

La monarquía española a examen: del silencio consensuado de los medios a los enfoques de ataque y defensa en el caso de los escándalos de Juan Carlos I

Spanish Monarchy under examination: from consensual media silence to attack and defense frames in the case of the scandal of the emeritus king Juan Carlos I

Beatriz Herrero-Jiménez¹

Universidad Rey Juan Carlos. España.

beatriz.herrero@urjc.es

[CV]    

Rosa Berganza Conde

Universidad Rey Juan Carlos. España.

rosa.berganza@urjc.es

[CV]     

Eva Luisa Gómez Montero

Universidad Rey Juan Carlos. España.

evaluisa.gomez@urjc.es

El presente texto nace en el marco del proyecto “Los efectos de la información política sobre las percepciones y las actitudes implícitas de la ciudadanía y los/as periodistas ante la corrupción” (proyecto PID-2019-105285GB-I00, financiado por la Agencia Española de Investigación (01/06/2020-31/05/2023)).

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada.

Herrero-Jiménez, B., Berganza Conde, R. y Gómez Montero, E. L. (2023). La monarquía española a examen: del silencio consensuado de los medios a los enfoques de ataque y defensa en el caso de los escándalos de Juan Carlos I. *Revista Latina de Comunicación Social*, 81, 230-249.

<https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1882>

RESUMEN

Introducción: los medios de comunicación utilizan diversos marcos interpretativos (enfoques, *frames*) a la hora de cubrir los escándalos políticos. En el presente trabajo se estudian dos de ellos -el de ataque y el de defensa- que reflejan de manera clara el posicionamiento político de los medios y su actitud

¹ Autor responsable de la correspondencia

hacia los casos de corrupción política. **Metodología:** este trabajo realiza un análisis de contenido cuantitativo de la cobertura otorgada por la prensa tradicional y digital española a los escándalos de corrupción ligados a la figura del rey emérito, Juan Carlos I. Se sigue para su análisis el marco teórico completo apuntado por Robert Entman desarrollado empíricamente por Jürgen Maier *et al.* **Resultados:** los principales resultados muestran que la prensa española enmarcó de forma generalizada el escándalo del rey emérito, sobre todo presentando los hechos desde el enfoque de ataque, aunque existen diferencias significativas dependiendo de la cabecera analizada. **Discusión:** los datos analizados corroboran otras investigaciones internacionales sobre escándalos políticos, aunque la prensa española parece ofrecer enfoques fragmentados más habitualmente que la prensa alemana estudiada por Maier *et al.* **Conclusiones:** finalmente encontramos que, en el caso estudiado, la prensa española, más la tradicional que la digital, sí ofrece un sesgo interpretativo y se polariza.

Palabras clave: Monarquía; Escándalos; Corrupción política; Medios de comunicación; Rey Juan Carlos I; *Framing*; Polarización.

ABSTRACT

Introduction: media use different interpretive frames when covering political scandals. This paper studies two of them –attack and defense frame. These ones clearly reflect the political positioning of the media and their attitude towards cases of political corruption. **Methodology:** this work carries out a quantitative content analysis of the coverage given by the traditional and digital Spanish press to the corruption scandals linked to the figure of the Spanish King Emeritus, Juan Carlos I. The complete theoretical framework pointed out by Robert Entman, which was empirically developed by Jürgen Maier *et al.*, is followed for its analysis. **Results:** the main results show that the Spanish press generally framed the scandal associated with the King Emeritus, Juan Carlos I, especially presenting the facts from the attack approach, although significant differences were found depending on the headline analyzed. **Discussion:** the analyzed data corroborate other international research on political scandals, although the Spanish press seems to offer fragmented approaches more often than the German press studied by Maier *et al.* **Conclusions:** we finally found out that in the case of the alleged scandal concerning Juan Carlos I the Spanish media, more traditional than digital press, does offer an interpretive bias and is polarized.

Keywords: Monarchy; Scandals; Political corruption; Media; King Juan Carlos I; Framing; Polarization.

1. Introducción

En España existe una exhaustiva investigación histórica sobre la jefatura del Estado y sobre su tratamiento jurídico. Sin embargo, hay una escasez de estudios desde la perspectiva de cómo los medios han informado sobre esta institución política clave de nuestro sistema democrático y de cómo la representación mediática ha podido influir en la actitud de la ciudadanía hacia la Monarquía. Este tipo de trabajos han sido más frecuentes, por ejemplo, en Reino Unido, donde a partir de los años 70 se han publicado distintos estudios (véanse, por ejemplo, Blumer *et al.*, 1971; Garrido *et al.*, 2020, p. 123; y Garrido *et al.*, 2022, p. 3).

Esta escasez de investigaciones puede explicarse en parte por el hecho de que, aunque se hayan publicado libros de investigación a lo largo de los años sobre cuestiones graves relacionadas con el rey Juan Carlos I, la prensa no se hizo eco de ellas al menos hasta 2008 (de Pablos y Ardévol, 2009, p. 239). Estos autores señalan que el consenso mediático de silenciar todo aquello que pudiera perjudicar la imagen de la monarquía española se rompe con la llegada del diario *Público* (de Pablos y Ardévol,

2009, p. 237). En ese momento deja de haber unanimidad para “acompañar la estrategia del rey” (Barrera y Zugasti, 2003, p. 76). Paralelamente, de los altos niveles de confianza en la Monarquía durante los años noventa del pasado siglo, se pasa a partir de un 5,5 (sobre 10) en 2008 a 3,72 a mediados de 2014 (Garrido *et al.*, 2020, p. 124), momento en el que abdica el rey Juan Carlos I.

El declive en la confianza coincide con un progresivo auge en el número de informaciones críticas para la familia real, especialmente con el seguimiento que realizaron los medios con el caso Nóos, también conocido como “caso Urdangarín” (yerno del entonces rey de España, Juan Carlos I) e, inicialmente, Operación Babel. Este arranca en 2010. Asimismo la relación del anterior monarca con Corinna zu Sayn-Wittgenstein fue materia de investigación de diversas publicaciones, incluso por aquellas con línea editorial monárquica, como es el caso de *Vanity Fair* (Velasco-Molpeceres, 2018, p. 135). Por otro lado, el 18 de abril de 2012, Juan Carlos I pidió perdón ante la agencia Efe, TVE y Radio Nacional en un breve mensaje que fue distribuido a todos los medios: “Lo siento mucho. Me he equivocado y no volverá a ocurrir”. Respondía así a la avalancha de críticas tras romperse la cadera en un viaje de caza en Botsuana, por haberse ausentado del país en un momento en el que este estaba sumido en una crisis económica (véase, por ejemplo, las informaciones al respecto en *El Mundo* por Romero, 2012).

El periodo crítico abierto por estos hechos se cierra con la abdicación de Juan Carlos I y la coronación de su hijo Felipe VI el 19 de junio de 2014, aunque la sentencia firme del Tribunal Supremo que condena a 5 años y 10 meses de prisión para Urdangarín no se hace pública hasta el 12 de junio de 2018. En esta fecha, los medios publican cuadros explicativos sobre los condenados y sus penas (véase, por ejemplo, la información de *OkDiario* de ese día).

Un nuevo auge informativo se produce a raíz de los escándalos del ya rey emérito cuando *La Tribune de Gêneve* (Ginebra, Suiza) publica a principios de marzo de 2020 que Juan Carlos I poseía 100 millones de dólares en cuentas de dicha ciudad. Desde esa fecha y durante el año siguiente, no cesaron las informaciones que le relacionaban con diversos escándalos. En agosto de 2020, además, se produjo su salida de España. En este periodo es en el que se centra el presente trabajo.

El auge en la cobertura mediática de los escándalos de la familia real se enmarca en una tendencia mediática internacional. La representación de los escándalos en los medios se ha incrementado notablemente a lo largo de los últimos años, especialmente desde los años 90 tal como muestran los estudios longitudinales que se han desarrollado (véase, por ejemplo, Allern *et al.* 2012). Por cobertura mediática de los escándalos políticos se entiende en este trabajo una “intensa comunicación pública sobre defectos reales o imaginarios que son condenados de forma consensuada y que generan indignación o escándalo de forma universal” (Esser y Hartung, 2004, p. 1041). En lo que se refiere a la corrupción, se adopta la definición de Transparencia Internacional, ampliamente aceptada en la comunidad científica, que lo entiende como abuso de personas en posiciones de poder para fines o beneficios privados (Transparencia Internacional, 2009; Berganza *et al.*, 2021).

