



Universidad de Valladolid

CURSO 2017-2018

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Estrategias de desinformación en la
prensa española. Análisis de *El
Mundo y El País***

Alumna: Lianet Rosales Amador

Tutora: Marta Redondo

The background of the cover is a stack of old, yellowed newspapers. A topographical map is overlaid on the right side of the stack, showing contour lines and geographical features. The text is printed in white and orange-red colors.

ESTRATEGIAS DE
DESINFORMACIÓN EN LA
PRENSA ESPAÑOLA. ANÁLISIS
DE *EL PAÍS* Y *EL MUNDO*.

UNIVERSIDAD DE
VALLADOLID
FACULTAD DE FILOSOFÍA
Y LETRAS

LIANET
ROSALES
AMADOR

Índice:

1. Introducción	6
1.2 Objetivos que se plantea el trabajo	7
1.3 Hipótesis	8
2. Marco teórico	10
2.1 Herramientas de desinformación empleadas por la prensa	12
2.2 Saturación informativa en los Medios de comunicación	17
3. Metodología	20
4. Resultados de la investigación.....	24
4.1 Micro-navegación para contextualizar las informaciones.....	24
4.2 Lenguaje más empleado en las informaciones.....	26
4.3 Predominio de fuentes institucionales en las informaciones.....	29
4.4 Pluralidad informativa.....	32
4.5 Identidades hegemónicas en los medios	34
4. 6 Elementos multimedia en las informaciones	37
4. 7 Mentiras de los medios	39
4.1.1 Saturación informativa.....	41
4.1.2 Consecuencias directas de la desinformación	44
5. Conclusiones	50
5.1 Limitaciones y líneas futuras de investigación.....	52
6. Bibliografía	54
7. Anexos	59

Resumen:

Este trabajo analiza las informaciones de dos periódicos nacionales y generalistas españoles: *El País* y *El Mundo* con el objetivo de identificar en la redacción de sus noticias, herramientas de desinformación que afectan de manera directa el conocimiento y muestran una falta de análisis de los lectores que consumen dicho producto informativo. Se analizan distintas técnicas de desinformación tales como: la utilización de un lenguaje ambiguo y eufemístico, la descontextualización, el uso limitado de fuentes o su falsa pluralidad y algunos elementos multimedia que forman parte de las noticias tales como: la fotografía que dan lugar a malentendidos debido al encuadre fotográfico. Por último, para demostrar las consecuencias del empleo de las estrategias de desinformación se realiza un test de actualidad para conocer el nivel de interpretación de la realidad de estudiantes de cuarto año del Grado de Periodismo.

Palabras claves:

Desinformación, información, herramientas, medios de comunicación, prensa digital.

Abstract:

This work analyzes the information of the Spanish national and general newspapers: *El País* and *El Mundo* with the aim of identifying themselves in the writing of their news, disinformation tools that directly affect knowledge and show a lack of analysis by readers consume said information product. Other disinfection techniques are analyzed, such as: the use of an ambiguous and euphemistic language, the decontextualization, the limited use of the sources or their false plurality and some multimedia elements that are part of the news stories such as: the photography that give rise to misunderstandings due to the photographic framing. Finally, for the demonstration of the consequences of the

use of the disinfection strategies, a test of the actuality is made to know the level of interpretation of the reality of the fourth year students of the Degree in Journalism.

Keywords: Disinformation, information, tools, media, digital press.

1. Introducción

En pleno siglo XXI, momento en el que se ha producido una revolución comunicacional sustentada en cambios económicos y tecnológicos cuyo resultado ha sido el libre acceso a la información y la apertura de múltiples canales de interacción y consumo, nos enfrentamos a una paradoja que se ha generado de manera intencionada por gobiernos y poderosos sectores económicos: la desinformación en la era de la información.

La desinformación es definida por la Academia de Lengua Española como “una manipulación informativa o mediática, basada en la acción y efecto de procurar en los sujetos el desconocimiento o ignorancia evitando la circulación o divulgación del conocimiento de datos, argumentos, noticias o información que no sea favorable a quien desea desinformar”.

Los medios de comunicación han actuado beneficiando los intereses de sectores que acumulan el poder, empleando diversas herramientas que favorecen la desinformación: lenguaje eufemístico o técnico que desconcierta y provoca que el usuario no llegue a conocer el trasfondo de las informaciones a las que accede, falsa pluralidad, la criminalización de determinados colectivos o la descontextualización de las informaciones. Estas herramientas, entre otras, provocan el desconocimiento en el usuario que, falsamente, se siente cada vez más informado por la abundancia de noticias y el acceso a diferentes plataformas.

Algunos autores defienden la idea de que la desinformación es “estructural e inherente a la información”, por lo que es imposible informarse sin a la vez desinformarse (López 2004). Esto se debe en gran medida a la característica mercantil y comercial de los

medios privados que crean “un trinomio de producción” analizado por Rodrigo-Alsina (2001) basado fundamentalmente en tres aspectos: la circulación de la información, el consumo con el que se identifican los medios y todo aquello que determina el enfoque de la industria comunicativa. En el caso de los medios públicos respecto a los privados la diferencia solo radica en que predominan las condiciones políticas sobre las económicas, por lo que el modelo de periodismo para todos los medios, tanto públicos como privados, está banalizado y cobra vida en un círculo vicioso de oferta y demanda informativa cuya prelación es el entretenimiento o la polarización política, abandonando el objetivo de informar de forma rigurosa (Romero-Rodríguez, 2014).

La industria de la comunicación busca rentabilidad, apostando por la producción masiva más que por la calidad de los contenidos, lo que genera “productos enlatados” para un consumo abundante de audiencia (Xaxás, 2005) lo que da lugar a una de las características actuales de los medios, el incremento desproporcionado de la capacidad de “inventar, falsear y tergiversar acontecimientos” (Ortega, 2006) lo que favorece que el trabajo periodístico empeore progresivamente y su prestigio descienda de manera vertiginosa.

1.2 Objetivos que se plantea el trabajo

Uno de los objetivos de este trabajo es identificar y compilar las herramientas de manipulación y desinformación empleadas por los medios de comunicación para ofrecerle al lector la posibilidad de que cree su propia óptica de análisis de la desinformación en los medios.

En una segunda fase empírica, se busca aplicar esas variables identificadoras de los procesos de desinformación a los dos principales medios de comunicación online españoles (*El País* y *El Mundo*). Además, se opta por examinar la calidad informativa de los medios de comunicación mediante la confección de una tabla con variables específicas que permiten cuantificar el uso de las herramientas desinformación en dichos medios.

Además, se ha querido conocer con carácter meramente exploratorio y no representativo, las consecuencias reales y la repercusión del uso de estas herramientas, en una pequeña muestra compuesta por estudiantes de cuarto año del Grado de Periodismo de la Universidad de Valladolid, a los que se les ha sometido a un test de actualidad para conocer su nivel de conocimiento y comprensión de las informaciones que se divulgan a través de los medios de comunicación, concretamente de los periódicos *El País*, *El Mundo*.

1.3 Hipótesis

Atendiendo a los objetivos hasta aquí planteados, a continuación, se formulan las hipótesis de investigación que se tratarán de confirmar o refutar a lo largo del trabajo:

H.1 En *El Mundo* y *El País*, dos de los principales medios de comunicación españoles se utilizan herramientas de desinformación, tales como:

- La descontextualización de las informaciones al no presentarse antecedentes de los hechos relatados, ni comparaciones con otros acontecimientos de semejante índole.
- El uso inadecuado del lenguaje es otra herramienta de desinformación, ya que el lenguaje se utiliza para ofrecer un relato sesgado o encubierto

de la realidad a través del eufemismo o el abuso de tecnicismos no traducidos.

- La utilización inadecuada de las fuentes que limitan el relato informativo a unas pocas voces y permite la variación de los hechos en función del marco de referencia de las ideologías, la edad, la memoria y los rasgos de personalidad de las propias fuentes.
- La falsa pluralidad de los diferentes medios de comunicación, que ocultan una gran homogeneidad dado que la mayoría de ellos se agrupan o pertenecen a grandes conglomerados mediáticos.
- Cierta criminalización de algunos colectivos (inmigrantes, gitanos) debido al léxico empleado y a la intención negativa de la selección de hechos noticiosos que se publican en los medios.
- Las mentiras, que sin duda son el método de desinformación más sencillo, aunque no el más empleado. La mentira consiste en introducir una falsedad de forma intencionada en las informaciones y darlas por válidas o ciertas.

H.2. En la era de la información los ciudadanos están cada vez más desinformados debido a la saturación de contenidos y la incorporación de elementos multimedia en las informaciones que favorece la distracción del contenido realmente importante.

H.3. La consecuencia directa del uso de las herramientas de desinformación por parte de los medios de comunicación y concretamente de los periódicos *El País*, *El Mundo*, es el desconocimiento de la actualidad y por ende un débil análisis de los acontecimientos y de la realidad.

2. Marco teórico

En las sociedades contemporáneas presenciamos una novedosa configuración histórica donde las tecnologías digitales adquieren un papel predominante. Rainie y Barry (2012) califican los cambios que se han producido en las sociedades contemporáneas como una “triple revolución”, que tiene como ejes a “Internet, las redes sociales y la comunicación móvil.”

Las tecnologías digitales han puesto a disposición de los ciudadanos un enorme volumen de información, de forma que la sociedad actual es bautizada como la sociedad de la información y el conocimiento. Paradójicamente es también la sociedad donde más prolifera el ruido informativo y la desinformación.

“Desinformación es la acción de inducir a confusión a la opinión pública mediante el uso de informaciones falsas” (Romero-Rodríguez, 2014). Sin embargo, aunque el uso del término es reciente, ya Nicolás Maquiavelo (1532) en el capítulo XVIII de *El Príncipe*, recomienda al monarca mostrarse de acuerdo con los valores que desprecia, por lo que posiblemente, la manera de señalar la importancia de la manipulación y el engaño en la propia razón de Estado, sea el antecedente del sentido moderno de la desinformación. (Romero-Rodríguez, 2014)

En el diálogo *Politeia*, del libro *La República* de Platón, se expone como la mentira piadosa resulta ser la base fundamental de las estructuras del poder del Estado. Vladimir Lenin en su obra *¿Qué hacer?* de 1902, proclama la importancia de la propaganda, la agitación y el engaño como elementos integrales de la estrategia comunista.

Posteriormente, en 1972, el término desinformación había sido incluido en la Enciclopedia Soviética, para referirse a noticias falsas, engañosas y deformadas.

Para Pascual Serrano (2009) la desinformación en las democracias, a diferencia de las dictaduras viene dada por la asfixia, “en la democracia es la propia información, por saturación, la que nos impide acceder a lo que nos interesa. Es decir que, en la democracia, la censura funciona por asfixia, por atragantamiento y por atasco”. Para desarrollar esta sobreabundancia de información es fundamental el empleo de algunas herramientas de comunicación cuyo objetivo es desorientar al ciudadano.

