



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

La vuelta a los medios del caso de Madeleine
McCann. Análisis del tratamiento informativo en
los magazines televisados *Espejo Público* y *El
Programa de Ana Rosa*

Sarah Manzaneque Alvarado

Tutora: Salomé Berrocal Gonzalo

Departamento de Historia Moderna,
Contemporánea y de América y Periodismo

CURSO 2022-2023

Autora:

Sarah Manzaneque Alvarado

Tutora:

Salomé Berrocal Gonzalo

Resumen:

Esta investigación plantea el estudio de la cobertura mediática que los magazines televisivos, *El Programa de Ana Rosa* y *Espejo Público*, otorgaron a las declaraciones de la joven polaca Julia Faustyna, que aseguraba ser Madeleine McCann, una niña desaparecida en 2007. El objetivo del trabajo es examinar el tratamiento informativo concedido a las afirmaciones de Julia Faustyna durante los días 20, 21 y 22 de febrero de 2023, para ver si estos programas utilizaron técnicas vinculadas al sensacionalismo. El método de trabajo utilizado es el de análisis de contenido aplicado a las emisiones que conforman la muestra. Los resultados avanzan que ambos programas a la hora de referirse a esta noticia, lo hicieron desde un enfoque sensacionalista y con características propias de la espectacularización informativa. Además, el planteamiento de la información que se realizó fue, en ocasiones, con un formato de juicio paralelo, induciendo desde los medios a dudar de las aseveraciones de Julia Faustyna.

Palabras clave: Julia Faustyna, sensacionalismo, *El Programa de Ana Rosa*, *Espejo Público*, Madeleine McCann.

Author:

Sarah Manzaneque Alvarado

Tutor:

Salomé Berrocal Gonzalo

Abstract:

This research presents the study of the media coverage provided by the television magazines *El Programa de Ana Rosa* y *Espejo Público* to the statements of the Polish young woman Julia Faustyna, who claimed to be Madeleine McCann, a child who went missing in 2007. The objective of the work is to examine the news treatment given to Julia Faustyna's claims during the days of February 20th, 21st and 22nd 2023, to determine if these programs used techniques related to sensationalism. The methodology used is content analysis applied to the broadcast episodes that make up the sample. The results indicate that both programas, when referring to this news, did so from a sensationalist approach with characteristics of news sensationalization. Furthermore, the presentation of the information was, at times, in the format of a parallel trial, which led the media to cast doubt on Julia Faustyna's assertions.

Keywords: Julia Faustyna, sensationalism, *El Programa de Ana Rosa*, *Espejo Público*, Madeleine McCann.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1 Justificación.....	5
1.2 Importancia académica.....	5
1.3 Importancia social.....	5
1.4 Objetivos e hipótesis.....	6
1.5 Estado de la cuestión.....	6
1.5.1 Contextualización del caso	7
1.5.2 El sensacionalismo en los medios de comunicación	7
1.5.3 El fenómeno del infoentretenimiento.....	8
1.5.4 Los efectos de los medios de comunicación.....	9
1.5.4.1 La teoría del cultivo	9
1.5.4.2 La teoría de la agenda y el <i>framing</i>	10
2. METODOLOGÍA.....	11
2.1 Muestra y periodo de análisis.....	11
2.2 Elección de los programas.....	11
2.3 Datos de registro de los programas.....	12
2.4 Método de análisis.....	14
2.4.1 Variables estadísticas	14
2.4.2 Plantillas de codificación	17
3. RESULTADOS.....	19
3.1 Análisis de las características del infoentretenimiento utilizadas en <i>Espejo Público</i>	19
3.2 Análisis de las características del infoentretenimiento utilizadas en <i>El Programa de Ana Rosa</i>	26
4. CONCLUSIONES.....	32
5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	33

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

El 3 de mayo de 2007, tuvo lugar en la región del Algarve, en Portugal, la desaparición de Madeleine McCann, una niña de nacionalidad inglesa de tan solo tres años de edad. Hasta junio de 2023, su paradero seguía siendo desconocido. En los últimos 16 años, este caso ha generado una gran expectación, con medios de comunicación de todo el mundo informando sobre la evolución de la investigación, sobre todo durante los primeros años de la búsqueda.

A lo largo de estos 16 años, se han llevado a cabo numerosas investigaciones en las que se han considerado múltiples sospechosos y se han reportado supuestos avistamientos de la niña en diversos países. El 18 de febrero de 2023, una joven polaca llamada Julia Faustyna publicó en sus redes sociales que su identidad podría coincidir con la de la pequeña Madeleine, generando una gran expectación en torno a la investigación.

La consistencia en sus afirmaciones sobre su posible conexión con la niña desaparecida atrajo la atención de los medios de comunicación, convirtiéndose en una primicia destacada, y generando esperanzas en un posible cierre positivo de la desaparición de “Maddie.” El lunes 20 de febrero, los programas de televisión *El Programa de Ana Rosa* y *Espejo Público*, comenzaron a emitir información relacionada con la noticia, generando así un gran interés en la opinión pública. Por ello, el presente trabajo busca determinar si los citados programas utilizaron características propias de las noticias serias (*hard news*) o le dieron un enfoque más frívolo (*soft news*) incluso próximo al sensacionalismo.

1.2 Importancia académica

Desde un punto de vista académico, y en el contexto del periodismo y la comunicación social, resulta fundamental adquirir saberes acerca de los mecanismos empleados por el medio televisivo con el fin de captar espectadores y consolidarse en la sociedad como un medio ampliamente popular y de gran audiencia. Este instrumento informativo se caracteriza por su capacidad de crear iconos sociales en el imaginario colectivo. (Gilovich, 1993; Searle, 1997; Berger & Luckmann, 2003; March & Prieto, 2006; De-Casas, Maraver & Aguaded, 2016).

Dado que este medio posiciona a la imagen como su principal herramienta distintiva, resulta necesario estudiar cómo ésta capta la atención del espectador. Esta relación de dependencia convierte a la imagen en el “eje central de la información, siendo más atractiva no en cuanto a su contenido informativo sino por ella misma, por su condición de imagen” (Luzón y Ferrer, 2007, p.270).

La manipulación de los propios recursos visuales, en conjunto con elementos connotativos tales como el exceso de declaraciones subjetivas u opiniones y la focalización en una primicia personalizada, generan un enfoque espectacularizado popularmente conocido como sensacionalismo, en el que predomina el morbo y la intimidad. A pesar de que este fenómeno causa polémica y es comentado en numerosos contextos, en España son escasas las publicaciones académicas que lo analizan, de modo que apenas existen datos que determinen cuál es la fase del proceso productivo de información en la que se origina el sensacionalismo. (Redondo, 2011).

1.3 Importancia social

En el ámbito televisivo, la tendencia a la espectacularización por medio de la imagen no solo se observa en los contenidos que informan a la sociedad sobre eventos cotidianos. Cuando

tiene lugar un suceso poco común con potencial suficiente para generar alta audiencia por sí mismo, las cadenas de televisión tienden a abusar de esta situación al resaltar los detalles más sensacionalistas e impactantes.

En casos como la desaparición de una persona, este medio se encarga de divulgar los aspectos más íntimos del caso, lo que conlleva una dramatización excesiva y un notable abuso del sensacionalismo. Como resultado, suele desembocar en la creación de un juicio paralelo que afecta e impacta a la sociedad y convierte al público en testigo directo de una tragedia. En consecuencia, la audiencia también percibe las emociones que acompañan este suceso y las experimentan en la evolución de un juicio mediático, cuya definición está vinculada al “seguimiento publicitado de un hecho aparentemente delictivo, realizado por la prensa al margen del cauce institucional” (Leturia, 2017, p.23).

1.4 Objetivos e hipótesis

El objetivo general de esta investigación consiste en analizar el tratamiento informativo que recibió el caso de la desaparición de Madeleine McCann por parte de los magazines televisivos *El Programa de Ana Rosa* y *Espejo Público*, tras una de las últimas novedades surgidas en el contexto del suceso: la aparición en los medios de una joven, Julia Faustyna, afirmando ser la niña británica desaparecida en 2007. A raíz de ello, se plantean los siguientes objetivos específicos.

O1. Estudiar si el tratamiento que recibió el caso de Madeleine McCann en el periodo temporal examinado manifiesta estilemas que correspondan a lo que se conoce como espectacularización informativa por parte de los magazines *Espejo Público* y *El Programa de Ana Rosa*.

O2. Examinar qué fuentes han utilizado estos programas para la realización de sus informaciones, con el objeto de saber si han utilizado fuentes de calidad o si han apostado por la especulación y la ausencia de fuentes oficiales.

O3. Determinar si los magazines televisivos contribuyeron a convertir el caso en un fenómeno de juicio mediático.

Una vez planteados los diferentes objetivos de la investigación, se establecen las siguientes hipótesis acerca de la cuestión analizada.

H1. Los magazines *Espejo Público* y *El Programa de Ana Rosa* realizaron un tratamiento informativo sensacionalista y espectacularizante en la reapertura del caso de Madeleine McCann, tras la aparición de Julia Faustyna en los medios de comunicación.

H2. Los programas objeto de la muestra no utilizaron fuentes de calidad, sino que se ampararon en la especulación y el uso de fuentes ciudadanas.

H3. Los programas televisivos influyeron en que el caso se transformara en un juicio mediático.

1.5 Estado de la cuestión

En este apartado se incluyen epígrafes que se consideran de interés en este trabajo, tanto la contextualización del caso analizado, así como las tendencias en los estudios sobre los efectos de los medios de comunicación necesarios de conocer para abordar el trabajo de campo.

1.5.1 Contextualización del caso

El 3 de mayo de 2007 se registró la desaparición de Madeleine McCann, una niña de tres años que residía en Inglaterra. Su sustracción había tenido lugar mientras descansaba en un alojamiento vacacional alquilado por sus padres durante su estancia en la región turística del Algarve, en Portugal. La menor se encontraba durmiendo en su cama cuando, aparentemente, un individuo entró en el apartamento y la sustrajo mientras sus progenitores, Kate y Gerry McCann, cenaban en un restaurante cercano en compañía de otra pareja de amigos (Redondo, 2011).

Desde mayo de 2007, el caso de la menor se ha coronado como una de las desapariciones más polémicas de los últimos años, altamente tratada por los diferentes medios de comunicación del mundo, que han hecho de ello un espectáculo. La desaparición de Madeleine fue una noticia que respondió a las definiciones teóricas de “imagen impacto, de dramatización narrativa e hibridación” (Luzón y Ferrer, 2007, p.140).

Hasta junio de 2023, el paradero actual de la niña seguía siendo desconocido, a pesar de que todas las investigaciones policiales apuntaban hacia Christian Brueckner, un individuo de nacionalidad alemana cuya supuesta participación en el caso recibió una amplia cobertura mediática desde su aparición en los medios en 2020. Brueckner vivía en el Algarve en la fecha en la que tuvo lugar la desaparición y sus rasgos físicos coincidían con las escasas declaraciones que habían ofrecido los testigos de la zona: un hombre alto, de cabello rubio, complexión delgada y 1.82 cm de estatura. Una circunstancia que generó sospechas fue que, el 4 de mayo de 2007, justo un día después de lo sucedido, Brueckner traspasaría a otra persona un vehículo de su propiedad, un Jaguar XJ6 de 1993. Además, una llamada telefónica le situaba en el complejo de Praia da Luz, el mismo en el que se alojaban los McCann, dos horas antes de la desaparición (Alberto y Padilla, 2021). Desde entonces, las noticias relacionadas con Brueckner le presuponen culpable de sustraer a la niña y, aunque él presumió ante algunas personas de haber asesinado a la pequeña “Maddie”, también insiste ante la jurisprudencia no haber tenido ninguna relación con la polémica desaparición. Actualmente, Christian Brueckner se encuentra cumpliendo condena por una agresión sexual cometida en 2005 en Portugal. Aunque cuenta con un notable historial delictivo, no existe sentencia oficial que lo declare culpable de secuestrar a Madeleine McCann.

En ese caso, tanto la policía inglesa como la portuguesa, ambas encargadas de investigar acerca del paradero de Madeleine, han llevado a cabo múltiples diligencias sobre diversas personas que han sido consideradas sospechosas en relación a lo ocurrido en mayo de 2007. Entre ellas se incluyen los propios Kate y Gerry McCann, quienes fueron investigados después de que en 2007 se hallara sangre en el apartamento vacacional y se hiciera pública la hipótesis de que la niña podía haber muerto el mismo día de su desaparición. Los McCann estuvieron en el ojo mediático hasta que el 21 de julio de 2008 la policía portuguesa cerró esta diligencia debido a la falta de pruebas en contra de ambos progenitores (Alberto y Padilla, 2021).

