



Universidad del País Vasco Euskal Herriko Unibertsitatea

Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea
Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

PERIODISMO

KAZETARITZA

IKASTURTEA / CURSO 2018-2019

**LOS PRINCIPIOS ÉTICOS DEL PERIODISMO
Y SU REFLEJO EN LOS MEDIOS**

Autor: JON LERMA ÁLVAREZ

Directora: Begoña Zalbidea

Leioa, 1 de mayo de 2019

ÍNDICE

CAPÍTULO 1. PRÓLOGO	3
1.1. Interés y oportunidad de la investigación	4
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	5
2.1 Introducción	6
2.2. Periodismo español y ética	8
2.2.1 Asociaciones y organismos	10
2.2.2 Colegios profesionales	10
2.3 Historia del conflicto territorial en España	12
2.4 Periodismo y construcción nacional.....	15
2.5.1 <i>El Correo</i>	17
2.5.2 <i>Deia</i>	17
2.5.3 <i>Gara</i>	18
2.4 Códigos éticos y deontológicos	18
2.5.1 Documentos internacionales	18
2.5.2 Documentos nacionales	19
2.5.3 Libros de estilo	21
CAPÍTULO 3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS	22
3.1 Objetivos	22
3.2 Hipótesis	23
CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA	24
4.1. Principios deontológicos	25
4.1.1 Objetividad/Imparcialidad.....	26
4.1.2 Exactitud/Precisión	26
4.1.3 Manipulación/Tergiversación	27
4.1.4 Identificación de fuentes.....	27
4.1.5 Sensacionalismo/Amarillismo	28
CAPÍTULO 5. RESULTADOS	29
5.1 Totalidad de vulneraciones	29
5.2 Tipo de vulneraciones cometidas	30
5.3 Número de vulneraciones cometidas	31
5.4 Principios deontológicos	32
CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES Y LÍNEA DE INVESTIGACIÓN FUTURA	39
CAPÍTULO 7. BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS	41

CAPÍTULO 1. PRÓLOGO

“Odio la pluma que no vale para clavar la verdad en los corazones y sirve para que los hombres defiendan lo contrario de lo que les manda la verdadera conciencia, que está en el honor, y nunca fuera de él”

Martí, José.

Es público y notorio el profundo estado de crisis en el que se encuentra sumergido actualmente el periodismo moderno en España. La falta de credibilidad y el poco rigor de las informaciones publicadas en algunos medios de comunicación están haciendo mella en la opinión pública, que cada vez exige de una manera más contundente un periodismo digno, ético y de calidad.

Sin embargo, es difícil establecer unos parámetros para medir cuál es exactamente la fórmula correcta de tratar o enfocar una determinada información, sin ser influenciado por la opinión personal que cada periodista sustentase a raíz de los hechos que estarían siendo expuestos. Es precisamente en dicha tesitura, cuando entra en juego la deontología de la profesión periodística. En este elemento del periodismo es donde reside la ética y las buenas prácticas que, independientemente de la línea editorial de cada medio de comunicación, establece los códigos y los principios que rigen el correcto desempeño de la labor informativa.

A pesar de existir organismos y asociaciones a lo largo de toda la geografía española, como FAPE o el Colegio Vasco de Periodistas que velan por la calidad del periodismo, estableciendo códigos y mecanismos de autorregulación, la percepción de la ciudadanía y de los propios periodistas, expresada a través de múltiples estudios o encuestas, indica que, en la práctica, algunos medios españoles no se rigen estrictamente a conciencia por los códigos éticos que redactan estas organizaciones.

Concretamente, las informaciones que hacen referencia a la temática de ámbito político denotan en muchas ocasiones esta falta de rigor y rigurosidad deontológica a la hora de elaborar las piezas informativas. En estos casos, la línea editorial de algunos medios de comunicación se encuentra muy marcada, siendo la causa de que se puedan observar relatos completamente dispares de unos mismos hechos, en función del medio que se esté utilizando como fuente de información.

1.1 Interés y oportunidad de la investigación

Ante la situación del panorama periodístico expuesto previamente, surgió el interés de llevar a cabo una investigación sobre la cobertura de un acontecimiento o movimiento de carácter político por parte de varios medios de comunicación con distinta línea editorial. De esta forma, y teniendo en cuenta la agenda política que está marcando el orden del día en las informaciones de actualidad, se planteó la idea de investigar la cobertura que se ha llevado a cabo sobre el conflicto territorial en Cataluña.

Además, tratando de otorgarle un punto de proximidad respecto al lugar desde donde se va a llevar a cabo la investigación, se decidió reducir la cobertura sometida a análisis al ámbito de la prensa vasca. Por su parte, en cuanto a las fechas escogidas para la muestra, tan solo adelantar que giran en torno a uno de los momentos con mayor relevancia dentro del conflicto que se está viviendo en Cataluña: la celebración de la Diada previa al referéndum del 1 de octubre de 2017.

De esta forma, surge la oportunidad de indagar en el conflicto territorial español a través del tratamiento deontológico llevado a cabo desde la prensa vasca hacia el conflicto catalán. Por otro lado, al tratarse de un territorio donde también existe un movimiento independentista considerable, el 28,8% de la sociedad según el *Euskobarometro*¹, resulta aún más interesante conocer hasta qué punto las informaciones son rigurosas y deontológicamente correctas, tanto en aquellos medios afines al “procés” como los contrarios. Se trata de una observación periodística de dos comunidades claves en el conflicto territorial español, sometidas a análisis sobre el tratamiento ético de la prensa hacia las informaciones relativas al proceso soberanista desde una comunidad hacia otra.

Esta investigación tratará de realizar una aproximación a las vulneraciones de principios éticos de la profesión periodística cometidas desde la prensa escrita vasca. Por otro lado, un rasgo a destacar previamente a la lectura de este trabajo, es que el problema de la ética en el periodismo español no solo radica en la vulneración de códigos éticos, sino también en el hecho de que ningún código resuelve satisfactoriamente las consecuencias para quienes vulneran dichos principios (Coca, 1997).

¹ Véase EuskoBarometro de octubre de 2018. Bloque IV: págs. 35-36.
Disponibile en : <https://www.ehu.es/documents/1457190/1525260/EB+2018+octubre.pdf/5f41df21-4582-5522-74e3-7433ba0e6e1a>

CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1 Introducción

El siguiente Trabajo de Fin de Grado trata la deontología periodística a partir de cinco principios esenciales que, entre otros, rigen esta disciplina: la objetividad e imparcialidad de las informaciones, la exactitud y precisión de los datos ofrecidos, no manipular o tergiversar los hechos, la correcta citación de las fuentes informativas y no hacer uso de técnicas sensacionalistas o amarillistas.

Todos ellos son mecanismos para alcanzar el objetivo de todos los principios éticos y deontológicos de la profesión periodística: la veracidad. Por ello, el periodismo debe cambiar. Lo correcto sería regresar a la ética de antaño y separarse de todas las malas prácticas adquiridas. Por lo tanto, es esencial que desde las universidades se inculque este principio ético a los alumnos, ya que debe arraigarse en lo más profundo de cada futuro periodista, con el objetivo de establecer un cambio a largo plazo.

Según el autor Salvador Alsius, la sociedad “demanda comportamientos éticos por parte de los medios de comunicación” y existe “una conciencia generalizada acerca de la importancia que tienen los contenidos de los medios para la salud de la vida democrática” (Alsius, 2010: 11-12). Esta investigación está orientada hacia la búsqueda de la realidad sobre la ética de los contenidos que aparecen en la prensa vasca. Con el objetivo de realizar una aproximación, se tratará de que los lectores de este trabajo académico conozcan la ética y el respeto a los códigos deontológicos que se lleva a cabo sobre una cuestión política desde medios de comunicación ideológicamente distintos.

Finalmente, señalar que la información periodística es considerada como un “elemento dotado de poder simbólico y control, que se ha convertido en prioridad para los actores políticos en su afán por estructurar la esfera pública conforme a sus intereses y objetivos” (Casero, 2009: 354-366). Por lo tanto, otro aspecto de la investigación se basará en indagar sobre la intencionalidad de influencia política ejercida desde la prensa vasca a través de su ética periodística y su respeto a los códigos deontológicos de la profesión.

2.2 Periodismo español y ética

Según un estudio titulado *Importancia, utilidad y conocimiento de los códigos éticos del periodismo en Euskadi* publicado por varios docentes de la Universidad del País Vasco, los informadores de prensa, radio, televisión e, incluso, los que desempeñan su labor profesional en Internet “no dudan en responder que se ha dado y que existe un claro deterioro en la profesión periodística. Deterioro que se traduce en una pérdida de prestigio ante la sociedad” (Zalbidea, Pérez, López, Urrutia, 2010: 8-9)

Siguiendo con este artículo, cabe destacar que ante la pregunta “¿Es necesario que un código deontológico regule la práctica periodística?” realizada a profesionales de la información, un 78,5% respondió que era necesario frente al 9,3% que dijo que no era necesaria la regulación a través de un código deontológico. Por su parte, el 12,2% escogió la opción de no sabe no contesta (Zalbidea, Pérez, López, Urrutia, 2010: Gráfico 1: Necesidad de un código deontológico).

Como se ve, son muchos los aspectos que desatan una cierta atmósfera de polémica en torno a la profesión periodística. Sin embargo, según el autor *José Javier Sánchez Aranda*, Doctor en Ciencias de la Información y profesor de Historia de la Comunicación y de Métodos de Investigación en Comunicación de la Universidad de Navarra (Sánchez, 1999: 93-114), una de las discusiones más arduas y contundentes se da en el momento en que se trata de abordar e investigar “la cuestión ética por parte de los profesionales de la información”.

Tal y como afirma el propio Sánchez en su artículo *Profesionalidad y ética. El caso de los periodistas españoles* publicado en la revista *Communication & Society*, a los periodistas españoles “se les acusa de no tener escrúpulos, de anteponer sus objetivos a los intereses de la sociedad, de no saber respetar el dolor y la tragedia ajenos. De esta forma, los periodistas son acusados “de mentirosos, de sensacionalistas, de frívolos, de manipuladores y la ética de los periodistas está constantemente en tela de juicio”. Precisamente porque se trata de un asunto que afecta a su constitución como profesionales, es necesario reflexionar sobre el tema para establecer hasta qué punto son o no ciertas estas acusaciones” (Sánchez, 1999: 93-114).

Por su parte, el autor *Juan Serrano Moreno* afirma, en su libro sobre ética periodística, que los códigos deontológicos son un elemento esencial a la hora de desarrollar la labor periodística. “El Periodismo con mayúsculas es aquel que se hace para informar a la ciudadanía con arreglo a los cánones éticos determinados en los códigos deontológicos”. Por otro lado, también destaca que “la deontología sirve para dignificar la profesión con credibilidad y prestigio” (Serrano, 2017: 3-4).

Como puede observarse, la mayoría de estudios y de autores coinciden en la importancia de la ética y los códigos deontológicos como sustento de un periodismo español digno y de calidad. En líneas generales, se mantiene una visión crítica con la situación actual de la ética y los principios deontológicos en los medios de comunicación y, en cierta medida, se debe a una voluntad de mayor regulación por parte de los códigos éticos de la profesión periodística.

La manipulación, la no citación de fuentes, el sensacionalismo, la inexactitud y la imparcialidad son vulneraciones frecuentes dentro de los medios en España, y todas ellas “son observables en las resoluciones emitidas por FAPE” (Serrano, 2017: 6-7). Por esa razón han sido seleccionadas para someterse a investigación, porque son vulneraciones habituales en periodismo, y se debe a la falta de una regulación profesional que sancione a los periodistas que en la práctica no aplican estos códigos éticos.

No en vano, los medios españoles tienen una de las “credibilidades más bajas de Europa”, según el último informe publicado por *Reuters Digital News*². Por su parte, la investigación realizada por el *Pew Research Center*³ (Matsa, 2018) en Dinamarca, Alemania, Países Bajos, Suecia, Reino Unido, Francia y España, destaca que “España encabeza la lista de países donde las personas se fían menos de los medios de comunicación”. Además, RTVE es la televisión pública con menos apoyo, apenas un 13% de los encuestados la señalan como su principal fuente de información, contra el porcentaje que ostentan otras televisiones públicas europeas como es el caso del 28% de la BBC en Gran Bretaña.

² Véase Reuters Institute Digital News Report 2018. Section 3 : Analysis by Country (Europe). Disponible en : http://www.medialiiitto.fi/files/4493/Reuters_Institute_Digital_News_Report_2018.pdf

³ Véase Pew Research Center. Article by Katerina Eva Matsa. (2018). Disponible en: <https://www.journalism.org/2018/05/14/in-western-europe-public-attitudes-toward-news-media-more-divided-by-populist-views-than-left-right-ideology/>

2.2.1 Asociaciones y organismos

En España existen numerosas asociaciones y organismos que velan por el cumplimiento de los códigos éticos y por la regulación de los elementos que componen la ética profesional de los periodistas. La Federación de Asociaciones de Periodistas de España es el organismo mayoritario dentro la ética periodística. Aglutina a cuarenta y nueve asociaciones regionales de prensa y dieciséis asociaciones de periodistas, contando en la actualidad con alrededor de 20.000 miembros. Esta organización, fue fundada en Madrid en el año 1922 y actualmente forma parte de la Federación Internacional de Periodistas, que se ubica en el marco europeo por la defensa internacional de la ética del periodismo (Web corporativa FAPE, 2019).

En cuanto a su actividad, cabe destacar que edita trimestralmente la revista *Periodistas* y también que dispone de un órgano de autocontrol deontológico de la profesión periodística llamado Comisión de Quejas y Deontología, que actúa como una autoridad moral dentro de las asociaciones de prensa y periodistas afiliados a la propia organización, garantizando de esta forma el cumplimiento del *Código Deontológico de la Federación*. Por lo tanto, es importante citar la mención que se realiza sobre la Comisión de Quejas y Deontología en el Código Deontológico de FAPE, según recoge su artículo 24:

“La Comisión de Quejas y Deontología tiene como objeto conocer y resolver las cuestiones de deontología y ética periodísticas, conforme a su propio reglamento, por iniciativa propia o a petición de la propia Federación o de cualquier ciudadano. Sus integrantes serán nombrados por la Asamblea General de la FAPE, a propuesta de la Junta Directiva, en la forma y número que reglamentariamente se determine, entre personalidades pertenecientes al periodismo, al derecho, al mundo académico o a otras actividades relevantes de la vida social. La Comisión de Quejas y Deontología funcionará con plena independencia y autonomía competencial y de funciones, y será dotada económicamente tanto por la propia Federación como a través de la colaboración económica de instituciones y organizaciones que sean invitadas a dicha colaboración por la Federación” (Código Deontológico de la Federación, 2017: Art. 24).