La desinformación también se entiende como un “conjunto organizado de engaños en una era en que los medios de comunicación masivos se encuentran enormemente desarrollados” (Durandín, 1995). Para Durandín hay que analizar seis elementos: la diferencia entre conocimiento, realidad y discurso; la intención de engañar, los motivos que provocan esa intención, los objetos sobre los que recae, los destinatarios y los métodos que utilizan los medios de comunicación.

Durandín es el primer autor que dedica sus esfuerzos a clasificar las tres acciones primarias que pudieran considerarse desinformativas: eliminar elementos o silenciar la totalidad de la información dando lugar a la omisión voluntaria o censura, alterar informaciones cayendo en la manipulación informativa y la invención de acontecimientos.

Por otro lado, autores como Fox (1983), considera que la desinformación es aquella información que puede ser falsa, ambivalente, vaga o ambigua, pero que a la vez puede

resultar informativa. Mientras que para el lingüista Umberto Eco (2013) la desinformación es un “fenómeno causado directamente por el manejo periodístico de la información o por el incumplimiento de normas éticas o lingüísticas en su ejercicio.”

2.1 Herramientas de desinformación empleadas por la prensa

La descontextualización de las informaciones es una de las herramientas empleadas por los medios para desinformar. Asuntos tratados en los grandes medios de comunicación no presentan antecedentes, explicaciones de por qué se ha llegado hasta ellos, ni comparaciones con otros acontecimientos, por lo que temas como la guerra de Siria o la independencia catalana son asuntos de actualidad permanente en los medios, pero muy pocos lectores podrían explicar por qué se desencadenó la guerra o a qué se debe el conflicto catalán. (Galdón, 2004)

El uso incorrecto del lenguaje es otra herramienta de desinformación, sobre todo en el periodismo económico. Se emplea un vocabulario fundamentalmente neoliberal y eufemístico (reformas que habitualmente se traducen en recortes, o decrecimiento positivo que no es más que un descenso en la economía y un error gramatical por unir dos palabras totalmente opuestas). El eufemismo intenta aminorar los efectos de la construcción de una realidad que colisiona con los intereses o creencias de la audiencia, para en consecuencia reducir el daño de la percepción del emisor frente a terceros. (Romero-Rodríguez, 2014).

El efecto desinformativo ocurre también por la manipulación de conceptos y la selección errónea de fuentes de información (Saudners, MacLeod y Malcom, 2002) que variarán en función del marco de referencia y conceptual, de las ideologías, la edad, la

memoria y los rasgos de personalidad (Lee, 2004). Como consecuencia de la celeridad en la producción informativa, y las nuevas tecnologías las fuentes pasan a un segundo plano lo que provoca una crisis de credibilidad por parte de los lectores. De hecho, el estudio de Mayoral (2008) sobre medios de comunicación impresos y la televisión revela una utilización muy escasa de fuentes que él estableció en 0,71 fuentes por noticia. (Mayoral, 2008).

Otra herramienta de desinformación que afecta al contenido de las noticias es la falsa pluralidad. La pluralidad o pluralismo se entiende como el grado de representación de diversas opiniones en los espacios mediáticos y también como el empleo diverso de fuentes en el momento de documentarse y redactar una información. La creación de conglomerados de medios y la dependencia de las agencias informativas provoca que una información sea transmitida de forma idéntica por distintas voces, dando una apariencia de diversidad y pluralidad de medios, aun cuando la información difundida es prácticamente la misma. (Galdón, 2004). Así la supuesta pluralidad informativa no es más que un «efecto ventrilocuo» (Galdón, 2004).

El «efecto ventrilocuo» genera la homogenización de los productos informativos que, aunque parecieran distintos poseen un mismo enfoque, por lo que una sola voz y perspectiva aparece disfrazada en múltiples plataformas. (Romero-Rodríguez, 2014). Un ejemplo, podrían ser algunas informaciones de las agencias de noticias, las cuales generan un monopolio tanto de elementos multimedia, mediante fotografías y vídeos, como de elementos de redacción ya que las mismas declaraciones de las agencias o los mismos testimonios son los que emplean los medios de comunicación. Para dejar más clara la idea de «efecto ventrilocuo», se ha elabora la siguiente tabla que muestra la

concentración empresarial de los medios que serán objeto de análisis durante esta investigación. Tabla 1

Tabla 1. Medios que poseen los conglomerados: Pisa y Unidad Editorial.

Agrupación	Socios	Principales Acreedores	Impresos	Radiofónicos	Televisoras	Editoriales
Prisa (Tiene además 18.3% de las acciones de Mediaset España)	Familia Polanco Familia Pérez Aruana (España) Berggruen (Grupo Citi EEUU) Franklin (Grupo Citi EEUU) Soros (Goldman Sachs EEUU) Opetit (Bank of America)	Bankia La Caixa Santander HSBC Telefónica UBS Norges Bank BNP Paribas	El País As Cinco Días The Huffington Post (50%)	Cadena Ser Radiofórmula 40 Principales Cadena Dial Radio Olé M80 Radio Máxima FM	Canal+ Canal+1 40 TV 40 Latino Sportmania Viajar Golf+ Caza y Pesca	Grupo Santillana Planeta DeAgostini Altaya
Unidad Editorial	RCS Media Group (Italia)	-	El Mundo Marca Expansión	Radio Marca	Marca TV Discovery Max La Tienda en Casa AXN 13 TV OrbyTV	La Esfera de los Libros

Fuente: Elaboración propia con información extraída de la tesis doctoral de Luis M. Romero: “Pragmática de la desinformación”.

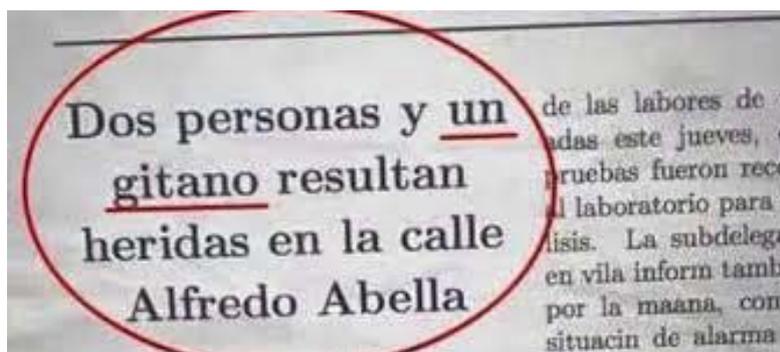
Si bien los medios digitales son portales de noticias producidas por otros medios y agencias nacionales e internacionales, los medios impresos, por su parte, utilizan los datos de agencia para la redacción de todas sus informaciones internacionales. Esto ocurre por el abaratamiento de costes de la producción informativa, a la vez de las propias restricciones que tienen dichas empresas en el acceso a divisas, por lo que tener una estructura de corresponsalías independiente es inaplicable para muchos medios y poco rentable, máxime cuando el objetivo prioritario de estas empresas es la mayor rentabilidad. (Romero-Rodríguez, 2014)

Los medios de comunicación juegan un papel primordial a la hora de *dibujar la identidad* de los diferentes grupos que componen la sociedad, en el caso de gitanos o inmigrantes sobre todo en situación de irregularidad denominados *ilegales*, la

criminalización mediática es evidente y ha sido identificada en numerosos estudios gracias a la Teoría del Encuadre o del Framing. Los medios de información activan una serie de “marcos” o modelos mentales en los individuos, denominados “estructuras del subconsciente que dibujan la forma en que vemos el mundo” y que suelen activarse a través de las palabras (Lakoff, 2007, Igartua y Muñiz, 2004. Igartua, J.J., Muñiz, C. y Cheng, L. 2005).

Baste como ejemplo cómo el periódico regional *La Voz de Galicia* redactó un titular en el que diferenciaba a las personas de los gitanos, despojándole de su cualidad de individuo. (Imagen 1)

Imagen 1. Titular del periódico *La Voz de Galicia*



Fuente: Periódico regional *La Voz de Galicia*.

Flora del Río Pedraza en su trabajo sobre *La representación de los gitanos en la prensa española* concluye que “el léxico utilizado es peyorativo, la temática sitúa a los gitanos en marcos socialmente marginales, las estructuras sintácticas indican, o bien pasividad, o bien una carga negativa en las acciones de que son sujetos activos, y en las imágenes que acompañan las noticias, es visible un determinado sesgo ideológico”.

De igual forma los medios construyen una imagen sobre la inmigración, fundamental para el desarrollo de políticas que determinan los flujos migratorios. El Observatorio de

Migración y Comunicación (MIGRACOM) en su informe “El Tratamiento informativo de la Inmigración en España” (2007) asegura que el protagonismo de los inmigrantes en las informaciones que los incluye es mínimo en la prensa e insignificante en la radio y en la televisión. Además, apenas se informa sobre el contexto sociológico que rodea el proceso migratorio, y las explicaciones sobre las causas de emigración desde los países de origen son muy escasas.

Las mentiras son el método de desinformación más sencillo, aunque no el más empleado. Sin embargo, cuando los medios mienten, a menudo lo hacen impunemente y no solo en la redacción de informaciones, sino también en encuadres fotográficos que cambian el significado al escenario. El siguiente ejemplo muestra cómo el fotógrafo mediante su encuadre tergiversó la situación durante la gala de los Premios Goya 2016. La imagen 2, recoge a un Sánchez sonriente que observa cómo Rivera tiende su mano a Pablo Iglesias, pero el candidato del partido Podemos permanece con las manos en los bolsillos.

Imagen 2. Gala de los Premios Goya 2016.



Fuente: Agencia EFE.

La realidad es que Albert Rivera saluda a un hombre que se encuentra a la derecha de Pablo Iglesias y a quien señala una mujer que se encuentra en el mismo lado, pero del

candidato de Ciudadanos. De esa forma el escenario cambia y presentan a Pablo Iglesias como un descortés político que se siente amenazado por Rivera debido al aumento de los puntos de su partido tras los sondeos electorales. La imagen fue portada de varios periódicos nacionales, *El País* y *El Mundo* entre ellos. Hay que tener en cuenta que como afirma Durandín, “muchas veces la mentira funciona más para agredir que para defender.”

Las mentiras entre personas, habitualmente son improvisadas, sin embargo, aquellas que se designan con el término desinformación tienen un carácter organizado, producidas por servicios especializados que tienen la intención de engañar (Durandín, 1995)

En fin, y en palabras de López (2004): “hemos llegado a una situación en la que la información coincide con la desinformación, vivimos en una época de la no-información”, razón por la que la aldea global con todas sus características tecnológicas deja a los ciudadanos más desinformados que nunca.

2.2 Saturación informativa en los Medios de comunicación

El término sobresaturación informativa se refiere al efecto de introducir (input) información que excede la capacidad de procesamiento de un sistema de análisis de datos lo que ocasiona que la audiencia receptora de esta sobrecarga informativa, posea una disminución cognitiva, y en consecuencia, se reduzca la calidad de apreciación en el proceso de toma de decisiones (Romero-Rodríguez, 2014).