Entre los escándalos que más relevancia tienen o que, al menos, más tiempo y espacio ocupan del debate público se encuentran aquellos relacionados con la corrupción. Cabe preguntarse si nos encontramos, entonces, ante una cultura política que favorece la corrupción; o si lo que sucede no es que los políticos sean más corruptos, sino que el aumento en la frecuencia se debe a un cambio en los criterios de selección noticiosos de los profesionales de la información, que tienden a visibilizar cada vez más este tipo de actos (Hallin y Mancini, 2004, p. 278). Como señala Thompson (2000, pp. 57-59), ello puede deberse a tres factores: atraer mayores audiencias frente a los medios competidores; el auge del periodismo de investigación; y el apogeo de los nuevos medios de comunicación y las tecnologías de la comunicación, con cuya aparición, las actividades privadas de los políticos están más expuestas al escrutinio público. A ello se puede añadir el papel de control del poder político que

juegan algunos periodistas y medios de comunicación. Así como, en países con una alta tradición de polarización política, donde se sitúa a España (Hallin y Mancini, 2004), la ideologización de los medios, que apoyan las posturas de partidos y valores tradicionales específicos y que conciben los escándalos que afectan a los políticos rivales como una fuente para asentar sus posiciones ideológicas. De esta manera, la inclinación de editores y receptores por un partido político u otro es uno de los factores que afectan tanto a la frecuencia de la cobertura de un caso de corrupción como a la forma de enmarcarlo (Puglisi y Snyder, 2009).

Este concepto de *framing* aplicado a los medios de comunicación alude al proceso de presentación (verbal o visual) de las informaciones y a los factores externos e internos que subyacen en este proceso (Maier *et al.*, 2019, p. 105). Por otro lado, como indican estos autores (2019, p. 105), en la bibliografía sobre *framing*, a la hora de identificar los diferentes enfoques, se encuentran problemas de operacionalización. Es decir, existe una gran variedad de indicadores para medir los mismos enfoques, lo cual supone un problema desde el punto de vista de la comparabilidad de resultados entre las distintas investigaciones. Para paliarlo, en esta investigación partiremos de la construcción de los enfoques de ataque y de defensa siguiendo la operacionalización de Maier *et al.* (2019) con el fin de comparar los resultados de su trabajo y de otros anteriores de diferentes autores con el que aquí se realiza y poder realizar un avance en el conocimiento de estos marcos que pueda servir de guía a futuras investigaciones.

Se han identificado numerosos enfoques relativos específicamente a los escándalos de corrupción política. Sin embargo, como señala Maier *et al.* (2019, p. 107), algunos estudios señalan que existen dos tipos de marcos que aparecen con mayor frecuencia. Y menciona, en primer lugar, el “enfoque de culpabilidad” (“*guilt frame*”), que se traduce en que el político acusado es culpable (Kepplinger *et al.* 2012, p. 662) y al que otros se refieren como “enfoque de ataque” (“*attack frame*”) o “enfoque antigubernamental”. En esta investigación nos referiremos a él como “enfoque de ataque”.

Por otro lado, Maier *et al.* (2019, p. 107) se refieren al “*excuse frame*” (“enfoque de excusa”), que defiende la supuesta violación de normas, y que no es hallado por Kepplinger *et al.* (2012) pero que Shah *et al.* (2002, p. 357) cifran en un 4%. Otros autores se refieren a este marco como “enfoque de respuesta” (“*response frame*”) o “marco pro-gubernamental”- (véase Shah *et al.*, 2002). En este trabajo nos referiremos a él como “enfoque de defensa”.

Como subrayan Maier *et al.* (2019, p. 107), ningún estudio sobre la cobertura de escándalos políticos incluye el marco teórico completo de los cuatro elementos desarrollado por Entman (1993) para el análisis de este tipo de temas en concreto. El suyo sí lo hace y la presente investigación replica el desarrollo realizado por estos autores, debido a su interés teórico y empírico, y porque se busca poder proporcionar conocimientos acumulativos y comparables.

Los cuatro elementos que Entman (2012, p. 28) considera que hay que tener en cuenta a la hora de analizar los escándalos políticos son: la definición del problema (si “la conducta es definida como un problema que impide o amenaza el buen desarrollo del gobierno o de la sociedad”); la interpretación de la causa (si “la irregularidad está claramente atribuida [...] al individuo candidato como el agente causal”); la evaluación moral (si “la mala conducta y la persona responsable de ella reciben una condena pública moral por parte de actores políticos legítimos”); y el tratamiento o recomendación (cuando “una solución que implica sanción contra el individuo se pide o debate de forma amplia”).

2. Objetivos

Esta investigación aborda el análisis de la cobertura de los presuntos actos de corrupción ligados a la figura del rey emérito Juan Carlos I. La elección del tema se adapta a la definición (señalada

anteriormente) de lo que Transparencia Internacional (2009) define como corrupción. Se trata, además, de un asunto muy presente en los medios de comunicación españoles y que posee las características apuntadas por Esser y Hartung (2004, p. 1041) sobre la cobertura de escándalos políticos mencionadas en la introducción de este trabajo.

Los cinco periódicos analizados reúnen una serie de rasgos de gran interés para el objeto de este estudio. En primer lugar, *El País* ha sido considerado tradicionalmente como un medio de centro izquierda que ha sostenido las posiciones de los gobiernos socialistas (del PSOE, Partido Socialista Obrero Español, en el poder durante el año analizado en esta investigación). Hasta 2009 tuvo una posición de defensa de la monarquía (de Pablos y Ardévol, 2009, pp. 240-241). En ese año, uno después de que la prensa española rompiera su “silencio crítico” hacia la figura del ahora emérito, da un giro (de Pablos y Ardévol, 2009, p. 242). *El Mundo*, por una parte, es un periódico que ha destacado por potenciar el periodismo de investigación y por actuar como vigilante del poder y que, en lo que respecta a la monarquía, se le puede considerar neutro (Martín-Llanguno *et al.*, 2022a, p. 57). Por otro lado, ABC constituye un medio de centro-derecha tradicionalmente monárquico (Rodríguez-Martínez *et al.*, 2017, p. 611).

Por lo que respecta a los medios nativos digitales, partimos de la idea de que, tal como muestran López García y Valera Ordaz (2013), la llegada de estos nuevos medios implicó la superación del denominado cordón sanitario que rodeaba a la información sobre la Casa Real, pero, a la vez, de que tienen mayor tendencia a la homogeneización del contenido, la falta de profundización y generación de enfoques estandarizados, debido al mayor uso de informaciones procedentes de agencias de noticias (Tirado-Pascual, 2016). Con respecto a elDiario.es, López García y Valera Ordaz (2013), muestran que ya en 2013 era crítico no solo con el rey Don Juan Carlos sino con la monarquía y que se decantaba por un cambio de sistema político (república). Por su parte, *El Español*, nacido como proyecto personal en 2015 de Pedro J. Ramírez después de su despido como director de *El Mundo*, presenta una ideología cercana al neoliberalismo (Sánchez-Gutiérrez y Nogales-Bocio, 2018).

Fijándonos en estas características de los diarios analizados, el análisis de la bibliografía existente que estudia la cobertura de la monarquía por parte de la prensa diaria, las características del sistema mediático español (altamente polarizado políticamente) y cómo los medios cubren los escándalos de corrupción política, se pueden establecer distintas hipótesis en el marco de nuestro estudio, guiado por la teoría del *Framing* y, en concreto, la función que juegan los enfoques de ataque y de defensa en los medios. Así, la primera hipótesis se postula de la siguiente manera:

H1. La cobertura mediática sobre la Monarquía española y la figura del rey emérito aumenta notablemente a partir del 1 de marzo de 2020, cuando se empieza a publicar información sobre las finanzas de Juan Carlos I.

En segundo lugar, teniendo en cuenta el alto nivel de polarización política existente en la prensa española, en nuestro estudio cabe esperar un posicionamiento menos objetivo y neutral acerca del tema estudiado en comparación con estudios que usan las mismas variables de medición en otros países con un sistema mediático diferente. Así, Kepplinger *et al.* (2012, p. 668) concluyen que solo un 4% de las informaciones poseen los dos enfoques de ataque y de defensa (lo que supone un posicionamiento más objetivo y neutral -y menos sesgado y fragmentado-); y Maier *et al.* (2019) obtienen en un 29% la presencia de ambos marcos y un 61% de uno solo. Por otro lado, de los estudios anteriores se concluye que en la cobertura de los escándalos políticos es más frecuente el enfoque de ataque, cuya presencia puede ir desde un 18% en el estudio de Shah *et al.* (2002), hasta un 84% en el trabajo de Kepplinger *et al.* (2012, p. 668) o un 88% en la investigación de Maier *et al.* (2019). El enfoque de defensa se encuentra en alrededor del 4% de las informaciones, según estudios anteriores, aunque en el caso estudiado por Maier *et al.* (2019) se eleva hasta el 31%. Así pues, se postula la segunda hipótesis:

H2. La mayoría de las informaciones solo poseen un enfoque (de ataque o de defensa), lo que supone una visión parcial y fragmentada del caso del rey emérito. Además, es mucho más frecuente el enfoque de ataque que el de defensa.