A lo largo de los últimos años, se han reportado diversos avistamientos de la niña en diferentes partes del mundo, así como afirmaciones de jóvenes que aseguran ser Madeleine. La situación más reciente ha sido la de Julia Faustyna, una joven polaca que se presentó en las redes sociales afirmando que su identidad podría coincidir con la de “Maddie”. Esta noticia y su repercusión en los medios de comunicación, concretamente en dos magazines televisivos, *El Programa de Ana Rosa* y *Espejo Público*, son objeto de estudio en este trabajo, con el objetivo de conocer su tratamiento informativo.

1.5.2 El sensacionalismo en los medios de comunicación

Uno de los objetivos primordiales de los medios de comunicación consiste en generar el mayor

grado de impacto en el público, ya que los espectadores representan una de las principales fuentes de ingreso para las empresas periodísticas. Cuanta más audiencia logran captar, pueden establecer precios más altos para la publicidad. Por lo tanto, a la hora de seleccionar el contenido, los medios no solo se adhieren a los intereses políticos e ideológicos que les afectan, sino también a lo económico, descuidando a veces la calidad de sus informaciones (Pelazas, 2022). De este modo, surge el fenómeno del sensacionalismo, en el que las historias resaltan sus aspectos más morbosos y descuidan la contextualización de los acontecimientos.

Esta designación también es conocida como prensa amarilla, término que proviene de los pioneros en visualizar el morbo como un objeto de negocio: William Randolph Hearst y Joseph Pulitzer. Ambos magnates de la prensa vivieron en el siglo XIX y dirigieron, respectivamente, los dos periódicos más influyentes de la época en la ciudad de Nueva York, *The New York Journal* y *The New York World*. El éxito de estas gacetas se basaba en la inclusión de la viñeta de un niño dibujado en diferentes partes de Nueva York. Además de ser el primer cómic, estas publicaciones contenían sucesos trágicos que las sitúan como el primer fenómeno de prensa amarilla, recibiendo esta denominación a causa del color de la ropa del niño representado (Rivas y Sanz, 1981). Randolph y Hearst están considerados los padres del sensacionalismo, ya que los periódicos bajo su mandato se convirtieron en líderes mundiales por ofrecer una propuesta muy suculenta para la sociedad de la época: sexo, violencia y vicios (Benlloch, 2018).

Una definición para abordar este fenómeno es la propuesta por Mauro Cerbino, en la que define el sensacionalismo como la “repetición, exacerbada e insistente de un texto con el que se tiende a clausurar el sentido del tema que se quiere tratar y en el que el texto mismo queda atrapado y se reproduce en un circuito cerrado” (2005, p.9). Por otro lado, Stella Martini define el citado fenómeno como “la retórica que domina en la noticia sobre el delito. No constituye una novedad genérica: existe ya desde cientos de años atrás en los relatos moralizantes de terror en almanaques, *brochures*, *canards*, y va transformándose como retórica desde una proto noticia sobre el crimen hasta llegar al siglo XIX y el surgimiento de la prensa moderna” (2016, p. 6).

Otra definición que trata el fenómeno es la sugerida por Pedroso “el periodismo sensacionalista es una actividad de identificación y exacerbación del carácter singular de los acontecimientos a través del énfasis, incremento o sustracción de elementos lingüísticos, visuales (sonoros) e ideológicos, por medio de la repetición de temáticas que contienen conceptos y valores que se refieren a la violencia, la muerte y la desigualdad social” (1994, p. 146). A su vez, la misma autora añade que “el carácter de la sensacionalización de la información se encuentra al mismo tiempo en la naturaleza de la producción del discurso y en la naturaleza comercial del producto.” (1.994, p.140)

1.5.3 El fenómeno del infoentretenimiento

El sensacionalismo cuenta con conceptos relacionados, aunque diferentes, como es el infoentretenimiento (*infotainment*), acuñado por Michael Krüger. Este vocablo reúne dos funciones relativas a los medios de comunicación, como son la información y el entretenimiento. El término comienza a utilizarse a finales de los años 80, vinculado a la televisión, para explicar cómo sus contenidos evolucionaron hacia la fusión de géneros (Berrocal Gonzalo, Redondo García, Campos Domínguez, 2014).

La presencia en la parrilla televisiva de los programas de infoentretenimiento ha experimentado un aumento significativo en los últimos años en España. Según la investigación de Berrocal Gonzalo, Redondo García y Campos Domínguez (2014), el infoentretenimiento se manifiesta en tres corrientes paralelas dentro de los contenidos televisivos. La primera es la de la incorporación de noticias menores en los informativos tradicionales. La segunda, la

tendencia de tratar asuntos informativos pertenecientes a la agenda pública dentro de formatos destinados a entretener al espectador. La tercera corriente es la de la aparición en programas que se basan en parodiar la actualidad informativa.

Los programas de esta índole comparten una serie de rasgos. A pesar de que todos ellos tienen como base a géneros como el informativo o el de entretenimiento, se crea una mezcla de ambos estilos que da lugar a un nuevo género periodístico (Ortells, 2011). Los investigadores Früh y Wirth (1997) realizaron un primer acercamiento teórico de los programas de infoentretenimiento, ya que elaboraron un listado citado por Ortells (2011) que cataloga los atributos similares de la siguiente manera:

- 1) El espectador obtiene un papel significativo del programa. Además, se reemplaza la utilización de fuentes oficiales por la de fuentes ciudadanas, y el público tiene la posibilidad de participar en la emisión a través de un sistema de contestador automático o mediante el uso de Internet.
- 2) El periodista es también coprotagonista de las piezas informativas que ha elaborado, ya que se muestra como acompañante de los entrevistados y se le visualiza en todo momento dentro de la noticia. Esto implica su presencia constante en el relato periodístico otorgándole un mayor protagonismo y contribuyendo a la interacción con el público receptor.
- 3) Las conexiones en directo se realizan de manera constante, lo que se convierte en un elemento distintivo del programa. Estas transmisiones tienen una duración que supera los tres minutos y representan el principal símbolo de proximidad y vínculo con la audiencia.
- 4) Dentro de las técnicas de grabación utilizadas, se prioriza el movimiento continuo y la filmación con cámara al hombro. El objetivo es lograr una apariencia natural y auténtica que muestre la realidad tal y como es, documentando en imágenes todo lo que tiene lugar. La finalidad de este aspecto es generar una sensación de participación e involucramiento por parte del espectador, permitiendo que se sienta parte de la transmisión.
- 5) El montaje audiovisual de la narración utiliza efectos de todo tipo, además de la introducción de interpretaciones musicales que aporten dinamismo.
- 6) Las noticias que se presentan, en su mayoría se centran en sucesos, temas sociales o fiestas populares, excluyendo en gran medida las noticias de carácter urgente.

1.5.4 Los efectos de los medios de comunicación

Los medios de comunicación desempeñan un papel muy relevante en la vida de las personas y, desde la infancia, la sociedad se expone a ellos, lo que otorga a los productores mediáticos el poder de construir una realidad en el imaginario colectivo. A lo largo del tiempo, las personas van desarrollando una dieta mediática determinada, que hace referencia a los patrones y hábitos de consumo de contenido mediático adoptados por cada quien. Esta amplia influencia de los medios en la cotidianidad da lugar al surgimiento de un elevado número de efectos que han sido objeto de estudio por parte de diversos investigadores. En este epígrafe se incluyen dos de las teorías más relacionadas con el análisis del caso mediático que ocupa esta investigación.

1.5.4.1 La teoría del cultivo

La teoría del cultivo es una propuesta de Gerbner de la Universidad de Pennsylvania (1973), en ella, se analiza el papel de los medios en la formación de la identidad individual y colectiva

de las personas. Ésta teoría destaca que, en vez de estudiar los efectos inmediatos, hay que centrarse en aquellos efectos que tiene lugar en un periodo largo de tiempo, por esta razón se denomina efecto cultivo. Esta teoría parte de la premisa de que, esta influencia a largo plazo, condiciona el modo de comprender el mundo del espectador (Pelazas, 2022). En otras palabras, “la reiterada recepción de imágenes y temáticas ofrecidas (...) por los medios terminará por afectar nuestra forma de percibir estos asuntos, moldeando nuestra percepción en consonancia con la perspectiva ofrecida por dichos medios” (Sahuquillo, 2007, p.376). Según Álvarez-Gálvez (2012), este efecto continuo se trata de una influencia lineal que va de arriba a abajo, es decir, desde los medios a las audiencias. Por tanto, el efecto cultivo será mayor en aquellos individuos que estén más expuestos a los medios. Wolf (1994, citado por Gómez, 2005) afirma que este modelo de cultivo se divide en tres etapas diferentes:

1. Los espectadores observan en la pantalla un mundo que se distancia de la realidad, no solo en los acontecimientos reflejados, sino en la representación de los roles sociales, incluyendo aspectos étnicos, sociales o profesionales, que se presentan de manera altamente estereotipada.
2. Se identifica como grandes consumidores de televisión a aquellos individuos que se exponen a las emisiones televisivas durante cuatro o más horas diarias. Estas personas experimentan un fenómeno conocido como desplazamiento de la realidad, ya que asemejan en su imaginario lo que ven en la pantalla con su entorno circundante.
3. Estos consumidores absorben las representaciones sociales presentes en la ficción de manera masiva, sin diferenciar las que son válidas de las que no lo son.

Además, Gerbner (1979) considera que el consumo abusivo de la televisión favorece el desarrollo de actitudes violentas en el espectador, que hace que confunda la realidad de la ficción y termine desarrollando una visión del mundo notablemente pesimista. A esto, el autor lo denomina *mean world syndrome*.

1.5.4.2 La teoría de la agenda y el *framing*

Además de la teoría del cultivo, la teoría de la agenda setting ha sido abordada por muchos investigadores, el primero fue McCombs en el texto fundacional de esta teoría publicado en 1972. “Hablar de agenda setting como anglicismo es referirse al conjunto de temas seleccionados para formar parte de un índice o agenda” (Rodríguez Díaz, 2004, p.16). Esta teoría se centra en la influencia de los medios al determinar los temas que la población considera relevantes. La selección de los medios de comunicación establece la agenda pública en la que se concentran las noticias en las que la sociedad unifica su interés. Por otro lado, otras temáticas quedan en un segundo plano, es decir, fuera de la agenda pública, recibiendo así menos atención por parte de la sociedad. “Un número pequeño de asuntos atrae a un conjunto significativo de personas en cualquier momento determinado” (McCombs y Evatt, 1995, p.11).

Lang y Lang (1981, como se citó en Grassau, 2016) proponen cinco definiciones alternativas para el término de *agenda setting*:

- 1) Son preocupaciones, cosas acerca de las cuales la sociedad está preocupada.
- 2) Es la percepción de problemas a los que un país otorga verdadera importancia. Por tanto, los gobiernos deben hacer algo.
- 3) Son políticas alternativas entre las que la gente debe elegir.
- 4) Es alguna controversia pública en torno a un asunto.
- 5) Son factores determinantes subyacentes a las divisiones políticas.

En resumen, se podría concluir que los medios de comunicación desempeñan el papel de seleccionar los temas de preocupación para la sociedad. Lo hacen al dirigir la atención del

público hacia una serie específica de temas, construyendo una representación del mundo político y presentando a su antojo objetos de reflexión. De esta manera, la percepción que los individuos tienen de la realidad social está moldeada por las decisiones de las empresas de comunicación. Por lo tanto, se puede afirmar que la teoría de la agenda se caracteriza por dos aspectos principales. En primer lugar, cómo los medios distorsionan la atención y seleccionan lo que ha de formar parte de la agenda social. En segundo lugar, el grado de importancia que los noticieros otorgan a cada tema, que es el mismo grado que el público atribuye. (Freidenberg, 2004).

En el marco de la *agenda setting*, se desarrolla en los últimos años, la teoría del *framing* o encuadre (Sábada, 2008, Koziner, 2013). Esta teoría fue formulada por primera vez por Erving Goffman en 1974 y es una de las bases teóricas fundamentales de la presente investigación. La teoría del *framing* es una extensión subyacente de la de la agenda mediática, ya que no solo estudia la selección de temas por parte de los medios, sino el enfoque con el que éstos se presentan al público. De este modo los medios de comunicación también influyen en la interpretación y evaluación de los eventos actuales por parte del público. Este marco interpretativo se denomina *framing* (Marqués, 2016).