El crecimiento vertiginoso en el aumento de canales de difusión de mensajes ha generado un ecosistema de proliferación comunicativa, de hecho, se estima que una sola

edición del *New York Times* contiene más información de la que manejaba un londinense común durante toda su vida en el siglo XVII (Shenk, 2003). En 1971, el estadounidense promedio recibía al menos 560 mensajes publicitarios diariamente, mientras que en 1991 la cantidad casi se sextuplica hasta llegar a los 3000. Asimismo, el consumo de papel per cápita se triplicó de 1940 a 1980 de 91 a 273 kilogramos, volviéndose a triplicar a principios de 1990 a 819 kilogramos por persona (Shenk, 2003).

Los efectos fisiológicos de la sobresaturación informativa han sido investigados desde el campo de la psicología y la medicina, y algunos de los efectos que se han diagnosticados son: el incremento del estrés cardiovascular y la tensión arterial, dado que físicamente es imposible que el hombre pueda asimilar toda la información que se genera sobre los acontecimientos que transcurren durante su vida, por lo que se produce un estado de ansiedad permanente (Romero-Rodríguez, 2014).

¿Qué consecuencias derivan de esta saturación informativa? Los individuos se adaptan a la sobrecarga de estímulos al dedicarle menor tiempo a cada input, bloqueando la recepción del mismo cuando sea posible, e instalando filtros para mantener la cantidad de ingreso informacional a niveles que puedan manejar (Milgram, 2010). Además, el receptor descarta contenidos que considera no prioritarios, reestructura las fronteras de algunas transacciones sociales y crea un hábito de consumo encerrado en la especialización de sus intereses.

En 2017, la empresa Hiper cubo realizó una investigación de neuromarketing con la técnica electroencefalografía (EEG), la cual permitió conocer el impacto que genera la

influencia de la saturación de información, durante el momento de la toma de una decisión electoral. El estudio pudo confirmar dos hipótesis: “La influencia que genera la saturación de información en el ciudadano, porque motiva a que tome más decisiones basadas en experiencias emocionales, que racionales y a mayor saturación de información, menor participación en la toma de decisiones electorales.”

3. Metodología

La muestra del trabajo empírico la componen los medios: *El País* y a *El Mundo*, cabeceras generalistas cuya labor periodística se ve respaldada por años de experiencia (42 y 29 años respectivamente). Sin embargo, con el paso de los años, como otros muchos medios, estas cabeceras han sufrido según Kapuscinski una perversión debido a la mercantilización de la información, “el negocio rentable de la información causado por un enorme flujo de grandes capitales hacia el imperio de los medios”, por lo que los directores de los periódicos formados como periodistas se han sustituido por los gestores económicos que buscan rentabilidad, lo que ha favorecido el alejamiento del periodismo de su verdadera labor social: informar.

La unidad de análisis escogida es toda la información que se ha seleccionado en la edición online de los periódicos *El Mundo* y *El País*, independientemente del género: noticia, reportaje, entrevista, crónica, incluida en las secciones: política internacional y nacional y sociedad. La edición online tanto de *El Mundo* como de *El País* son las más consumidas por los lectores al ser versiones gratuitas y adaptables a cualquier dispositivo. El tránsito del periódico fundado por Cebrián es de 17 891 000 lectores, mientras que el fundado por J Ramírez es consumido por 16 793 000 lectores, lo que convierte a estos periódicos en los más leídos en España en versión digital y de prensa generalista, según cifras del Estudio General de Medios (EGM).

EL PAÍS es un periódico español fundado en 1976 y con más de 17,9 millones de lectores en todas sus ediciones, las cuales se pueden consultar en

múltiples formatos. Además, cuenta con 18,5 millones de usuarios únicos. Posee redacciones en Madrid, Barcelona, México, Washington y Sao Paulo. Más de 300 periodistas forman parte de su red de corresponsales y colaboradores.

Cuenta con 20 millones de seguidores en las principales redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y Youtube) y el promedio mensual de reproducciones de sus vídeos supera los 100 millones. *El País* ofrece además numerosos productos: *Materia*, la web de información científica y tecnológica; *Verne*, dedicada a historias, *Planeta Futuro*, con contenidos sobre desarrollo sostenible; *Tentaciones*, web de tendencias destinada al público más joven; *ICON*, revista masculina y de tendencias; *Buenavida*, revista sobre salud y estilo de vida sostenible; *SMODA*, revista femenina sobre estilo, moda y belleza, entre otras revistas y suplementos especializados.

ELMUNDO es un periódico español fundado en 1989 después de que Pedro J. Ramírez fuera despedido de *Diario 16* y desde su fundación el 23 de octubre de 1989 hasta el 30 de enero de 2014 J. Ramírez fue su director. Según datos certificados por la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) *El Mundo* posee 16,3 millones de lectores y cuenta con 20.743.000 usuarios únicos según la página web la empresa editora de este diario que es Unidad Editorial Información General, S.L.U., que es propiedad de Unidad Editorial, S.A., propietaria también del Grupo Recoletos, las cuales están participadas mayoritariamente por el grupo RCS MediaGroup (Rizzoli), que controla el diario italiano de mayor tirada, el *Corriere della Sera*, y que marca las directrices generales de acción.

El 8 de marzo de 2010 el Grupo Unidad Editorial, junto con otras empresas editoriales, lanzó el quiosco *Orbyt*, una plataforma digital de contenidos de pago destinada a todos los productos editoriales de dichas empresas, en la que además de contar con secciones específicas, también se puede consultar la hemeroteca de todas las publicaciones, opinar e interactuar con la redacción.

Para el análisis de las herramientas de desinformación que emplean los medios de comunicación analizaremos 300 noticias de los diarios españoles antes mencionados (150 informaciones de *El País* y 150 de *El Mundo*) en las fechas comprendidas del 18 de abril al 1 de mayo, período seleccionado aleatoriamente. Las noticias que se escogieron para el análisis fueron las 15 primeras informaciones que pertenecían a la sección de sucesos o de política tanto nacional como internacional, dejando fuera noticias culturales o deportivas. A la hora de escoger las secciones a analizar se ha optado por las más consumidas, es decir, las noticias de actualidad.

El volumen de información y casos de interés público que se estaban desarrollando también fueron claves para el análisis: El caso Cifuentes, las revueltas en Nicaragua, negociaciones de Estados Unidos y Corea del Norte sobre el desmantelamiento de programas nucleares y por supuesto, el tema más permanente de la prensa española, la independencia de Cataluña y con ello, el seguimiento de los procesos judiciales relacionados con Puigdemont.

La lectura de información de actualidad a través de la red se muestra como una tendencia creciente que ha adquirido una notable importancia en los últimos tiempos. De hecho, una de las actividades más realizadas a través de Internet es la lectura de

noticias de actualidad. Según los últimos datos ofrecidos por la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), un 86,9% de los internautas declara utilizar su conexión a la red para esta finalidad, situándose como la segunda actividad más realizada, tras el empleo de buscadores especializados. (Gurrea y Favlian, 2008) Tabla 2.

Tabla 2. Análisis de las informaciones de los periódicos *El País* y *El Mundo*.

Variable	Categorías		Resultado cuantitativo
Descontextualización de las informaciones			
<i>Elaboración propia basada en Galdón (2007)</i>	0. No ofrece antecedentes informativos	0. Sí 1. No	
	1. Comparación con otras noticias de semejante contenido	0. Sí 1. No	
Función lingüística			
<i>Elaboración propia basada en Roman Jakobson (1963)</i>	0. Lenguaje eufemístico		
	1. Lenguaje ambiguo		
	2. Lenguaje basado en tecnicismos innecesarios	0. Sí 1. No	
Empleo de fuentes en la redacción de la información			
<i>Elaboración propia basada en Galdón (2007)</i>	0. Se emplean fuentes	0. Se emplean fuentes institucionales 1. Se emplean fuentes personales 2. Se emplean fuentes especializadas	
	1. No se emplean fuentes		
Grado de representación de las opiniones en las informaciones			
<i>Elaboración propia basada en Galdón (2004)</i>	0. Pluralidad		
	1. Efecto ventrilocuo		
Reflejo de la identidad de colectivos sociales			
<i>Elaboración propia basada en Del Río (2011)</i>	0. Carga negativa en las acciones sujetos activos		
	1. Léxico peyorativo		
	2. Imágenes que acompañan la información	0. Objetivas 1. Sesgadas	
Mentiras informativas			
<i>Elaboración propia basada en Durandín (1995)</i>	0. Se perciben mentiras.	0. En el texto 1. En imágenes debido al encuadre 2. En otros elementos multimedia	
	2. No se perciben mentiras.		
Saturación informativa			
<i>Elaboración propia basada en Durandín (1995)</i>	0. Se repiten noticias relacionadas con un mismo tema con frecuencia	0. Sí 1. No	
	1. La noticia que se repite con frecuencia aparece entre las 6 primeras noticias del periódico	0. Sí 1. No	0. En qué posición

Fuente: Elaboración propia. (La imagen de la tabla 2 se amplía en los anexos.)

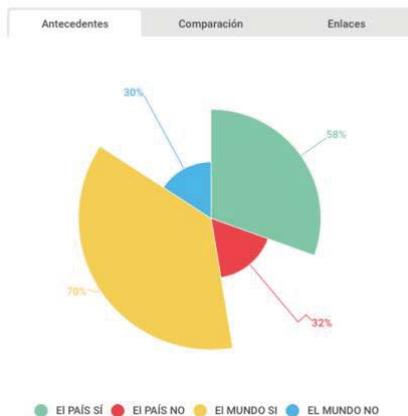
Para el análisis del discurso de las informaciones, se ha empleado una tabla que contiene 7 variables con sus respectivas categorías, las cuales analizan de manera exhaustiva los contenidos de las informaciones para detectar las herramientas y estrategias de desinformación que se emplean en cada unidad.