Por otro lado, la mayoría de las informaciones solo contiene “enfoques fragmentados” o “enfoques implícitos” (véase Matthes, 2007, p. 138), que incluyen solo algunos de los elementos de los enfoques desarrollados por Entman (1993) –en contraposición a los enfoques explícitos que contienen todos los elementos. En el estudio de Maier *et al.* (2019) el 58% de los enfoques de ataque son implícitos (fragmentados), frente a un 30% de explícitos. Por lo que se refiere a los de defensa, estos autores hallan un 28% de implícito frente a un 3% de explícitos. De ahí que se plantee la siguiente hipótesis:

H3. La prensa ofrece en mayor medida enfoques fragmentados, es decir, de tipo implícito en vez de explícito. Además, dentro de los enfoques implícitos, la mayoría se corresponden con el uso de marcos de ataque, mientras que los explícitos que se vinculan con enfoques de defensa son minoría.

Por otra parte, como se ha explicado anteriormente de forma detallada, las posturas editoriales de los medios explicarían la forma de enmarcar los casos de corrupción. De ahí el grupo de las hipótesis 4, que se postulan así:

H4. Las diferencias entre los distintos medios en el uso de los enfoques son significativas.

H4.1. Siguiendo su tradición monárquica y los datos de estudios anteriores, *ABC* será el que utilice con mayor frecuencia el enfoque de defensa.

H4.2. Siguiendo la postura gubernamental, su tradición y los datos de investigaciones anteriores, *El País* usará en mayor medida el enfoque de ataque que *ABC*, pero lo hará en menor medida que *El Mundo*, que usará aún el enfoque de ataque de forma más contundente.

H4.3 Teniendo en cuenta las características de los nativos digitales, los dos medios analizados utilizarán en mayor medida enfoques fragmentados que las cabeceras tradicionales.

3. Metodología

Para el presente estudio se ha analizado la evolución de la cobertura informativa de los escándalos de corrupción que se relacionan con la figura de Juan Carlos I de *El País*, *El Mundo* y *ABC* desde el 1 de julio de 2014 (a pocos días de su abdicación, que se produjo el 18 de junio de 2014) hasta el 1 de marzo de 2021 (cuatro días después de la publicación de su segunda regularización fiscal), lo cual comprende un cuerpo de estudio de 899 informaciones. Además, se realizó un análisis de contenido cuantitativo (Krippendorff, 2004) de una muestra extraída al azar de 15 días de las informaciones publicadas entre el 1 de marzo de 2020 y el 1 de marzo de 2021. Se adoptó como punto de partida el 1 de marzo de 2020 porque a principios de ese mes el diario suizo *Tribune de Genève* llevó a su portada el titular “Juan Carlos escondía 100 millones en Ginebra” (Abascal, 2020), lo que desencadenó las investigaciones de las autoridades suizas y de los fiscales españoles sobre sus cuentas. En total, se analizan 334 noticias de los cinco periódicos de información generalista de enfoque nacional con mayor cantidad de lectores por día de España. Estos se corresponden a tres cabeceras de prensa escrita tradicional, que son *El País*, *El Mundo*, *ABC*, según los datos de la primera oleada del EGM (AIMC, 2021); y a dos nativos digitales: *elDiario.es* y *El Español* (según los datos de febrero de 2021 de la OJD Interactiva (s.f.).

La búsqueda de las noticias (tanto informativas como de opinión) de *El País* y de *El Mundo* se realizó en Lexis Nexis Academic. En el resto de los diarios tuvo que realizarse mediante los buscadores de los propios medios, ya que no figuran en los registros de Lexis Nexis. Las fechas analizadas son las

siguientes: 6 y 16 de marzo, 9 y 16 de junio, 8 y 13 de julio, 4 y 18 de agosto, 29 de octubre, 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, ya que las cabeceras de la prensa escrita tradicional imprimen las noticias con un día de retraso con respecto al suceso; mientras que los medios digitales publican la información el mismo día de los hechos.

Para el análisis de contenido cuantitativo de la muestra (n=334) se elaboró un código de análisis de contenido basado en la investigación de Maier *et al.* (2019), cuya operacionalización, como se ha señalado, parte de los cuatro elementos de un encuadre desarrollados por Entman (1993). Así, para codificar un *frame* como de ataque o de defensa, primero se codifican los indicadores de cada elemento del encuadre (ver tabla 1). Si en las informaciones aparece más de un indicador de cada marco se recoge el que surge en primer lugar. Una vez hecho esto, se analizan si los *frames* son explícitos (si contienen los cuatro elementos), implícitos (si contienen dos o tres) o si no existe ningún *frame* (si contiene uno o ninguno de dichos elementos). Para finalizar se codifica si la información contiene el encuadre de ataque, el de defensa, ambos o ninguno. Los encuadres de ataque y de defensa pueden, por tanto, aparecer en la misma información.

Tabla 1. Indicadores de los elementos del enfoque (*frame*) de ataque y de defensa.

Elemento del enfoque	Enfoque de ataque	Enfoque de defensa
Definición del problema	Violación de normas Tema de interés público Otro	No hay violación de normas Es un tema privado Otro
Interpretación de la causa	Es responsabilidad suya El fallo es por su personalidad Tenía responsabilidad total personal del tema Otro	Está influido por circunstancias externas Es una coincidencia o casualidad que le haya sucedido Estaba fuera de su control personal Otro
Evaluación moral	Se le condena... Desde su propio campo Desde el Gobierno Desde la oposición Desde el propio medio de comunicación u otros medios Desde la opinión pública Otros	Se le apoya... Desde su propio campo Desde el Gobierno Desde la oposición Desde el propio medio de comunicación u otros medios Desde la opinión pública Otros
Tratamiento/recomendación	Se apoyan... Medidas generales o inespecíficas Que dimita/deje su cargo o similares Castigo personal (multa, quitarle un título...) Las calumnias o difamaciones Que restaure todo, que lo resuelva todo Una disculpa La constitución de un comité que estudie el caso Acciones estructurales (cambio de la Constitución, leyes) Transparencia Otras	Se rechazan... Medidas generales o inespecíficas Que dimita/deje su cargo o similares Castigo personal (multa, quitarle un título...) Las calumnias o difamaciones Que restaure todo, que lo resuelva todo Una disculpa La constitución de un comité que estudie el caso Acciones estructurales (cambio de la Constitución, leyes) Transparencia Otras

Fuente: Maier *et al.* 2019, p. 108.

La codificación la realizaron tres personas y se llevó a cabo en mayo de 2021. Usando el alpha de Krippendorff, se comprobó que la fiabilidad era de $\alpha \geq 0,71$, cifra que asegura la objetividad del estudio (Krippendorff, 2011). Los análisis estadísticos descriptivos e inferenciales (Chi cuadrado) se realizaron gracias al programa IBM SPSS Statistics (versión 22).

4. Resultados

La cobertura mediática sobre la Monarquía española y la figura del rey emérito aumenta notablemente a partir del 1 de marzo de 2020 (H1), cuando se empieza a publicar información sobre las finanzas de Juan Carlos I. Así, entre el 1 de julio de 2014 y el 29 de febrero de 2020, las tres cabeceras de prensa tradicional analizadas publicaron 135 noticias (el 15,2% del total), mientras que, en el siguiente año, publican 754 (el 84,8%) (ver tabla 2).