Por otro lado, se encuentra la figura del Defensor del Lector, también conocido como *Ombudsman*, que se establece como un ente de gran relevancia dentro de la defensa de los códigos deontológicos y las buenas prácticas en el periodismo español. La figura del defensor del lector se creó en el seno del *The Courier Journal* y *The Louisville Time*, en 1967, como solución para evitar la pérdida de confianza de los lectores. Cabe destacar que la situación que se vivió en ese momento es similar a la que atraviesa la prensa española, sacudida por una crisis de modelo y también de credibilidad. Cinco décadas después, la Universidad de Málaga y la Universidad de Valencia han publicado una investigación que analiza el papel del defensor del lector, detallando su forma de actuar en la prensa española y en países referentes como Estados Unidos, Reino Unido o Francia (Palau-Sampio, Gutierrez-Lozano, Gomez-Mompart, 2016).

El trabajo académico en cuestión se titula *Ombudsman y lectores activos. La interacción en torno a la calidad periodística* y ha sido publicado en la *Revista Latina de Comunicación Social*. A lo largo de la investigación se ha analizado las páginas de medios como El País, Le Monde, The New York Times o The Guardian, entre otros. Según Juan Francisco Gutiérrez del Departamento de Periodismo de UMA, el ombudsman “representa un mecanismo de autorregulación de los medios de comunicación y responde a la voluntad de transparencia y al objetivo de velar por la calidad del producto informativo que se les ofrece a los lectores” (Gutierrez-Lozano, 2016: 1345).

Otra decisión que destaca el autor de este estudio hace referencia a que “si bien las conclusiones revelan la centralidad de la calidad periodística en el debate, también muestran la diplomacia con la que se enfrentan a muchas de las cuestiones, más con una actitud de defensa o de justificación que con una voluntad real de llegar al fondo y asumir ante los lectores la raíz de los fallos” (Gutierrez-Lozano, 2016: 1360).

De esta forma, tanto el defensor del lector como las asociaciones llevan a cabo una función esencial dentro de la defensa de la ética en la profesión periodística y el fomento de las buenas prácticas. Su objetivo a largo plazo no es otro que la recuperación de la credibilidad en el periodismo y el cumplimiento de aquellos principios que honran la labor de los profesionales de la información. Finalmente, destacar en relación a la temática de

este Trabajo de Fin de Grado, que FAPE ya se ha manifestado en *comunicados oficiales*⁴, alertando de un retroceso en la libertad de prensa a raíz del conflicto independentista en Cataluña y condenando diversas actuaciones de determinados medios de comunicación a la hora de abordar informaciones relativas a esta temática (Web corporativa FAPE, 2019).

2.2.2 Colegios profesionales

Según la Ley de Creación del Colegio Vasco de Periodistas publicada en el Boletín Oficial del Estado el 19 junio de 2012:

“Desde el punto de vista del interés público, el singular carácter de la profesión de periodista, cuya labor incide en derechos fundamentales como el descrito de información y el relativo a la intimidad, entre otros, justifica la creación del colegio vasco de periodistas que, aunque de adscripción voluntaria, integrará a los profesionales que disponiendo de los conocimientos y titulaciones necesarias y suficientes ejerzan esta profesión. Todo ello para una mejor defensa de la observancia de las reglas y código deontológico de la profesión, lo que redundará en un mejor servicio a los ciudadanos y a sus derechos fundamentales, al tiempo que el colegio se convierte en un cauce idóneo para la colaboración con las administraciones públicas” (BOE, 2012: Num:172. Sec. I. Pág. 51788)⁵.

De esta forma, dentro del marco del periodismo español, otro de los factores clave a la hora de determinar la correcta actuación y el desempeño riguroso de la profesión, son los colegios profesionales. Actualmente, en España, existen ocho Colegios de Periodistas establecidos en diferentes comunidades autónomas: Cataluña, Galicia, Murcia, Andalucía, Castilla y León, País Vasco, La Rioja y Asturias. Sin embargo, en esta investigación, al tratarse de un análisis deontológico del tratamiento de la prensa vasca hacia el conflicto político en Cataluña, se hará especial hincapié en el Colegio Vasco de Periodistas y el Colegio de Periodistas de Cataluña.

⁴ Véase Resoluciones de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo de FAPE. Disponible en: <http://www.comisiondequejas.com/>

⁵ Véase Ley de Creación del Colegio Vasco de Periodistas. Disponible en: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2012-9667

Según los estatutos ⁶ del Colegio Vasco de Periodistas, sus funciones son las siguientes: profundizar en la mejora de las condiciones en las que los periodistas llevan a cabo su trabajo, la defensa profesional de sus miembros, proporcionar servicios asistenciales propios de un Colegio Profesional, garantizar la independencia y la libertad informativas en beneficio de una sociedad libre y democrática, la defensa de los derechos a la libertad de información y de expresión garantizados a todo los ciudadanos, salvaguardar a la sociedad de aquellas informaciones que tienden a deformar voluntariamente la realidad, poner especial interés en la defensa del secreto profesional y en la aplicación de la cláusula de conciencia y promover o apoyar iniciativas para la creación de empresas de comunicación encaminadas a potenciar y complementar la formación de los/as colegiados/as y de los/as miembros del colectivo periodístico en general.

Los estatutos del Colegio Vasco de Periodistas, a pesar de no contar con un Código Deontológico propio, dispone de un apartado llamado “Protocolos de Actuación” dentro de su web corporativa (Kazetariak.eus, 2019), donde recoge numerosos documentos de otras entidades como Emakunde, Begira, FAPE o el Colegio de Periodistas de Cataluña, entre otros. Estos documentos hacen referencia a cuestiones éticas y deontológicas relativas al desempeño de la profesión periodística tales como estudios sobre cuestiones de género, raciales, sexuales o publicidad, entre otros temas. Todos ellos enfocados desde el punto de vista del periodismo, el servicio de información y la comunicación.

Por su parte, el Colegio de Periodistas de Cataluña sí que dispone de un código deontológico propio. Fue aprobado por primera vez en el II Congreso de la profesión, el 1 de noviembre de 1992 y se trata de una declaración de principios básicos que los periodistas deben observar en el ejercicio de su labor. Por otro lado, cabe destacar que ha sido avalado por última vez el 11 de noviembre 2016 en el marco del VI Congreso de Periodistas de Cataluña y adaptado a la actual realidad que genera Internet. Según el propio CPC, “el Código, asumido por la mayoría de profesionales, es la expresión de la

⁶ Véase Estatutos del Colegio Vasco de Periodistas. (BOE, 2012: N°132) Disponible en: https://www.euskadi.eus/r47_bopvapps/es/p43aBOPVWebWar/VerParalelo.do?cd2012003070

voluntad de defender unos medios de comunicación libres y responsables en el marco de una sociedad plural y democrática” (Web corporativa CPC, 2019).

El código del Colegio de Periodistas de Cataluña es referente de ética periodística en todo el estado. Aborda cuestiones como la precisión de la información, los prejuicios, la rectificación, las fuentes, el secreto profesional o la presunción de inocencia, entre otras conductas periodísticas. Tal es el grado de compromiso y ética de este código que el propio CPC redactó en 2017 un comunicado colectivo⁷ entre miembros con ideologías diferentes pero unidos bajo la premisa de defender el código deontológico. “El CPV reitera la necesidad de respetar con máximo rigor el Código Deontológico como expresión de la voluntad de defender unos medios de comunicación libres y responsables en el marco de una sociedad plural y democrática”.

2.3 Historia del conflicto territorial en España

De cara a abordar el siguiente apartado, referente a la historia de las divisiones y conflictos dentro de la territorialidad de España, cabe destacar que tan solo se hará referencia a lo acontecido a partir del siglo XIX. Esto se debe a una cuestión muy sencilla, a lo largo de la historia este territorio ha ido variando a través de diferentes pueblos, reinos e invasiones. Sin embargo, lo que es realmente relevante en esta investigación es la presencia de nacionalismos en regiones españolas en las que una parte considerable de la sociedad desea formar un estado independiente, y este fenómeno, según los historiadores y libros consultados tiene su origen hacia el año 1800.

Según Miguel Ángel Ruiz Ortiz, el siglo XIX es el siglo de la “aparición de los diversos nacionalismos periféricos” de varias regiones de la nación española. Cabe destacar que “se trataba de pueblos que, con una lengua y unas costumbres propias, se sienten nación y llegarán a querer un Estado propio”. En este ámbito destaca el auge de los movimientos nacionalistas en Cataluña, Galicia y Vascongadas, hoy en día conocido como País Vasco. De esta forma, en 1873, el proyecto de Constitución republicana recogía un Estado federal, integrado por los siguientes diecisiete estados

⁷ Véase Comunicado del Colegio de Periodistas de Cataluña (2017). Código Deontológico. Disponible en: <http://periodistasandalucia.es/wp-content/uploads/2017/09/comunicado-Colegio-Catalu%C3%B1a.pdf>

regionales: Andalucía Alta, Andalucía Baja, Aragón, Asturias, Baleares, Canarias, Castilla la Nueva, Castilla la Vieja, Cataluña, Extremadura, Galicia, Murcia, Navarra, Valencia y Vascongadas. Según la carta magna, todos ellos tendrían “completa autonomía económico-administrativa y toda la autonomía compatible con la existencia de la Nación” (Ruiz, 2011: 9-12).

A finales del siglo XIX, “durante la Restauración, los grupos nacionalistas se definen en dos líneas: una más separatista y otra que busca mayor o menor grado de autonomía, pero dentro de la unidad constitucional de España” (Ruiz, 2011: 11-13). Así, en 1913 se permite la constitución de mancomunidades en las provincias para fines sólo administrativos, y como consecuencia, al año siguiente se constituye la catalana dentro del marco constitucional, pero con claras aspiraciones nacionalistas que, a finales del siglo XIX, vivían un periodo de expansión en regiones como Cataluña o el País Vasco. Sin embargo, cabe destacar que con la llegada de la Dictadura de Primo de Rivera se corta radicalmente este proceso, pasando a un sistema totalmente centralizado.

Durante el periodo de dictadura todas las esperanzas nacionalistas se vienen abajo y se restablece un estado centralizado en defensa de la llamada unidad de España. Primo de Rivera, antes de asumir el poder, había manifestado su intención de suprimir las 49 provincias, para crear de 10 a 14 regiones dotándolas de múltiples competencias. Pero una vez en el cargo negó ese carácter regionalista y disolvió la mancomunidad de Cataluña en julio de 1925. Como alternativa, la dictadura optó por el fortalecimiento de la provincia, promulgando un Estatuto provincial, que configuraba a la provincia como entidad local, aparte de ser la circunscripción electoral.

Por otro lado, se promueve una “regionalización basada en parámetros naturales de relieve, clima y otros factores y daba alternativas a las regiones históricas”. Estas regiones naturales eran: la meseta norte (cuena del Duero), la meseta sur (las actuales Castilla-La Mancha, Extremadura y Madrid), la región andaluza, la región gallega, la cantábrica (provincias de Oviedo, Santander, Vizcaya y Guipúzcoa), la aragonesa (cuena del Ebro, esto es, Álava, Aragón, Lérida, Logroño y Navarra); la región levantina (actuales Comunidad Valenciana y Murcia), y la región catalana (provincias de Barcelona, Gerona y Tarragona).

Según el libro *Historia de España y del País Vasco*, de los historiadores de la Universidad del País Vasco, Alfredo Herbosa, Mikel Dorronsoro y Yolanda Orive, se debe avanzar hasta la Segunda República Española para que la Constitución de 1931 defina a España como un estado integral, compatible con la autonomía de los municipios y de las regiones. (Herbosa; Dorronsoro; Orive, 1998). En 1932 se aprueba el Estatuto de Autonomía de Cataluña y en 1936, en plena Guerra Civil, el del País Vasco. Sin embargo, tras la victoria del general Francisco Franco en la contienda, se tira por la borda todo lo establecido durante los años de la segunda república española, dando lugar a cuarenta años de dictadura militar.

El periodo dictatorial franquista es un ejemplo contundente en la historia de España del poder de construcción nacional que ejercen los medios de comunicación, tema del que hablaré en el siguiente capítulo. El general Franco los utilizó como elemento de propaganda y divulgación de su forma de entender el país con una enorme influencia. El autor Justino Sinova, en su libro *La censura de la prensa durante el franquismo*, define esta etapa como un periodo en el que la prensa española sufrió un riguroso control durante años, en los que el periodismo estuvo sometido a una disciplina que lo hizo ser esclavo del poder político (Sinova, 2006: 12-13). Para los estamentos franquistas, la prensa era concebida como una institución más del estado, tal y como recogen numerosos documentos legales de la dictadura, como el la *Ley de Prensa e Imprenta*⁸.

Es evidente que el régimen pretendía que la prensa fuera el altavoz de sus órdenes y su ideología. Finalmente, en lo referente a este periodo, cabe destacar que el conflicto territorial en el País Vasco y en Cataluña se acentuó notablemente debido a la fuerte represión hacia sus respectivos idiomas y tradiciones, lo cual, según el autor Víctor Manuel Javato González (Javato, 2011) en su artículo *ETA. Origen e ideología*, fue el “elemento clave” para que en Euskadi surgiera una acción violenta contra la represión, en este caso la fundación de *Euskadi Ta Askatasuna* en el año 1959. Por su parte, en Cataluña, la situación es más de lo mismo, con el surgimiento de organizaciones de lucha contra el franquismo como *Terra Lluere*.

⁷ Ley de Prensa e Imprenta. 18 de marzo de 1966.
Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1966-3501>

De esta forma, tras los 36 años que duró el régimen del general Franco, llega el periodo de la Transición, en el cual se redacta, en 1978, la Constitución Española vigente hoy en día. Este documento legal, en la cuestión territorial, afirma que el estado español “se fundamenta en la indisoluble unidad de la Nación española, patria común e indivisible de todos los españoles, y reconoce y garantiza el derecho a la autonomía de las nacionalidades y regiones que la integran y la solidaridad entre todas ellas”. De esta forma, en el Título VIII “*De la Organización Territorial del Estado*”, en concreto su Capítulo Tercero, recoge el proceso de acceso a la autonomía y la organización de éstas, fijando unas competencias autonómicas (art.148) y otras exclusivas del Estado (art.149).

A modo de conclusión, sobre el estado de las autonomías actual establecido en la Constitución Española de 1978, es oportuno citar las palabras del ya citado autor, Miguel Ángel Ruiz Ortiz que afirma lo siguiente:

“La fórmula del Estado de las Autonomías permite, por un lado, volver al autogobierno que las regiones históricas perdieron con la Nueva Planta (Corona de Aragón) y con la uniformidad liberal (País Vasco y Navarra), mientras que mantiene la organización racional provincial uniforme (y en origen, centralizadora) del liberalismo; dentro siempre, según el artículo 2 de la Constitución, de la unidad indisoluble de la Nación española”.