4. Resultados de la investigación.

4.1 Micro-navegación para contextualizar las informaciones

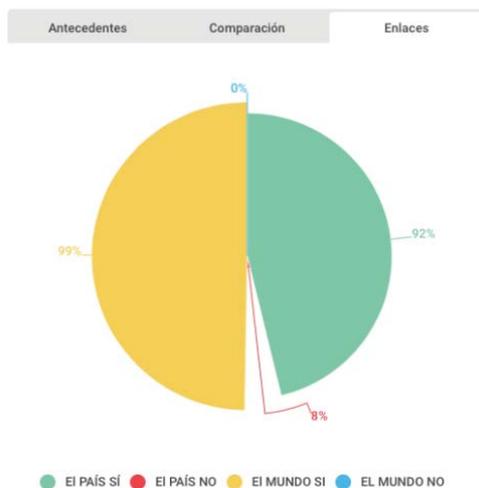
La primera variable que se examina en el análisis empírico es la “Descontextualización de las informaciones”. Descontextualizar según la RAE es “situar a algo o alguien fuera de su contexto” dificultando así el entendimiento de las informaciones. En el caso de esta variable, analizamos las informaciones teniendo en cuenta si en los diarios se ofrecían antecedentes informativos o si se comparaba con otras informaciones de temas similares para ampliar la noticia. Los resultados fueron los siguientes: (Gráfica 1)

Análisis del periódico *El País* y *El Mundo*

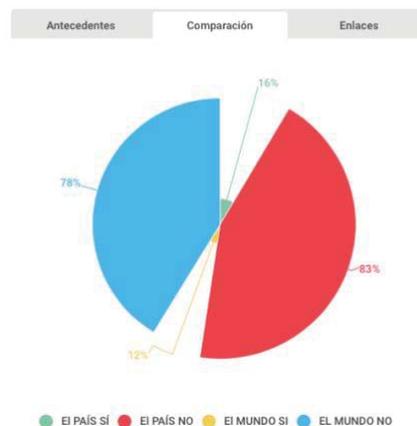


Gráfica 1. Fuente: Elaboración propia.

Análisis del periódico *El País* y *El Mundo*



Análisis del periódico *El País* y *El Mundo*



Como se aprecia en los gráficos *El País* intenta en la mayoría de sus informaciones ofrecer antecedentes de las noticias para situar al lector ante la complejidad del hecho que se aborda, sin embargo, en muy pocos casos compara con otras informaciones el tema tratado, quizás por el tiempo de publicación y elaboración de la información siempre escaso que, dificulta que se pueda comparar con otras noticias. En cambio, se aprecian enlaces que desarrollan una micro-navegación que conducen al lector a informaciones adicionales difundidas por el propio diario por si se quiere seguir leyendo sobre el mismo tema o ampliar los conocimientos, además, *El País* en un 52% de sus informaciones ofrece ladillos que permiten conocer más sobre la información. (Imagen 3) Sin embargo, estos enlaces solo están presentes en un 95% de las informaciones analizadas.

Imagen 3. Enlaces que permiten la micro-navegación en El País

Valencia, una reforma escolar paralizada por discriminación

En la Comunidad Valenciana se está volviendo a evocar la batalla de Valencia, un traumático y violento episodio de la Transición, que [enfrentó derecha e izquierda por la cuestión lingüística](#). Lo hace, por ejemplo, Isabel Bonig, la presidenta del PP: "El valenciano nunca ha sido un problema, y están reabriendo una separación, cuando el tema de la lengua se cerró en los ochenta". Pero desde el Bloc, el partido soberanista de la coalición Compromís, les acusan a ellos: "Es como entonces, cuando se agitó el fantasma de la lengua para frenar el proceso autonómico. PP y Ciudadanos compiten a ver quién la dice más gorda. Pero el Bloc nunca ha pedido la independencia. Hemos sido extraparlamentarios hasta 2007 y conocemos esta sociedad", replica Àgueda Micó, secretaria general.

MÁS INFORMACIÓN

El Tribunal Superior valenciano anula parte del decreto de plurilingüismo por discriminatorio

Manifestación en Palma para exigir que los médicos no tengan que aprender catalán

Fuente: *El País* del 30 de abril del 2018.

En el caso del diario *El Mundo*, los antecedentes suponen una parte imprescindible en las informaciones, de hecho, a diferencia de *El País*, *El Mundo* contextualiza un 99,9% de sus informaciones (Imagen 4). El estilo para ofrecer antecedentes en las noticias es a través de micro-navegación, enlaces que llevan al lector a otras informaciones tanto en los subtítulos, como al final, en un apartado que denominan “Relacionados”. Sin embargo, aunque es representativa la cifra de *El Mundo* es importante señalar, que su técnica, al igual que la del diario analizado anteriormente, requiere un esfuerzo adicional del lector que debe sumergirse en otras informaciones para poder entender o ampliar la información.

Imagen 4. Estructura para contextualizar las informaciones de *El Mundo*

- [El juez discrepante del fallo de La Manada dice ver en el vídeo sexo "en un ambiente de jolgorio y regocijo"](#)
- [Sentencia de La Manada: condenados a nueve años por abusos, pero absueltos de agresión sexual](#)
- [El Gobierno abre cauce a revisar los delitos sexuales en el Código Penal tras la sentencia de La Manada](#)

RELACIONADOS

[Tribunal Supremo](#) · [Consejo General del Poder Judicial](#) · [Justicia](#) · [Juicio La Manada](#)

· [Agresiones sexuales](#) · [Abusos Sexuales](#) · [Navarra](#)

· [La Manada podrá pedir permisos penitenciarios dentro de seis meses](#)

· [La Fiscalía de Navarra también recurrirá la sentencia a La Manada al ver agresión sexual y "no sólo ...](#)

· [Sentencia de La Manada: Alfonso Jesús Cabezuelo](#)

Fuente: *El Mundo* del 27 de abril del 2018.

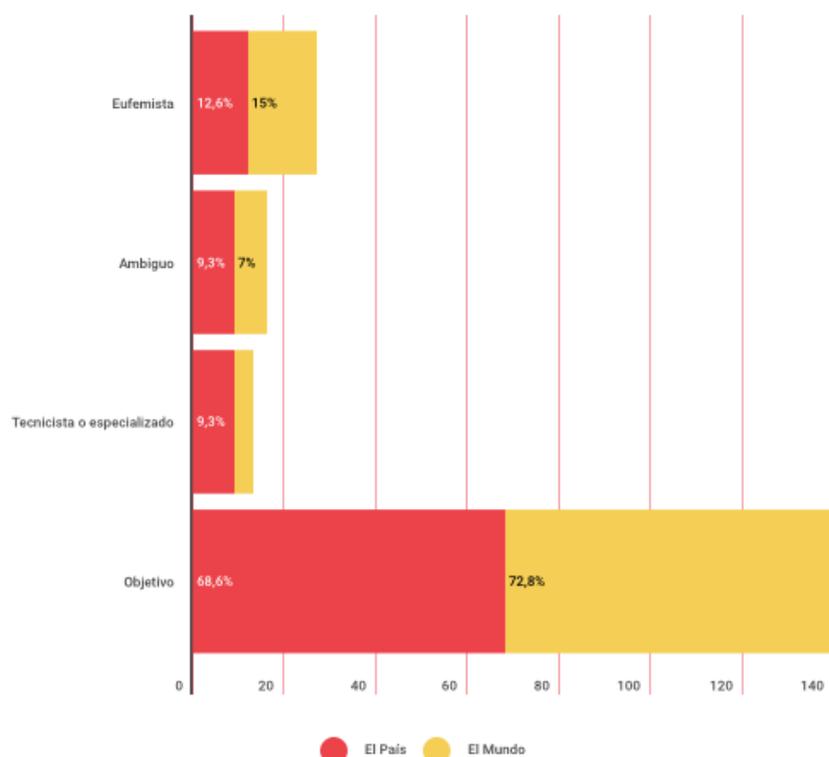
4.2 Lenguaje más empleado en las informaciones

La segunda variable consiste en el análisis del discurso, ya que el léxico es clave a la hora de redactar informaciones porque de las palabras dependerá la interpretación de la noticia, por ello dentro de esta variable se identifican cuatro categorías que se asocian a

la desinformación periodística: lenguaje eufemístico, ambiguo, tecnicista u objetivo.

Gráfica 2

Función lingüística en las informaciones de El País y El Mundo



Gráfica 2. Fuente: Elaboración propia.

El lenguaje eufemista que encubre y disfraza la realidad está presente en el 12% y el 15% de las informaciones. En el ejemplo de la Imagen 5, *El Mundo* en una información económica camufla la realidad con un lenguaje saturado de información y eufemístico al referirse a la realidad de España como un “proceso de inmersa recuperación intensa, aunque mucho más equilibrada que la experimentada en ciclos expansivos”, lo que se traduce en que España sigue teniendo dificultades para recuperarse económicamente.

Imagen 5. Noticia económica de *El Mundo*.



/ GORKA SAMPEDRO

En 2017, la economía española ha continuado mostrando un considerable dinamismo. El Producto Interior Bruto anotará una tasa de crecimiento del 3%, ligeramente inferior a la registrada en 2016; el incremento del empleo en relación al del PIB se mantiene muy elevado, lo que permitirá reducir la tasa de paro en tres puntos; el objetivo de déficit público, 3,2% del PIB, se alcanzará e incluso puede situarse por debajo de él si no lo impiden ayuntamientos y autonomías; la inflación se cerrará en niveles superiores a los del anterior ejercicio, 2% frente al -0,2%, pero la subyacente sigue en niveles bajos, y la balanza por cuenta corriente arrojará de nuevo un saldo positivo gracias al buen comportamiento de las exportaciones y a los ingresos proporcionados por el turismo. España sigue inmersa en una recuperación intensa, mucho más equilibrada que la experimentada en anteriores ciclos expansivos.

Fuente: *El Mundo* del 1 de mayo del 2018.

Por otro lado, el lenguaje especializado escasea en las informaciones, lo que representa una preocupación para el lector ya que son pocas las fuentes expertas consultadas, lo que disminuye la calidad y profundidad de la información, sobre todo en temas en los que se requiere la opinión y visión de un experto.

En ambos periódicos el uso del lenguaje, atendiendo a las categorías planteadas, es muy similar. La diferencia radica en que *El Mundo* emplea más los eufemismos en sus noticias que *El País*, se debe en gran medida a que durante el análisis las noticias eran

más habituales las noticias económicas, entre las 15 primeras, en *El Mundo* que en *El País*. Otra diferencia se evidencia en los porcentajes de la gráfica 2 referentes al lenguaje objetivo 68 y 72% respectivamente, esta variación se debe en gran medida a que *El País* emplea más fuentes especializadas que *El Mundo*.