Tabla 2. *Informaciones relacionadas con los escándalos en El País, El Mundo y ABC (n=899).*

	Entre el 1 de julio de 2014 al 29 de febrero de 2020	Entre el 1 de marzo de 2020 y el 1 de marzo de 2021	TOTAL por medio
<i>El País</i>	53 (16,2%)	275 (83,8%)	328
<i>El Mundo</i>	61 (19%)	260 (81%)	321
<i>ABC</i>	21 (8,75%)	219 (91,25%)	240
TOTAL por periodo	135 (15,2%)	754 (84,8%)	899

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados de la muestra extraída entre 2020 y 2021 (n=334), donde ya se incluyen los dos periódicos digitales, confirman que la relevancia del escándalo del rey emérito es similar en cuatro de los cinco periódicos, donde percibimos un número de informaciones muy parecido (alrededor de 50), con la excepción de elDiario.es que triplica esta cifra (n=142) debido a la gran cantidad de noticias de agencia que publica. La media de publicaciones diaria entre las cinco cabeceras es de 22,33 informaciones, sin embargo, el 4 de agosto –fecha en la que la Casa Real informó de que el emérito había abandonado España– se publicaron 75 noticias, casi la mitad de elDiario.es (n=34) y un cuarto en ABC (n=18), lejos de las 4 que publica *El Mundo*, 7 de *El Español* y 12 de *El País*.

Se confirma que los periódicos españoles “enmarcaron” (es decir, le otorgaron algún tipo de enfoque) mayoritariamente el escándalo del rey emérito (tabla 3). En el 67,5% de los artículos se presentó una única perspectiva –bien de ataque o bien de defensa– de los hechos (H2). Solo el 11,0% de los artículos presentaron los dos encuadres, mientras que el 21,5% aparecieron sin enfoque.

Tabla 3. *Número de enfoques (frames) usados por los periódicos (%)*

Número de enfoques usados	Total	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>elDiario.es</i>	<i>El Español</i>
Sin enfoque	21,5	31,9	26,1	14,6	20,4	17,3
Un enfoque	67,5	53,2	73,9	62,5	71,1	69,2
Ambos enfoques	11,0	14,9	0	22,9	8,5	13,5
N	334	46	46	48	142	52

Fuente: Elaboración propia.

No aparecen diferencias significativas entre los medios impresos tradicionales y los nativos digitales en cuanto al nivel de sesgo, [χ^2 (2, N=334) = 2,112, $p>0,05$], sin embargo, sí existen si comparamos entre las cinco cabeceras [χ^2 (8, N=334) = 19,554, $p<0,05$] (H4), aunque la intensidad de la relación es baja ($|V|=0,171$). La lectura de los residuos tipificados muestra que, a la hora de presentar los dos enfoques, *El Mundo* es el que tiene menor probabilidad de hacerlo ($-2,6|<-2,58$), mientras que es *ABC* el que tiene mayor probabilidad ($2,8|>2,58$). El País es el que menos probabilidad tiene de presentar un único enfoque ($-2,3|<-1,96$), y el que tendencialmente mayor probabilidad tiene de no presentar ninguno ($1,9|>1,65$).

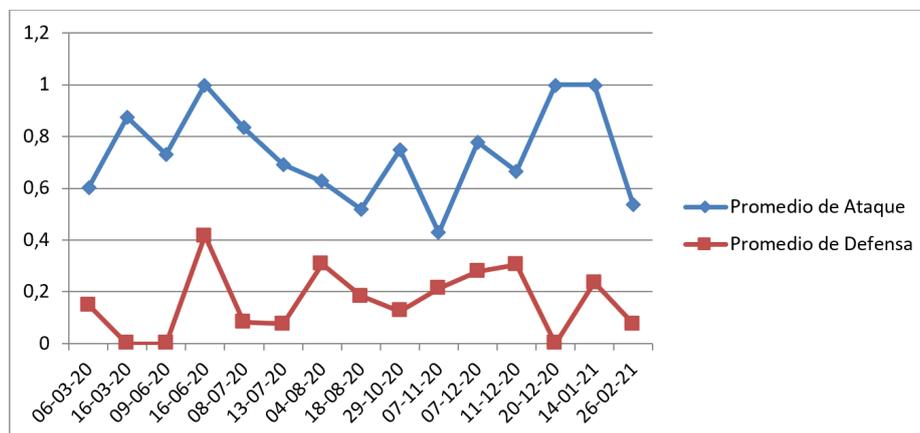
Tabla 4. Número y tipo de enfoques (frames) usados por los periódicos (%).

Número de enfoques usados	Total	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>elDiario.es</i>	<i>El Español</i>
Sin frame	21,5	31,9	26,1	14,6	20,4	17,3
Un frame (de ataque)	59,4	51,1	73,9	45,8	61,3	61,5
Un frame (de defensa)	8,1	2,1	0,0	16,7	9,9	7,7
Ambos frames	11	14,9	0,0	22,9	8,5	13,5
N	334	47	46	48	142	52

Fuente: Elaboración propia.

Cuando desagregamos los resultados del enfoque único entre los de ataque y defensa (tabla 4) observamos que los periódicos presentaron el escándalo mucho más a menudo a través del de ataque (59,4%) que del de defensa (8,1%) (H2). El análisis longitudinal de estos encuadres (figura 1) muestra que no existe ninguna fecha en la que el de defensa supere al de ataque. No obstante, se observan algunos puntos en los que existe un mayor equilibrio. Esto sucede el 7 de noviembre, con una diferencia de promedios entre ataque y defensa de tan solo 0,21 puntos, cuando los periódicos anuncian que el Sepblac, el Servicio de Prevención de Blanqueo de Capitales de España, había hallado nuevos fondos ocultos del emérito en el paraíso fiscal de Jersey, así como el 4 de agosto, fecha del anuncio de la salida de España de Don Juan Carlos, donde la diferencia de promedios apenas supera 0,31 puntos. Por el contrario, el punto de mayor discordia entre los periódicos se produce el 20 de diciembre de 2020, cuando el debate público gira alrededor del posible retorno del monarca en Navidad. La diferencia de promedios es, entonces, de 1 punto completo, es decir, que no existen marcos de defensa y, en el caso de que se enfoque la información, todas las cabeceras lo hacen desde el ataque.

Figura 1. Evolución de la media de enfoques de ataque y de defensa.



Fuente: Elaboración propia.

Las diferencias entre las cabeceras y la utilización de un tipo específico de encuadre (de defensa o de ataque, sin encuadre o con ambos) son nuevamente significativas [χ^2 (12, N=334)=31,911, $p=0,001$] (H4). Cuando el encuadre es de defensa, hay mayor probabilidad de que lo realice *ABC* ($|2,4|>1,96$) (H4.1) y menor probabilidad de que lo adopte *El Mundo* ($|-2,2|<-1,96$). De hecho, ninguna de las informaciones codificadas de *El Mundo* adopta el enfoque de defensa. Sin embargo, cuando el enfoque es de ataque, hay mayor probabilidad de que lo realice *El Mundo* ($|2,2|>1,96$) y menor probabilidad de que lo proponga *ABC* ($|-2,1|<-1,96$) (H4.2), aunque la intensidad de esta relación es débil ($|V|=0,178$).

Los resultados muestran (tabla 5) que los enfoques fragmentados, es decir, los implícitos, predominan sobre los explícitos tanto en los enfoques de ataque (64,8% y 4,8%, respectivamente) como en los de defensa (18,5% y 0,6%). Los enfoques explícitos, como se observa, son en cualquier caso más habituales en los marcos de ataque que en los de defensa (H3).

Tabla 5. *Uso de encuadres de ataque y defensa implícitos y explícitos por los periódicos (%)*.

	Total	<i>El País</i>	<i>El Mundo</i>	<i>ABC</i>	<i>elDiario.es</i>	<i>El Español</i>
<i>Frame de ataque</i>						
No usado	30,4	34,0	26,1	33,3	31,0	26,9
Implícito	64,8	61,7	63,0	62,5	66,9	65,4
Explícito	4,8	4,3	10,9	4,2	2,1	7,7
<i>Frame de defensa</i>						
No usado	80,9	85,1	41,00	62,5	78,9	82,7
Implícito	18,5	14,9	0,0	35,4	20,4	17,3
Explícito	0,6	0,0	0,0	2,1	0,7	0,0
N	355	47	46	48	142	52

Fuente: Elaboración propia.

Las cabeceras españolas no presentan diferencias significativas a la hora de emplear el enfoque de ataque explícito o implícito [χ^2 (8, N=334) = 7,749, $p>0,05$] (H6.3). Sin embargo, si observamos exclusivamente el enfoque de ataque explícito, comprobamos que *El Mundo* tiene más probabilidades de usarlo ($|2,1|>1,96$), y *elDiario.es* menos probabilidades ($|-2,0|<-1,96$). Por el contrario, en el enfoque de defensa las diferencias sí son significativas [χ^2 (8, N=334) =23,530, $p<0,01$], aunque la intensidad de la relación es débil ($|V|=0,189$). Así, *ABC* es el que más utiliza el enfoque de defensa implícito ($|3,3|>2,58$) y el único, junto a *elDiario.es*, que utiliza en enfoque de defensa explícito, aunque en contadas ocasiones (2,1% para *ABC* y 0,7% para *elDiario.es*).