Se utiliza para analizar el enfoque con el que se presenta la información y su influencia en la interpretación de los individuos. Sin embargo, aún no existe una definición exacta de lo que es esta teoría, por ello, se considera que circulan concepciones fragmentadas (Entman, 1993; Scheufele, 199; Koziner, 2003). Estas concepciones pretenden definir la teoría desde diferentes enfoques.

Otro autor que ha propuesto una descripción de esta teoría es Tankard. Su definición, también citada por Koziner (2013), conceptualiza el encuadre como “una idea organizadora central del contenido informativo que ofrece un contexto y sugiere cuál es el tema mediante el uso de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración” (2001, p.11).

2. METODOLOGÍA

2.1. Muestra y periodo de análisis

El 18 de febrero de 2023 se difundió a través de las redes sociales la primicia de que una joven polaca, llamada Julia Faustyna, aseguraba ser Madeleine McCann, víctima de una de las desapariciones más comentadas en los últimos años. Esta fecha coincidió con un sábado, día en el cual los programas que se han decidido estudiar, *El Programa de Ana Rosa* y *Espejo Público*, no emiten contenido, por lo que el análisis en el que se centra el presente Trabajo Fin de Grado comienza en las emisiones posteriores al lunes 20 de febrero, y concluye el miércoles 22 de febrero, momento en el que la aparición de Julia Faustyna en los medios ya no constituye una novedad.

2.2. La elección de los programas

La selección de los programas para analizar la información producida por la noticia relacionada con las declaraciones de Julia Faustyna son: *El Programa de Ana Rosa* y *Espejo Público*, atendiendo a dos factores, por un lado, su relevancia mediática (en el siguiente epígrafe se ofrecen sus datos de audiencia) y, por otro, el ser programas de infoentretenimiento, cuestión que resulta de interés porque esta investigación trata de medir el peso de la espectacularización en la noticia o cuestiones de importancia, como si se realizó un juicio mediático.

- **Relevancia mediática:** Los programas de televisión *El Programa de Ana Rosa* y *Espejo Público* gozan de reconocimiento en la sociedad y de un posicionamiento destacado en el panorama televisivo. Debido a su gran impacto en la sociedad, son objetos de estudio interesantes en las investigaciones relacionadas con el ámbito periodístico
- **Infoentretenimiento:** Un aspecto clave de estos programas es la tendencia a mezclar contenido informativo con algo más trivial, lo que da lugar al infoentretenimiento. Ambos programas ofrecen a su audiencia información de los últimos acontecimientos, para posteriormente organizar tertulias que dejan de lado la objetividad dando paso al género opinativo.

2.3 Datos de registro de los programas

A continuación, se ha elaborado una ficha técnica de los programas examinados:

Tabla 1. Ficha Técnica *El Programa de Ana Rosa*

Duración	275 minutos
Año de inicio	2005
Canal de emisión	Telecinco
Secciones	Avance Actualidad Sociedad Tertulia
Espectadores (temporada 2022-2023)	480.000
Share	17,7 %
Presentadores	Ana Rosa Joaquín Prat Patricia Pardo Otros colaboradores según la sección tratada

Fuente: elaboración propia

Tabla 2. Ficha técnica *Espejo Público*

Duración	275 minutos
Año de inicio	1996
Medio de difusión	Antena 3
Secciones	Avance Actualidad Sociedad Tertulia
Espectadores (temporada 2022-2023)	340.000
Share	12,7%
Colaboradores principales	Susanna Griso Nacho Abad Manuel Marlasca Lorena Martínez Otros colaboradores según la sección tratada

Fuente: elaboración propia

En estas tablas de elaboración propia se presentan los datos generales de información de registro acerca de los dos programas en los que se centra la investigación: *El Programa de Ana Rosa* y *Espejo Público*. Ambas producciones están respectivamente producidas por los grupos de comunicación de titularidad privada Mediaset y A3Media.

Los programas tienen una duración de 275 minutos, incluyendo la publicidad. Esta cifra puede variar ligeramente en función del día. Comienzan centrándose en la objetividad al informar sobre actualidad política y general del día. Posteriormente, abordan noticias relacionadas con la sociedad para luego dedicarse a temas más triviales, como el entretenimiento y la prensa rosa.

El Programa de Ana Rosa comenzó sus emisiones en el año 2005 y debe su nombre a su presentadora titular, la periodista Ana Rosa Quintana. A lo largo de los años, ha habido cambios en el equipo y actualmente cuenta con otros dos presentadores, Joaquín Prat y Patricia Pardo. Prat se encarga de la presentación de secciones relacionadas con la sociedad y los realities, mientras que Pardo aborda las noticias de actualidad y sucesos. Además de estos dos presentadores, *El Programa de Ana Rosa* también cuenta con la participación de numerosos colaboradores en el plató, cuya presencia varía según el tema tratado.

Por su parte, *Espejo Público* comenzó a emitirse en 1996 y tiene un formato similar a la otra producción que sirve como objeto de estudio en esta investigación. En sus inicios, se centraba en la presentación de reportajes de actualidad y era presentado por Pedro Piqueras. En 2006, comenzaría una nueva etapa para la producción de A3Media, ya que cambió su formato para ofrecer información más inmediata de la mano de la presentadora Susanna Griso, manteniendo esta configuración hasta la actualidad. De manera similar a *El Programa de Ana Rosa*, en las diferentes secciones participan otros colaboradores especializados en diversas temáticas.

2.4 Método de análisis

La presente investigación está elaborada gracias a la utilización de la técnica de análisis de contenido. Este procedimiento sirve para interpretar diferentes elementos latentes en la sociedad, ya sean escritos, pinturas o audiovisuales. Lo verdaderamente útil en todos ellos es que compartan el factor de ser legibles, de modo que la interpretación de su contenido de lugar a nuevos estudios y conocimientos (Abela, 2008). Recurrir a esta técnica puede tener lugar debido a dos factores diferentes: porque lo requiere el objeto de estudio o porque se debe analizar un discurso, de modo que se parte desde el principio de la técnica de análisis, siendo el tema a tratar lo segundo a determinar (Sayago, 2014).

El análisis de contenido puede abordarse desde una perspectiva cuantitativa o cualitativa. El enfoque cualitativo tiene como fin descubrir las cualidades de un fenómeno concreto, de modo que, mediante el análisis, salgan a relucir tantas cualidades como sea posible. En contraste, la metodología cuantitativa es la que examina los datos desde una visión numérica, teniendo los elementos de la investigación relación entre sí (Palacios, 2006).

Otra definición para explicar este procedimiento de investigación es la propuesta por Bernete quien habla de ello como una “metodología sistemática y objetivada porque utiliza procedimientos, variables y categorías que responden a diseños de estudio y criterios de análisis, definidos y explícitos” (2013, p.222). A su vez, el mismo autor explica que la herramienta se utiliza para estudiar cualquier tipo de documento en el que esté transcrito algún relato, relativo a cualquier objeto de referencia.”

Otra definición destacada que sirve para enmarcar la metodología utilizada en la presente investigación, es la propuesta por Aigner quien afirma que este análisis es el instrumento que permite “investigar el contenido de las comunicaciones mediante la clasificación en categorías de los elementos o contenidos manifiestos de dicha comunicación o mensaje” (2009, p.3). En base a las definiciones propuestas, se puede determinar que el presente trabajo está realizado mediante el empleo de un análisis de contenido que engloba las dos visiones citadas: la cuantitativa y la cualitativa, conformando así un enfoque mixto.

2.4.1 Variables estadísticas

En el contexto de la presente investigación, el instrumento realizado consiste en unas tablas de codificación en las que se han registrado las magnitudes aleatorias que se consideraron para el análisis, siendo estas las más frecuentes en los programas de infoentretenimiento según la investigación realizada por Berrocal Gonzalo, Redondo García & Campos Domínguez (2014).

- **Datos de registro de los programas:** esta categoría se refiere a la información relacionada con los aspectos fundamentales del programa, tales como su duración, presentadores, audiencia, secciones o medio de difusión. Además de información relacionada con su historia, como la fecha en la que dio comienzo su emisión.
- **Programa:** en esta categoría se identifica cuál de los dos programas objeto de investigación se está abordando en cada caso específico.
- **Datos de identificación básica:** consiste en el registro de los datos que identifican las emisiones investigadas, tales como la fecha de la emisión, duración en minutos de cada ocasión o el tiempo dedicado por la producción a abordar el tema relacionado con las

afirmaciones de Julia Faustyna.

- **Características de la noticia u opinión:** esta categoría hace referencia a los atributos específicos que presenta la emisión:
 1. Duración
 2. Sección
 - 2.1 Avance
 - 2.2 Actualidad
 - 2.3 Sociedad
 - 2.4 Tertulia
 3. Tema
 - 3.1 Declaraciones de Julia Faustyna
 - 3.2 Recreación de la desaparición de Madeleine McCann
 - 3.3 Investigaciones policiales
 - 3.4 Entrevista a persona involucrada en el caso
 - 3.5 Alusión a los padres de Madeleine McCann
 - 3.6 Otros
 4. *Frame:*
 - 4.1 Apoyo a las declaraciones de Julia Faustyna
 - 4.2 En contra de las declaraciones de Julia Faustyna
 - 4.3 Especulación (ni apoyo ni en contra, dejando margen de duda)
 - 4.4 Neutral
 5. Fuentes:
 - 5.1 Fuentes oficiales
 - 5.2 Fuentes no oficiales
 6. Conexiones en directo:
 - 6.1 Justificadas
 - 6.2 No justificadas
 7. Efectos audiovisuales:
 - 7.1 Plano subjetivo
 - 7.2 Música dramática
 - 7.3 Ralentización de las imágenes
 - 7.4 Efectos de posproducción
 - 7.4.1 Rótulos

7.4.2 Manipulación de las imágenes introduciendo drama

7.5 Utilización del primer plano

7.5.1 Plano detalle

7.5.2 Primerísimo primer plano

8. Edición intencional de las imágenes:

8.1 Montaje picado

8.2 Cámara lenta

8.2 Utilización del contenido como cebo

- **Análisis connotativo:** este apartado hace referencia al análisis del lenguaje empleado durante la transmisión de las diferentes noticias. Se divide en las siguientes subcategorías:

1. Enfoque:

1.1 Informativo

1.2 Espectacularizante

2. Rasgos sensacionalistas:

2.1 Personalización: característica muy presente en la televisión que se extrema en el infoentretenimiento. Mientras el medio televisivo tiene una tendencia innegable a personificar y dar voz a las ideas, en los casos más extremos se prioriza la historia individual del protagonista, dejando atrás la realidad en su complejidad. (Berrocal Gonzalo, Redondo García & Campos Domínguez, 2014).

2.2 Dramatización: las noticias por sí mismas cuentan con una estructura que se asemeja a la de los argumentos de ficción: planteamiento, nudo y desenlace. En el infoentretenimiento, esta estructura se caracteriza por cómo se explotan las partes del relato que intensifican la narración. (Berrocal Gonzalo, Redondo García & Campos Domínguez, 2014).

2.3 Descontextualización: las historias se abordan de manera particular en función de los últimos acontecimientos, de modo que la historia no se sitúa en su contexto profundo, político, social y económico. (Berrocal Gonzalo, Redondo García & Campos Domínguez, 2014).

2.4 Sentimentalismo: característica relacionada con la personalización que se utiliza con el fin de representar los sentimientos de los protagonistas, indagando en factores que puedan aportar mayor dramatización a la historia y generar compasión en el lector. De este modo, la vida privada del personaje se convierte en la piedra angular de la narración. (Berrocal Gonzalo, Redondo García & Campos Domínguez, 2014).