La referencia para hablar de lenguaje objetivo supone la consideración del léxico que se centra únicamente en los datos de la información, sin interpretaciones, ni adjetivos que puedan sesgar los datos. (Imagen 6)

Imagen 6. Noticia de El País

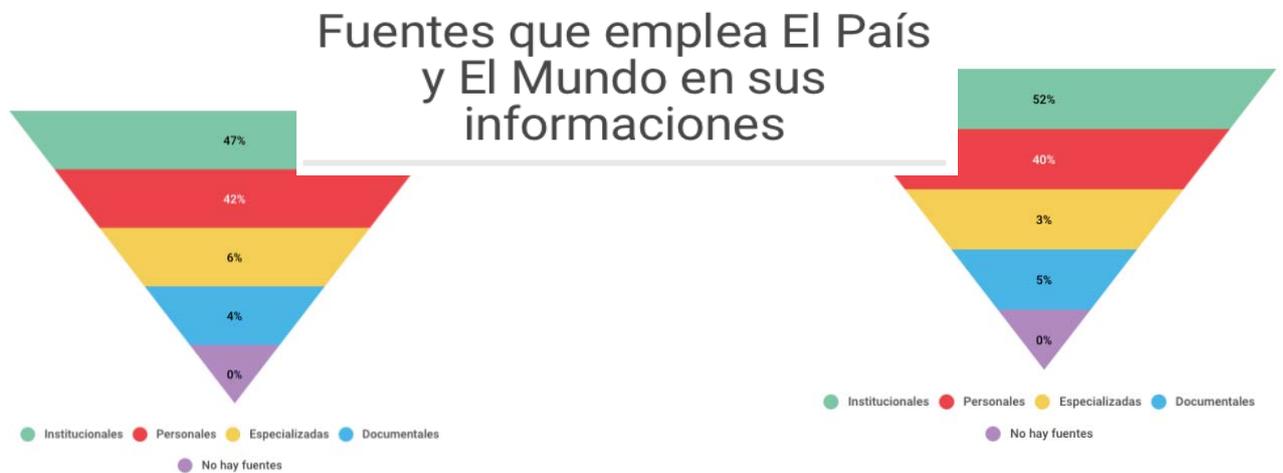
El piso donde se ubican las 22 cooperativas y el servicio municipal de ayuda a las "entidades ciudadanas" tiene una superficie de 95 metros cuadrados y cuenta con salas de trabajo y de reuniones, un pequeño vestíbulo y una cocina. El espacio recuerda a los llamados coworkings (sitios de trabajo compartido, en inglés). En él, una docena de jóvenes trabajan con sus ordenadores. Los cristales separan las salas de las cooperativas, pero las puertas están abiertas y los empleados van de unas a otras sin problemas. El ambiente es familiar, y en la mesita situada delante de un sofá, los visitantes pueden ojear una veintena de folletos. Son las tarjetas de visitas de las 22 cooperativas que comparten este espacio: Tangente, REAS, Heliconia, Altekio, Idealoga, Mercado Social... Cooperativas que en estos tres años de gobierno de Ahora Madrid han logrado 1,6 millones de euros de fondos públicos.

Fuente: *El País*, 26 de abril del 2018

4.3 Predominio de fuentes institucionales en las informaciones

La tercera variable está centrada en las fuentes, dado que determinan la perspectiva del relato informativo. Para el análisis de esta variable se emplearon dos categorías, el uso

de fuentes y su omisión. En el uso de las fuentes se amplió el análisis con la clasificación de las fuentes percibidas: institucionales, personales, especializadas o documentales. (Gráfica 3)



Gráfica 3. Fuente: Elaboración propia.

En los resultados de la Gráfica 3 se aprecia como las fuentes institucionales son las más consultadas por los periodistas a la hora de redactar una información. La desventaja de la consulta de fuentes institucionales es la poca variedad de información en los periódicos, ya que a las ruedas de prensa acuden casi todos los medios, por ende, todos publicarán la misma información sin verificarla, ya que se entiende que las fuentes institucionales son fiables. Las fuentes institucionales, por ende, limitan la pluralidad informativa. Imagen 7 y 8.

Imagen 7 y 8. Comparación de informaciones

La presidenta de la Comunidad de Madrid, [Cristina Cifuentes](#), ha presentado su **dimisión esta mañana** denunciando una **"campaña de acoso y derribo que dura ya bastante tiempo y que ha dejado de ser política para convertirse en personal".** El cargo ha sido ocupado de forma interina por [Ángel Garrido](#), quien ha sido su **número 2** en el Gobierno regional y en el PP madrileño desde el inicio de la legislatura, hasta que se celebre un Pleno para nombrar a su sustituto definitivo.

Fuente: *El Mundo* 25 de abril del 2018.

Cifuentes ha enmarcado la situación que está viviendo en una "campaña de acoso y derribo", que ha traspasado lo político para convertirse en un "ataque personal", que viene a "rematar algún tipo de campaña". "Es parte del precio de haber mantenido tolerancia cero contra la corrupción", ha afirmado. Un comportamiento que ha provocado que haya sido "espiada" y que hayan

Fuente: *El País* 25 de abril del 2018.

En una comparecencia sin preguntas de 12 minutos, Cifuentes ha argumentado que con la difusión de esta información se han "traspasado unas líneas rojas evidentes". "Obedece a **una situación de un error involuntario**: en una compra en un supermercado me llevé por error y de manera involuntaria sin ser consciente de ello unos productos por un importe de 40 euros y cuando me lo dijeron a la salida los aboné en ese mismo momento y el asunto no tuvo mayor trascendencia", ha tratado de justificar.

Fuente: *El Mundo* 25 de abril del 2018.

"Este vídeo obedece exclusivamente a una situación de un error involuntario, una compra en un supermercado, yo me llevé por error y de manera involuntaria sin ser consciente de ello unos productos por un importe de 40 euros, me lo dijeron a la salida y los aboné", ha insistido Cifuentes antes de anunciar su renuncia. "Ya se me intentó extorsionar hace apenas un par de años con ese vídeo", ha

Fuente: *El País* 25 de abril del 2018.

En las imágenes anteriores, los diarios objeto de análisis decidieron incorporar en el cuerpo de la noticia las mismas declaraciones que había hecho la política Cristina Cifuentes el día 25 de abril, fecha en la que decide dimitir como alcaldesa de Madrid por el "Caso Máster" y por la difusión de un vídeo en un supermercado en el que se describe un robo.

Las fuentes institucionales comprenden a los gabinetes de comunicación de las instituciones políticas, sociales, culturales, deportivas, aunque para el análisis también

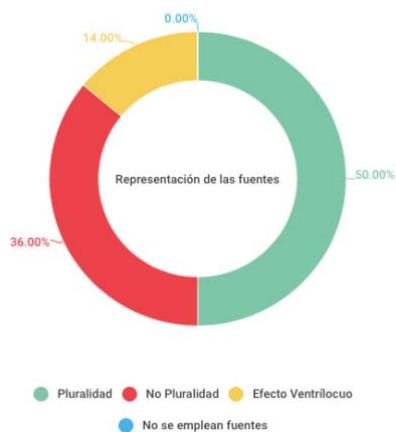
incluimos dentro de las fuentes institucionales las declaraciones de mandatarios, ministros o personajes políticos de relevancia pública. El objetivo, por lo general de estas fuentes, es silenciar la información que les pueda perjudicar por lo que solo ofrecen datos que les benefician, prepararan dossiers, ruedas de prensa y a veces hasta material multimedia para dejar hecho el trabajo periodístico y que en la redacción no se compruebe la información o se indague sobre el transfondo de estos datos.

Las fuentes expertas también son poco consultadas para la elaboración de informaciones, en cambio las fuentes más habituales son las personales, sobre todo en aquellas informaciones relacionadas con sucesos donde los testimonios son imprescindibles en la redacción de la noticia. La complicación de este tipo de fuentes es que pueden mentir deliberadamente y el periodista no percatarse, puesto que en muchas ocasiones las fuentes personales se sitúan en el lugar de los hechos y el periodista no, por ende, el profesional de la información debe fiarse de los datos que facilitan estas fuentes personales.

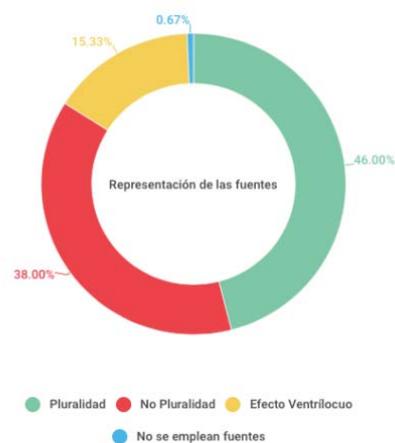
4.4 Pluralidad informativa

Inspirados en la idea de Galdón (2004) se incorporan como categorías la pluralidad a la hora de consultar fuentes o la intención de “efecto ventrilocuo”. (Gráfica 4)

Grado de representación de las opiniones en El Mundo



Grado de representación de las opiniones en El País



Gráfica 4. Fuente: Elaboración propia.

En el análisis la pluralidad informativa se refiere al uso de fuentes en cada una de las informaciones. Para determinar si una información es plural o no se contabilizó tres fuentes diferentes. Era necesario que las fuentes pertenecieran a organismos distintos por lo que se valoraba que aportaran información diversa. En el caso de *El Mundo*, la pluralidad se manifiesta en un 50 % de las noticias analizadas, mientras que en *El País* el 46 % de las informaciones poseen tres fuentes.

Para determinar el “efecto ventrílocuo” se contabilizaron tres fuentes que pertenecieron a los mismos organismos, porque se entiende que limita la pluralidad ya que se favorece un efecto falso en la información, aunque se consultaban tres fuentes, eran similares y no aportaban puntos de vistas que enriquecieran la noticia porque o pertenecían al mismo grupo empresarial o a las mismas instituciones.

También se apreció en el análisis que, en el caso de ambos periódicos, la falta de pluralidad era muy recurrente, los porcentajes de consulta de una única fuente son altos, 36% en *El Mundo* y 38% en *El País*.

Los 47 millones de españoles pueden elegir entre 85 periódicos aproximadamente, sin tener en cuenta a los diarios deportivos. Sin embargo, existe una *trampa* entre el consumo de tantos diarios, la gran mayoría del mercado está en manos de unos diez conglomerados mediáticos que poseen el dominio del 80% de la información que circula en España.

Estos resultados representan una desventaja para el lector porque la noticia que consume tiene la limitación de mostrar un único punto de vista, una visión que, en ocasiones, está relacionada con la ideología del medio y de aquellas fuentes implicadas en la información, las cuales solo aportan datos que favorecen y benefician sus intereses.

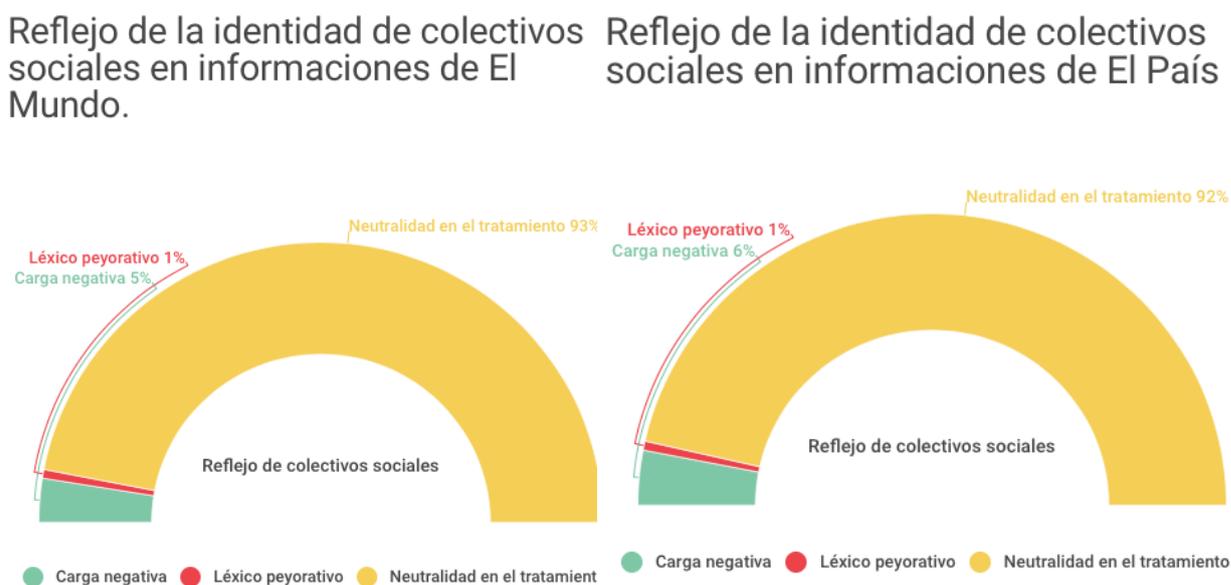
Es importante tener en cuenta que los temas de las informaciones analizadas son fundamentalmente: actualidad inmediata, sucesos, declaraciones de personajes públicos, política, por lo que el acceso a múltiples fuentes de información, es cada vez más difícil de lograr cuando se trata de este tipo de noticias que tiene un límite de edición muy corto, sobre todo en plataformas online donde el tiempo de actualización es inmediato.