2.4 Periodismo y construcción nacional

Según la definición del artículo *La identidad nacional en tiempos de globalización*, de Leonel Arias Sandoval, la identidad nacional es un “proceso histórico y geográfico construido por los individuos y diferentes grupos sociales que nacen o viven en un territorio mediante el discurso ideológico del imaginario nacional” (Sandoval, 2009: Introducción).

Teniendo en cuenta esta definición y aceptando la fórmula de la identidad nacional como un proceso construido por individuos y grupos sociales de un determinado territorio, cabe destacar el papel vital que juegan los medios de comunicación de masas en dicho proceso de construcción nacional. Por ejemplo, podría decirse que los medios de comunicación independentistas en Cataluña fomentan el nacionalismo y la identidad

nacional exclusivamente de las personas que habitan en dicha región. Por su parte, los medios de comunicación españoles y posicionados en contra de la secesión tratan de fomentar la unidad nacional de España apelando a la identidad de la nación española.

Esta visión, la respaldan autores como Xabier Giró, el cuál afirma que “los medios de comunicación de masas son constructores de la realidad social, particularmente allí donde es conflictiva”(Giró, 2012: 5). Es muy importante entender que la identidad colectiva diferenciada de otros colectivos tiene lugar principalmente a través de los conflictos, como es el caso del fenómeno que está sucediendo hoy en día en Cataluña.

Giró define el nacionalismo como “un tipo de identidad colectiva, basado en una identidad étnica, que reclama soberanía política para el grupo que identifica como nación”(Giró, 2012: 5-6). Así, cuando sobre esta base hay una voluntad política que lleva al grupo a reivindicar su soberanía, tiene sentido hablar de identidad nacional. Por lo tanto, en las regiones españolas donde se dan estas condiciones, como en el caso del País Vasco, Cataluña o incluso Galicia, es evidente que conviven varias identidades nacionales.

Ahora bien, para que el proceso de construcción tenga éxito son necesarias unas condiciones étnicas, sociales, políticas y culturales. Sin embargo, el “cuarto poder”, juega un papel clave en el asentamiento de la identidad nacional y el refuerzo de las creencias que sustentan los individuos pertenecientes a la nación. En el caso de España, tanto el centralismo español como los nacionalismos tienen su apoyo mediático.

Sin embargo, el proceso de construcción nacional que ejercen los medios de comunicación es legítimo, ya que cada uno de ellos aporta su visión sobre la nación y todo ello genera una idea general basada en la pluralidad de medios. Por su parte, es interesante resaltar la siguiente conclusión aportada por el ya citado autor Xabier Giró:

“Que cada diario participe en la construcción de la nación que crea más adecuada para la sociedad en que está inserto es legítimo; no hay nada que objetar- Que el discurso que forma parte de su contribución a la organización política de la sociedad esté impregnado de deformaciones, de falsedades y de engaños es preocupante. Que los diarios apelen a una relación de confianza,

pero desarrollen una relación comunicativa propia de una relación de dominación, no es legítimo. Es más, socava las posibilidades de encarar los conflictos, tanto si son latentes como sí son manifiestos, desde la racionalidad y desde la necesaria cooperación humana, si lo que deseamos es una sociedad más justa, más libre y más igualitaria” (Giró, 2012:13).

2.4.1 *El Correo*

El Correo es el periódico más leído en Bilbao y en Euskadi. Según la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación⁹, en el ranking de lectores diarios, se posiciona en la onceava posición de los periódicos con más lectores en España, con un total de 315.000. Salió a la venta por primera vez con el nombre de *El Correo Español-El Pueblo Vasco* en 1910 y fue fundado por los hermanos Ybarra. En 1984 pasa a llamarse tal y como lo conocen los lectores hoy en día: *El Correo*.

Su ideología es próxima al liberalismo conservador y para concluir su descripción cabe destacar que en su mayoría escribe en castellano, aunque también pueden encontrarse diferentes suplementos en euskera. Por lo tanto, en esta investigación, se tratará de comprobar el carácter conservador español de este diario y su grado de respeto tanto a los códigos establecidos por asociaciones y colegios de periodistas como a su propio libro de estilo.

2.4.2 *Deia*

Deia se fundó en 1977 por Editorial Iparraguirre S.A., y fue impulsado por el Partido Nacionalista Vasco con la intención de dirigirse a los sectores del nacionalismo vasco afines al partido *jeltzale*. Se trata de un medio de comunicación de carácter bilingüe y pertenece principalmente al Grupo Noticias. Entre los promotores y fundadores estuvieron nacionalistas como Mixel Unzueta, Luzio Aginagalde, Luis María Retolaza y Eli Galdós. Su primer número salió el 8 de junio de 1977, siendo Ignacio Iriarte Areso su director. A través de las publicaciones de este medio, se analizará en esta investigación el tratamiento deontológico del nacionalismo vasco conservador al *procés*, y se hará visible el proceso de construcción nacional que desempeña en la sociedad vasca.

⁹ Véase Web corporativa de AIMC. Diarios. Total de lectores diarios. Disponible en: <https://www.aimc.es/aimc-c0nt3nt/uploads/2019/01/marco19.pdf>

2.4.3 Gara

Gara es un periódico bilingüe editado en Donostia-San Sebastián, Gipuzkoa. Se caracteriza por ser un periódico de ideología socialista, con una línea editorial afín a la izquierda independentista vasca. Surgió en 1999 para llenar el espacio dejado por el periódico de también editorial independentista y de izquierdas *Egin*, que había sido cerrado por orden judicial del juez Baltasar Garzón.

Apareció por vez primera en los quioscos el 30 de enero de 1999 y cabe destacar que su nacimiento se produjo cuatro meses después de la firma del Pacto de Estella. Este periódico se encuentra dirigido, principalmente, a un público objetivo afín a la izquierda abertzale, y en esta investigación aportará la visión del independentismo vasco de izquierdas, encaminado en la construcción nacional de un estado vasco independiente.

2.5 Códigos éticos y deontológicos

Los principios éticos son una herramienta que sirve para establecer de una forma abierta los límites que enmarcan la correcta actuación dentro de un ámbito profesional, en este caso el periodismo. Tal y como Porfirio Barroso Asenjo afirma en su artículo *Códigos de deontología periodística*, los códigos de ética o principios deontológicos son un “requisito esencial en la configuración de una profesión” y “manifiestan la toma de conciencia y el comportamiento debido. Son en todo caso la fuente primaria de toda ética o deontología profesional” (Barroso, 2011: 141-176).

2.5.1 Documentos internacionales

En lo referente a los documentos internacionales sobre principios éticos y deontológicos relativos a cuestiones vinculadas con el desarrollo de la actividad periodística, cabe destacar que se han tenido en cuenta principalmente dos: el Código Internacional de Ética Periodística promulgado por la UNESCO y el Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística. Ambos códigos recogen principios éticos como la veracidad de la información, la distinción entre información y opinión, cuestiones de redacción o raciales, entre muchos otros. Por lo tanto, en la hora de tener en cuenta la actuación deontológica de los periódicos analizados en esta investigación, se han utilizado estos documentos, a modo de marco referencial internacional.

2.5.2 Documentos nacionales

En el capítulo anterior titulado *Periodismo y Ética*, ya se ha mencionado a la Federación de Asociaciones de Periodistas de España, más conocida como FAPE. En este apartado se hará hincapié en el valor de su código deontológico dentro del marco de la ética periodística a nivel nacional. Por lo tanto, según el preámbulo del Código Deontológico de FAPE, aprobado en Asamblea Ordinaria celebrada en Sevilla el día 27 de noviembre de 1993 y actualizado en Asamblea Ordinaria celebrada en Mérida el día 22 de abril de 2017, los periodistas miembros de la organización reconocen y garantizan este documento como un mero instrumento para alcanzar el interés general y llevar a cabo una labor necesaria para la sociedad amparándose en la libertad de expresión como bandera. De hecho, el preámbulo de este código deontológico se refiere a esta cuestión de la siguiente forma:

“Como sujeto e instrumento de la libertad de expresión, los periodistas reconocen y garantizan que su ejercicio profesional es el cauce de manifestación de una opinión pública libre dentro del pluralismo de un Estado democrático y social de Derecho. Pero los periodistas, también, consideran que su ejercicio profesional en el uso y disfrute de sus derechos constitucionales a la libertad de expresión y al derecho a la información, está sometido a los límites que impidan la vulneración de otros derechos fundamentales”

De esta forma, la Federación de Asociaciones de Periodistas de España establece en su código deontológico los siguientes principios éticos y deontológicos generales, que hacen referencia a la conducta informativa que debería llevar a cabo cualquier periodista con el objetivo final de realizar y fomentar un buen uso de la práctica profesional del periodismo:

“1) El Periodista actuará siempre manteniendo los principios de profesionalidad y ética contenidos en el presente Código Deontológico, cuya aceptación expresa será condición necesaria para su incorporación al Registro Profesional de Periodistas y a las Asociaciones de la Prensa federadas. 2) El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad. 3) De acuerdo con este deber, el periodista defenderá siempre el principio de la

libertad de investigar y de difundir la información y la libertad del comentario y la crítica. 4) Sin perjuicio de proteger el derecho de los ciudadanos a estar informados, el periodista respetará el derecho de las personas a su propia intimidad e imagen. 5) El periodista debe asumir el principio de que toda persona es inocente mientras no se demuestre lo contrario y evitar al máximo las posibles consecuencias dañosas derivadas del cumplimiento de sus deberes informativos. 6) Los criterios indicados en los dos principios anteriores se aplicarán con extremo rigor cuando la información pueda afectar a menores de edad. 7) El periodista extremará su celo profesional en el respeto a los derechos de los más débiles y los discriminados”.

Por otro lado, de cara a establecer los códigos deontológicos tenidos en cuenta a nivel nacional, es muy importante citar el papel crucial que juegan los colegios profesionales en este aspecto. Como ya se ha adelantado, se han tenido en cuenta al Colegio Vasco de Periodistas y al Colegio de Periodistas de Catalunya, debido a las particularidades de la investigación. De ambos, el único colegio profesional con código deontológico propio es CPC, aunque cabe destacar que en el CVP trabajan con este código, entre otras recomendaciones y pautas provenientes de colectivos y grupos sociales.

Finalmente, resaltar que el Código Deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña establece dos antecedentes y premisas claves antes de entrar en materia con los asuntos éticos y deontológicos que se han tenido en cuenta en esta investigación. Estas premisas previas describen el panorama actual y son de gran interés para conocer la naturaleza de los distintos códigos éticos redactados por toda la geografía.

“Los periodistas y medios de comunicación deben tener la máxima libertad de información, opinión y crítica, y han de ejercerla con responsabilidad. El Código Deontológico de los periodistas incumbe a los medios y profesionales que preparan materiales seleccionados, procesados y presentados según criterios periodísticos y con la voluntad explícita de ser reconocidos como tales. Los principios de la ética periodística son de aplicación en todos los medios y soportes, así como en todas las modalidades y ámbitos de la información. En los últimos años, la revolución tecnológica, y en especial el Internet, ha transformado de forma sustancial las bases del mundo de la información obligando a adaptar los criterios de la buena práctica”.

2.5.3 Libros de estilo

Finalmente, para concluir tanto el apartado de *Códigos Éticos y Deontológicos* como el capítulo referente al *Marco Teórico* de este Trabajo de Fin de Grado, cabe destacar que según autores como Alberto Gómez Font los libros de estilo “están escritos para ser usados por los redactores de determinados medios de comunicación, es decir, son libros que sirven de guía para una empresa y son de obligado cumplimiento para quienes trabajan en ella” (Gómez, 2008: 507).

De los tres diarios analizados en esta investigación, tan solo *El Correo* se encuentra en disposición de un libro de estilo propio, se trata del Libro de Estilo de Vocento, y marca las pautas y conductas que deberán llevar a cabo los y las periodistas que formen parte de los medios de comunicación pertenecientes a este grupo empresarial.

Por supuesto, de cara al análisis de las vulneraciones cometidas por este periódico, se tendrá en cuenta este libro de estilo. Por lo tanto, cabe destacar que con el objetivo de hacerse una idea general sobre como es el libro de estilo de Vocento, su empresa editorial, en este caso Ediciones Trea, ha realizado una presentación clara y concisa sobre este libro que no deja lugar a duda, dice así:

“El presente libro de estilo, destinado a los periodistas y colaboradores del grupo Vocento, pero de interés general para todos los interesados en el mundo de la información, consta de cuatro partes: comienza con la manifestación de sus principios generales desde el punto de vista editorial y periodístico (primera parte); sigue con una exposición de criterios relacionados con el lenguaje y la ortografía (segunda parte), así como una amplia parte (la tercera) dedicada a la exposición de las más frecuentes dudas y problemas de lenguaje (léxico, géneros, plurales, acentos, uso de topónimos, siglas, etcétera) y termina (cuarta parte) con una serie de anexos relacionados con los antropónimos, topónimos, símbolos toponímicos, gentilicios de países y sus capitales, diferencias horarias, medidas, tratamientos, escritura de cifras, escalas y, finalmente, monedas y sus fracciones”.

CAPÍTULO 3. OBJETIVOS E HIPÓTESIS

3.1 Objetivos

1. Analizar y comparar el tratamiento que realizan *El Correo*, *Deia* y *Gara* sobre el conflicto en Cataluña desde un punto de vista deontológico.

2. Identificar las vulneraciones cometidas en las informaciones relacionadas con el conflicto territorial en Cataluña, centrandó el análisis en los siguientes principios éticos y deontológicos de la profesión:
 - 2.1 Objetividad/Imparcialidad
 - 2.2 Exactitud/Precisión
 - 2.3 Manipulación/Tergiversación
 - 2.4 Identificación de fuentes
 - 2.5 Sensacionalismo/Amarillismo

3. Comprobar el grado de cumplimiento de los códigos deontológicos de la profesión periodística aplicados a los medios sometidos a estudio.

4. Interpretar los datos obtenidos y establecer una comparativa de los resultados.

3.2 Hipótesis

Han sido cuatro las hipótesis formuladas para llevar a cabo esta investigación:

1. Las líneas ideológicas de cada uno de los medios (*El Correo*, *Deia* y *Gara*) condicionan el tratamiento informativo sobre el conflicto en Cataluña.
2. Cada medio defiende los intereses políticos del grupo social al que se dirige y representa: *El Correo*, a la derecha centralista, *Deia*, al nacionalismo vasco de derechas y *Gara*, al nacionalismo vasco de izquierdas.
3. El servicio ideológico que prestan los medios es causante de la vulneración de aquellos principios deontológicos que dan fundamento al más general de ellos, que es la veracidad.
4. A mayor afinidad entre medios y temática mayor es el cumplimiento de los principios deontológicos de la profesión periodística

CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA

La metodología utilizada en esta investigación es cuantitativa y cualitativa, ya que, a través del análisis de contenido, en este caso las noticias relacionadas con el conflicto en Cataluña, se ha cuantificado el número de vulneraciones cometidas, en base a los principios deontológicos de objetividad, exactitud, manipulación, fuentes y sensacionalismo. Este proceso requiere de unos pasos precisos, de unas cualidades concretas que se deben respetar (Zabaleta, 1997:187).