2.5 Humor: técnica que, además de camuflar la ideología política del emisor, facilita la relajación y captación de la atención del espectador que consume un programa de entretenimiento. El contexto que se genera mediante el uso de esta técnica es el adecuado para que el público recuerde con más facilidad el mensaje emitido, de manera que interioriza la opinión propuesta por el

comunicador en cuestión. (Rosales Villar, 2019)

2.6 Crítica: esta categoría se caracteriza por su objetivo de reprochar actos mediante la expresión de juicios. (Berrocal, Domínguez & García, 2012)

2.6 Lenguaje descriptivo: el lenguaje coloquial es el que predomina en los programas de infoentretenimiento. Se emplea con el fin de generar cercanía con el público, incitándole a consumir el contenido emitido. (Paredes Otero, 2022)

2.4.2 Plantillas de codificación

A continuación, se presenta la plantilla de codificación elaborada para plasmar los resultados identificados en el análisis:

I. Datos de identificación básica

Fecha de emisión	
Duración del programa completo	
Minutos totales dedicados al tema	
Fragmentos dedicados al tema	

Fuente: elaboración propia

II. Características de la noticia

Duración	
Sección	Avance Actualidad Sociedad Tertulia
Tema	Declaraciones de Julia Faustyna Recreación de la desaparición de Madeleine McCann Investigaciones policiales Entrevista a persona involucrada en el caso Alusión a los padres de Madeleine McCann

	Otros
Frame	Apoyo a las declaraciones de Julia Faustyna En contra de las declaraciones de Julia Faustyna Especulación (ni apoyo ni en contra, dejando margen de duda) Neutral
Fuentes	Fuentes oficiales Fuentes no oficiales
Conexiones en directo	Justificadas No justificadas
Efectos audiovisuales	Plano subjetivo Música dramática Ralentización de las imágenes Efectos de posproducción <ul style="list-style-type: none"> ● Rótulos ● Manipulación de las imágenes introduciendo drama Utilización del primer plano <ul style="list-style-type: none"> ● Plano detalle ● Primerísimo primer plano
Edición intencional de las imágenes	Montaje picado Cámara lenta Utilización del contenido como cebo

Fuente: elaboración propia

III. Análisis connotativo

Enfoque	Informativo Espectacularizante
Rasgos sensacionalistas	Personalización

	Dramatización Descontextualización Sentimentalismo Humor Crítica Lenguaje descriptivo
--	--

Fuente: elaboración propia

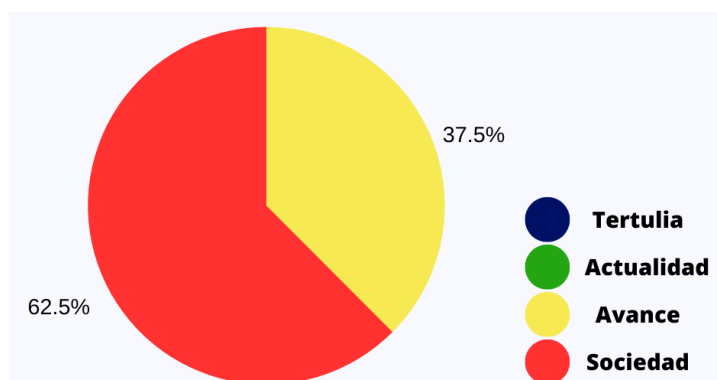
3. RESULTADOS

Una vez se ha realizado la codificación de la muestra, se presentan los resultados obtenidos para representar el tratamiento informativo que recibió el objeto de estudio. En cada tabla se plasman las variables definidas en el análisis de las emisiones, de acuerdo con las variables definidas en el proceso de metodología.

3.1. Análisis de las características del infoentretenimiento utilizadas en *Espejo Público*

En las tres emisiones analizadas, *Espejo Público* comienza su programa hablando de Julia Faustyna, situando el tema en la sección de avances que da inicio al programa. Esta cifra representa un 37.5% de las ocasiones totales en las que la producción de Antena 3 dedica un espacio al abordar el asunto. El resto de partes dedicadas a Faustyna, representadas en un 62.5%, se sitúan en la sección de sociedad, en la que los colaboradores narran la actualidad de sucesos y temas sociales. No se registran menciones en las secciones de tertulia y actualidad, representando un 0 % del gráfico. Esto indica que el tema no es abordado desde la perspectiva neutral que conlleva la sección de actualidad, enfocada en las últimas noticias, pero tampoco desde el enfoque sensacionalista de la tertulia que narra la vida privada de las celebridades.

Gráfico 1: sección de ubicación del contenido en *Espejo Público*

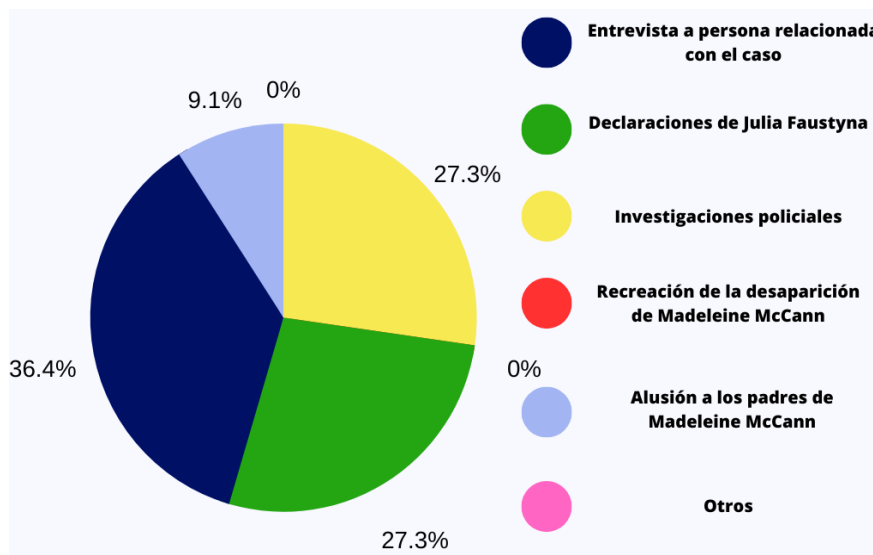


Fuente: elaboración propia

El tema más recurrente en las emisiones de *Espejo Público*, con un 36.6% de representación en el gráfico, ha sido “Entrevista a persona relacionada con el caso debido a los testimonios

ofrecidos por expertos en la desaparición de Madeleine McCann y la propia representante de Julia Faustyna, con quien se llega a contactar en directo para ofrecer datos sobre la situación de la chica. Con un 27.3%, se encuentran las declaraciones de Julia Faustyna, debido a la frecuencia con la que los colaboradores reproducen sus afirmaciones sobre si es o no Madeleine McCann. La misma proporción se observa en las menciones a las investigaciones policiales, donde se abordan las opiniones de Scotland Yard sobre el caso, y las novedades relacionadas con el principal sospechoso de la desaparición de Madeleine. En contraste, las alusiones a los padres de la niña desaparecida solo representan 9,1% de temas tratados, lo que evidencia cómo la historia de Julia Faustyna opacó la atención sobre la desaparición de la niña inglesa. Finalmente, en un 0% de las ocasiones se da pie a explicar la desaparición de la niña, contextualizando así la situación. Con la misma cifra se representa que, en ninguna ocasión, se recurrió a un tema que no fuera uno de los citados.

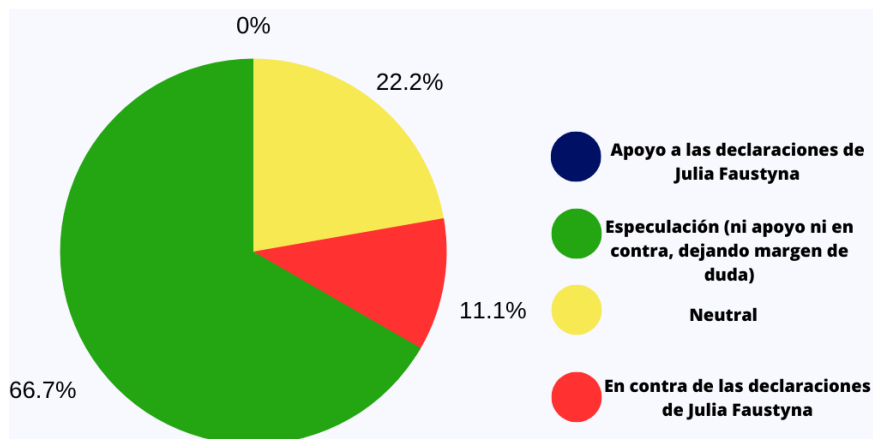
Gráfico 2: tema en el que se enmarca el contenido en *Espejo Público*



Fuente: elaboración propia

El marco conceptual más utilizado en las emisiones de *Espejo Público* fue el de “especulación”, que implica que los colaboradores adoptan una postura que deja espacio para la duda. Este enfoque representa un 66,7% del total de las menciones, ya que los colaboradores no se adhieren claramente a ninguna posición. El marco neutral por parte de los periodistas se identificó en un 22,2% por ciento de las ocasiones, principalmente en las secciones de avance, donde el presentador se centra en proporcionar información objetiva y dejar de lado la subjetividad. Por otro lado, solo se encontró un caso en el que se identifica un marco que se posiciona en contra de las afirmaciones de Julia Faustyna, y fue a través de una intervención de un colaborador en la que, desde su perspectiva, señala que la identidad de las dos protagonistas de la historia no coincide. Finalmente, en ningún momento se registra un marco conceptual que apoye las afirmaciones de Julia.

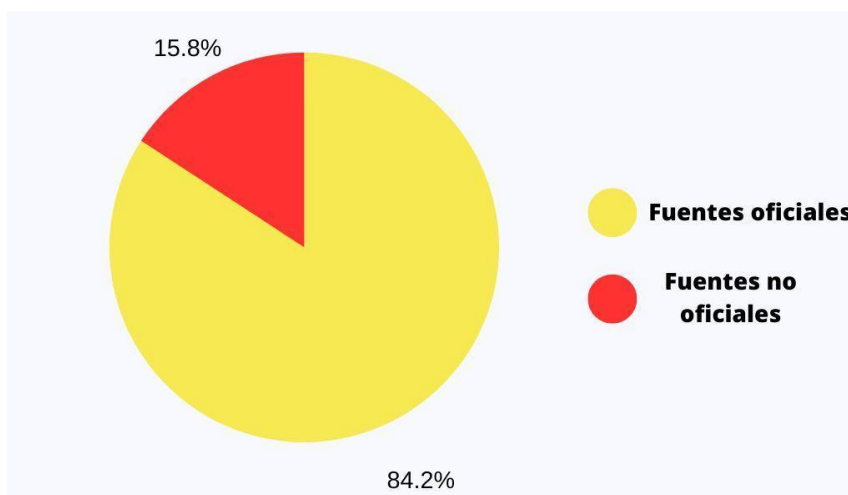
Gráfico 3: frame utilizado en *Espejo Público*



Fuente: elaboración propia

Las fuentes a las que acude *Espejo Público*, son, en un 84.2% de los casos, oficiales. Estas fuentes oficiales están directamente relacionadas con la primicia, como expertos en el caso, la representante de Julia Faustyna, Julia Faustyna misma, y la información proporcionada por Scotland Yard, el cuerpo policial encargado de la investigación de la desaparición de Madeleine desde 2007. En contraste, solo en el 15,8% de las fuentes utilizadas no eran oficiales, como expertos en temas legales o fisonomía. Aunque estas fuentes pueden aportar su punto de vista subjetivo, no están directamente relacionadas con el caso de Madeleine ni han dedicado investigación alguna al tema.

Gráfico 4: fuentes a las que ha acudido *Espejo Público*

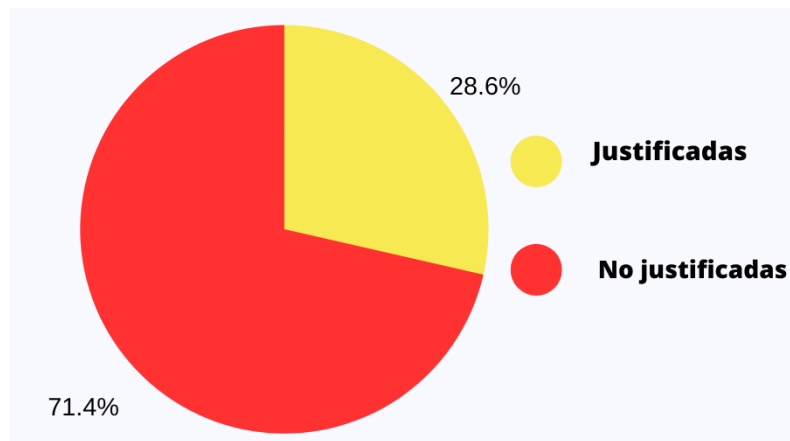


Fuente: elaboración propia

En las emisiones de *Espejo Público* en las que se abordó el tema en cuestión, se observa que un 71.4% de las conexiones en directo carecen de justificación. Estas se realizaron con el fin de proporcionar al público una mayor sensación de inmediatez, pero las personas que brindaron declaraciones no ofrecen información relevante para la investigación. En contraste, solo un 28.6% de transmisiones tuvieron una justificación válida, ya que no solo generaron una sensación de inmediatez, sino que ofrecen información relevante capaz de enriquecer la historia. Un ejemplo del primer caso es la conexión con Eva Millán, una periodista radicada

en Londres cuyo único vínculo con la historia es su localización, pues no proporcionó ningún dato de importancia. Por otra parte, para ejemplificar las conexiones no justificadas, se encuentra el caso de Paco Marco, un detective especializado en este caso, cuya experiencia y vinculación le sirve para afirmar su posición acerca de lo sucedido.

