer conclusiones generales sobre el estado de la cuestión.

Por otro lado, resulta de interés seguir profundizando en la relación entre medios de comunicación y monarquía en España y en la cobertura que los primeros le prestan a esta institución y a su cabeza, el rey, que es también jefe del Estado. También resulta de interés seguir estudiando en qué medida la representación mediática ha podido influir en el declive de la valoración ciudadana hacia la monarquía. Estos constituyen asuntos no suficientemente explorados, al menos en comparación con la bibliografía existente sobre la monarquía inglesa.

Referencias

- Aalberg, T., Strömbäck, J. & De Vreese, C. H. (2012). The framing of politics as strategy and game: A review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 162-178. <https://www.doi.org/10.1177/1464884911427799>
- Abramowitz, A. I. & Saunders, K. L. (2008). Is polarization a myth? *The Journal of Politics*, 70(2), 542-555. <https://www.doi.org/10.1017/S0022381608080493>
- AIMC (2021). *Audiencia general de medios. 2021-1ª ola*. Retrieved from <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>
- Amadeo, B. (1999). El proceso de transmisión de significados. La aplicación de la teoría del *framing* a la cobertura de la corrupción política en Argentina (1991-1996) [Unpublished Thesis]. Universidad de Navarra.
- Barredo Ibáñez, D. (2013). Fuentes de información y enlaces hipertextuales en las alusiones al rey Juan Carlos en ELPAÍS.com y ABC.es (2009-2011). *Comunicación y Hombre*, 9, 89-113. <https://www.doi.org/10.32466/eufv-cyh.2013.9.156.89-113>
- Berganza, R., Herrero-Jiménez, B., Campos Zabala, M. V. & Sandulescu Budea, A. (2021). La cobertura de la corrupción política en los medios de comunicación. In M. Bermúdez Vázquez (Coord.), *Lucas en el camino: Filosofía y Ciencias Sociales en tiempos de desconcierto* (pp. 3300-3325). Madrid: Dykinson.

- Blumler, J. & Gurevitch, M. (1995). Towards a comparative framework for political communication research. In J. Blumler & M. Gurevitch (Eds.), *The crisis of public Communication* (pp. 59-72). London: Routledge.
- Boxell, L., Gentzkow, M. & Shapiro, J. M. (2017). Is the internet causing political polarization? Evidence from demographics. *National Bureau of Economic Research*, (23258). <https://www.doi.org/10.3386/w23258>
- Canel M. J. & Sanders, K. (2005). El poder de los medios en los escándalos políticos: la fuerza simbólica de la noticia icono. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 32, 163-178. Retrieved from <https://raco.cat/index.php/analisi/article/view/15178>
- Casero, A. (2012). El periodismo político en España: algunas características definitorias. In A. Casero (Ed.), *Periodismo político en España: concepciones, tensiones y elecciones* (pp. 19-45). La Laguna: Cuadernos Artesanos de Latina.
- De Pablos Coello, J. M. & Ardévol. A. (2009). Prensa española y monarquía: el “silencio crítico” se termina. Estudio de caso. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, 237-253. Retrieved from <https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/184498>
- De Miguel Pascual, R. & Berganza, R. (2019). Media priming effects and ethical ambivalence in corruption scandals. In H. Tumber & S. Waisbord (Ed.), *The Routledge companion to media and scandal* (pp. 466-474) New York: Routledge.
- De Vreese, C. H. & Lecheler, S. (2012). New framing research: An overview and new developments. In H. A. Semetko & M. Scammell (Eds.), *The SAGE handbook of political communication* (pp. 292-306). Los Angeles, CA: Sage.
- Esser, F. & Hartung, U. (2004). Nazis, pollution, and no sex: Political scandals as a reflection of political culture in Germany. *American behavioral scientist*, 47(8), 1040-1071. <https://www.doi.org/10.1177/0002764203262277>
- Ettema, J. & Glasser, T. (1998). *Custodians of conscience: Investigative Journalism and Public Virtue*. New York: Columbia University Press.
- Farias P. & Roses, S. (2009). La crisis acelera el cambio del negocio informativo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 15, 15-32. Retrieved from <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0909110015A>
- Fiorina, M. P. & Abrams, S. J. (2008). Political polarization in the American public. *Annual Review of Political Sciences*, 11, 563-588. <https://www.doi.org/10.1146/annurev.polisci.11.053106.153836>
- Fiorina, M. P., Abrams, S. J. & Pope, J. C. (2005). *Culture war. The myth of a polarized America*. New York: Longman.
- Garzón, V. E. (1997): Acerca del concepto de corrupción. In F. Laporta & S. Álvarez (Eds.), *La corrupción política* (pp. 39-68). Madrid: Alianza.
- Guerrero-Solé, F. (2022). La ideología de los medios. Medición de la inclinación política de los medios de comunicación españoles a través de las interacciones de los usuarios de Twitter. *Communication & Society*, 35(1), 29-43. <https://www.doi.org/10.15581/003.35.1.29-43>
- Hallin, D. C. & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems. Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Humanes, M. L., Sánchez, M. D. M., de Dios, R. M. & López-Berini, A. (2013). Pluralismo y paralelismo político en la información televisiva en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 68, 566-581. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2013-990>
- Joseph, B. (2005). Journalism in the global age: Between normative and empirical. *Gazette*, 67(6), 575-590. <https://www.doi.org/10.1177/0016549205057564>
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis. An introduction to its methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kubin, E. & von Sikorski, C. (2021). The role of (social) media in political polarization: a systematic review. *Annals of the International Communication Association*, 45(3), 188-206. <https://www.doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>