Los cinco componentes del análisis de contenido, según Krippendorff, son las unidades de análisis, el muestreo, el registro y la codificación, la reducción de los datos, las inferencias o deducciones, y la narración discursiva para explicar los resultados. El registro y la codificación son necesarios porque el investigador necesita transformar los textos de la muestra en representaciones analíticas trasladables a un universo de datos. Las inferencias o deducciones sirven de puente entre la descripción de los datos y su significado; y la narración discursiva de los resultados los hace comprensibles para su lectura como resultados de la investigación (Krippendorff, 1990: 83-85).

La propuesta de la metodología, como ya se ha dicho anteriormente, se basa en el análisis cuantitativo y cualitativo. Para ello, se han seleccionado todas las noticias publicadas por *El Correo*, *Deia* y *Gara* en relación con el conflicto territorial de Cataluña, entre el 8 y el 14 de septiembre del año 2017, 119 en total. Estas fechas han sido seleccionadas debido a que se sitúan tres días antes y tres días después de la Diada celebrada en Cataluña, incluido el propio día de la celebración. Este periodo de tiempo concreto supone un elemento clave para la investigación, ya que se trata de la Diada previa al referéndum del 1 de octubre de 2017 en Cataluña, el cual marcó un punto de inflexión en el conflicto. A partir de ahí, las piezas informativas se han sometido al análisis cualitativo y cuantitativo a través de cinco principios éticos y deontológicos del periodismo: la objetividad y la imparcialidad, la exactitud y precisión, la no manipulación o tergiversación, la correcta identificación de las fuentes y el no llevar a cabo prácticas sensacionalistas o amarillistas. Por otro lado, cabe destacar que se han seleccionado únicamente las noticias, debido a que se trata del género periodístico con mayor vocación informativa y, por lo tanto, se han desechado otros géneros como columnas, editoriales,

reportajes o crónicas ya que sus respectivos autores pueden incurrir en interpretaciones o valoraciones personales u opiniones. Mediante la identificación de los principios vulnerados en las 118 piezas informativas en el conjunto de periódicos pretende alcanzar los objetivos establecidos previamente, y comprobar si las hipótesis formuladas son confirmadas o refutadas por los resultados finales de la investigación.

En cuanto a la determinación de si un código deontológico es vulnerado o no, se han tenido en cuenta los principios establecidos a tres niveles: internacional, nacional y, si se diera el caso, el libro de estilo y estatuto de redacción del medio. En el marco internacional, se ha consultado el Código Internacional de la Ética Periodística de UNESCO y el Código de la Federación Internacional de Periodistas. Por su parte, el ámbito nacional, se fundamenta en el Código Deontológico de FAPE y la Declaración de Principios de la Profesión Periodística en Cataluña del Colegio de Periodistas de Cataluña, debido a que el Colegio de Periodistas del País Vasco remite su código deontológico al de FAPE y el CPC. Finalmente, a nivel de medios de comunicación, en el caso de El Correo, solo se ha tenido en cuenta el Libro de estilo del Grupo Vocento, grupo mediático al que pertenece *El Correo*.

4.1 Principios deontológicos

De cara a analizar la muestra escogida, los principios periodísticos seleccionados para investigar su cumplimiento o su vulneración en las piezas informativas correspondientes son los siguientes: la objetividad con respecto a las informaciones emitidas, el deber de ofrecer datos y contenidos exactos y precisos, el compromiso de no manipular ni tergiversar el contenido, la obligación de citar correctamente las fuentes de información y, finalmente, el principio periodístico de no utilizar el sensacionalismo o amarillismo en los contenidos publicados.

La selección de los principios éticos indicados responde a dos criterios: su relevancia para obtener una información veraz y acorde a los hechos, y su destacada presencia en los códigos periodísticos. Son principios que, a menudo, se vulneran por los profesionales de la información, tal y como respaldan las continuas denuncias y alertas emitidas por la Comisión de Quejas y Deontología de FAPE o FIP a través de declaraciones oficiales publicadas en sus respectivas páginas web (Web corporativa FAPE, 2019).

4.1.1 Objetividad/Imparcialidad

De cara al análisis llevado a cabo en esta investigación, se entiende el concepto de objetividad e imparcialidad como el deber ético del periodista a informar de una manera responsable sobre una realidad objetiva. Es decir, tal y como se recoge en los Principios Internacionales de Ética Profesional en el Periodismo de UNESCO, se debe informar “mediante una exposición responsable de los hechos en su debido contexto, destacando sus vinculaciones esenciales y sin causar distorsiones.” Con el objetivo de “ofrecer al público un material adecuado que le permita hacerse una idea precisa y global” de los acontecimientos (UNESCO, 1983).

Además, cabe destacar que también se ha tenido en cuenta el concepto de objetividad como ideal periodístico de la misma manera que en el artículo publicado en la Revista Latina de Comunicación Social por la Dra. M^a Rosa Berganza Conde y los licenciados Martín Oller Alonso y Katrin Meier, en el que haciendo referencia al libro publicado por Donsbach y Patterson, se define este principio periodístico como “el primer objetivo en la información dentro de la cultura periodística en las democracias occidentales, a pesar de las diferencias (Berganza; Oller; Meier, 2010: 488-502).

4.1.2 Exactitud/Precisión

El concepto de exactitud y precisión es considerado un elemento esencial que se enmarca dentro del deber del periodista a informar de una forma clara y precisa, lo cual hace que la información sea de calidad e interés general. En la realización de este trabajo, se ha entendido como vulneración del principio de exactitud, la publicación de informaciones, estadísticas, datos o contextos poco precisos o inexactos.

Según publica el proyecto ACE, también conocido como Red de Conocimiento Electoral, en la sección de Elecciones y Medios de Comunicación de su enciclopedia online, “el requerimiento de exactitud significa que los periodistas informen de una manera exacta, que den números y que informen de manera exacta, etc” (ACE, 2018). Es evidente los medios de comunicación siempre competirán por obtener rápidamente la noticia o el relato. Sin embargo, existe la responsabilidad ética de no sólo ser rápido, sino preciso, o al menos lo más preciso posible de acuerdo a las circunstancias.

4.1.3 Manipulación/Tergiversación

La Federación de Asociaciones de Periodistas de España, también conocida como FAPE, publicó de forma oficial un Manifiesto en Defensa del Periodismo en el que destacaban que “la libertad de información se debilita cuando el periodismo se convierte en una fuente de manipulación”. Esto se debe a que manipular o tergiversar de forma consciente una realidad objetiva supone un ataque directo contra el principio básico del periodismo: la veracidad. En este trabajo se ha entendido como manipulación o tergiversación aquellos datos o informaciones que tras ser contrastadas no se ajustan a la realidad objetiva (Código Deontológico FAPE, 2017).

En el caso de la manipulación periodística, en España existen numerosas conductas registradas y condenadas por asociaciones y sindicatos. Por poner un ejemplo, en el año 2018 el Consejo de Informativos de TVE dio a conocer una serie de informes¹⁰ sobre malas prácticas profesionales en los informativos y programas de actualidad de la televisión pública estatal durante el segundo trimestre de ese mismo año. Cabe destacar que fue el último trimestre de José Antonio Sánchez como presidente de RTVE y de José Antonio Álvarez Gundín como director de los servicios informativos de TVE debido al resultado del informe y las presiones de entidades como por ejemplo la Federación de Sindicatos de Periodistas (Informes RTVE, 2018).

4.1.4 entificación de fuentes

A lo largo de este trabajo se ha entendido el concepto de identificación de fuentes como el deber del periodista de citarla en una información, siempre que no sea de primera mano, estemos ante una fuente que se debe proteger o mantener su anonimato. Por otro lado, también se ha tenido en cuenta que el periodista puede acogerse a su derecho de no revelar sus fuentes, ya sea debido a su confidencialidad o al anonimato de la fuente, ya que suelen ser personas que informan de algún hecho de interés periodístico, pero que desean hacerlo sin darse a conocer.

Sin embargo, la citación de las fuentes periodísticas y la muestra de cuál ha sido la vía del periodista de cara a obtener una información es considerado un principio ético

¹⁰ Véase los cuatro informes trimestrales del año 2018 realizados por RTVE. Disponibles en: <http://www.rtve.es/rtve-responde/informes/>

esencial de la práctica profesional del periodismo. Tal y como recoge el libro *La calidad de los medios y el uso de fuentes periodísticas de la prensa local en España*, el acto más sincero y en el que no se subestime la inteligencia de los lectores es que los periodistas revelen a sus lectores las fuentes y las formas que han empleado para llegar a los datos que les muestran. Sin embargo, en las nuevas tendencias se aprecia cómo el exceso de información hace que esto sea una ardua tarea, lo que está suponiendo un grave riesgo para la credibilidad (Rodríguez, González, Rojas, García, 2015: 86-87).

4.1.5 Sensacionalismo/Amarillismo

Finalmente, en lo referente al principio ético del periodismo de desechar cualquier práctica sensacionalista o amarillista, cabe destacar que se ha entendido como sensacionalismo aquellas actuaciones llevadas a cabo en piezas informativas, frases puntuales o palabras clave mediante las que el objetivo del periodista es la interpelación directa a los sentimientos, ideologías y principios más arraigados del lector.

Según el criterio establecido en este trabajo, se define el sensacionalismo como la búsqueda de causar sensación a través del lenguaje, las formas o los términos utilizados a lo largo de las informaciones publicadas en los medios analizados. Desde un punto de vista ético, el periodista debe evitar cualquier tipo de interpelación con los lectores mediante este tipo de conductas.

Tal y como se afirma en el artículo *Moda, sensacionalismo y agenda setting* publicado en la Revista Latina de Comunicación Social, “los medios amarillistas españoles establecen sus agendas basándose en la moda, el sensacionalismo y la inercia” (Medina Hernández, Ileana, 1999). Esto hace referencia a que los consumidores de prensa sensacionalista no pagan por estar correctamente informados sino por entretenerse y satisfacer una serie de necesidades personales. Por su parte, la Real Academia de la Lengua Española define el sensacionalismo como una “tendencia a producir sensación, emoción o impresión a través de noticias, sucesos, etcétera” (Diccionario online de la Real Academia Española, 2019).

CAPÍTULO 5. RESULTADOS

Con la finalidad de abordar el capítulo referente a los resultados que se han obtenido tras la investigación y análisis de la muestra, se presentan una serie de gráficos, con sus respectivas explicaciones de contenido, que tratarán de otorgar una ampliación visual de la información obtenida. Con el objetivo de dar un mensaje claro y conciso, los gráficos de resultados han sido realizados de una forma sencilla pero contundente, con la finalidad de ofrecer los datos de la investigación sin dar lugar a confusiones.

5.1 Totalidad de vulneraciones

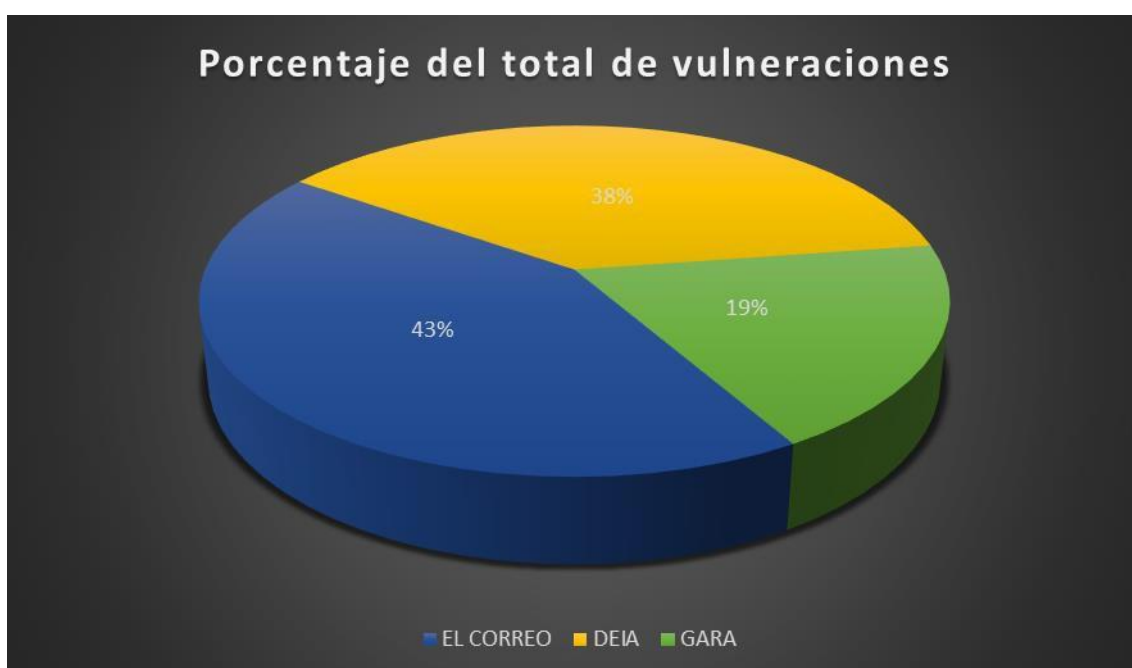


Gráfico 1: Porcentaje total de vulneraciones

El Gráfico 1 muestra los porcentajes obtenidos a raíz del total de las vulneraciones cometidas en los tres periódicos. Como puede observarse *El Correo* es el diario que más vulneraciones ha cometido en el total de la muestra, con un 43%. Le sigue *Deia* con un 38% y, finalmente, *Gara*, con un 19%. En valores numéricos, el total de vulneraciones¹¹ halladas en el espacio de tiempo que abarca la muestra asciende a 442, de las cuales 190 han sido cometidas por *El Correo*¹², 168 por *Deia*¹³ y 84 por *Gara*¹⁴. Estos resultados pueden deberse a dos factores clave que revelan el porqué de estas cifras. El primer factor es evidente, y es que los resultados reflejan el valor cuantitativo de la cantidad de veces

¹¹ Véase Anexo 4. Resultados totales.

¹² Véase Anexo 1. Resultados diario *El Correo*.

¹³ Véase Anexo 2. Resultados diario *Deia*.

¹⁴ Véase Anexo 3. Resultados diario *Gara*.

que los diarios analizados han vulnerado los principios deontológicos, tal y como han sido definidos y comprendidos en el apartado metodológico de esta investigación. El segundo factor clave que debe señalarse hace referencia a la cantidad de páginas que cada uno de los diarios ha dedicado a piezas informativas relacionadas con la temática analizada en este estudio. Es decir: *El Correo* y *Deia* han dedicado cada uno 44 páginas al conflicto en Cataluña durante el periodo temporal de la muestra, por lo que la diferencia cuantitativa entre ambos se debería única y exclusivamente al marco ético y deontológico. Sin embargo, *Gara*, al ser un periódico de menor tirada y envergadura, tan solo ha dedicado 30 páginas a esta temática, 14 páginas menos que los otros dos periódicos, factor que podría explicar la amplia diferencia en el resultado porcentual de vulneraciones.