4.5 Identidades hegemónicas en los medios

Los medios, debido a la incapacidad de la sociedad de conocer todas las realidades, se emplean como mediadores, para mediante experiencias indirectas, conocer que sucede

en el mundo. Sin embargo, en relación con el predominio de las fuentes institucionales se percibe esa mirada hegemónica que afecta a los colectivos que rara vez aparecen con voz propia en los medios tales como: refugiados o inmigrantes, gitanos a los cuales se les estereotipa y despersonaliza incurriendo así en una desprotección hacia esos grupos de personas.

Para conocer la representación de ciertos colectivos en los medios, se empleó el criterio de Del Río (2011) basada en las siguientes categorías: la carga negativa en las acciones de los sujetos activos, el empleo de léxico peyorativo y la relación de las imágenes que acompañan la información para así conocer si son objetivas, ambiguas o ninguna de las dos. Los resultados obtenidos son los siguientes: (Gráfica 5)



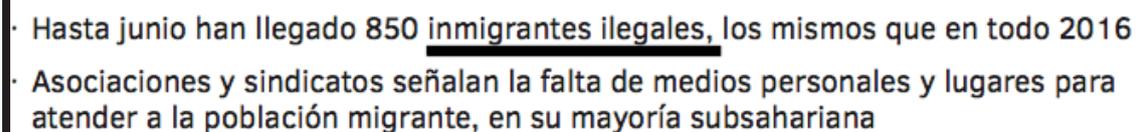
Gráfica 5. Fuente: Elaboración propia.

En *El País* la carga negativa sobre colectivos sociales minoritarios se manifiesta en poco más de un 6% de las informaciones, mientras que el léxico peyorativo se emplea en un 1% de las informaciones.

En el caso de *El Mundo*, los porcentajes son muy similares al diario *El País*, y aunque en ambos periódicos el tratamiento de los colectivos es neutral en un porcentaje muy alto, entre un 92 y un 93%, se debe en gran medida a que los colectivos que tienen visibilidad en los medios son los hegemónicos, aquellos que son legitimados por los poderes políticos y económicos imperantes, es decir: hombre blanco, europeo y heterosexual.

La inmigración, así lo señalan organizaciones de defensa al migrante y el propio Código penal “sí puede ser ilegal puesto que es una acción ejecutada por una persona y es ilegal porque está en contra de lo establecido en la ley, que recoge que sólo es legal entrar en España por pasos fronterizos o lo que en lenguaje de la ley se denomina paso habilitado al efecto”, pero una persona física no puede ser ilegal. Debido a la anterior explicación se recomienda el uso del concepto: inmigración irregular para evitar la imagen delictiva a la que son sometidos los migrantes. (Imagen 9)

Imagen 9. Empleo del término ilegal en el periódico *El Mundo*.



· Hasta junio han llegado 850 inmigrantes ilegales, los mismos que en todo 2016
· Asociaciones y sindicatos señalan la falta de medios personales y lugares para atender a la población migrante, en su mayoría subsahariana

Fuente: *El Mundo* 29 de abril del 2018.

Por lo que la conclusión de estos porcentajes, en los dos diarios, se debe a que tanto la carga negativa como el léxico peyorativo que se emplea es muy bajo, porque en general la representación de colectivos minoritarios: inmigrantes económicos y latinoamericanos, gitanos, negros, musulmanes o africanos (mencionados a parte porque

en su mayoría según la definición de ACNUR son inmigrantes irregulares y no económicos como los latinoamericanos), son invisibles para los medios de comunicación y por ende para los ciudadanos.

4. 6 Elementos multimedia en las informaciones

La multimedialidad se entiende en el contexto de la prensa digital como “la utilización conjunta de las formas básicas de información, es decir, texto, sonido, imagen fija y animada, en un mismo entorno, y de manera yuxtapuesta o integrada” (Abadal; Guallar, 2010). Además, se considera una de las características fundamentales de la prensa digital.

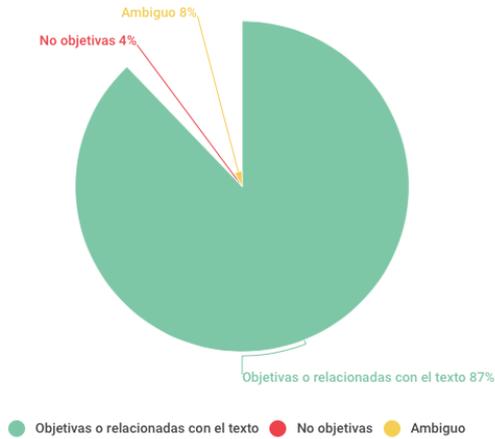
En los medios online, la incorporación de elementos multimedia es una parte indispensable de la información, de hecho, todas las unidades analizadas se acompañan de, al menos, una imagen. El análisis muestra que las fotografías están vinculadas en un 87% en *El País* y en un 90% en el caso de *El Mundo* al tema principal de la información, por lo que no descontextualizan la noticia. No se percibió en ningún momento que fueran imágenes de archivos, se debe en gran medida a que son informaciones de gran actualidad y en un 72% en el caso de *El País* y en un 80% en el caso de *El Mundo* son noticias de agencias, las cuales poseen corresponsales que incorporan todos los elementos necesarios para cumplimentar una noticia.

El objeto de análisis en este apartado basado en la multimedialidad ha sido la fotografía porque según el artículo “Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles”, de los autores Javier Guallar, Cristòfol Rovira y Sara Ruiz, aunque la utilización de los diferentes

formatos multimedia en la prensa digital es muy diversa y heterogénea, la fotografía es el elemento que tiene mayor presencia, de hecho, en el artículo se calculó que se

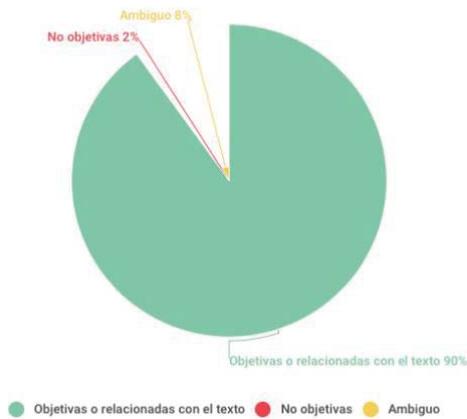
emplean catorce veces más fotografías que vídeos y veinte veces más que gráficos.

Tipo de imágenes que acompañan el texto de las informaciones de El País



Por lo que, a pesar de la fuerte irrupción en los últimos años del vídeo en la prensa digital, la fotografía continúa siendo el contenido multimedia predominante y de momento con mucha diferencia.

Tipo de imágenes que acompañan el texto de las informaciones de El Mundo



Gráfica 6. Fuente: Elaboración propia.

Para el análisis de las imágenes, se definió como imagen no objetiva (Imagen 10), aquellas que no estaban relacionadas con la información y ambiguas las que no quedaba muy claro si estaban vinculadas al texto.

Imagen 10. Fotografía de *El País* que no guarda relación con el texto

Rajoy y Peña Nieto ratifican su “plena sintonía” contra Maduro

Los dos presidentes han abordado la situación del megaproyecto del nuevo aeropuerto de Ciudad de México en el que participan empresas españolas



JAVIER CASQUEIRO

Madrid · 25 ABR 2018 · 18:36 CEST



Fuente: *El País* 25 de abril del 2018.

La imagen 10 se definió como fotografía no objetiva porque no existe relación entre el titular, el cuerpo de la noticia y la fotografía. En la información se narra el encuentro de Rajoy con el presidente mexicano y el diario decide incorporar como fotografía una imagen del encuentro de los reyes con dicho mandatario y su esposa, distorsionando así la información.

4. 7 Mentiras de los medios

Por último, incorporamos en el análisis la localización de mentiras en el texto, tarea difícil, porque es complicado identificar mentiras en los medios cuando existe tanto volumen de información. En el caso de *El País* se detectó una incongruencia entre el titular y los datos ofrecidos en el cuerpo de la noticia que contradecían lo que se anunciaba al principio de la información (Imagen 11)

Imagen 11. Incongruencia entre el titular y el cuerpo de la noticia.

La economía española mantiene su velocidad: creció el 0,7% en el arranque del año

Supone un crecimiento del PIB igual al de los dos trimestres precedentes pero sufre una ralentización en tasas anuales

Sin embargo, la Encuesta de Población Activa conocida este jueves ha supuesto un pequeño jarro de agua fría. La tasa anual de crecimiento del empleo se ralentizó hasta el 2,36%, frente al 2,65% del cuarto trimestre de 2017 y el 2,82% del tercer trimestre. Si además se resta el crecimiento del empleo público, que no aporta productividad, la ocupación del sector privado solo crece un 1,97%. "Tras sustraer el componente público, se trata de un dato de empleo incluso peor", explica el director del servicio de estudios de Randstad, Valentín Bote. Es cierto que el año pasado esta encuesta ya arrojó malos resultados a comienzos de año, y que luego se recuperó durante el segundo y el tercer trimestre, impulsada por el turismo y los servicios. Pero esta vez los analistas no creen que vaya a ocurrir lo mismo.

Fuente: *El País* 27 de abril del 2018

La noticia se encontraba entre las 15 primeras del 27 de abril del 2018, por ello se ha analizado, aunque sea una noticia económica. El lenguaje de las noticias económicas es muy técnico y en ocasiones difícil de comprender, hasta los periodistas, que no son expertos en estas materias pueden equivocarse al redactar la información, y por ende confundir a los lectores.

Percepción de mentiras informativas en El Mundo



Percepción de mentiras informativas en El País



Gráfica 7. Fuente: Elaboración propia.