- López García, G. & Valera Ordaz, L. (2013). La información sobre la monarquía española en los nuevos medios digitales: Eldiario.es y Vozpopuli.com. *Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 6, 65–81. <https://www.doi.org/10.6035/2174-0992.2013.6.5>
- Malem, J. F. (1997): El fenómeno de la corrupción. In F. Laporta & S. Álvarez (Eds.), *La corrupción política* (pp. 71–90). Madrid: Alianza.
- Mancini, P. (2019). Corruption scandals and the media system. In H. Tumber & S. Waisbord (Eds.), *The Routledge companion to media and scandal* (pp. 466–474). New York: Routledge.
- Martínez Nicolás, M. & Humanes, M. L. (2012). Culturas profesionales del periodismo político en España. El discurso de los periodistas sobre la política y las funciones políticas de los medios. In A. Casero (Ed.), *Periodismo político en España: concepciones, tensiones y elecciones* (pp. 47–76). La Laguna: Cuadernos Artesanos de Latina.
- OJD Interactiva (2021). *Medios digitales*. Retrieved from <https://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales>
- Prior, M. (2013). Media and political polarization. *Annual Review of Political Science*, 16, 101–127. <https://www.doi.org/10.1146/annurev-polisci-100711-135242>
- Ramos Fernández, F. (2013). El “tabú” periodístico de la monarquía en España. La crisis real y la crisis coyuntural. *Revista Latina de comunicación social*, 68, 217–248. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2013-975>
- Sánchez Gutiérrez, B. & Nogales Bocio, A. I. (2018). La cobertura mediática de Podemos en la prensa nativa digital neoliberal española: una aproximación al caso de *OkDiario*, *El Español* y *El Independiente*. In A. I. Nogales Bocio, C. Marta-Lazo & M. A. Solans García (Ed.), *Estándares e indicadores para la calidad informativa en los medios digitales* (pp. 125–146). Sevilla: Egregius.
- Scheufele, D. A. & Iyengar, S. (2017). The state of framing research: A call for new directions. In K. Kenski & K. H. Jamieson (Eds.), *The Oxford handbook of political communication* (pp. 619–632). Oxford: Oxford University Press.
- Shoemaker, P. J. & Reese, S. (1991). *Mediating the message. Theories of Influences on Mass Media Content*. New York: Longman.
- Schreier, M. (2012). *Qualitative content analysis in practice*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Strömbäck, J. & Dimitrova, D. V. (2006). Political and media systems matter: A comparison of election news coverage in Sweden and the United States. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 11(4), 131–147. <https://www.doi.org/10.1177/1081180X06293549>
- Strömbäck, J. & Luengo, Ó. G. (2008). Polarized pluralist and democratic corporatist models: A comparison of election news coverage in Spain and Sweden. *International Communication Gazette*, 70(6), 547–562. <https://www.doi.org/10.1177/1748048508096398>
- Thompson, J. B. (2000). *Political Scandals: Power and Visibility in the Media Age*. Cambridge: Polity.
- Van Dalen, A., de Vreese, C. H. & Albæk, E. (2012). Different roles, different content? A four-country comparison of the role conceptions and reporting style of political journalists. *Journalism*, 13(7), 903–922. <https://www.doi.org/10.1177/1464884911431538>
- Villoria, M. (2006). *La corrupción política*. Madrid: Síntesis.
- Zamora, R. & Marín Albaladejo, J. A. (2011). Un modelo para analizar la representación simbólica del escándalo de corrupción política desde la teoría del *framing*: aplicación al ‘caso Umbra’. *Pangea. Revista de Red Académica Iberoamericana de Comunicación*, 2(1), 179–206. <https://www.doi.org/10.52203/pangea.v2i1.38>