5.2 Tipo de vulneraciones cometidas

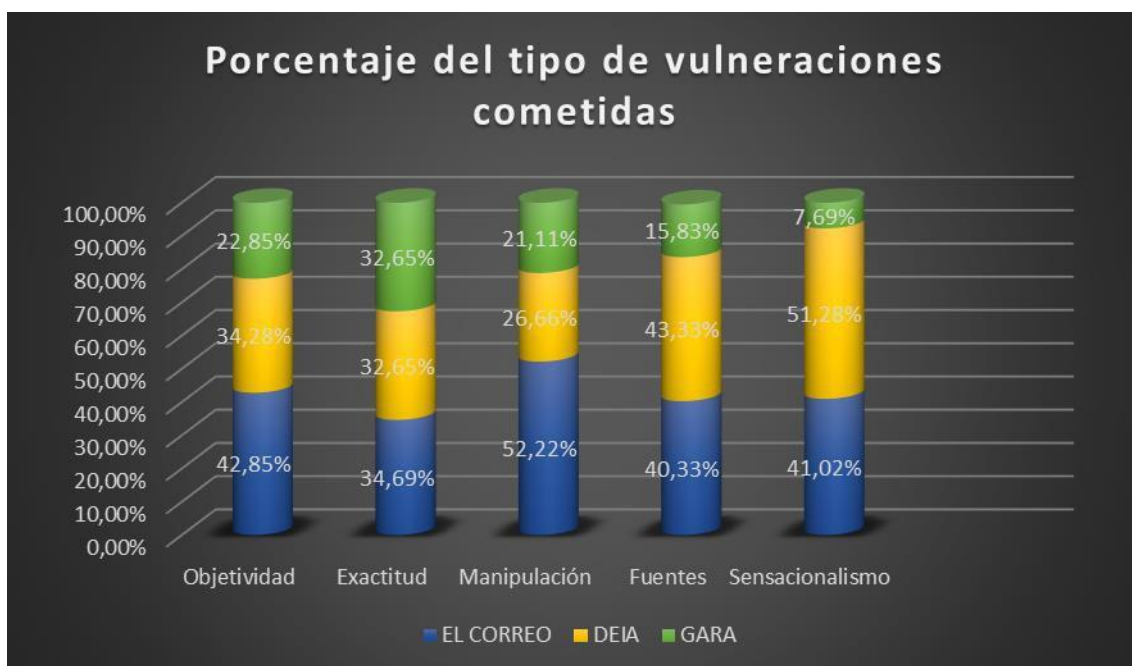


Gráfico 2: Porcentaje del tipo de vulneraciones cometidas

Por su parte, el *Gráfico 2*, a través de una información porcentual de los datos y una distinción por colores de cada uno de los tres periódicos analizados, muestra las cifras exactas del porcentaje de vulneraciones cometidas en cada uno de los principios éticos y deontológicos sometidos a análisis. Como se puede observar, en el primer bloque, relativo a la Objetividad, *El Correo* ha sido el diario menos objetivo, liderando el bloque con un 42,85% del total de las vulneraciones. Le sigue *Deia* con un 34,28% y, por último, *Gara* con un 22,85%. En el bloque de “Exactitud”, la similitud es mucho mayor entre los tres medios, rondando entre un 32% y 35%, lo que indica que cada uno ha cometido un tercio

de las vulneraciones en este ámbito. En el bloque relativo a “Manipulación” vuelve a estar liderado por *El Correo*, con más de la mitad de las vulneraciones (52,22%). Le siguen *Deia* con un 26,66% y *Gara* con un 21,11%. En el penúltimo bloque se encuentra la “Citación de Fuentes”, encabezado por *Deia* con un 43,33% y, seguido de cerca, *El Correo* con un 40,33%. En este apartado, *Gara* si sitúa más por debajo, con un 15,83% del total. El último lugar, reservado al “Sensacionalismo”, vuelve a ser liderado por *Deia*, con más de la mitad del total (51,28%). Le sigue *El Correo* con un 41,02%. En este apartado destaca, por contra, el bajo número de vulneraciones de *Gara*, con tan solo un 7,69%.

5.3 Número de vulneraciones cometidas



Gráfico 3: Número de vulneraciones cometidas

El tercer gráfico, dedicado a los resultados de la investigación, refleja de una forma clara el número de veces que se ha vulnerado cada uno de los principios éticos sometidos a análisis. Además, con las cinco barras en tres dimensiones que aparecen en él se busca visibilizar la diferencia numérica que existe entre ellas. Como se puede observar, la “Correcta citación de fuentes”, con 120 vulneraciones, es el principio ético que menos se ha respetado en los tres medios, seguido de cerca por el principio de “Objetividad”, con 105. En tercer lugar, se encuentra la “Manipulación”, con 90 casos. En penúltimo lugar, el “Sensacionalismo” ha sido identificado en 78 ocasiones. Finalmente, el principio menos vulnerado ha sido el de “Exactitud y precisión”, con tan solo 49 casos.

5.4 Principios éticos y deontológicos

A partir de este punto, cabe destacar que se llevará a cabo un análisis específico de los resultados porcentuales obtenidos en cada uno de los periódicos investigados, según los cinco principios éticos y deontológicos en torno a los que gira este trabajo académico. Además, se aportará como información complementaria a los gráficos y las cifras tres ejemplos literales de las vulneraciones más destacadas en cada apartado, concretamente serán una de cada periódico.

5.4.1 Objetividad/Imparcialidad

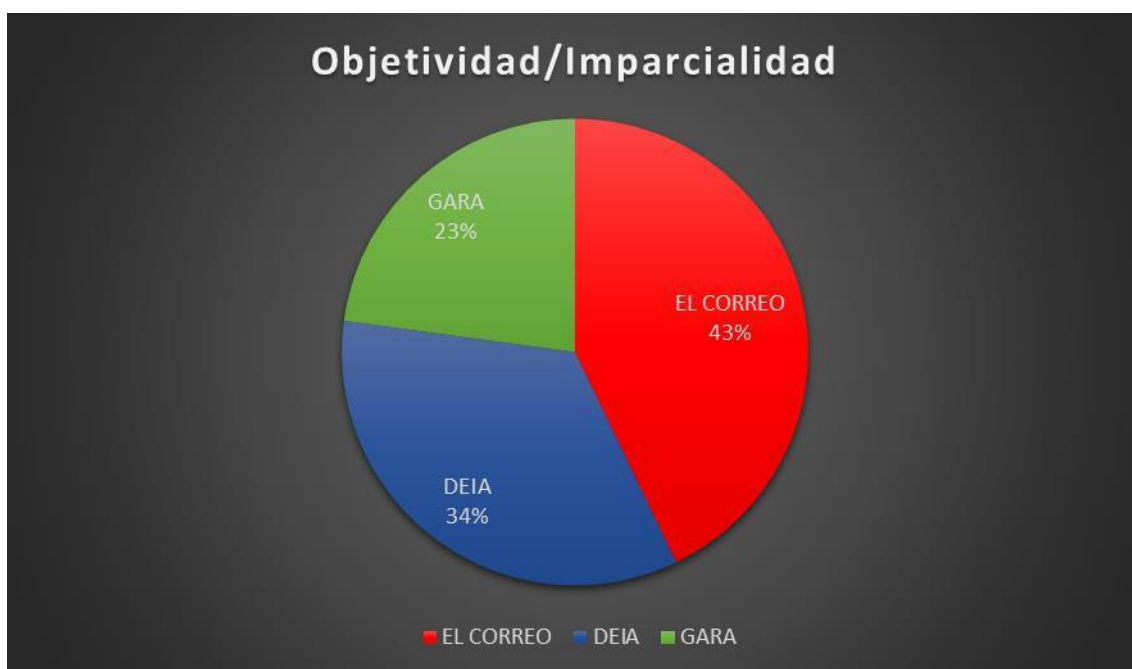


Gráfico 4: Objetividad/Imparcialidad

Como refleja el gráfico número cuatro de esta investigación, *El Correo* ha cometido el 43% de las vulneraciones del principio ético de objetividad e imparcialidad, frente al 34% de *Deia* y el 23% del diario *Gara*. En cuanto a los ejemplos más destacables de las vulneraciones de objetividad son los siguientes: El periódico *Deia*¹⁵, en su portada del día 14 de septiembre de 2017, escribió: “La fiscalía continúa con su persecución y amenazas sobre el proceso que debe desembocar en el referéndum del 1 de octubre en Catalunya”. Al referirse a las actuaciones legales de la Fiscalía General del Estado como “persecución y amenazas” está posicionándose claramente a favor del referéndum y en contra del estado español, lo cual es una falta de objetividad e imparcialidad en la

¹⁵ Véase Anexo 6. *Deia*.

información. Por su parte, *Gara*¹⁶ comete una vulneración muy similar en un subtítulo de su portada del día 8 de septiembre de 2017, cuando afirma que “pese a las amenazas de la FGE y las suspensiones del TC, el *Parlament* impulsa la Ley de Transitoriedad Jurídica”. Finalmente, en el caso de *El Correo*¹⁷ lo que más llama la atención es el lenguaje que tiene para unos y para otros, es decir, la doble vara de medir. Esto denota, en la mayoría de sus piezas informativas, la falta de objetividad e imparcialidad, práctica que se puede observar durante toda la muestra con expresiones como: “Rajoy avisa e informa” pero “Puigdemont amenaza y da un ultimátum”. A modo de ejemplo, en su página 20 del día 11 de septiembre de 2017 se dice que “para Puigdemont los requerimientos del Constitucional y las querellas de la Fiscalía son irrelevantes, y la inhabilitación, un brindis al sol”.

5.4.2 Exactitud/Precisión

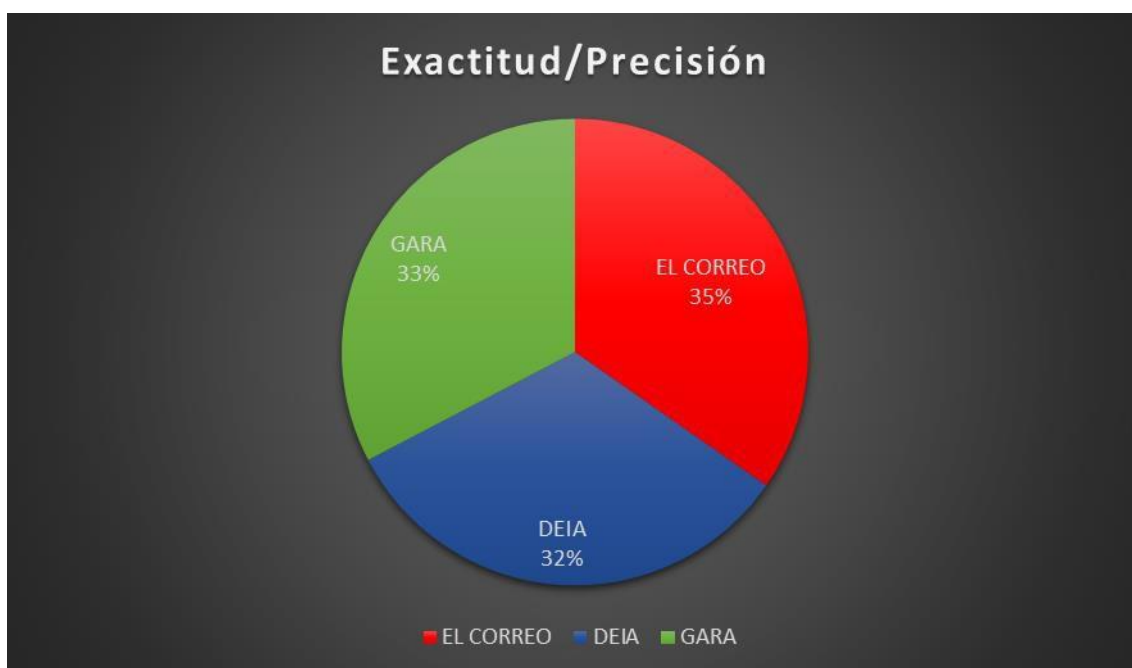


Gráfico 5: Exactitud/Precisión

Con respecto al quinto gráfico, cabe destacar que hace referencia al principio ético de “Exactitud y precisión”. Es el apartado más igualado entre los tres periódicos analizados en esta investigación, con un ligero número mayor de vulneraciones en *El Correo*, con un 35%, frente al 33% de *Gara* y el 32% del *Deia*. En cuanto a los ejemplos sobre este principio, puede decirse que en su mayoría se han dado casos de datos

¹⁶ Véase Anexo 7. *Gara*.

¹⁷ Véase Anexo 5. *El Correo*.

aproximados sin cifra concreta o cifras especulativas. En el caso de *El Correo*, el día de la Díada, el 12 de septiembre de 2017, disponible en el Anexo 5, un subtítulo de portada aludía al número de manifestantes aportando el dato de “centenares de miles de manifestantes aprovechan el día de la Diada para reivindicar el referéndum”. Un dato totalmente inexacto y ambiguo que no informa de manera clara y contundente sobre el número de asistentes de la Diada y, por otro lado, también con cierto toque de falta de objetividad en la información al afirmar, sin ningún tipo de contemplación, que todos los asistentes reivindicaban el referéndum. Por otro lado, *Gara*, en su portada del día previo a la Diada, el 11 de septiembre de 2017, presenta en el Anexo 7, titulaba lo siguiente: “Más de 400.000 inscripciones avanzan una diada arrolladora”. Un dato inexacto, ya que el abanico de posibilidades oscila entre muchas otras cantidades. Además, cabe destacar su falta de objetividad como en el caso anterior. Finalmente, *Deia* (Anexo 6) el 12 de septiembre de 2017, titulaba en su portada: “Un millón de voces arropan el procés”, cifra que se sitúa lejos de los datos oficiales, que oscilaron desde los 350.000 facilitados por la Delegación del Gobierno de España, hasta los 1,6 millones de la Policía Municipal de Barcelona. Como es visible, en ningún caso los datos se aproximan al millón de personas.