A la hora de definir el escándalo, la violación de normas por parte del rey emérito –que forma parte del enfoque de ataque– es el argumento más empleado. Además, dentro de este marco, encontramos diferencias significativas entre los medios tradicionales y digitales [χ^2 (2, N=334) =6,403 $p<0,05$], aunque la intensidad de esta relación es débil ($|V|=0,138$). Así, el argumento de que el escándalo del rey es un tema de interés público tiene mayor probabilidad de aparecer en los medios tradicionales ($|2,5|>1,96$). Por el contrario, cuando el enfoque es de defensa, no hay diferencias entre los nativos digitales y los tradicionales y las cabeceras españolas definen el escándalo mayoritariamente como un tema privado (14,0%), argumento que supera al de que no existe violación de normas (5,7%).

ABC es, respecto al enfoque de ataque, el que con mayor probabilidad dejará el problema sin definir ($|3,3|>2,58$), el que menos usa el argumento de la violación de normas ($|-3,3|<-2,58$) pero el que tendencialmente más utiliza el argumento de que se trata de un asunto privado en el enfoque de defensa ($|1,9|>1,65$). *El País* es el que más frecuentemente define el escándalo como una violación de normas ($|2,5|>1,96$) mientras que *El Mundo* es el que utiliza más el argumento de que se trata de un tema de interés público ($|4,3|>2,58$) y *elDiario.es* el que menos ($|-2,1|<-1,96$).

Con respecto a la interpretación de la causa del escándalo, lo más habitual es que los periódicos no hagan referencia a esta cuestión, tanto para el enfoque de ataque (94%) como para el de defensa (97,3%). Entre los diarios tradicionales y los nativos digitales aparecen diferencias tendenciales a la hora de enfocar la interpretación de la causa en los enfoques de ataque [χ^2 (2, N=334) = 4,921, $p<0,1$], pero no de defensa. Los primeros tienen mayor probabilidad ($|1,7|>1,65$) de completar este elemento que los segundos ($|-1,7|<-1,65$) y concretamente hacen referencia a la personalidad del emérito como su causa fundamental ($|2,2|>1,96$).

Desglosando el resultado por cabeceras, los resultados se tornan significativos tanto en el enfoque de ataque [χ^2 (8, N=334) = 24,848 $p<0,01$] como en el de defensa [χ^2 (16, N=334) = 31,264 $p<0,05$]. Así, se percibe que *El Mundo* es la cabecera que más completa el enfoque de ataque interpretando la causa del escándalo ($|2,2|>1,96$), y tendencialmente lo hace afirmando que el fallo se ubica en la personalidad del monarca ($|1,7|>1,65$). Por su parte, *ABC* es la cabecera que más completa este elemento del enfoque de defensa ($|2,6|>2,56$) con el argumento de que lo sucedido ‘estaba fuera de su control personal’ ($|4,3|>2,56$). De hecho, es el único medio de los estudiados que propone esta idea. Por su parte, *elDiario.es* es el que menos probabilidad tiene de argumentar este elemento del enfoque, tanto de ataque ($|-3,0|<-2,56$) como de defensa ($|-1,9|<-1,65$), este último solo tendencialmente.

En lo que respecta a la utilización de la evaluación moral en los enfoques, los resultados muestran una mayor frecuencia de uso en el de ataque (66,0%) mientras que en el de defensa disminuye hasta algo más de la mitad (27,8%). En el de ataque lo más frecuente es que la condena llegue desde ‘otros’ (28,4% –que recoge a los miembros de Podemos que no forman parte del Ejecutivo o políticos de ámbito regional, entre otros– o desde la propia cabecera que emite la información (17%). En el de defensa, lo más frecuente es que el apoyo mostrado venga también de ‘otros’ (9,9%).

Por tipos de medios (tradicionales o nativos digitales) encontramos diferencias en cuanto a la evaluación moral tanto en el *frame* de ataque [χ^2 (6, N=335) = 18,803 $p<0,01$] como en el de defensa [χ^2 (6, N=334) = 29,469 $p<0,001$], en ambos casos la relación es débil (respectivamente, $|V|=0,237$ y $|V|=0,297$). Los medios tradicionales presentan la condena al antiguo monarca con mayor frecuencia desde la perspectiva del Gobierno ($|2,3|>1,96$) y de la opinión pública ($|2,4|>1,96$). Los nativos digitales tienen menos probabilidad de ofrecer esa perspectiva, pero más de presentar la condena desde la perspectiva de ‘otros’ ($|2,7|>2,58$). En cuanto al *frame* de defensa, los medios tradicionales tienen mayor probabilidad de mostrar apoyo al monarca desde el propio medio de comunicación o de otros medios ($|4,3|>2,58$) y los nativos digitales desde la perspectiva de ‘otros’ ($|2,6|>2,58$).

Los resultados desglosados por cabeceras en la evaluación moral también son significativos, tanto en el enfoque de ataque [χ^2 (24, N=334) = 52,683 $p=0,001$] como de defensa [χ^2 (24, N=334) = 76,492 $p<0,001$], aunque la intensidad de esta relación es débil (respectivamente, $|V|=0,198$ y $|V|=0,239$). Así, se observa que *ABC* es el que más afirma que al rey emérito se le condena desde el Gobierno ($|4,1|>2,58$) y el que menos probabilidad tiene de condenarle desde el propio medio ($|-2,1|<-1,96$), rasgo este último que comparte con *El Español* ($|-2,7|<-2,58$). En cuanto a la defensa desde la evaluación moral, *ABC* es la cabecera que más probabilidades tiene de presentar argumentos en esta línea ($|3,7|>2,58$) y *elDiario.es* el que menos ($|-2,0|<-1,96$). El apoyo por parte del propio medio de comunicación encuentra en *ABC*

su máximo exponente ($|5,6| > 2,58$) mientras que *elDiario.es* es el que menos lo ofrece ($|-3,4| < -2,58$). *ABC* también ofrece con mayor frecuencia la visión de que el antiguo monarca tiene el apoyo de la ciudadanía ($|2,6| > 2,58$).

Finalmente, en lo que respecta a las medidas para solucionar el escándalo, encontramos que los medios, en general, presentan con mayor frecuencia enfoques de apoyo a las medidas (53,7%) que de rechazo (22,1%). El argumento más mostrado por las cabeceras es el que busca que se constituya un comité (como una comisión de investigación parlamentaria) que estudie el caso (20,9%), seguido de infundir un castigo personal al ex monarca (14,3%, que puede pasar por la supresión de su asignación monetaria desde las cuentas del Estado hasta que se eliminen sus fotos de las instituciones públicas, así como de que se lleven a cabo cambios estructurales (7,2%, habitualmente manifestado en cambios de leyes para eliminar la inviolabilidad de la figura del rey de la Constitución o, incluso, el cambio de régimen de monarquía a república). Tanto el argumento del comité de investigación como el de las reformas estructurales son las medidas que también se presentan con mayor rechazo en las noticias de estas cabeceras (11% y 6,3%, respectivamente).

Si comparamos entre los distintos tipos de medios estudiados –tradicionales o nativos digitales– volvemos a encontrar diferencias en cuanto a las medidas para tratar el escándalo desde el enfoque de ataque [χ^2 (10, N=334) = 38,024, $p < 0,001$] y desde el de defensa [χ^2 (7, N=334) = 19,082 $p < 0,01$]. En el primer caso la intensidad de la relación es media-baja ($|V| = 0,337$) y en el segundo es débil ($|V| = 0,239$). Los medios tradicionales muestran con mayor frecuencia argumentos de apoyo a llevar a cabo acciones estructurales ($|2,1| > 1,96$), así como rechazan con mayor probabilidad medidas de tipo castigo personal hacia Don Juan Carlos ($|2,9| > 2,58$). Los medios nativos digitales, por su parte, sobre todo muestran en sus noticias argumentos a favor ($|4,8| > 2,58$) y en contra de la constitución de un comité que investigue el caso ($|2,7| > 2,58$).