El artículo de la BBC “Por qué darte noticias falsas es buen negocio” desvela que las mentiras en los medios garantizan millones de euros de beneficio, además recoge una declaración de Allen Montgomery, abogado y Gobernador General de Santa Lucía, en el que se manifiesta que “su sitio de noticias falsas trata de explotar la idea de reforzar las creencias y confirmar con mentiras los prejuicios de la gente”. Su frase puede hacerse extensiva a cualquier medio de comunicación, puesto que su objetivo radica en el adoctrinamiento, de esa forma puede conseguir más publicidad y generar más ingresos.

En el caso del diario *El Mundo* no se pudo encontrar ninguna mentira. Sin embargo, que no se hayan identificado más mentiras, no quiere decir que no existan, puesto que en las hipótesis al explicar y nombrar las herramientas de desinformación se aclara que la mentira, aunque es el método de desinformación más sencillo, es el más difícil de detectar debido a los volúmenes ingentes de información Gráfica 7.

Finalizado el análisis cuantitativo para conocer el porcentaje de empleo de las herramientas de desinformación en los dos medios generalistas con más tránsito en la web en España, podemos concluir que ambos son muy parecidos, el porcentaje en todas las variables y categorías es muy similar, apenas hay cifras significativas que permitan hacer valoraciones diferenciadoras entre ambos diarios.

4.1.1 Saturación informativa

Con la evolución hacia un mundo cada vez más digital y tecnológico los medios han tenido que multiplicar su capacidad para ofrecer información a los usuarios mediante actualizaciones inmediatas, sin embargo, esta multiplicación informativa no ha

significado un incremento del consumo de noticias, aunque es importante señalar que en el año 2017 según el Instituto Nacional de Estadística (INE) el 83,4 % de los hogares en España tenía acceso a Internet, lo que se traduce en 24,1 millones de hogares.

El acceso a la información es cada vez mayor, no obstante, tanta información representa un dilema para el lector, ya que no sabe cómo digerir o segmentar tal volumen de datos, por lo que en muchos casos termina apartando a los medios de comunicación de su vida. Por tanto, “actualmente es imposible informarse sin a la vez quedar desinformados” (López, 2004) y (Romero Rodríguez, 2013); por lo que paradójicamente esa aldea global, enunciada por McLuhan y definida por la generalización del acceso a la información, “queda diluida en el ahogamiento cognitivo debido a los propios límites del entendimiento humano”.

Durante en análisis de los periódicos *El País* y *El Mundo* los resultados confirmaron la tesis de Durandín (1995): “En la era de la información es cuando más desinformados estamos” dado que los resultados desvelaron: (Gráfica 8)



Gráfica 8. Fuente: Elaboración propia.

Como en gráficas anteriores, se muestran porcentajes muy similares entre ambos diarios. En esta gráfica se quiso cuantificar la saturación informativa mediante la contabilización de las informaciones por temas. El modus operandi consiste en agrupar por temas similares las informaciones y enumerar las veces que se repite durante el período de análisis seleccionado. El resultado muestra como más de la mitad de las informaciones del mismo tema se hace un seguimiento.

Los temas más recurrentes en esta etapa de análisis fueron: la dimisión de Cifuentes y su posterior abandono del partido y de la alcaldía de Madrid. En *El País* representó un 32% de las informaciones, cierto es que, iba apareciendo en distintos puestos, es decir 4 días apareció como primera noticia y el resto entre la cuarta y quinta posición, parecido en *El Mundo* solo que el porcentaje fue aún mayor, se contabilizó un 37%.

Otras informaciones que reiterativas en estos diarios fueron: el juicio de La Manada, noticias relacionadas con Cataluña, la disolución de Euskadi Ta Askatasuna (ETA) y las manifestaciones en Nicaragua durante el proceso electoral.

La saturación, aunque forma parte de la tabla 2 de análisis, se decidió explicar en un apartado diferente porque se considera una de las herramientas de desinformación más empleadas de forma deliberada por los medios, ya que al aumentar la demanda informativa se asfixia al lector de información, perjudicando que éste pueda establecer conclusiones tras leer una información o simplemente interpretarla.

Además, la saturación no solo provoca la confusión de los contenidos para los usuarios, sino también la pérdida de informaciones de manera inmediata por la forma y la rapidez

con la que las noticias son aplastadas y desplazadas debido al formato de la web digital que emplean los periódicos, y a la incorporación de nuevas informaciones. Este diseño puede representar un problema para ciertos contenidos que, añadido a que tienen muy poca cobertura, desaparecen de manera inmediata por el volumen de noticias que se publican y actualizan diariamente.

En resumen, la sociedad actual de la información es también la sociedad de la saturación informativa. La humanidad nunca tuvo a su disposición tanta información con un acceso tan rápido y extenso como en esta época con el acceso ilimitado a Internet. Sin embargo, cada vez se dificulta más encontrar la información precisa que cada individuo necesita, por ende, esta búsqueda puede convertirse en una tarea inabordable sin los conocimientos suficientes sobre dónde buscar cada cosa.

4.1.2 Consecuencias directas de la desinformación

Para este último apartado, y como parte de las consecuencias que se aprecian debido a la desinformación se decidió realizar un test online de actualidad a 24 estudiantes del Grado de Periodismo de cuarto año de la Facultad de Filosofía y Letras, elegidos porque ya sea por formación o por vocación, consumen o deberían consumir medios de forma variada y abundante.

El test ha servido como mero experimento sin pretensiones de resultar representativo, pero se ha querido incorporar al trabajo para cerrar el análisis de todo el proceso de desinformación.

Las noticias seleccionadas para el test de actualidad, fueron extraídas de los periódicos generalistas *El Mundo* y *El País*, sin embargo, desconocemos el consumo de medios de la muestra seleccionada, pero se ha decidido de esta forma, porque basándonos en la primicia de que las fuentes institucionales son las más consultadas por los medios, en su mayoría estos publican las mismas informaciones y por ende las noticias que llegan al lector, independientemente del medio, son las mismas.

La encuesta está relacionada con la información más inmediata de los días 12 y 13 de junio del año 2018. Este período no coincide con el analizado porque se buscaba el conocimiento más reciente de la realidad más cercana, por ello, todas las noticias son de política nacional, además son informaciones que han estado publicando los medios de forma reiterada.

El test de actualidad está compuesto de 6 preguntas con sus respectivas opciones y la posibilidad de solo seleccionar una respuesta. Para darle validez a esta última parte del trabajo, se les pidió a los estudiantes como requisito indispensable para realizar el test que no consultaran los medios si tenían alguna duda a la hora de contestar alguna de las opciones.

El resultado, se muestra en las 6 gráficas que aparecerán a continuación, cada una responde al porcentaje obtenido por pregunta. La elaboración de las gráficas no es propia, dado que Google Formulario tras cada encuesta elabora gráficas pasteles para mostrar los porcentajes y así conocer los resultados del test de una forma más sencilla y visible (Imagen 12). Para consultar dicho test, el enlace es:

Test de actualidad

Marcar una X la respuesta que considere correcta

***Obligatorio**

Por qué fue condenado el ministro de cultura Màxim Huerta *

- Por corrupción
- Por defraudar a la sanidad
- Por defraudar a Hacienda

Quién es el presidente de España *

- Mariano Rajoy
- Pablo Iglesias
- Pedro Sánchez

A quién ha citado La Sección Primera de la Audiencia Provincial *

- Iñaki Undargarín
- Pablo Iglesias
- Pedro Sánchez

Quién se perfila como la nueva fiscal del estado *

- María José Segarra
- Carlos Jiménez Villarejo
- Pedro Crespo

Cuántos ministros componen el nuevo gobierno *

- 15
- 12
- 17

Puigdemont es imputado por malversación: *

- Al irse a Bruselas
- Cuando era alcalde de Girona
- Cuando era presidente de la Generalitat

Imagen 12. Elaboración propia

En cuanto a los resultados que mostraron las respuestas, se puede concluir que hubo 1 pregunta: “Quién es el presidente de España” (Gráfica 9) que se contestó correctamente en un 100%. Sin embargo, las demás informaciones estuvieron divididas en diferentes porcentajes de respuestas, dando lugar así a la percepción, de que la actualidad está confusa para muchos estudiantes.

Quién es el presidente de España

24 respuestas

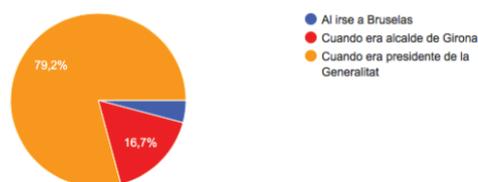


Gráfica 9. Elaboración Google.

En el resto de gráfica se muestra la disparidad de conocimientos, por ejemplo, en la pregunta referente a la imputación de Puigdemont por prevaricación y malversación de fondos un 79,2% de los estudiantes que realizaron el test respondieron de forma incorrecta, ya que estos delitos forman parte de su gestión como alcalde de Gerona (Gráfica 10), otra pregunta que también generó diferentes respuestas fue la composición del nuevo gobierno liderado por el Partido Obrero Español (PSOE), se preguntó cuántos ministros se habían designado para esta legislatura y aunque un 62,5 % de las respuestas fueron correctas, el otro 37,5% de los encuestados no supo la respuesta. (Gráfica 11)

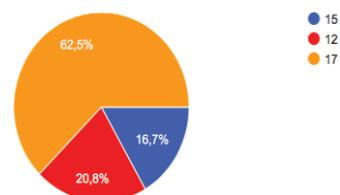
Puigdemont es imputado por malversación:

24 respuestas



Cuántos ministros componen el nuevo gobierno

24 respuestas



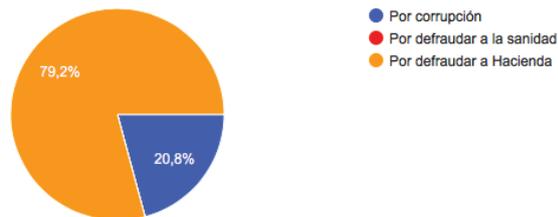
Gráficas 10 y 11. Elaboración Google.

Las otras tres preguntas tuvieron un margen de error superior al 10 % y menor del 20%, no obstante, se considera que los estudiantes de periodismo deben estar informados de

la actualidad para que puedan conocer y explicar las realidades que acontecen de forma diaria a los lectores. La saturación, sin embargo, es tanta que en ocasiones confundimos datos, personajes e incluso noticias. (Gráficas 12, 13 y 14)

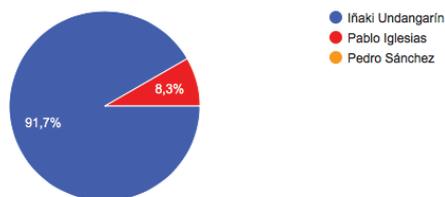
Por qué fue condenado el ministro de cultura Màxim Huerta

24 respuestas



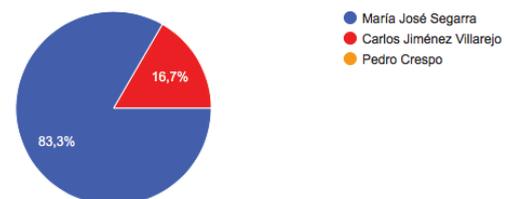
A quién ha citado La Sección Primera de la Audiencia Provincial

24 respuestas



Quién se perfila como la nueva fiscal del estado

24 respuestas



Gráficas 12,13 14.