5.4.3 Manipulación/Tergiversación

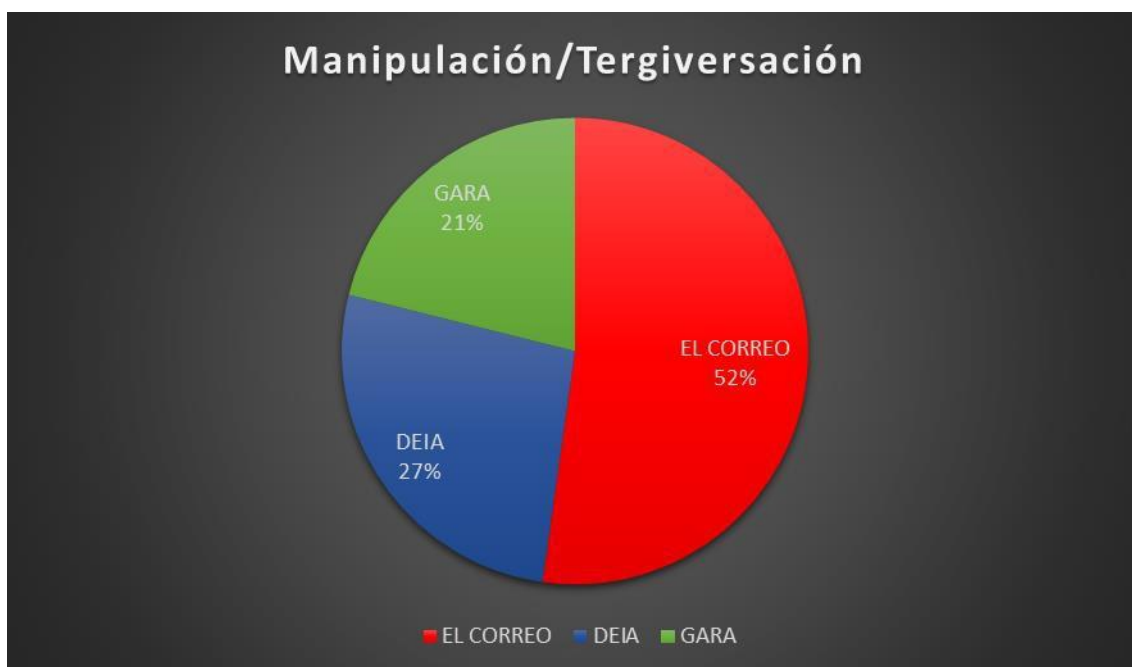


Gráfico 6: Manipulación/Tergiversación

Según el *Gráfico 6* de esta investigación, el predominio de *El Correo* en cuanto a vulneraciones relacionadas con “No manipular o tergiversar” una información es claro.

Como puede apreciarse el periódico del Grupo Vocento ha cometido el 52% de las vulneraciones en este ámbito, frente al 27% de *Deia* y el 21% de *Gara*. En cuanto a los casos más destacados, *El Correo*, en su página 20, del martes 12 de septiembre de 2017, disponible en Anexo 5, titulaba lo siguiente independentismo vuelve a exhibir toda su fuerza para encarar el desafío del 1-O”. En primer lugar, la celebración de la Diada engloba a todos los catalanes, por lo que achacar la movilización únicamente al sector independentista es tergiversar la información y, por otro lado, calificar como “desafío” el hecho de poner urnas para que la sociedad se exprese es un acto de manipulación.

Por su parte, *Deia*, en su página 22 del número publicado el 9 de septiembre de 2017 presente en el Anexo 6, titula que “El Gobierno español emplea la Fiscalía para invisibilizar el referéndum del 1-O”. En este caso, es manipulación informativa, ya que el Estado actuaba según las sentencias del Tribunal Supremo.

Finalmente, el diario *Gara* (Anexo 7) en su portada del día 10 de septiembre de 2017, titulaba: “La Guardia Civil, a la caza de la papeleta en Catalunya”. En este caso, la manipulación es evidente porque culpabiliza a la Guardia Civil censurar el referéndum, cuando es un cuerpo de policía que solo cumple órdenes judiciales dictadas como garantía del estado de derecho.

5.4.4 Identificación de fuentes

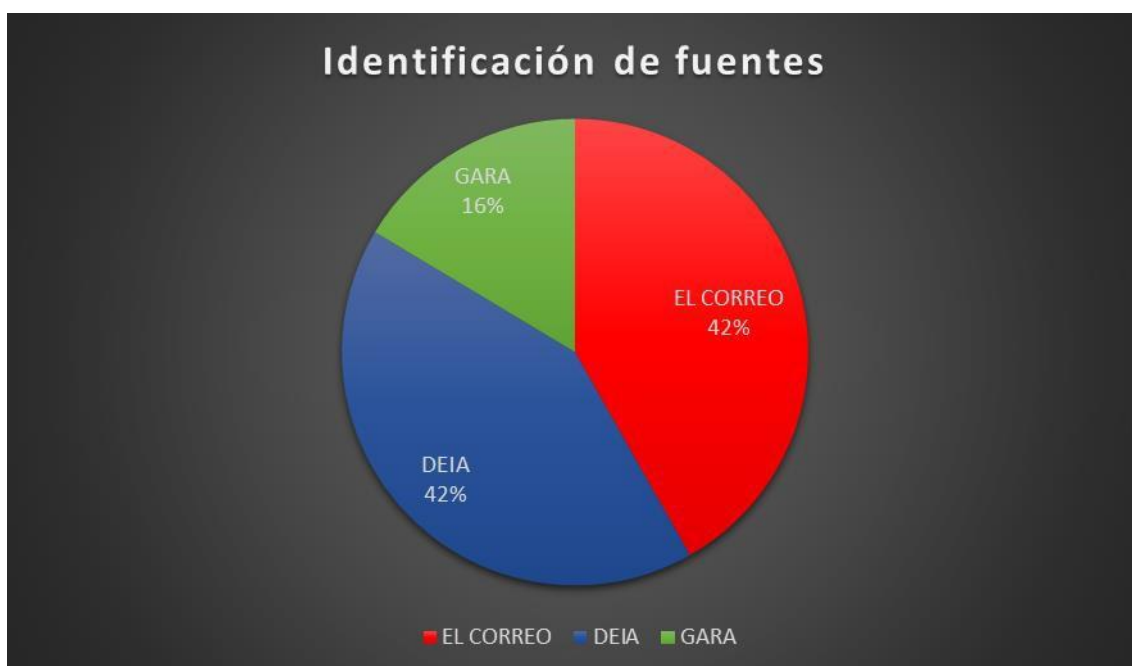


Gráfico 7: Identificación de fuentes

En cuanto a este séptimo gráfico cabe destacar la igualdad en el porcentaje de vulneraciones cometidas tanto por *El Correo* como por *Deia*, ambos con un resultado porcentual del 42% sobre el total. Finalmente, con un resultado considerablemente menor se encuentra *Gara* con un 16% de casos registrados en este tipo de vulneraciones. Con respecto a los ejemplos, empezaré destacando, de forma general, que la inmensa mayoría de vulneraciones vienen marcadas por la incorrecta citación de las fuentes de las que proceden los hechos noticiosos. Es decir: la mayoría de las informaciones recogen acontecimientos de actualidad sin citar en ningún momento la fuente que respalda las afirmaciones que en las mismas se vierten. En otras ocasiones, también se aportan datos o situaciones concretas que están ocurriendo sin expresar de una forma clara su procedencia, pudiendo tratarse de un relato ficticio, ya que el lector en ningún momento conocería la rigurosidad de la fuente y tendría que fiarse única y exclusivamente de la profesionalidad del periodista que está emitiendo dicha información.

En cuanto a los ejemplos de las vulneraciones, cabe destacar que *Deia*, en la página 22 del número publicado el viernes 8 de septiembre de 2017, disponible en Anexo 6, en su pieza informativa de la parte inferior de la página comienza el primer párrafo de la siguiente forma: “Los alcaldes de Catalunya están en el punto de mira de los dos gobiernos, español y catalán”. Una afirmación que en la noticia no se encuentra respaldada por ninguna fuente de información. Por lo tanto, además de no citar correctamente las fuentes informativas vulnera el principio de objetividad, al mezclar información con opinión personal del periodista. Por otro lado, *El Correo* (Anexo 5) en su página 22 del día 8 de septiembre de 2017, afirma que en el Gobierno de España se encuentran “preocupados por las dudas de Ada Colau para que Barcelona coopere en la consulta”. Esta afirmación no se encuentra citada ni respaldada en ningún momento por fuente alguna, por lo que se vulnera el principio ético cuestionado en este apartado.

Finalmente, cabe destacar que el diario *Gara*, en su página 4 del número publicado el día 13 de septiembre del año 2017, disponible en Anexo 7, afirma que la reunión entre Ángel Gozalo, jefe de la Guardia Civil, Sebastián Trapote, jefe la Policía Nacional en Cataluña, Trapero, jefe de los Mossos, y José María Romero de Tejada, fiscal superior de Catalunya, “apenas duró media hora”. La difusión se hace sin citar tampoco ninguna fuente y, consecuentemente, sin acreditar que se está ante una información veraz y que los hechos ocurrieron como se dice.

5.4.5 Sensacionalismo/Amarillismo



Gráfico 8: Sensacionalismo/Amarillismo

El dato más destacado de este octavo y último gráfico del capítulo de resultados es, sin duda alguna, la baja cantidad de vulneraciones sensacionalistas o amarillistas cometidas por el diario *Gara*, con tan solo un 8% sobre el total. *Deia*, por su parte, aparece de manera sobresaliente, hasta alcanzar la primera posición: 51% de las vulneraciones cometidas en este ámbito, es decir, más de la mitad. *El Correo*, con un 41%, ocupa un segundo puesto.

En cuanto a los ejemplos más evidentes sobre el principio que nos ocupa, sobresale, principalmente, el lenguaje belicista utilizado en muchas ocasiones por los tres periódicos, con un abuso de expresiones como “ofensiva”, “desafío”, “ultimátum”, “ruido de sables”, “golpe de estado”, etc. Palabras y frases que encierran una intención y objetivo: causar sensación en el lector.

El Correo, en el Anexo 5, con su portada del día 8 de septiembre de 2017, hace todo un ejercicio de sensacionalismo. Para ello utiliza una fotografía grande de Mariano Rajoy y Pedro Sánchez entrando juntos a La Moncloa, acompañada del siguiente titular: “El estado lanza una ofensiva total contra el desafío independentista”. El ejercicio de sensacionalismo de esta portada es evidente, por un lado, por su lenguaje bélico y, por otro, porque presenta la voluntad del pueblo catalán de ejercer su derecho a la

autodeterminación de una forma pacífica y democrática como si fuera una especie de declaración de guerra y un enfrentamiento directo entre Cataluña y el estado español, que se muestra como una unidad indisoluble ante lo que el titular tilda de “desafío independentista”.

En segundo lugar, se encuentra el primer titular de la página 4 del número publicado por *Gara*, en el Anexo 7, el día 13 de septiembre de 2017, en el que se afirma lo siguiente: “Fiscalía y el TSJC estrechan el cerco sobre las instituciones catalanas”. De nuevo destaca el lenguaje belicista y de enfrentamiento, que tan solo contribuye a caldear el ambiente en la sociedad a través de este tipo de prácticas sensacionalistas. Se trata de mostrar ambas partes como enemigos de guerra, y dependiendo de la afinidad del medio con respecto a las partes que componen el conflicto en Cataluña, se intenta demonizar al adversario político de turno.

En cuanto a las numerosas vulneraciones en este ámbito cometidas por *Deia*, en el Anexo 6, resulta interesante destacar la portada del 13 de septiembre de 2017 en la que aparece Josep Luis Trapero, máximo responsable de los Mossos d'Escuadra, abatido. Junto a él, un titular que afirma lo siguiente: “Los Mossos, en el ojo del huracán”. Esta es sin duda alguna una práctica sensacionalista que hace entender a los lectores que el conflicto en Cataluña se trata de un huracán, es decir, una guerra. Una vez más se impone el relato belicista que busca la alarma social y genera tensión en ambas partes de la sociedad. En definitiva, prácticas sensacionalistas que los periodistas deberían evitar, por responsabilidad social y altura profesional.

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES

La correcta identificación de las fuentes informativas es el principio ético y deontológico que se ha vulnerado con mayor frecuencia en los tres diarios analizados: *El Correo*, *Gara* y *Deia*. En concreto, el total de errores cometidos se eleva a 120. Es evidente, por tanto, que la prensa vasca ha fallado en uno de los pilares esenciales de la ética periodística, ya que la exigencia de citar correctamente las fuentes de información otorga credibilidad y rigurosidad al relato de los hechos.

El Correo es el medio con mayor número de vulneraciones, seguido del diario *Deia* y, en última posición, por el periódico *Gara*. Este dato confirma la cuarta hipótesis formulada, ya que, efectivamente, a mayor afinidad entre medios y temática mayor es el cumplimiento de los códigos éticos de la profesión periodística. En este caso, *El Correo* partía de posiciones contrarias a la autodeterminación de Cataluña, frente a *Deia* y *Gara* ambos diarios nacionalistas vascos con un grado mucho mayor de afinidad con respecto al movimiento independentista catalán.

Los siguientes dos códigos éticos de la profesión periodística que más veces se han vulnerado en esta investigación son la objetividad, con 105 vulneraciones registradas, y la manipulación informativa, con 90 casos hallados. Estos dos principios aluden directamente a la imparcialidad de los periodistas en las informaciones publicadas, lo cual garantiza un relato veraz. Sin embargo, la prensa escrita vasca ha fallado también en este aspecto, cometiendo una cantidad considerable de vulneraciones a la hora de abordar la temática del conflicto en Cataluña.

Esto puede ser debido al servicio ideológico que ofrecen los medios de comunicación, tal y como se indica en la tercera hipótesis planteada en este trabajo, en la cual se afirma que “el servicio ideológico que prestan los medios es causante de la vulneración de aquellos principios deontológicos que dan fundamento al más general de ellos, que es la veracidad”. Así pues, en ningún caso este servicio ideológico debería influir en la imparcialidad de relatar unos hechos o una información por parte de los profesionales de la información, prevaleciendo siempre el principio de veracidad en las informaciones.

Por otro lado, cabe destacar el lenguaje bélico empleado por los tres diarios para abordar el conflicto en Cataluña. Este tipo de actuaciones se encuentran enmarcadas dentro de las vulneraciones cometidas en el ámbito del sensacionalismo, en el que se han cometido 78 en total. Expresiones como “ofensiva total”, “arsenal”, “cerrar filas” o “batalla” se han repetido continuamente a lo largo de las informaciones, lo que podría calificarse como un error por parte de la prensa vasca. En defensa de esta afirmación está el hecho de que la practica totalidad de Códigos Deontológicos mantienen la idea común de que en los conflictos hay que tratar de suavizar el lenguaje y no generar crispación. Estas expresiones sensacionalistas tan solo generan más tensión social y división.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN FUTURA:

Finalmente, como línea de investigación futura, sería interesante indagar en otros dos aspectos: el tratamiento deontológico de la prensa catalana hacia el conocido como “Plan Ibarretxe”, y el tratamiento de los principales periódicos de prensa española hacia ambos casos. A través de esta fórmula se podría establecer un triángulo de investigación en el cual se compare, desde un punto de vista deontológico, la cobertura llevada a cabo entre los tres territorios implicados sobre dos casos similares en los que dos de las nacionalidades reconocidas en la constitución han intentado llevar a cabo un proceso democrático de autodeterminación.