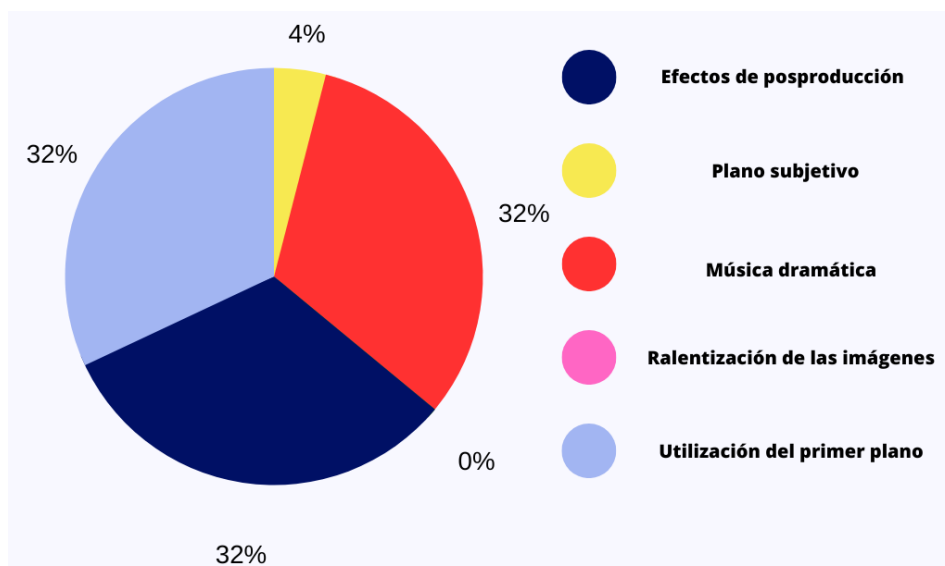
Gráfico 5: conexiones en directo realizadas en *Espejo Público*



Fuente: elaboración propia

Con una frecuencia del 32%, *Espejo Público* emplea principalmente tres efectos audiovisuales: música dramática, primer plano y efectos de posproducción. La música dramática se utiliza constantemente como fondo mientras se narra la historia, especialmente al mostrar imágenes de las dos protagonistas: Julia Faustyna y Madeleine McCann. El primer plano se utiliza de manera reiterada con el propósito específico de mostrar de cerca los rostros de la niña desaparecida y de quien afirma ser ella. Los efectos de posproducción se manifestaron en forma de rótulo. El plano subjetivo, que buscaba enfocar el plató desde una perspectiva personal, se detectaría con un 4% de presencia. Por último, no se registró ninguna ralentización de las imágenes durante las emisiones.

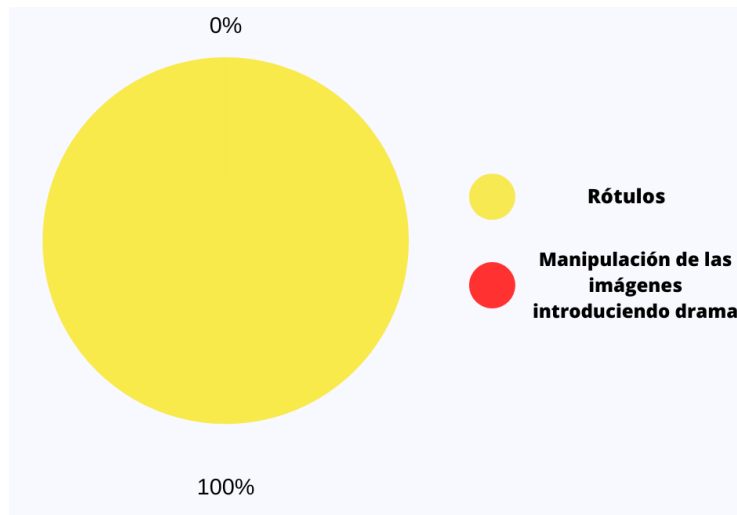
Gráfico 6: efectos audiovisuales empleados en *Espejo Público*



Fuente: elaboración propia

En *Espejo Público*, los efectos de posproducción utilizados fueron categorizados como rótulos en el 100% de las ocasiones en las que se emplean dichos efectos. En contraste, no se observa ningún caso de manipulación de imágenes introduciendo drama, representando un 0% del total. Los rótulos se ubican en la parte inferior de la pantalla con el propósito de contextualizar la narración, ofrecer información alternativa o resaltar los datos más relevantes del suceso.

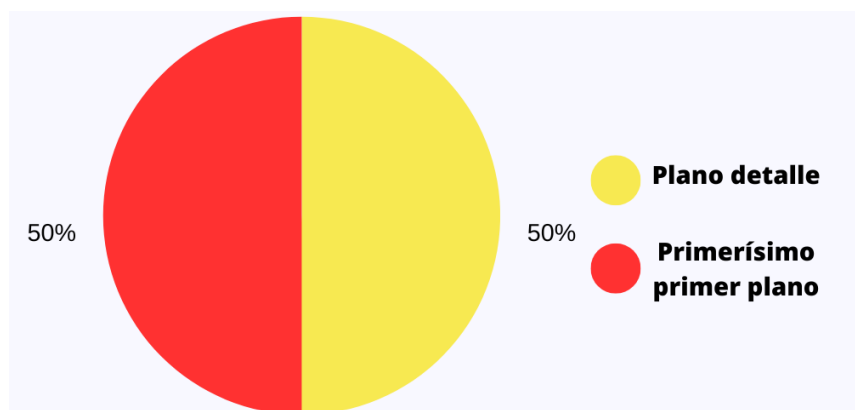
Gráfico 7: efectos de posproducción empleados en *Espejo Público*



Fuente: elaboración propia

La utilización del primer plano en *Espejo Público* se dividió en dos tipos: el plano detalle y el primerísimo primer plano, que representaron cada uno un 50% del total de utilización del primer plano. El primerísimo primer plano se utiliza para mostrar de cerca los rostros de ambas protagonistas, comparando así las características similares y diferenciales entre ellas. Por otro lado, el plano detalle se enfocó en los ojos de Madeleine McCann, destacando una característica distintiva de su rostro, el coloboma ocular.

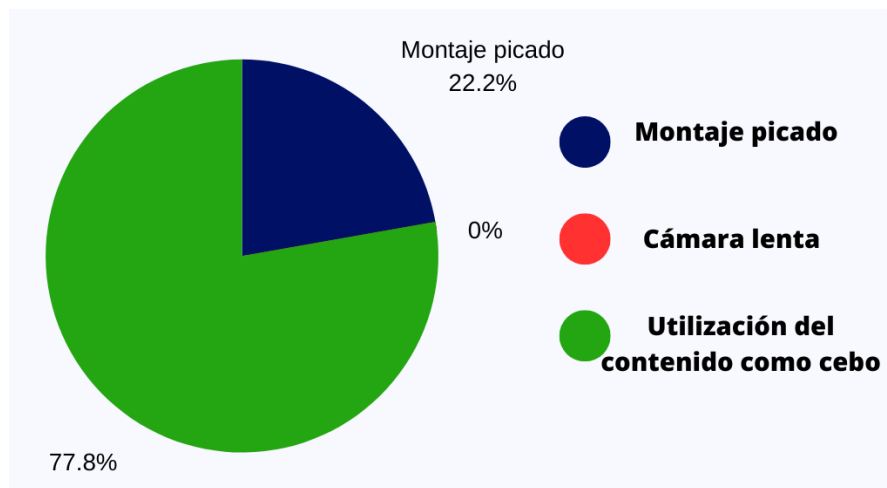
Gráfico 8: utilización del primer plano en *Espejo Público*



Fuente: elaboración propia

La edición intencional de las imágenes en *Espejo Público* se manifestó en forma de “utilización del contenido como cebo” en una cifra que representa el 77.8% del total. Esta estrategia se ilustra mediante situaciones en las que el presentador anuncia el aplazamiento de cierto contenido, generando así expectación en la audiencia con el objetivo de mantenerla más tiempo frente a la pantalla. El montaje picado aparece en un 22.2% de los casos de edición intencional de las imágenes. Este concepto se manifiesta al emitir plano que se suceden rápidamente, de modo que emulan la narración de un videoclip (Berrocal Gonzalo, Redondo García & Campos Domínguez, 2014). En contraste, no se identifica la utilización de cámara lenta como recurso, lo que representa un 0% del total.

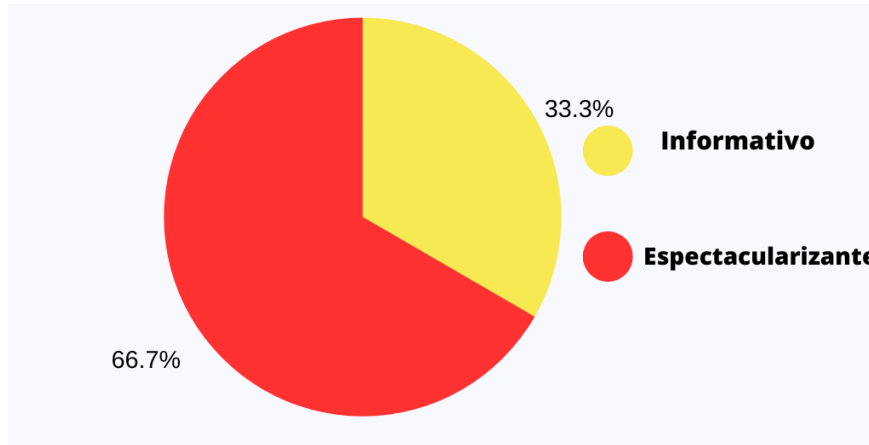
Gráfico 9: edición intencional de las imágenes por parte de *Espejo Público*



Fuente: elaboración propia

El enfoque adoptado en *Espejo Público* se caracteriza por ser espectacularizante en el 66.7% de las situaciones, donde los colaboradores presentes en el plató trataban el tema desde una perspectiva subjetiva, expresando opiniones personales y aportando datos que espectacularizan la historia. Por otro lado, en un 33.3% del tiempo de emisión, el tratamiento del caso fue enfocado de manera informativa, especialmente en los segmentos de apertura del programa, en los cuales no se presenta ninguna forma de espectacularización.