El Español es el que más utiliza el elemento de tratamiento/recomendación en el enfoque de ataque ($|2,1| > 1,96$), mientras que es *ABC* es el que más rechaza este tipo de argumentos ($|2,0| > 1,96$). Concretamente, dentro del encuadre de defensa, es interesante señalar que, en lo que respecta a la puesta en marcha de acciones estructurales, es *El País* quien muestra con mayor frecuencia argumentos que los rechazan ($|2,0| > 1,96$), y *El Español* el que con menor probabilidad las rechaza ($|-2,0| < -1,96$).

4.1. Discusión de los resultados

Una vez desgranados los resultados, podemos confirmar que, desde marzo de 2020, la cobertura mediática sobre la Monarquía española y la figura del rey emérito ha aumentado exponencialmente, lo que verifica nuestra primera hipótesis de investigación. Además, los datos nos permiten afirmar que, en su mayoría, los periódicos españoles “enmarcaron” los escándalos atribuidos al rey emérito y que la mayoría lo hizo con un único enfoque, unos datos que corroboran otras investigaciones (Kepplinger *et al.*, 2012; Maier *et al.*, 2019) y que verifican nuestra segunda hipótesis.

Además, la utilización del enfoque único de ataque a su figura resultó mucho más frecuente que el defensa, tal y como afirmaba la segunda hipótesis, en la línea también de la negatividad que conllevan las informaciones sobre el tema de la corrupción. Sin embargo, el porcentaje del enfoque de ataque (59,4%) no alcanza el máximo obtenido en otras investigaciones del panorama europeo, en concreto, el alemán (88% en Maier *et al.*, 2019). Los análisis longitudinales confirman esta tendencia, pero muestran que depende también del hecho noticioso, pues en determinadas ocasiones, como cuando se anunció que el rey emérito había tomado la decisión de salir de España, el promedio de los enfoques de defensa se acerca claramente al de los de ataque.

Cuando analizamos si los encuadres son implícitos o explícitos, los primeros aparecen de forma mayoritaria tanto en los enfoques de ataque como en los de defensa. Si tomamos exclusivamente los enfoques explícitos, vemos cómo estos aparecen mayoritariamente en los de ataque, mientras que los de defensa explícitos, son prácticamente inexistentes. Todo ello corrobora la tercera hipótesis, que afirmaba que la prensa ofrece en mayor medida enfoques fragmentados, tal como concluían Maier *et al.* (2019), y, además, que dentro de los enfoques implícitos, la mayoría se corresponden con el uso de marcos de ataque, mientras que los explícitos que se vinculan con enfoques de defensa son minoría. Igualmente se observa que el porcentaje de encuadres explícitos es menor en la prensa española que en la prensa alemana investigada por Maier *et al.* (2019).

Tal como revelan nuestros datos, además, la diferencia en el uso de los enfoques por parte de las distintas cabeceras es, por lo general, significativa, lo que corrobora nuestra cuarta hipótesis. Así, se confirma que *El Mundo* es el que tiene más probabilidades de presentar un enfoque sesgado, ya que es el que más habitualmente muestra uno de ataque, así como el que explícitamente más lo propone. *ABC*, por su parte, es el que más frecuentemente presenta los dos enfoques, porque, aunque es el que menos frecuentemente propone el de ataque, también es el que más presenta el de defensa y casi el único que lo usa explícitamente –con una mínima utilización por parte de *elDiario.es*. Para ello, el *ABC* es la cabecera que utiliza más habitualmente la argumentación de que las cuestiones noticiosas relacionadas con la presunta corrupción del rey emérito son un asunto de origen privado y que se encontraban fuera del control personal del exmonarca. El *ABC* suele completar el *frame* de defensa apoyando más frecuentemente al monarca desde el propio medio de comunicación y mostrando rechazo a las medidas o acciones propuestas para solucionar el escándalo. *El País* es el que menos frecuentemente sesga sus noticias con un único enfoque y el que más habitualmente no presenta ninguno –lo que corrobora nuestras hipótesis 4.1 y 4.2. Este aparente buen hacer de *El País* enlaza con lo evidenciado en la investigación realizada recientemente por Martín-Llaguno *et al.* (2022a), donde se constata que esta cabecera, en sus publicaciones previas al escándalo de los papeles de Ginebra, pone su foco principalmente en la corrupción, a pesar de ser un medio que se posiciona como defensor de la Casa Real, y que, a priori apoya a Juan Carlos I (de Pablos y Ardévol Abreu, 2009). Esta idea todavía se percibe en nuestros resultados pues es este diario el que más habitualmente rechaza que se lleven a cabo acciones estructurales mientras que es *El Español* el que menos las rechaza. Por lo demás, *elDiario.es* y *El Español* no destacan en casi ningún otro aspecto.

Sin embargo, nuestra hipótesis 4.3 no puede ser completamente verificada ya que las diferencias entre medios tradicionales y nativos digitales no aparecen cuando evaluamos el nivel de sesgo (número de enfoques utilizados), ni el tipo específico de encuadre utilizado (de ataque o de defensa), ni el nivel de fragmentación de estos. Las diferencias sí se han observado cuando se analizan los elementos del *frame*. Así, los nativos digitales proponen menos habitualmente el argumento de que el escándalo estudiado es un tema de interés público, los que menos se aventuran a interpretar la causa del escándalo, y los que con mayor frecuencia utilizan a los denominados ‘otros’ para condenar o defender al emérito. Igualmente, los nativos digitales muestran en sus noticias argumentos a favor y en contra de la constitución de un comité que investigue el caso, una de las medidas que los partidos minoritarios del Parlamento ponen encima de la mesa con bastante frecuencia. Por todo ello, se percibe que se mantiene una cierta estandarización de los enfoques en los nativos digitales, tal como ya observaba Tirado Pascual en 2016. Ello puede explicarse, en el caso de *elDiario.es*, por su elevada publicación de noticias de agencia respecto a este caso.

Con esta investigación, que replica la aproximación desarrollada por Maier *et al.* (2019) a partir de los estudios de Entman (1993; 2012), se avanza en el objetivo de cubrir un vacío en la literatura académica, que aún tiene pendiente estudiar con más detalle cómo se encuadran los escándalos y las dinámicas de la cobertura mediática. Esta investigación no analiza, sin embargo, medios de comunicación que,

en la actualidad, son una fuente de información clave para la ciudadanía, como las redes sociales o la televisión. De hecho, sobre este último medio, a pesar de su longevidad, apenas se encuentran estudios sobre la imagen proyectada de la monarquía española. Entre los que existen, o bien se centran en RTVE y cómo esta mostró la figura de Juan Carlos I durante la Transición (Bellido-Peris, 2019), o bien se hacen eco de cuestiones puntuales con escaso recorrido muestral relacionadas con el tema analizado en esta investigación, como el estudio llevado a cabo por Lava Santos y Pardo de Pedro (2022) que analiza la cobertura de Telecinco y La 1 de RTVE las tres semanas posteriores a la salida de España de Juan Carlos I, en agosto de 2020. Tampoco sobre redes sociales se han elaborado aún muchas investigaciones, aunque las pocas llevadas a cabo revelan que Twitter se convirtió en un foro variable de debate público de los movimientos de la Casa Real. Específicamente la expatriación del anterior monarca alcanzó altas cotas de discusión en Twitter, al contrario de lo que sucedió con la regularización fiscal de Juan Carlos I (Martín-Llaguno *et al.*, 2022b). De esta forma, futuras investigaciones deberán estudiar cómo estos otros tipos de medios enmarcan los escándalos así como comprobar qué efectos tiene la utilización de los encuadres utilizados en la audiencia.

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. El periodo analizado en profundidad concentra la mayor parte de las informaciones relacionadas con los escándalos de corrupción de Juan Carlos I y que, obviamente, han podido afectar negativamente a su imagen. Sería de interés observar si los resultados serían distintos en un contexto en el que las informaciones en los medios parecen más favorables, al menos judicialmente, para el rey emérito, comparadas con las del periodo elegido para la muestra.

5. Conclusiones

El estudio de la evolución de la frecuencia de la cobertura informativa sobre escándalos de corrupción que se relacionan con la figura del rey emérito permite confirmar de nuevo la idea de la ruptura del consenso de toda la prensa española de silenciar todo aquello que pudiera perjudicar la imagen de la monarquía española, algo que ha podido contribuir al descenso drástico de los altos niveles de confianza que la Monarquía poseía durante los años noventa del pasado siglo. De este trabajo se desprende también que los medios no solo han roto su silencio, sino que se posicionan claramente (a favor o en contra -mediante enfoques de defensa o de ataque-) ante los hechos que afectan a la Monarquía. Por lo tanto, se percibe una representación sesgada y polarizada en la forma en la que los periódicos presentan el escándalo del rey emérito. En cualquier caso, esta investigación ha determinado que los sesgos aparecen con mayor frecuencia en las cabeceras de tendencia más conservadora, *ABC* y *El Mundo*, aunque con direcciones opuestas.