CAPÍTULO 7. BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

7.1 Bibliografía

Alsius, Salvador (2010). *La ética informativa vista por los ciudadanos: contraste de opiniones entre los periodistas y el público*. Barcelona: Editorial UOC.

Analysis by Country : Europe (2018). *Reuters Institute Digital News Report* [En línea] Section 3. Disponible en : http://www.medialiitto.fi/files/4493/Reuters_Institute_Digital_News_Report_2018.pdf [Recuperado el : 02/05/2019].

Arias Sandoval, Leonel (2009) “La identidad nacional en tiempos de globalización” *Revista Electrónica Educare* [En línea] Vol. XIII, N.º 2, 7-16, disponible en: [file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet/LaIdentidadNacionalEnTiemposDeGlobalizacion-4781049%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet/LaIdentidadNacionalEnTiemposDeGlobalizacion-4781049%20(1).pdf) [Recuperado el: 06/05/2019].

Barroso Asenjo, Porfirio (2011) “Códigos de deontología periodística: análisis comparativo”. *Revista de Ciencias Sociales y Humanas Universita* [En línea]. Disponible en: [file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-CodigosDeDeontologiaPeriodistica-5968513%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-CodigosDeDeontologiaPeriodistica-5968513%20(5).pdf) [Recuperado el: 07/05/2019].

Berganza Conde, M^a Rosa; Oller Alonso, Martín; Meier, Katrin (2010) “Los roles periodísticos y la objetividad en el periodismo político escrito suizo y español”. *Revista Latina de Comunicación Social* [En línea]. Disponible en: www.redalyc.org/articulo.oa?id=81915723036 [Recuperado el: 11/05/2019].

Casero, Andreu. “El control político de la información periodística”. *Revista Latina de Comunicación Social*. [En línea] N.º 64, 354-366, disponible en: http://www.revistalatinacs.org/09/art/29_828_47_ULEPICC_08/Andreu_Casero.html [Consultado el: 24/04/2019].

Coca, César (1997). “Códigos Éticos y Deontológicos en el Periodismo Español”. *Revista ZER*. [En línea] Vol.2 N.º2, disponible en: <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/17349/15136> [Consultado el: 02/04/2019].

Código Deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña (2016) *Web corporativa del CPC* [En línea] Disponible en: <https://www.periodistes.cat/codi-deontologic> [Recuperado el: 05/05/2019].

Código Deontológico de la Federación (2017). *Art. 24 FAPE* [En línea] Disponible en: <http://fape.es/home/codigo-deontologico/> [Recuperado el: 02/05/2019].

Dorronsoro, Mikel; Herbosa, Alfredo; Orive, Yolanda (1998) *Historia de España y del País Vasco*. Leioa: Universidad del País Vasco.

Estatutos del Colegio Vasco de Periodistas (2012) *Boletín Oficial de Euskadi* [En línea] N.º132 Disponible en: <https://www.euskadi.eus/r47bopvapps/es/p43aBOPVWebWar/VerParalelo.do?cd2012003070> [Recuperado el: 05/05/2019].

EuskoBarometro (2018: Bloque IV. 35-36). Disponible en : <https://www.ehu.es/documents/1457190/1525260/EB+2018+octubre.pdf/5f41df21-4582-5522-74e3-7433ba0e6e1a> [Consultado el : 01/04/2019].

Federación de Asociaciones de Periodistas de España (2019). *Página web corporativa* [En línea] Disponible en: <http://fape.es/> [Recuperado el: 02/05/2019].

Giró, Xabier (2012) “Periódicos y construcción nacional”. *Revista Zer* [En línea] Disponible en: www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/viewFile/6046/5728 [Recuperado el: 07/05/2019].

Gómez Font, Alberto (2008) “Los libros y manuales de estilo”. *Dialnet* [En línea] 505-511, disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2774281> [Recuperado el: 08/05/2019].

Javato González, Víctor Manuel (2011) “ETA. Origen e ideología” *Ab-Initio* [En línea] Núm. 3, 143-163, disponible en: www.ab-inicio.es [Recuperado el: 05/05/2019].

Krippendorff, Klaus (1990) *Metodología de análisis de contenido* [En línea] Barcelona: Editorial Paidós, disponible en Google Libros: <https://books.google.es/books?id=LLxY6i9P5S0C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false> [Recuperado el: 19/05/2019].

Ley 17/2012, de 28 de junio, de Creación del Colegio Vasco de Periodistas. (2012) *Boletín Oficial del Estado* [En línea] N.º 172, Sec-1 pág. 51788. Disponible en: <https://www.boe.es/boe/dias/2012/07/19/pdfs/BOE-A-2012-9667.pdf> [Recuperado el: 05/05/2019].

Martínez de Sousa, José (2015) *Libro de estilo Vocento*. Gijón: Ediciones Trea

Matsa, Katerina Eva (2018). *Research Center* [En línea] Disponible en: <https://www.journalism.org/2018/05/14/in-western-europe-public-attitudes-toward-news-media-more-divided-by-populist-views-than-left-right-ideology/> [Recuperado el : 02/05/2019].

Medina Hernández, Ileana (1999) “Moda, sensacionalismo y agenda setting” *Revista Latina de Comunicación Social*. N.º 20, disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1213845> [Recuperado el: 11/05/2019].

Palau-Sampio, Dolors; Gutiérrez-Lozano, JF; Gómez-Mompart, J. (2016). “Ombudsman y lectores activos. La interacción en torno a la calidad periodística”. *Revista Latina de Comunicación Social*. [En línea] N.º 71, 1.344 - 1.364, disponible en: <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1149/69es.html> DOI: [10.4185/RLCS-2016-1149](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1149) [Recuperado el: 02/05/2019].

Principios Internacionales de Ética Profesional en el Periodismo (1983). *UNESCO* [En línea]. Disponible en *Dialnet*: <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-PrincipiosInternacionalesDeEticaProfesionalEnElPer-5791502.pdf> [Recuperado el: 11/05/2019].

Real Academia Española (2014) Término *sensacionalismo* [En línea] Disponible en: <https://dle.rae.es/?id=Xa2rTCO> [Recuperado el: 11/05/2019].

Rodríguez, Ana; Enguix, Alicia; Rojas, José Luis; García, María del Mar (2015) La calidad de los medios y el uso de fuentes periodísticas en la prensa local de referencia en España. *Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico* [En línea] Vol.21 N.º Especial noviembre: Periodismo e información de calidad, disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/50659> [Recuperado el: 11/05/2019].

Ruiz Ortiz, Miguel Ángel (2011) “La organización territorial de España a lo largo de la historia” *Dialnet* [En línea] N.º 185, disponible en: [file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet/LaOrganizacionTerritorialDeEspañaALoLargoDeLaHisto-5168478%20\(8\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet/LaOrganizacionTerritorialDeEspañaALoLargoDeLaHisto-5168478%20(8).pdf) [Recuperado el: 05/05/2019].

Sánchez Aranda, José Javier; Rodríguez Andrés, R. (1999). “Professionalism and Ethics: The Case of Spanish Journalist”. *Communication and Society*. [En línea] N.º 12, 93-114, disponible en: https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=133 [Recuperado el: 01/05/2019].

Serrano Moreno, Juan (2017). *Ética del Periodismo Español: las 100 primeras resoluciones de la Comisión de Arbitraje, quejas y deontología de la FAPE*. Madrid: Editorial Fragua.

Sinova, Justino (2006) *La censura de la prensa durante el franquismo*. Barcelona: Editorial Debolsillo.

Zabaleta, Iñaki (1997) *Komunikazioaren ikerkuntzarako metodologia*. Bilbao: Udako Euskal Unibertsitatea.

Zalbidea Bengoa, Begoña; Pérez Fuentes, Juan Carlos; López Pérez, Susana; Urrutia Izaguirre, Santiago (2010). “Importancia, utilidad y conocimiento de los códigos éticos del periodismo en Euskadi”. *Vivat Academia*. [En línea] N.º 113, disponible en: <http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n113/DATOSS.htm> [Recuperado el 01/05/2019].

7.2 Anexos

Anexo 1

RESULTADOS DIARIO EL CORREO

PIEZA	MEDIO	FECHA	PÁGINA	ESPACIOS	OBTETIVIDAD	EXACTITUD/PRECISIÓN	MANIPULACIÓN	IDENTIFICACIÓN FUENTES	SENSACIONALISMO	TOTAL
1	EL CORREO	8/9/17	Portada	3/4 de portada	1	0	0	0	1	2
2	EL CORREO	8/9/17	22	Completa	1	2	2	5	3	13
3	EL CORREO	8/9/17	23	Completa	1	0	0	3	1	5
4	EL CORREO	8/9/17	24	Completa	1	0	0	1	2	4
5	EL CORREO	8/9/17	25	3/4 de página	1	0	1	1	1	4
6	EL CORREO	8/9/17	26	3/4 de página	1	2	0	1	0	4
7	EL CORREO	8/9/17	27	Completa	1	1	3	4	0	9
8	EL CORREO	8/9/17	28	Completa	1	0	1	0	3	5
9	EL CORREO	9/9/17	Portada	1/2 de portada	1	0	1	0	0	2
10	EL CORREO	9/9/17	20	Completa	1	1	0	1	0	3
11	EL CORREO	9/9/17	21	3/4 de página	1	1	3	2	0	7
12	EL CORREO	9/9/17	22	Completa	1	0	0	0	2	3
13	EL CORREO	9/9/17	23	Completa	1	0	0	0	2	3
14	EL CORREO	9/9/17	24	3/4 de página	1	0	1	0	2	4
15	EL CORREO	10/9/17	Portada	1/2 de portada	1	0	0	0	0	1
16	EL CORREO	10/9/17	26	Completa	1	0	1	0	0	2
17	EL CORREO	10/9/17	27	Completa	1	0	0	0	0	1
18	EL CORREO	10/9/17	28	Completa	1	1	1	3	1	7
19	EL CORREO	10/9/17	29	3/4 de página	1	0	1	1	0	3
20	EL CORREO	10/9/17	30	Completa	1	1	0	4	0	6
21	EL CORREO	10/9/17	36	Completa	1	1	0	2	0	4
22	EL CORREO	11/9/17	Portada	1/4 de portada	1	0	2	0	0	3
23	EL CORREO	11/9/17	20	Completa	1	0	4	1	1	7
24	EL CORREO	11/9/17	21	3/4 de página	1	0	3	2	0	6
25	EL CORREO	11/9/17	22	Completa	1	0	0	1	0	2
26	EL CORREO	12/9/17	Portada	3/4 de portada	1	0	0	1	0	2
27	EL CORREO	12/9/17	20	Completa	1	0	3	1	0	5
28	EL CORREO	12/9/17	21	Completa	1	0	0	2	0	3
29	EL CORREO	12/9/17	22	Completa	1	0	1	1	0	3
30	EL CORREO	12/9/17	23	3/4 de página	1	0	1	0	2	4
31	EL CORREO	12/9/17	24	Completa	1	0	2	2	2	7
32	EL CORREO	12/9/17	25	1/2 de página	1	0	1	0	0	2
33	EL CORREO	12/9/17	26	Completa	1	0	0	0	0	1
34	EL CORREO	13/9/17	Portada	1/2 de portada	1	0	1	0	1	3
35	EL CORREO	13/9/17	22	Completa	0	2	0	2	0	4
36	EL CORREO	13/9/17	23	3/4 de página	1	1	2	0	0	4
37	EL CORREO	13/9/17	24	Completa	3	0	0	1	2	6
38	EL CORREO	13/9/17	25	3/4 de página	1	3	0	1	1	6
39	EL CORREO	13/9/17	26	1/4 de portada	1	0	3	2	3	9
40	EL CORREO	14/9/17	Portada	1/4 de portada	1	1	1	0	0	3
41	EL CORREO	14/9/17	22	Completa	1	0	3	2	1	7
42	EL CORREO	14/9/17	23	3/4 de página	1	0	1	1	1	4
43	EL CORREO	14/9/17	24	Completa	1	0	4	1	0	6
44	EL CORREO	14/9/17	26	Completa	1	0	0	0	0	1
		TOTALES	44 Páginas	C:25 - 1/2:4 - 1/4:3 - 3/4:12	45	17	47	49	32	190

Anexo 2

RESULTADOS DIARIO DEIA

PIEZA	MEDIO	FECHA	PÁGINA	ESPACIOS	OBTETIVIDAD	EXACTITUD/PRECISIÓN	MANIPULACIÓN	IDENTIFICACIÓN FUENTES	SENSACIONALISMO	TOTAL	
76	DEIA	8/9/17	Portada	1/4 de portada	0	0	1	1	1	3	
77	DEIA	8/9/17	22	Completa	1	0	0	2	2	5	
78	DEIA	8/9/17	23	Completa	0	2	1	2	0	5	
79	DEIA	8/9/17	24	Completa	1	1	0	0	1	3	
80	DEIA	8/9/17	25	Completa	1	0	0	0	0	1	
81	DEIA	8/9/17	26	Completa	1	1	1	1	1	5	
82	DEIA	8/9/17	27	3/4 de página	1	0	1	1	1	4	
83	DEIA	9/9/17	Portada	1/2 de portada	1	1	0	0	0	2	
84	DEIA	9/9/17	22	Completa	0	0	1	1	1	3	
85	DEIA	9/9/17	23	Completa	1	0	0	1	2	4	
86	DEIA	9/9/17	24	3/4 de página	1	1	0	0	1	3	
87	DEIA	9/9/17	25	Completa	1	0	0	1	0	2	
88	DEIA	9/9/17	26	Completa	1	1	0	1	0	3	
89	DEIA	9/9/17	27	Completa	0	1	1	2	0	4	
90	DEIA	9/9/17	28	Completa	1	0	1	1	0	3	
91	DEIA	10/9/17	Portada	1/4 de página	0	0	0	1	0	1	
92	DEIA	10/9/17	31	3/4 de página	1	0	0	1	0	2	
93	DEIA	10/9/17	32	1/2 de página	1	1	0	1	0	3	
94	DEIA	10/9/17	33	3/4 de página	1	1	0	1	1	4	
95	DEIA	10/9/17	35	Completa	1	1	1	2	1	6	
96	DEIA	10/9/17	36	Completa	1	0	0	3	1	5	
97	DEIA	10/9/17	37	1/4 de portada	1	0	1	1	3	6	
98	DEIA	11/9/17	Portada	Completa	1	0	1	1	0	3	
99	DEIA	11/9/17	18	Completa	1	1	2	1	0	5	
10	DEIA	11/9/17	19	Completa	0	0	0	1	0	1	
101	DEIA	11/9/17	20	3/4 de página	1	0	1	1	1	4	
102	DEIA	11/9/17	21	Completa	1	0	1	2	0	4	
103	DEIA	12/9/17	Portada	3/4 de portada	0	1	1	0	1	3	
104	DEIA	12/9/17	20	Completa	1	1	1	0	1	4	
105	DEIA	12/9/17	21	Completa	1	0	0	1	1	3	
106	DEIA	12/9/17	22	Completa	1	0	1	2	0	4	
107	DEIA	12/9/17	23	Completa	1	0	0	2	2	5	
108	DEIA	12/9/17	24	Completa	2	0	0	1	0	3	
109	DEIA	12/9/17	25	Completa	1	0	0	1	1	3	
110	DEIA	13/9/17	Portada	1/4 de página	0	0	1	1	1	3	
111	DEIA	13/9/17	18	Completa	1	0	1	3	3	8	
112	DEIA	13/9/17	19	3/4 de página	1	0	1	2	2	6	
113	DEIA	13/9/17	20	Completa	0	1	0	1	1	3	
114	DEIA	13/9/17	21	3/4 de página	1	0	1	1	0	3	
115	DEIA	14/9/17	Portada	1/4 de página	1	0	1	1	1	4	
116	DEIA	14/9/17	22	Completa	2	1	1	2	5	11	
117	DEIA	14/9/17	23	Completa	0	0	1	1	1	3	
118	DEIA	14/9/17	24	Completa	1	0	0	1	2	4	
119	DEIA	14/9/17	27	3/4 de página	1	0	0	2	1	4	
				C:28 - 1/2:2 -							
			TOTALES	44 Páginas	1/4:3 - 3/4:8	36	16	24	52	40	168