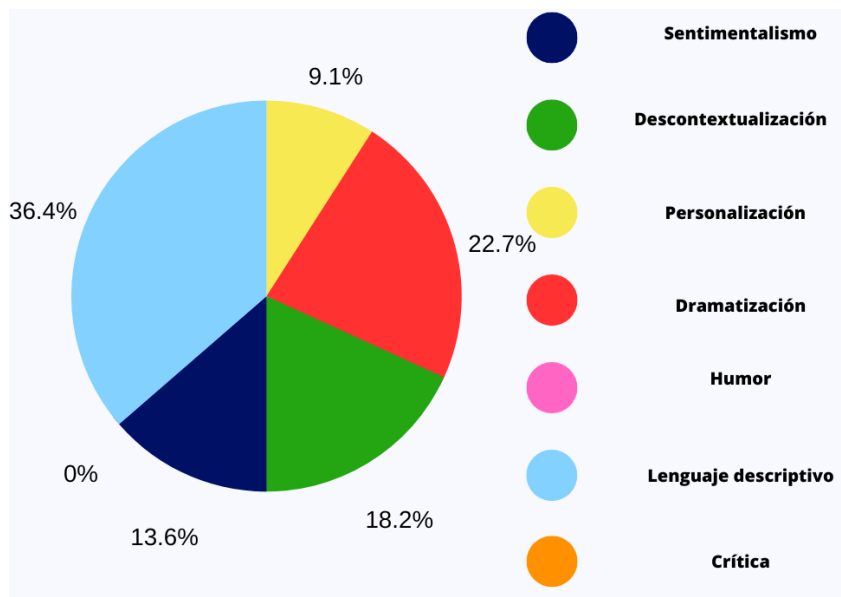
Gráfico 10: enfoque adoptado por *Espejo Público*



Fuente: elaboración propia

El rasgo sensacionalista más frecuente identificado durante las emisiones de *Espejo Público*, representando un 36.4% del total, fue el uso de lenguaje descriptivo, caracterizado por la utilización de un lenguaje coloquial alejado de estilemas formales propios del enfoque informativo. La dramatización, que representa en un 22.7%, se manifiesta en el programa a través de la inclusión de testimonios por parte de los colaboradores, que aportan elementos sensacionalistas a la historia. El rasgo de descontextualización ocupa un 18.2% del total, evidenciado por el enfoque del programa en la historia de la exclusiva relacionada con Julia Faustyna, sin contextualizarla en el marco de la desaparición de Madeleine McCann. El sentimentalismo, con un 13.6% de representación, se emplea para resaltar los sentimientos de Julia Faustyna, centrándose en su difícil vida personal y especulando sobre sus emociones ante los últimos acontecimientos. El concepto de personalización representa un 9.1% del total, haciendo referencia a cómo los periodistas se enfocaron en la historia individual de Julia Faustyna, dejando atrás no solo la contextualización de la desaparición de Madeleine McCann, sino el contexto de las declaraciones de la propia Julia. En contraste, no se identificó ningún elemento sensacionalista relacionado con el humor o la crítica, lo que indica que ambos estilemas están representados en un 0%:

Gráfico 11: rasgos sensacionalistas identificados en *Espejo Público*

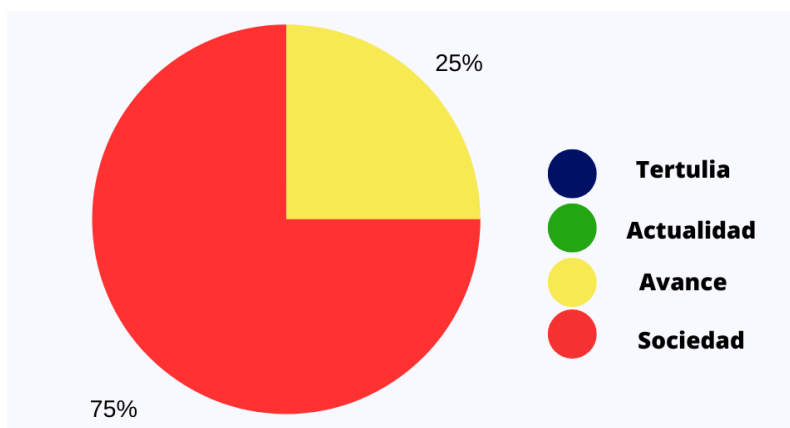


Fuente: elaboración propia

3.2 Análisis de las características del infoentretenimiento utilizadas en *El Programa de Ana Rosa*

En el 75% de las ocasiones analizadas, el tema de Julia Faustyna se presenta en la sección de avances de *El Programa de Ana Rosa*. Este porcentaje indica que solo durante el programa del 20 de febrero se dedica parte de la apertura a hablar del tema en cuestión. Los otros tres fragmentos se ubican en las secciones de sociedad, representando un 75% del total. Estos datos ponen en manifiesto que, al igual que en *Espejo Público*, *El Programa de Ana Rosa* no presentó la información ni desde la objetividad propia de la sección informativa, ni desde el sensacionalismo característico de una tertulia de prensa rosa.

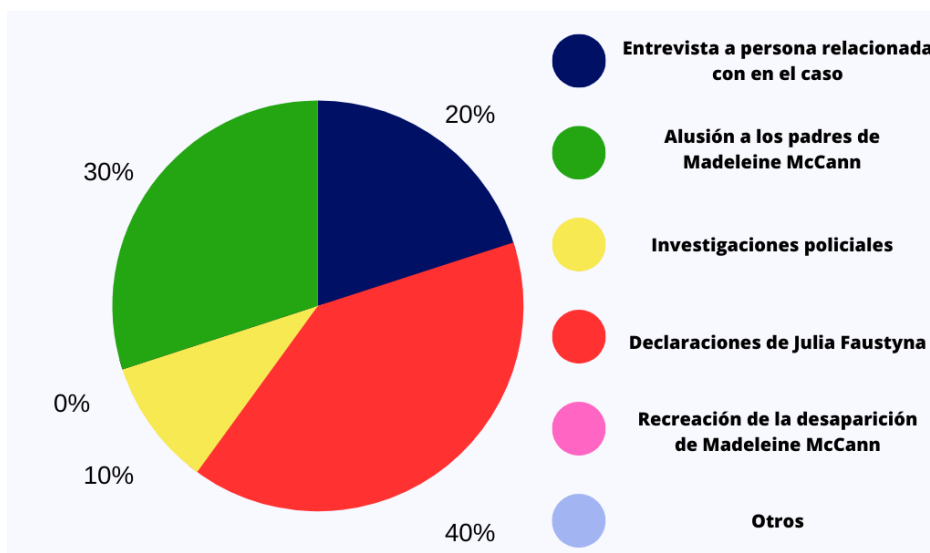
Gráfico 1: sección de ubicación del contenido en *El Programa de Ana Rosa*



Fuente: elaboración propia

El tema tratado en *El Programa de Ana Rosa* respecto a la noticia en cuestión fueron, con un 40% de frecuencia, las declaraciones de Julia Faustyna. Esto indica que los colaboradores del programa dedican gran parte del espacio del programa a proporcionar información basada en las afirmaciones de la joven sobre la coincidencia de su identidad con la de la niña desaparecida Madeleine McCann. El segundo tema más tratado es la mención a los padres de Madeleine McCann, Kate y Gerry McCann, con un 30% de presencia. Además, el 20% del total se dedica a realizar entrevistas a personas relacionadas con el caso, específicamente a la representante de Julia Faustyna. Las investigaciones policiales representan el 10% restante, haciendo referencia a las menciones sobre los últimos avances en el caso McCann. En contraste, no se identifican elementos o recursos utilizados que sirvan para recrear la desaparición de Madeleine McCann ni ningún otro tema que no fuera alguno de los citados.

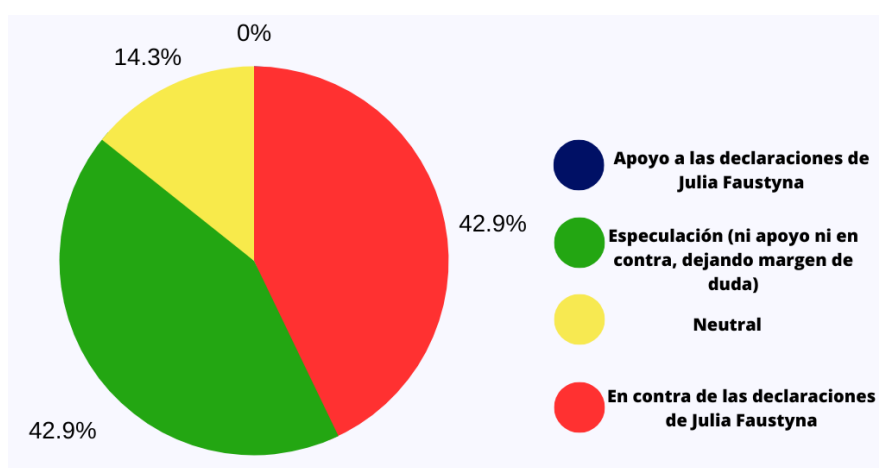
Gráfico 2: tema en el que se enmarca el contenido en *El Programa de Ana Rosa*



Fuente: elaboración propia

Durante las tres emisiones analizadas de *El Programa de Ana Rosa*, se identifican dos marcos conceptuales principales: el marco especulativo y el marco en contra. Ambas variables representan cada una un 42.9% del total de *frames* utilizados para abordar el caso en la producción de Mediaset. El marco de especulación indica que los colaboradores no adoptaron una postura definida sobre si Julia Faustyna es o no Madeleine McCann, sino que plantearon dudas a través de sus declaraciones. Por otro lado, en el mismo número de ocasiones, los periodistas dejaron claro que estaban en desacuerdo con las afirmaciones de Julia Faustyna. En un 14.3% del tiempo total, se utilizó el marco conceptual de neutralidad, caracterizado por un enfoque informativo sin ninguna suposición sobre la posición del comunicador respecto al tema en cuestión. Finalmente, no se registró ninguna instancia en la que los participantes del programa mostraron apoyo a las declaraciones de Julia Faustyna.

Gráfico 3: *frame* utilizado en *El Programa de Ana Rosa*

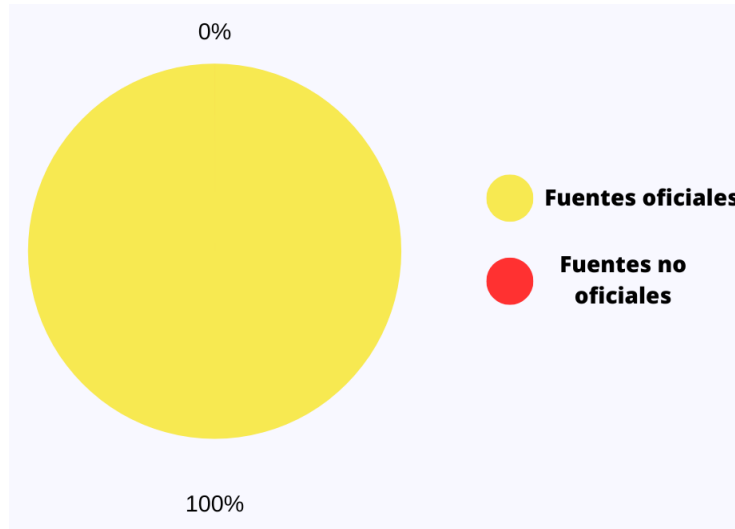


Fuente: elaboración propia

A diferencia de *Espejo Público*, *El Programa de Ana Rosa* no acudió en ninguna instancia a

fuentes no oficiales para contrastar la información, por lo que esta variable representa un 0% del total de fuentes utilizadas. En contraste, el 100% de las fuentes empleadas fueron oficiales y directamente relacionadas con el caso, como la representante de Julia Faustyna o la propia Julia.

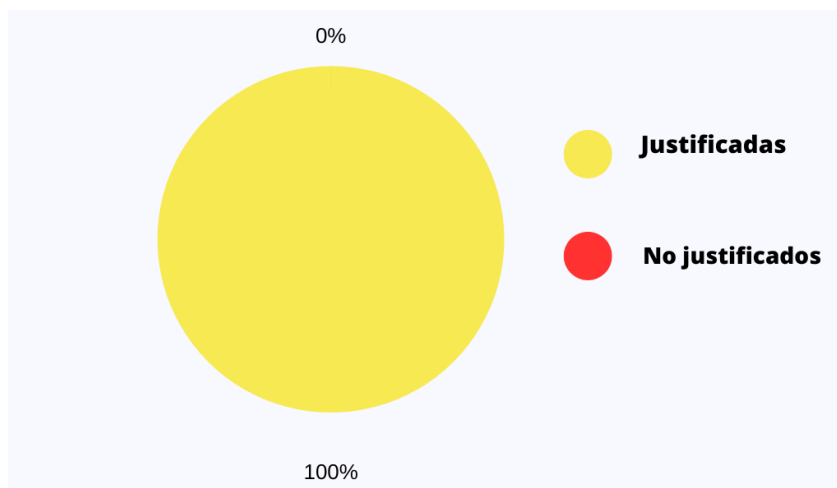
Gráfico 4: fuentes a las que ha acudido *El Programa de Ana Rosa*



Fuente: elaboración propia

Durante las emisiones analizadas en *El Programa de Ana Rosa*, se observó que solo se realiza una conexión en directo, lo cual representa el 100% del total. En dicha conexión participa Silvia González, una periodista experta en el caso de Madeleine McCann. Esta conexión no solo brinda sensación de inmediatez, sino que también proporciona información relevante en la investigación. Por otro lado, no se identifican conexiones en directo que carecieran de justificación, lo cual representa el 0% del total.