Si bien el enfoque predominante es el de ataque sobre el de defensa (en un ratio de 6 a 1) en lo concerniente a la presunta corrupción por parte de la figura del rey emérito, el nivel encontrado es menor con respecto al de otros estudios internacionales. Ello supone que los medios españoles realizan una condena de los hechos no tan rotunda, puesto que tienen en cuenta otros aspectos de la figura real, como su papel dentro de la transición a la democracia.

Tal como afirman Maier *et al.*, 2019:

(...) el encuadre de las noticias es un instrumento clave a la hora de influenciar la interpretación y el curso de un escándalo presentando perspectivas específicas de un problema relativo a una (supuesta) violación de normas, quién es responsable y por qué, y cómo la (supuesta) mala conducta debería ser evaluada y qué tratamiento podría ser apropiado para superar la situación. (p. 110)

En el caso del rey emérito se puede concluir que la prensa española –sobre todo la tradicional– toma partido claramente, ofrece un sesgo interpretativo y se polariza, pero que a la vez son estas cabeceras, y no tanto los digitales cuyos enfoques resultan más estandarizados, los que tienen la capacidad de liderar el discurso acerca de los escándalos analizados. En cualquier caso, ha quedado evidenciado que la audiencia está expuesta a interpretaciones muy diferentes dependiendo del medio que lean.

En este trabajo se ofrece una operacionalización de variables bajo el marco de la teoría del *Framing* aplicando empíricamente para el caso de escándalos el modelo completo enunciado por Entman (1993 y 2012), algo que se ha realizado escasamente hasta el momento. Así, se pone en evidencia la conveniencia de seguir avanzado en la homogeneización y comparabilidad de variables en comunicación política a través de las que medir conceptos como la polarización política en un momento en el que es especialmente urgente, ya que existe un importante auge del interés científico, político y social sobre esta cuestión. Ello se debe a que la polarización política no deja de crecer a escala global (tanto en sistemas democráticos como de otros tipos) y afecta no solo a la prensa tradicional sino también a las discusiones que se establecen en redes sociales, especialmente a Twitter (Kubin y Sikorski, 2021, p. 188).

6. Referencias

- Abascal, L. (2020): Juan Carlos escondía 100 millones en Ginebra: el rey emérito”, portada de la prensa internacional. *El Plural*. <https://bit.ly/3I1NHQ9>
- AIMC (2021). *Datos EGM: Resumen General. 1ª ola 2021*. Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>
- Allern, S., Kantola, A., Pollack, E. y Blanch-Orsten, M. (2012). Increased scandalization: Nordic political scandals 1980-2010. En: Allern, S. y Pollack, E. (Eds.), *Scandalous! The mediated construction of political scandals in four Nordic countries*, 29-50. Nordicom.
- Barrera, C. y Zugasti, R. (2003). Imagen pública de Cataluña y de Juan Carlos I en su primer viaje como rey en febrero de 1976. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 30, 59-77. <https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/15138>
- Bellido-Peris, F. (2019, 13-15 noviembre). *La transición televisiva de un rey. De la monarquía del 18 de julio al «piloto del cambio»* [ponencia]. X Encuentro de investigadoras e investigadores del Franquismo. 80 años del final de la Guerra Civil, Valencia, España. <https://bit.ly/3DKEToC>
- Berganza, R., Herrero-Jiménez, B., Campos Zabala, M. V. y Sandulescu Budea, M. A. (2021). La cobertura de la corrupción política en los medios de comunicación. En: Bermúdez Vázquez, M. (Coord.), *Luces en el camino: Filosofía y Ciencias Sociales en tiempos de desconcierto*, 3274-3323). Dykinson.
- Blumer, J., Brown, J. R., Ewbank, A. J., & Nossiter, T. J. (1971). Attitudes to the Monarchy: Their Structure and Development During a Ceremonial Occasion. *Political Studies*, 19(2), 149-171. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1971.tb00667.x>
- de Pablos, J. M. y Ardevól Abreu, A. (2009). Prensa española y monarquía: el “silencio crítico” se termina. Estudio de caso. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 39, 237-253. <https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/184498>

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Entman, R. M. (2012). *Scandal and silence: Media responses to presidential misconduct*. Polity Press.
- Esser, F., & Hartung, U. (2004). Nazis, pollution, and no sex: Political scandals as a reflection of political culture in Germany. *American Behavioral Scientist*, 8(47), 1040-1071. <https://doi.org/10.1177/0002764203262277>
- Garrido, A., Martínez, M. A. y Mora, A. (2020). Monarquía y opinión pública en España durante la crisis: el desempeño de una institución no responsable bajo estrés. *Revista Española de Ciencia Política*, 52, 121-145. <https://doi.org/10.21308/recp.52.05>
- Garrido, A., Martínez, M. A., & Mora, A. (2022). The Media and the Spanish Monarchy: The mediating role of ideology. En: Rocha, A. et al. (Eds.), *ICOMTA 2021, SIST 259*, 1-9. Springer.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- Kepplinger, J. H., Geiss, S., & Siebert, S. (2012). Framing scandals: Cognitive and emotional media effects. *Journal of Communication*, 4(62), 659-681. <https://bit.ly/3ldg7xx>
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis; An introduction to its methodology*. Sage
- Krippendorff, K. (2011). *Computing Krippendorff's Alpha-Reliability*. http://repository.upenn.edu/asc_papers/43
- Kubin, E., & 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://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>
- Lava Santos, D. y Pardo de Pedro, I. (2022). La imagen de la Casa Real en los medios de comunicación españoles: estudio sobre la cobertura informativa en TVE y Telecinco tras la salida de Juan Carlos I al extranjero (3 de agosto de 2020). *Miguel Hernández Communication Journal*, 13(1), 145-167. <https://doi.org/10.21134/mhjournal.v13i.1443>
- López García, G. y Valera Ordaz, L. (2013). La información sobre la Monarquía española en los nuevos medios digitales: Eldiario.es y Vozpopuli.com. *adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 6, 65-81. <https://bit.ly/3YrC5uZ>
- Maier, J., Jansen, C., & Von Sikorski, C. (2019). Media framing of political scandals. Theoretical framework and empirical evidence. En: Tumber, H. y Waisboard, S. (Eds.), *The Routledge Companion to Media and Scandal*, 104-114. Routledge.
- Martín-Llaguno, M., Berganza, R. y Navarro-Beltrá, M. (2022b). Accountability of unaccountable institutions: oversight of the press, social networks, and the Spanish Parliament over the Spanish king emeritus. *Profesional de la información*, 31(4). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.jul.17>
- Martín-Llaguno, M., Navarro-Beltrá, M. y Berganza, R. (2022a). La relación entre la agenda política y la agenda mediática en España: el caso de los escándalos de Juan Carlos I. *Ambitos. Revista internacional de comunicación*, 57, 49-68. <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i57.03>
-