ANEXO 3

RESULTADOS DIARIO GARA

PIEZA	MEDIO	FECHA	PÁGINA	ESPACIOS	OBTETIVIDAD	EXACTITUD/PRECISIÓN	MANIPULACIÓN	IDENTIFICACIÓN FUENTES	SENSACIONALISMO	TOTAL
45	GARA	8/9/17	Portada	1/4 de portada	1	0	1	0	0	2
46	GARA	8/9/17	2	Completa	2	0	1	1	0	4
47	GARA	8/9/17	3	Completa	1	0	1	0	0	2
48	GARA	8/9/17	4	Completa	1	0	1	1	1	4
49	GARA	8/9/17	5	Completa	2	0	0	0	0	2
50	GARA	9/9/17	Portada	1/4 de portada	1	0	0	0	1	2
51	GARA	9/9/17	2	Completa	1	0	2	1	0	4
52	GARA	9/9/17	3	Completa	0	1	0	1	0	2
53	GARA	9/9/17	4	Completa	0	0	1	0	1	2
54	GARA	10/9/17	Portada	1/2 de portada	1	0	1	0	1	3
55	GARA	10/9/17	2	Completa	1	0	1	0	0	2
56	GARA	10/9/17	3	3/4 de página	1	0	0	1	0	2
57	GARA	10/9/17	4	Completa	1	0	0	0	1	2
58	GARA	11/9/17	Portada	1/4 de portada	1	1	0	1	0	3
59	GARA	11/9/17	6	Completa	0	1	1	1	0	3
60	GARA	11/9/17	7	Completa	1	0	0	1	0	2
61	GARA	12/9/17	Portada	3/4 de portada	1	0	1	1	0	3
62	GARA	12/9/17	2	Completa	1	1	1	1	1	5
63	GARA	12/9/17	3	Completa	0	1	0	1	0	2
64	GARA	12/9/17	4	Completa	0	1	0	1	0	2
65	GARA	12/9/17	5	Completa	0	1	0	1	0	2
66	GARA	12/9/17	7	Completa	0	1	0	1	0	2
67	GARA	12/9/17	8	Completa	0	1	0	1	0	2
68	GARA	13/9/17	Portada	3/4 de portada	1	1	1	0	0	3
69	GARA	13/9/17	4	Completa	1	1	1	0	0	3
70	GARA	13/9/17	5	Completa	1	1	1	0	0	3
71	GARA	13/9/17	6	Completa	1	1	1	0	0	3
72	GARA	14/9/17	Portada	3/4 de portada	1	1	1	2	0	5
73	GARA	14/9/17	2	Completa	1	1	1	0	0	3
74	GARA	14/9/17	3	Completa	1	1	1	2	0	5
		TOTALES	30 Páginas	C:22 - 1/2:1 - 1/4:3 -	24	16	19	19	6	84

ANEXO 4. RESULTADOS TOTALES

PIEZA	MEDIO	FECHA	PÁGINA	ESPACIOS	OBTETIVIDAD	EXACTITUD/PRECISIÓN	MANIPULACIÓN	IDENTIFICACIÓN FUENTES	SENSACIONALISMO	TOTAL
1	EL CORREO	8/9/17	Portada	3/4 de portada	1	0	0	0	1	2
2	EL CORREO	8/9/17	22	Completa	1	2	2	5	3	13
3	EL CORREO	8/9/17	23	Completa	1	0	0	3	1	5
4	EL CORREO	8/9/17	24	Completa	1	0	0	1	2	4
5	EL CORREO	8/9/17	25	3/4 de página	1	0	1	1	1	4
6	EL CORREO	8/9/17	26	3/4 de página	1	2	0	1	0	4
7	EL CORREO	8/9/17	27	Completa	1	1	3	4	0	9
8	EL CORREO	8/9/17	28	Completa	1	0	1	0	3	5
9	EL CORREO	9/9/17	Portada	1/2 de portada	1	0	1	0	0	2
10	EL CORREO	9/9/17	20	Completa	1	1	0	1	0	3
11	EL CORREO	9/9/17	21	3/4 de página	1	1	3	2	0	7
12	EL CORREO	9/9/17	22	Completa	1	0	0	0	2	3
13	EL CORREO	9/9/17	23	Completa	1	0	0	0	2	3
14	EL CORREO	9/9/17	24	3/4 de página	1	0	1	0	2	4
15	EL CORREO	10/9/17	Portada	1/2 de portada	1	0	0	0	0	1
16	EL CORREO	10/9/17	26	Completa	1	0	1	0	0	2
17	EL CORREO	10/9/17	27	Completa	1	0	0	0	0	1
18	EL CORREO	10/9/17	28	Completa	1	1	1	3	1	7
19	EL CORREO	10/9/17	29	3/4 de página	1	0	1	1	0	3
20	EL CORREO	10/9/17	30	Completa	1	1	0	4	0	6
21	EL CORREO	10/9/17	36	Completa	1	1	0	2	0	4
22	EL CORREO	11/9/17	Portada	1/4 de portada	1	0	2	0	0	3
23	EL CORREO	11/9/17	20	Completa	1	0	4	1	1	7
24	EL CORREO	11/9/17	21	3/4 de página	1	0	3	2	0	6
25	EL CORREO	11/9/17	22	Completa	1	0	0	1	0	2
26	EL CORREO	12/9/17	Portada	3/4 de portada	1	0	0	1	0	2
27	EL CORREO	12/9/17	20	Completa	1	0	3	1	0	5
28	EL CORREO	12/9/17	21	Completa	1	0	0	2	0	3
29	EL CORREO	12/9/17	22	Completa	1	0	1	1	0	3
30	EL CORREO	12/9/17	23	3/4 de página	1	0	1	0	2	4
31	EL CORREO	12/9/17	24	Completa	1	0	2	2	2	7

32	EL CORREO	12/9/17	25	1/2 de página	1	0	1	0	0	2
33	EL CORREO	12/9/17	26	Completa	1	0	0	0	0	1
34	EL CORREO	13/9/17	Portada	1/2 de portada	1	0	1	0	1	3
35	EL CORREO	13/9/17	22	Completa	0	2	0	2	0	4
36	EL CORREO	13/9/17	23	3/4 de página	1	1	2	0	0	4
37	EL CORREO	13/9/17	24	Completa	3	0	0	1	2	6
38	EL CORREO	13/9/17	25	3/4 de página	1	3	0	1	1	6
39	EL CORREO	13/9/17	26	1/4 de portada	1	0	3	2	3	9
40	EL CORREO	14/9/17	Portada	1/4 de portada	1	1	1	0	0	3
41	EL CORREO	14/9/17	22	Completa	1	0	3	2	1	7
42	EL CORREO	14/9/17	23	3/4 de página	1	0	1	1	1	4
43	EL CORREO	14/9/17	24	Completa	1	0	4	1	0	6
44	EL CORREO	14/9/17	26	Completa	1	0	0	0	0	1
TOTALES			44 Páginas	C:25 - 1/2:4 - 1/4:3 - 3/4:12	45	17	47	49	32	190

PIEZA	MEDIO	FECHA	PÁGINA	ESPACIOS	OBTETIVIDAD	EXACTITUD/PRECISIÓN	MANIPULACIÓN	IDENTIFICACIÓN FUENTES	SENSACIONALISMO	TOTAL
45	GARA	8/9/17	Portada	1/4 de portada	1	0	1	0	0	2
46	GARA	8/9/17	2	Completa	2	0	1	1	0	4
47	GARA	8/9/17	3	Completa	1	0	1	0	0	2
48	GARA	8/9/17	4	Completa	1	0	1	1	1	4
49	GARA	8/9/17	5	Completa	2	0	0	0	0	2
50	GARA	9/9/17	Portada	1/4 de portada	1	0	0	0	1	2
51	GARA	9/9/17	2	Completa	1	0	2	1	0	4
52	GARA	9/9/17	3	Completa	0	1	0	1	0	2
53	GARA	9/9/17	4	Completa	0	0	1	0	1	2
54	GARA	10/9/17	Portada	1/2 de portada	1	0	1	0	1	3
55	GARA	10/9/17	2	Completa	1	0	1	0	0	2
56	GARA	10/9/17	3	3/4 de página	1	0	0	1	0	2
57	GARA	10/9/17	4	Completa	1	0	0	0	1	2
58	GARA	11/9/17	Portada	1/4 de portada	1	1	0	1	0	3
59	GARA	11/9/17	6	Completa	0	1	1	1	0	3
60	GARA	11/9/17	7	Completa	1	0	0	1	0	2
61	GARA	12/9/17	Portada	3/4 de portada	1	0	1	1	0	3
62	GARA	12/9/17	2	Completa	1	1	1	1	1	5
63	GARA	12/9/17	3	Completa	0	1	0	1	0	2
64	GARA	12/9/17	4	Completa	0	1	0	1	0	2
65	GARA	12/9/17	5	Completa	0	1	0	1	0	2
66	GARA	12/9/17	7	Completa	0	1	0	1	0	2
67	GARA	12/9/17	8	Completa	0	1	0	1	0	2
68	GARA	13/9/17	Portada	3/4 de portada	1	1	1	0	0	3
69	GARA	13/9/17	4	Completa	1	1	1	0	0	3
70	GARA	13/9/17	5	Completa	1	1	1	0	0	3
71	GARA	13/9/17	6	Completa	1	1	1	0	0	3
72	GARA	14/9/17	Portada	3/4 de portada	1	1	1	2	0	5
73	GARA	14/9/17	2	Completa	1	1	1	0	0	3
74	GARA	14/9/17	3	Completa	1	1	1	2	0	5
		TOTALES	30 Páginas	C:22 - 1/2:1 - 1/4:3 - 3/4:4	24	16	19	19	6	84

PIEZA	MEDIO	FECHA	PÁGINA	ESPACIOS	OBTETIVIDAD	EXACTITUD/PRECISIÓN	MANIPULACIÓN	IDENTIFICACIÓN FUENTES	SENSACIONALISMO	TOTAL
75	DEIA	8/9/17	Portada	1/4 de portada	0	0	1	1	1	3
76	DEIA	8/9/17	22	Completa	1	0	0	2	2	5
77	DEIA	8/9/17	23	Completa	0	2	1	2	0	5
78	DEIA	8/9/17	24	Completa	1	1	0	0	1	3
79	DEIA	8/9/17	25	Completa	1	0	0	0	0	1
80	DEIA	8/9/17	26	Completa	1	1	1	1	1	5
81	DEIA	8/9/17	27	3/4 de página	1	0	1	1	1	4
82	DEIA	9/9/17	Portada	1/2 de portada	1	1	0	0	0	2
83	DEIA	9/9/17	22	Completa	0	0	1	1	1	3
84	DEIA	9/9/17	23	Completa	1	0	0	1	2	4
85	DEIA	9/9/17	24	3/4 de página	1	1	0	0	1	3
86	DEIA	9/9/17	25	Completa	1	0	0	1	0	2
87	DEIA	9/9/17	26	Completa	1	1	0	1	0	3
88	DEIA	9/9/17	27	Completa	0	1	1	2	0	4
89	DEIA	9/9/17	28	Completa	1	0	1	1	0	3
90	DEIA	10/9/17	Portada	1/4 de página	0	0	0	1	0	1
91	DEIA	10/9/17	31	3/4 de página	1	0	0	1	0	2
92	DEIA	10/9/17	32	1/2 de página	1	1	0	1	0	3
93	DEIA	10/9/17	33	3/4 de página	1	1	0	1	1	4
94	DEIA	10/9/17	35	Completa	1	1	1	2	1	6
95	DEIA	10/9/17	36	Completa	1	0	0	3	1	5
96	DEIA	10/9/17	37	1/4 de portada	1	0	1	1	3	6
97	DEIA	11/9/17	Portada	Completa	1	0	1	1	0	3
98	DEIA	11/9/17	18	Completa	1	1	2	1	0	5
99	DEIA	11/9/17	19	Completa	0	0	0	1	0	1
100	DEIA	11/9/17	20	3/4 de página	1	0	1	1	1	4
101	DEIA	11/9/17	21	Completa	1	0	1	2	0	4
102	DEIA	12/9/17	Portada	3/4 de portada	0	1	1	0	1	3
103	DEIA	12/9/17	20	Completa	1	1	1	0	1	4
104	DEIA	12/9/17	21	Completa	1	0	0	1	1	3
105	DEIA	12/9/17	22	Completa	1	0	1	2	0	4
106	DEIA	12/9/17	23	Completa	1	0	0	2	2	5

107	DEIA	12/9/17	24	Completa	2	0	0	1	0	3
108	DEIA	12/9/17	25	Completa	1	0	0	1	1	3
109	DEIA	13/9/17	Portada	1/4 de página	0	0	1	1	1	3
110	DEIA	13/9/17	18	Completa	1	0	1	3	3	8
111	DEIA	13/9/17	19	3/4 de página	1	0	1	2	2	6
112	DEIA	13/9/17	20	Completa	0	1	0	1	1	3
113	DEIA	13/9/17	21	3/4 de página	1	0	1	1	0	3
114	DEIA	14/9/17	Portada	1/4 de página	1	0	1	1	1	4
115	DEIA	14/9/17	22	Completa	2	1	1	2	5	11
116	DEIA	14/9/17	23	Completa	0	0	1	1	1	3
117	DEIA	14/9/17	24	Completa	1	0	0	1	2	4
118	DEIA	14/9/17	27	3/4 de página	1	0	0	2	1	4
TOTALES			44 Páginas	C:28 - 1/2:2 - 1/4:3 - 3/4:8	36	16	24	52	40	168