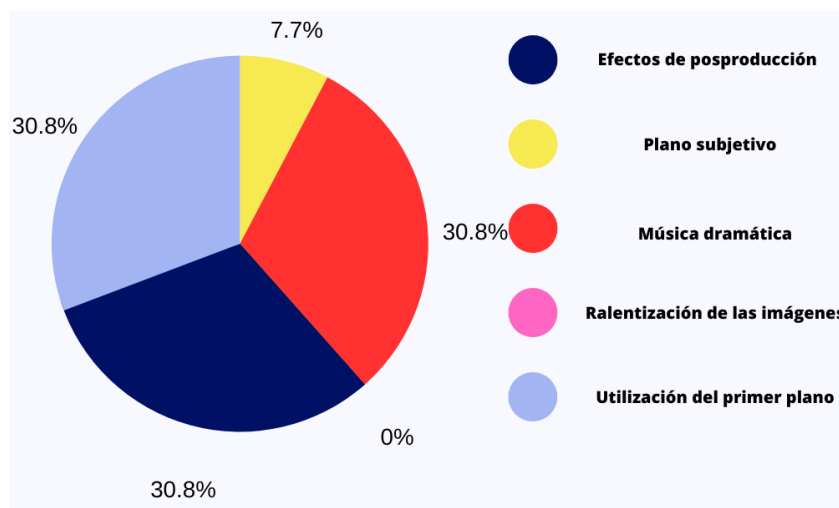
Gráfico 5: conexiones en directo realizadas en *El Programa de Ana Rosa*



Fuente: elaboración propia

Durante la realización del análisis de contenido se detectan tres efectos audiovisuales principales empleados por *El Programa de Ana Rosa*: el primer plano, la música dramática y los efectos de posproducción. Estas variables representan cada una el 30.8% del total de efectos de este tipo utilizados. Al igual que en *Espejo Público*, la música dramática se utiliza como fondo mientras se mostraban imágenes de los protagonistas y se narraba la historia. Por otro lado, el primer plano se empleó para resaltar los rasgos faciales de Madeleine McCann y Julia Faustyna, mientras que los efectos de posproducción se manifestaron en forma de rótulos en la parte inferior de la pantalla. El plano subjetivo, con una representación del 7.7%, se utilizó en menor medida para mostrar la perspectiva personal del plató. En contraste, no se identificó ninguna utilización de la ralentización de imágenes, lo que representa un 0% del análisis.

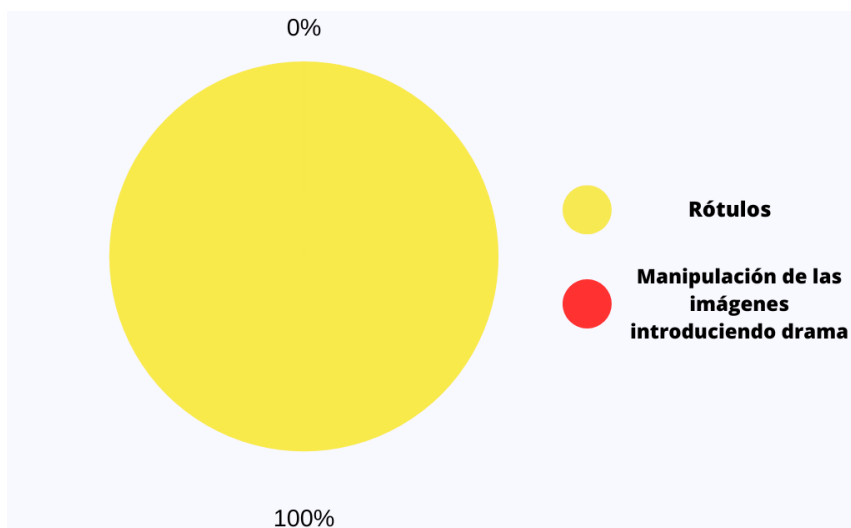
Gráfico 6: efectos audiovisuales empleados en *El Programa de Ana Rosa*



Fuente: elaboración propia

Los efectos de posproducción identificados en el análisis se limitaron exclusivamente a los rótulos, los cuales representaron el 100% de los mecanismos de este tipo utilizados. Estos rótulos se ubican en la parte inferior de la pantalla con el propósito de resaltar la información más relevante, ofrecer datos nuevos o generar un impacto visual que capturara el interés del espectador hacia el contenido presentado.

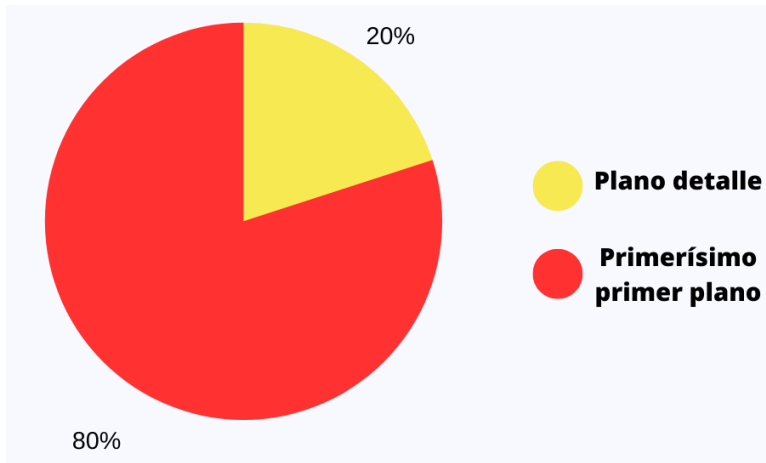
Gráfico 7: efectos de posproducción empleados en *Espejo Público*



Fuente: elaboración propia

La utilización del primer plano se divide en dos categorías: el primerísimo primer plano y el plano detalle. El primerísimo primer plano representa el 80% del total de la utilización del primer plano y su objetivo fue comparar los rostros de Julia Faustyna y Madeleine McCann para determinar si son la misma persona. Por otro lado, el plano detalle representa el 20% restante, enfocándose en destacar el coloboma ocular característico de Madeleine McCann, al igual que el otro programa bajo investigación.

Gráfico 8: utilización del primer plano en *El Programa de Ana Rosa*

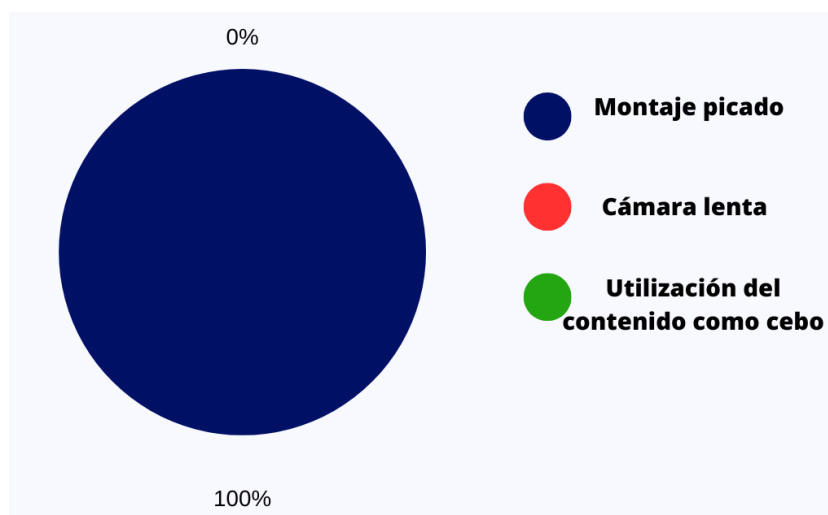


Fuente: elaboración propia

El único elemento identificado en el análisis de edición intencional de las imágenes en *El Programa de Ana Rosa* fue el montaje picado, representando el 100% del total. Este recurso se utiliza para crear una secuencia de planos rápidos que emulan la estructura de un videoclip. En contraste, no se detectó la utilización de cámara lenta ni la estrategia de utilizar el contenido como cebo, por lo que representan un 0% del total.

Gráfico 9: edición intencional de las imágenes por parte de *El Programa de Ana*

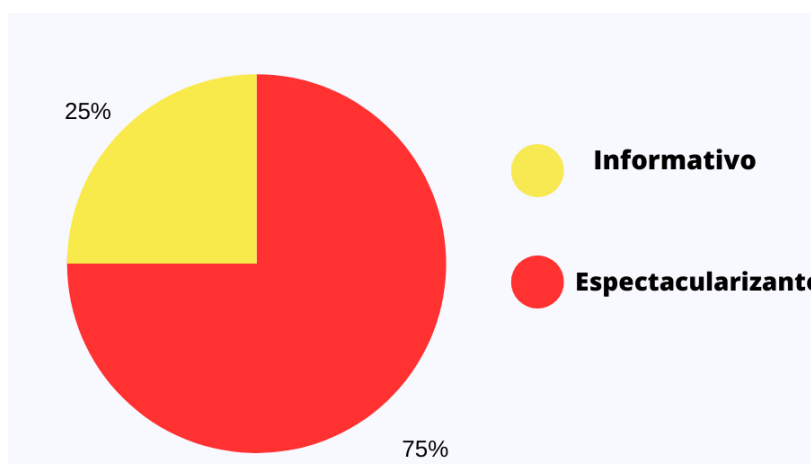
Rosa



Fuente: elaboración propia

El enfoque adoptado por los colaboradores de *El Programa de Ana Rosa* durante el análisis de las imágenes se caracterizó por ser espectacularizante en un 75% del tiempo, mientras el enfoque informativo representó el 25% restante. El enfoque espectacularizante se evidencia cuando los periodistas, al narrar los hechos, mezclan la narración con sus opiniones personales y se da protagonismo a la subjetividad. En contraste, el enfoque informativo solo se manifiesta en una ocasión, cuando el tema objeto de estudio se presenta en la sección de apertura del programa, caracterizada por ofrecer información de manera neutral.

Gráfico 10: enfoque adoptado por *El Programa de Ana Rosa*

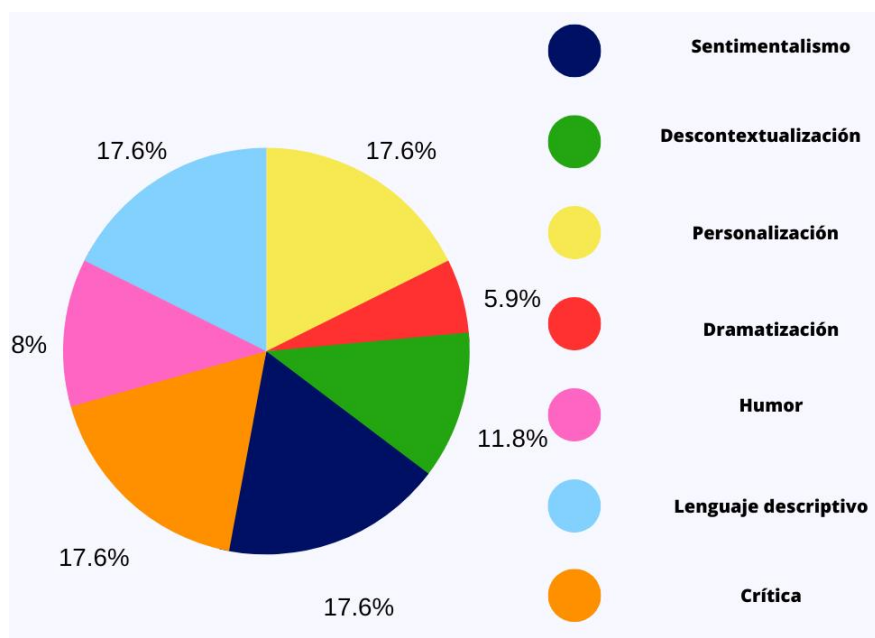


Fuente: elaboración propia

Los cuatro principales rasgos sensacionalistas identificados en las emisiones de *El Programa de Ana Rosa* son la crítica, el sentimentalismo, el lenguaje descriptivo y la personalización. Estos representan cada uno el 17.6% del total y fueron utilizados de manera similar a *Espejo Público*. El lenguaje descriptivo hace referencia al uso coloquial empleado en las emisiones. El sentimentalismo se utilizó para resaltar las emociones de Julia Faustyna. Por otra parte, la

personalización se utiliza con el fin de destacar la historia individual de Julia Faustyna, dejando de lado la recreación de la desaparición de Madeleine McCann y los eventos que rodean la primicia objeto de estudio. El elemento de crítica se detecta por primera vez en el análisis de contenido en *El Programa de Ana Rosa*, manifestándose a través de la emisión de juicios negativos sobre Julia Faustyna. La descontextualización se hizo evidente en la narración de la historia, pero careciendo de contexto explicativo. El humor representa el 8%, ya que se identificaron momentos en los que los periodistas utilizan en conjunto el personaje de Julia Faustyna como objeto de burla. La dramatización tiene una representación del 5.9%, y se manifiesta mediante la inclusión de datos sensacionalistas por parte de los periodistas en la historia.