- Matthes, J. (2007). *Framing-Effekte. Zum Einfluss der Politikberichterstattung auf die Einstellungen der Rezipienten*. Fischer.
- OJD Interactiva (s.f.). *Medios digitales*. <https://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales#>
- OkDiario (2018, 12 de junio). *Estos son todos los condenados y sus penas del 'caso Urdangarin'*. OkDiario. <https://bit.ly/3RwH6Ag>
- Puglisi, R. y Snyder, J. (2009). Media Coverage of Political Scandals. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1117716>
- Rodríguez-Martínez, R., Tulloch, C. y Guillamet Lloveras, J. (2017). Franquismo, monarquía y democracia. La posición política de los principales diarios (ABC, La Vanguardia Española, Informaciones y YA) durante la transición española a la democracia (1975-1977). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), 603-614. <https://doi.org/10.5209/ESMP.55616>
- Romero A. (2012, 18 de abril). El Rey pide perdón por su viaje de caza en Botsuana: 'Lo siento mucho. No volverá a ocurrir'. *El Mundo*. <https://www.elmundo.es/elmundo/2012/04/18/espana/1334732412.html>
- Sánchez-Gutiérrez, B. y Nogales-Bocio, A. B. (2018). La cobertura mediática de Podemos en la prensa nativa digital neoliberal española: una aproximación al caso de OkDiario, *El Español y El Independiente*. En: Nogales Bocio, A. I., Marta-Lazo, V. y Solans García, M. A. (Coord.), *Estándares e indicadores para la calidad informativa en los medios*, 125-146. Egregius.
- Shah, D. V., Watts, M. D., Domke, D., & Fang, D. P. (2002). News framing and cueing of issue regimes: Explaining Clinton's public approval in spite of scandals. *Public Opinion Quarterly*, 3(66), 339-370. <https://doi.org/10.1086/341396>
- Thompson, J. B. (2000). *Political scandal: Power and visibility in the media age*. Polity Press.
- Tirado-Pascual, N. (2016). Corrupción y fuentes informativas en medios tradicionales y nativos digitales. *Miguel Hernández Communication Journal*, 7, 257-285. <https://doi.org/10.21134/mhcj.v0i7.117>
- Transparency International (2009). *The Anti-Corruption Plain Language Guide*. Transparency International.
- Velasco-Malpoceres, A. M. (2018). Monarquía y medios de comunicación: de la Transición a Corinna zu Sayn-Wittgenstein. *Observatorio (OBS*)*, 12(3), 122-137.
- Salaverría, R., Buslón, N., López-Pan, F., León, B., López-Goñi, I., & Erviti, M. C. (2020). Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la COVID-19. *El profesional de la información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.15>
- Sampietro, A., & Sánchez-Castillo, S. (2020). Building a Political Image on Instagram: A Study of the Personal Profile of Santiago Abascal (Vox) in 2018". *Communication & Society*, 33(1), 169-84. <https://doi.org/10.15581/003.33.1.169-184>
- Silverman, C. (2017). *I Helped Popularize The Term "Fake News" And Now I Cringe Every Time I*
-

Hear It. Buzz Feed News. <https://bit.ly/2wrWpBB>

Snow, D., & Benford, R. (1992). 'Master frames and cycles of protest.' En: McClurg Mueller, C, & Morris, A. (Eds.), *Frontiers in Social Movement Theory*. Yale University Press.

Statista (2021). *Most popular social networks worldwide as of October 2021, ranked by number of active users*. <https://bit.ly/3OtLzCk>

Storsul, T. (2014). Deliberation or Self-presentation? Young People, Politics and Social Media. *Nordicom Review*, 35(2), 17-28. <https://doi.org/10.2478/nor-2014-0012>

Turnbull-Dugarte, S. (2019). Explaining the end of Spanish exceptionalism and electoral support for Vox. *Research and Politics*, 6(2), 1-8. <https://doi.org/10.1177/2053168019851680>

Unni, Z., & Weinstein, E. (2021). Shelter in place, connect online: Trending TikTok content during the early days of the US Covid-19 pandemic. *Journal of adolescent health*, 68(5), 863-868.

van Erkel, P. F., & van-Aelst, P. (2020). Why don't we learn from social media? Studying effects of and mechanisms behind social media news use on general surveillance political knowledge. *Political Communication*, 38, 407-425. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1784328>

van Leeuwen, T. (2008). *Discourse and practice: New tools for critical discourse analysis*. Oxford University Press.

Vieten, U. (2020). The 'New Normal' and "Pandemic Populism": The COVID-19 Crisis and Anti-Hygienic Mobilisation of the Far-Right. *Social Science*, 9(9). <https://doi.org/10.3390/socsci9090165>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe. <https://bit.ly/3VeyIG4>

WHO (2021). *Classification of Omicron (B.1.1.529): SARS-CoV-2 Variant of Concern*. World Health Organization. <https://bit.ly/3XhvnI6>

Wondreys, J., & Mudde, C. (2022). Victims of the Pandemic? European Far-Right Parties and COVID-19. *Nationalities Papers*, 50(1), 1-18. <https://doi.org/10.1017/nps.2020.93>

Zuquete, J. P. (2018). *The Identitarians: The Movement against Globalism and Islam in Europe*. University of Notre Dame Press.

Artículos relacionados:

Abdelhak, H. (2021). Un recorrido por la historia y el desarrollo de la prensa en Marruecos: desde sus orígenes hasta la actualidad. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 54, 1-18. <https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e669>

Bandera López, N. (2021). Trato del telediario público a temas y líderes políticos (2014-2021). *Revista de Comunicación de la SEECI*, 54, 19-39. <https://doi.org/10.15198/seeci.2021.54.e736>

Rivera Otero J. M., Jaráiz Gulías E. y Mo Groba D. (2023). Monarquía y emociones: el factor temporal en la valoración institucional y personal en España. *Historia y Comunicación Social*, 28(1), 121-132. <https://doi.org/10.5209/hics.83352>

Rodríguez-Virgili, J., Sierra, A. y Serrano-Puche, J. (2023). Roles profesionales y funciones del periodismo: expectativas y confianza de los españoles. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 156, 24-46. <https://doi.org/10.15178/va.2023.156.e1470>

Zurita Andión, J. L. (2020). La Tarde: 51 años de periodismo y censura en España (1927-1978). *Historia y Comunicación Social*, 25(2), 441-450. <https://doi.org/10.5209/hics.72275>

AUTOR/ES:

Beatriz Herrero Jiménez

Universidad Rey Juan Carlos. España.

Beatriz Herrero Jiménez es Profesora Ayudante Doctora en la Universidad Rey Juan Carlos, y acreditada a Profesora Contratada Doctora (2017). Anteriormente fue profesora visitante en la Universitat Rovira i Virgili e investigadora posdoctoral en la Universidad Rey Juan Carlos en el proyecto REMINDER (Role of European Mobility and its Impacts in Narratives, Debates and EU Reforms), de la convocatoria de la Comisión Europea (H2020), así como en el proyecto de la Comisión Europea, FP7, INFOCORE, (In) Forming Conflict Prevention, Response And Resolution. Ha participado en otros numerosos proyectos internacionales y nacionales y es autora de artículos de investigación en un amplio abanico de revistas nacionales e internacionales como *El profesional de la información*, *Comunicación y Sociedad* y *Media, War and Conflict*.

beatriz.herrero@urjc.es

Índice H: 9

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-7475-0782>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57190091499>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=HpkNYVEAAAAJ>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Beatriz-Herrero>

Academia.edu: <https://uv.academia.edu/BeatrizHerrero1>

Rosa Berganza Conde

Universidad Rey Juan Carlos. España.

Rosa Berganza es Catedrática de Periodismo de la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid). Posee una amplia experiencia en la dirección de proyectos nacionales y comparativos internacionales en el ámbito del Periodismo y de la Comunicación Política. Experta en técnicas cuantitativas de investigación social, especialmente análisis de contenido y encuestas. Ha trabajado como investigadora principal en distintos proyectos competitivos nacionales y también en otros financiados por organismos internacionales, como la Comisión Europea. Entre estos últimos se encuentra INFOCORE, (In)forming Conflict Prevention, Response and Resolution (www.infocore.eu), del 7 Programa Marco y REMINDER (Role of European Mobility and its Impacts in Narratives, Debates and EU Reforms, <https://www.reminder-project.eu>), del Programa H2020. Es investigadora principal para España del proyecto de investigación Worlds of Journalism Study (<https://worldsofjournalism.org/>).

rosa.berganza@urjc.es

Índice H: 26

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

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=26040433100>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=1I26TO8AAAAJ>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Rosa-Berganza>

Academia.edu: <https://uv.academia.edu/RosaBerganza>

Eva Luisa Gómez Montero

Universidad Rey Juan Carlos. (España).

Eva Luisa Gómez Montero es Doctora en Comunicación Audiovisual por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, con un Máster en Artes Escénicas (URJC) y Máster en Estudios de Género (UNED). Actualmente es investigadora postdoctoral en la URJC, formando parte de CEMPOCOR, con dos líneas de investigación: análisis cuantitativo y cualitativo de los efectos en la sociedad de los discursos y las narrativas de los medios de comunicación; análisis y teoría del cine con perspectiva de género. Ha participado en varios proyectos europeos y nacionales: “REMINDER. Role of European mobility and its impacts in narratives, debates and EU reforms” (H2020); “Estudio de la influencia de los parlamentos, medios y redes sociales en el desarrollo de 6 conflictos armados”, entre otros.

evaluisa.gomez@urjc.es

Índice H: 4

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-0739-7584>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57204153991>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=syKfMqkAAAAJ>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Eva-Luisa-Gomez-Montero>

Academia.edu: <https://uv.academia.edu/GomezMontero>