Gráfico 11: rasgos sensacionalistas identificados en *El Programa de Ana Rosa*



Fuente: elaboración propia

4. CONCLUSIONES

El estudio del tratamiento informativo del caso de Julia Faustyna en *Espejo Público* y *El Programa de Ana Rosa* revela que, a pesar de que ambos programas abordaron la noticia como un suceso relevante en el caso de la desaparición de Madeleine McCann, este tratamiento ha presentado algunas diferencias según la producción televisiva.

De acuerdo con la primera hipótesis planteada, se determina que ambos magazines estudiados adoptaron perspectivas comunicativas que condujeron al sensacionalismo y a la espectacularización de los hechos. Esto se justifica por la notable utilización por parte de ambos programas de rasgos propios del sensacionalismo, según se definen en el trabajo de campo realizado por Berrocal Gonzalo, Redondo García y Campos Domínguez (2014). Aunque ambas producciones hacen un uso excesivo de estas características, *Espejo Público* lo hizo de manera más pronunciada, ya que otorgó mayor importancia al suceso, dedicándole más tiempo. Por otro lado, *El Programa de Ana Rosa* solo dedica un total de cuatro segmentos para hablar del suceso entre los días 20, 21 y 22 de febrero de 2023, la mitad en comparación al programa *Espejo Público*. A pesar de esta cifra, *El Programa de Ana Rosa* también utilizó, aunque en menor medida debido al escaso tiempo dedicado al tema, tendencias similares

propias del sensacionalismo

En cuanto a la segunda hipótesis, referida al uso de fuentes, se observa que en ambas producciones predominan las fuentes oficiales en lugar de fuentes no oficiales. *Espejo Público* recurre a fuentes externas en un total de 19 ocasiones, de las cuales 16 son fuentes oficiales relacionadas con el caso, como la representante de Julia Faustyna, el cuerpo policial de Scotland Yard, expertos en la desaparición de Madeleine McCann o la redes sociales de la propia Julia Faustyna. Las tres fuentes restantes fueron no oficiales, como fisnomistas o periodistas cuyas intervenciones no aportan datos relevantes a la historia. En contraste, la producción de Mediaset utiliza un total de diez fuentes, todas ellas oficiales y de origen similar a las mencionadas en el otro magazine. Estos datos indican que en los programas analizados no predominaron las fuentes ciudadanas, sino las oficiales. Además, también se puede considerar a los propios colaboradores como fuentes de información, ya que en todo momento y en ambos programas analizados, contribuyen en la narración del relato, aportando sus perspectivas y datos carentes de relevancia. Por todo ello, la hipótesis 2 no se ratifica.

Sobre la tercera hipótesis, el marco especulativo fue predominante en *Espejo Público*, representando el 66.7% del total. Por otro lado, en *El Programa de Ana Rosa* este empatía en un 42.9% con el marco conceptual que se posiciona en contra de las declaraciones de Julia Faustyna. Estas cifras evidencian que, mientras *Espejo Público* da más espacio a la duda sobre la identidad de Julia Faustyna, *El Programa de Ana Rosa* genera un juicio mediático al posicionarse notablemente en contra de las declaraciones de Julia Faustyna, utilizando elementos sensacionalistas como la crítica o el humor, que enfatizan aún más la postura de los colaboradores. En contraste, *Espejo Público*, no da lugar a la generación de juicio mediático, ya que no adoptó una postura específica en relación al tema en cuestión. Es por todo ello que esta hipótesis solo se ratifica en parte.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abela, J.A. (2008). Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada. *Centro de estudios andaluces*. <https://www.centrodeestudiosandaluces.es/publicaciones/tecnicas-de-analisis-de-contenido-una-revision-actualizada>
- Aignerren, M. (2009). Análisis de contenido. Una introducción. *La Sociología En Sus Escenarios*, (3). Recuperado a partir de <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/1550>
- Alberto Gonzalez, N., & Padilla Domínguez, L. E. (2021). *En el ojo mediático: menores desaparecidos en los medios de comunicación españoles: estudio de casos*. [Trabajo Fin de Grado, Universidad de La Laguna]. <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/24913>
- Álvarez-Galvez, J. (2012). Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas [Documento de trabajo, N.º 2]. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/45089/>
- Anabitarte Rivas, H., & Lorenzo Sanz, R. (1981). "El Ciudadano Hearst", padre del periodismo sensacionalista. *Tiempo de historia*. Año VIII, n. 85 (1 dic. 1981), p. 54-59. <http://hdl.handle.net/10366/24849>
- Andréu, J. (2002). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Editorial Fundación Centro de Estudios Andaluces.

- Berger, P.L. & Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Bernete, F. (2013). Análisis de contenido (cuantitativo y cualitativo). En A. Lucas Marín y A. Noboa (coords.), *Conocer lo social: estrategias y técnicas de construcción y análisis de datos* (pp. 221-261). Fragua. <https://bit.ly/3UkyFbe>
- Berrocal, S., Campos, E. & Redondo, M. (2012a). El “infoentretenimiento” político en Internet: La presencia de cinco líderes europeos en YouTube. *RIPS: Revista de Investigaciones políticas y sociológicas*, 11(4), 107-131. <http://www.usc.es/revistas/index.php/rips/article/view/697/691>
- Berrocal Gonzalo, S. ., Redondo García, M. ., Martín Jiménez, V., & Campos Domínguez, E. . (2014). La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española. *Revista Latina De Comunicación Social*, (69), 85–103. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1002>
- Cerbino, M. (2004). Ética y sensacionalismo en el periodismo digital. *Revista INFOLAC*, 17(17). https://www.academia.edu/download/44690705/TICA_Y_SENSACIONALISMO_EN_EL_PERIODISMO_20160413-8417-xvjcor.pdf
- Claudia Benlloch. (9 de noviembre de 2018) *Evolución de los medios de comunicación: sensacionalismo e interacción*. <https://cbenlloch.com/2018/11/09/evolucion-de-los-medios-de-comunicacion-sensacionalismo-e-interaccion/>
- De-Casas-Moreno, P.; Maraver-López, P.; y Aguaded, I. (2016): Análisis de contenido de la programación sensacionalista pública española: propuesta de cuestionario como medidor de los hábitos de la audiencia audiovisual. *Icono* 14, 14, 1-23. DOI: <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.914>
- Entman, R. (1993). "Framing: toward clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*, 43 (3), 51-58.
- Freidenberg, F. (2004). Los medios de comunicación de masas: ¿también son actores? Universidad de Salamanca. Disponible en: <https://campus.usal.es/~dpublico/areacp/materiales/Mediosdecomunicacion.pdf>
- Früh, W. y Wirth, W. (1997): “Positives und negatives infotainment. Zur Rezeption unterhaltsam aufbereiteter TV-Informationen”, in Günter Bentele and Michael Haller (eds) *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit*. Constance: Univesitätsverlag Konstanz.
- Gerbner, G. et al. (1979). The demonstration of power: Violence profile. *Journal of Communication* , 219, pp. 177-196.
- Gilovich, T. (1993). *How We Know What Isn't So* . New York: The Free Press.
- Gómez, B. (2005). Disfunciones de la Socialización a través de los Medios de Comunicación. *Razón y palabra*, (44). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520624015>
- Grassau, D. (2016) El efecto de agenda setting en la opinión pública: recorrido teórico,

vigencia y desafíos de la teoría. *Cuadernos Isuc*, 2 (1): 2-22. <https://repositorio.uc.cl/xmlui/handle/11534/37380>

-Koziner, N. S. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. *Austral Comunicación*, 2(1), 01-25. <https://doi.org/10.26422/aucom.2013.0201.koz>

-Lang, G. E. y Lang, K. (1981). Watergate: An exploration of the agenda-building process. *Mass communication review yearbook*, 2(447-468).

-Leturia I., Francisco J. (2017). La problemática de los juicios paralelos en la jurisprudencia y doctrina española. *Ius et Praxis*, 23(2), 21-50. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-00122017000200021>

-Luzón, V., & Ferrer, I. F. (2007). Cuando la noticia se convierte en espectáculo informativo". *Tripodos*, 1, 0267-0277. <https://ddd.uab.cat/record/204609>

-Luzón, V., & Ferrer, I. (2008). Espectáculo informativo en noticias de sociedad: el caso de Madeleine McCann *Tripodos*, 22, 137-148. https://www.academia.edu/1043471/Espect%C3%A1culo_informativo_en_noticias_de_sociedad_el_caso_de_Madeleine_McCann

-March, J.C., & Prieto, M.A. (2006). *Análisis de la televisión en la «Generación TV»*. Madrid: Red Comunicar.

-Marqués, J. (2016). *Política y propaganda. Medios de comunicación y opinión pública*. Barcelona, Editorial UOC.

-Martini, S. (2016). EL SENSACIONALISMO Y LA FALACIA DE LA OBJETIVIDAD Reflexiones acerca de la noticia sobre el delito en la prensa argentina. *Avatares de la Comunicación y la Cultura*, 0(12). Recuperado de <https://publicaciones sociales.uba.ar/index.php/avatares/article/view/4861>

-McCombs, M., & Evatt, D. (1). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Communication & Society*, 8(1), 7-32. <https://doi.org/10.15581/003.8.35616>

-Ortells Badenes, S. (2011). La consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español. <https://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/77227>

-Palacios, R. M. (2006). Investigación cualitativa y cuantitativa Diferencias y limitaciones. *Piura Perú*. https://www.insp.mx/resources/images/stories/Centros/nucleo/docs/dip_lsp/investigacion.pdf

-Paredes Otero, G. (2022). ¿ Infoentretenimiento o coloquialidad? La información de videojuegos a través del periodismo especializado desde YouTube. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, 66, 81-94. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3460>

-Pedroso, R. (1994). Elementos para una teoría del periodismo sensacionalista. *Comunicación y Sociedad*, 21, 139-157. https://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/21_1994/139-157.pdf

- Pelazas Rivero, M. Estefanía (2022). El tratamiento informativo de la Covid-19 en los telediarios de Telecinco y Televisión Española [TFG]. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/58722>
- Redondo García, M. M. (2013). "El sensacionalismo y su penetración en la prensa española de calidad. El "caso McCann" en " El País", " El Mundo" y" ABC". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19(1), 235-253. https://doi.org/10.5209/rev_esmp.2013.v19.n1.42519
- Redondo García, M. M. (2011). El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español. [Tesis doctoral, Universidad de Valladolid]. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/891>
- Rodríguez-Díaz, Raquel (2004). Teoría de la agenda-setting: aplicación a la enseñanza universitaria. Alicante: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/2297>
- Rosales Villar, B. (2019). El humor como vehículo propagandístico en los programas de entretenimiento. [TFG] Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/36979>
- Sádaba , T. (2008). *Framing: el encuadre de las noticias: el binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía.
- Sahuquillo, P.D. (2007). Algunas aportaciones teóricas a la influencia de la televisión en el proceso de socialización de la infancia. Ediciones Universidad de Salamanca 19, 191-224. https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/71845/Algunas_aportaciones_teoricas_a_la_influ.pdf;jsessionid=E8B49380089584B6F277FAC3EA15F9C2?sequence=1
- Sayago, Sebastián. (2014). El análisis del discurso como técnica de investigación cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales. *Cinta de moebio*, (49), 1-10. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2014000100001>
- Scheufele, D. A. (2000). "Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication" *Mass communication & society*, 3(2-3), 297-316. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/s15327825mcs0323_07
- Searle, J.R. (1997). *La construcción de la realidad social*. Barcelona: Paidós
- Tankard, J. W. (2001). "The empirical approach to the study of media framing". *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, 95-106.
- Taylor, S. J., & Bodgan, R. (1986). "Introducción a los métodos cualitativos de investigación y de la investigación-acción participativa". La búsqueda de significados Magendzo, A. *Op. cit.*
- Reese, S. D., Gandy Jr, O. H., & Grant, A. E. (Eds.). (2001). "*Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*" Routledge.
- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.