Elaboración

Google

5. Conclusiones

Una vez caracterizado el fenómeno de la desinformación y analizada su presencia en los dos principales diarios generalistas españoles *El Mundo* y *El País*, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Las informaciones analizadas aparecen contextualizadas en un 58 (*El País*) y 70% (*El Mundo*) de las ocasiones, aunque mayoritariamente a través de hiperenlaces que favorecen la micro-navegación. Este método requiere un esfuerzo añadido para el lector que debe dirigirse a los enlaces indicados. En muy pocas ocasiones la contextualización de los hechos se incluye dentro del relato de la propia noticia. De este modo, la hipótesis 1 que hace referencia a las herramientas de desinformación que mantiene que la mayoría de las informaciones estaban descontextualizadas queda parcialmente refutada.
- En cuanto al lenguaje, las noticias presentan entre un 12 (*El País*) y 15% (*El Mundo*) léxico eufemista, hasta un 7% de lenguaje tecnicista y un claro predominio de lenguaje objetivo en las informaciones, ya que representan más del 70% en ambos diarios. Además, se percibió un porcentaje de lenguaje eufemista en noticias económicas. De este modo, la hipótesis 1 que hace referencia a las herramientas de desinformación que mantiene que el lenguaje más empleado por los medios se puede considerar eufemista queda parcialmente refutada.
- Respecto a la utilización inadecuada de las fuentes el resultado fue el claro abuso de las fuentes institucionales y personales, entre un 40 (*El País*) y 50% (*El Mundo*). Estos porcentajes permiten concluir que ambos periódicos analizados redactan las mismas informaciones, incurriendo así en la falsa

pluralidad, porque si todos los medios consultan y emplean fuentes institucionales sin corroborar los datos no se desempeña un buen ejercicio periodístico. De este modo, la hipótesis 1 que hace referencia a las herramientas de desinformación que establece la limitación en las consultas de las fuentes queda confirmada.

En la línea del empleo de las fuentes, se analizó el “efecto ventrílocuo”, presente en poco más del 15% de las noticias analizadas, ya que la necesidad de formar conglomerados mediáticos para rentabilizar la empresa imposibilita que los medios puedan investigar o redactar con total libertad, por lo que en muchas ocasiones se percibía una falsa pluralidad en las fuentes, las cuales resultaban ser iguales en las distintas informaciones, dado que pertenecían a las mismas empresas. De este modo, la hipótesis 1 que hace referencia a las herramientas de desinformación que plantea la falsa pluralidad de los diferentes medios de comunicación, dado que la mayoría de ellos se agrupan o pertenecen a grandes conglomerados mediáticos queda confirmada.

- Tras el análisis del lenguaje y las fotografías para detectar la criminalización de algunos colectivos (inmigrantes, gitanos) la hipótesis 1 que se refiere a las herramientas de desinformación queda refutada ya que solo un 1% del léxico empleado en las informaciones es peyorativo y un 5% posee una carga negativa sobre colectivos marginados o de identidad minoritaria.
- En *El País* solo se detectó una mentira, basada en una incongruencia entre el titular y el cuerpo de la noticia, mientras que en *El Mundo* no se encontró ninguna. Por ende, aunque la saturación informativa imposibilita encontrar las mentiras en las noticias por su desaparición inmediata debido al aplastamiento

por el formato de la web, la hipótesis 1 referente al empleo de mentiras en los medios queda refutada.

Podemos concluir entonces, que en la era de la información los ciudadanos están cada vez más desinformados, debido a las estrategias de desinformación que emplean los medios, a la saturación de contenidos y la incorporación de elementos multimedia en las informaciones que favorecen la distracción del lector, por lo que la hipótesis 2 queda confirmada.

Además, quisimos demostrar, basándonos en la hipótesis 3 que la consecuencia directa del uso de las herramientas de desinformación por parte de los medios de comunicación y concretamente de los periódicos *El País*, *El Mundo*, es el desconocimiento de la actualidad y por ende un débil análisis de los acontecimientos y de la realidad. Esta hipótesis queda confirmada tras el análisis de los resultados de la encuesta realizada a los estudiantes de cuarto año del Grado de Periodismo de la Universidad de Valladolid que revelan un conocimiento muy discreto de la realidad.

5.1 Limitaciones y líneas futuras de investigación

Al adentrarnos en el trabajo de investigación y sobre todo en el análisis para demostrar el empleo de las herramientas de desinformación pudimos verificar que la muestra quizás pudo ser escasa para encontrar amplios porcentajes que sin duda corroboraran las hipótesis planteadas. Por otro lado, para demostrar la consecuencia del uso de estos mecanismos, utilizamos una población reducida y poco representativa. sin embargo, a pesar de la dificultad que entraña realizar una encuesta de estas características, sí

consideramos relevante realizar un análisis diacrónico del conocimiento de la realidad y de las informaciones que se publican en la prensa.

Para futuras líneas de investigación sería realmente interesante demostrar el comportamiento y uso de las herramientas anteriormente mencionadas, pero en la televisión, sobre todo en informativos, puesto que se está percibiendo una tendencia espectacularizante en los contenidos de los telediarios que pueden dar lugar a la desinformación de la población.

6. Bibliografía

- ABADAL. E y GUALLAR. J (2010). Prensa digital y bibliotecas. Ediciones Trea S.L . Asturias. Disponible en:
<http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/61045/1/Prensa%20digital%20y%20bibliotecas-Abadal-Guallar-2010.pdf>
- ACNUR (1995). Metodología y técnicas para entrevistar a solicitantes de la condición de refugiado. Disponible en: <http://www.refworld.org/cgi-bin/texis/vtx/rwmain/opendocpdf.pdf?reldoc=y&docid=50ac91d82>
- ARTEAGA. H (2017). ¿Cómo influye la saturación de información en la toma de decisiones del electorado? SDP NOTICIAS. Disponible en:
<https://www.sdpnoticias.com/nacional/2017/11/30/como-influye-la-saturacion-de-informacion-en-la-toma-de-decisiones-del-electorado>
- BARQUERO. J y CHAVEZ. L (2015-2016). Uso de fuentes periodísticas. Trabajo de Fin de Grado. Universidad de Sevilla. Disponible en:
<https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/43607/TFG.%20USO%20DE%20FUENTES%20DOCUMENTALES.%20JOS%3%89%20MIGUEL%20BARQUERO%20Y%20LUISA%20CH%3%81VEZ.pdf?sequence=1>
- BARRY. W y RAINIE. L (2012). Networked. The new social operating system. Cambridge, MA: MIT Press. (pag. 358). Disponible en: 2114-8304-1-PB.pdf
- BBC (2016). Por qué darte noticias falsas es buen negocio. BBC NEWS. Disponible en: <http://www.bbc.com/mundo/noticias-37910450>
- BORN, K (2017). Los seis pilares de la era de la desinformación. El Tiempo. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/los-pilares-de-la-era-actual-de-la-desinformacion-143180>
- DEL (2014). Definir desinformación. (23.ª edición). Madrid

- DEL RÍO. F (2011). La representación de los gitanos en la prensa española. HOAL, NÚM. 26. (pag. 191-202)
- DURANDÍN. G (1995). La información, la desinformación, la realidad. Editorial Paidós Ibérica. Madrid
- EL MUNDO. Disponible en: <http://www.elmundo.es/>
- EL PAÍS. Disponible en: <https://elpais.com>
- EUROPA PRESS. (2017). El número de hogares españoles con acceso a Internet aumenta al 83,4%, según el INE. Mercado Financiero. Disponible en: <http://www.europapress.es/economia/noticia-numero-hogares-espanoles-acceso-internet-aumenta-834-ine-20171005153922.html>
- FOX, C.J., (1983). Information and misinformation: An investigation of the notions of information, misinformation, informing and misinforming. Westport: Green- wood.
- GARRIDO. E y SOBRINO. M (2014). Inmigracionalismo. RED ACOGE. Área de Comunicación de la Fundación Secretariado Gitano. Disponible en: <http://redacoge.org/mm/file/InformeInmigracionismo-RedAcoge.pdf>
- GARTUA, J.J. y MUÑIZ, C. (2004). Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas, Zer. Revista de Estudios de Comunicación, nº 16, (pag. 87-104)
- GUALLAR. J; ROVIRA. C RUIZ. S. (2010) Multimedialidad en la prensa digital. Elementos multimedia y sistemas de recuperación en los principales diarios digitales españoles. El profesional de la información (pag. 620-629)
- GURREA, R. y FAVLIAN, C. (2008). La lectura en prensa, Informe 2008, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Federación de Gremios de Editores de España, Madrid.

- IGARTUA, J.J., MUÑIZ, C. y CHENG, L. (2005). La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso, *Migraciones*, nº 17, (pag. 143-181)
- IZQUIERDO, L (2012). Saturación informativa: la multiplicación de la oferta a través de internet no aumenta el consumo de noticias. *Razón y Palabra*, Num. 81. Disponible en:
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N81/V81/38_Izquierdo_V81.pdf
- LASSWELL, H. (1971). *Propaganda technique in the World War*. Boston: MIT Press.
- LEE, K., (2004). Age, Neuropsychological and Social Cognitive measures as predictors of individual differences in susceptibility to the Misinformation Effect. *Applied Cognitive Psychology*, Disponible en: <http://doi.org/b9hkdf>
- LENIN, V. (1902). *¿Qué Hacer? Problemas candentes de nuestro movimiento*. Moscú: Progreso.
- LÓPEZ, Á. (2004). La desinformación en la aldea global como forma de conocimiento. *Ágora Revista de Ciencias Sociales*.
- MAYORAL, J (2008). Radio y TV, ni siquiera una fuente por pieza. Investigación sobre el uso de las fuentes en los informativos de televisión y radio. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=14814>
- MIGRACOM (2008). *Tratamiento informativo de la inmigración en España*. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad Universidad Autónoma de Barcelona. Disponible en:
<http://www.empleo.gob.es/oberaxe/ficheros/documentos/TratamientoInformativoInmigracion2008.pdf>

- MILGRAM, S. (2010). *The Individual in a Social World: Essays and Experiments*. Londres: Printer&Martin.
- ORTEGA, F. (2006). *El Modelo de la No Información*. En F. Ortega, *Periodismo sin Información* (pp. 15-50). Madrid: Tecnos.
- PRISA. Área de actividad. *El País*. Disponible en:
<https://www.prisa.com/es/info/el-pais>
- RAE. (2014) *Definir desinformación*. Octava edición. Madrid
- RODRIGO-ALSINA, M. (2001). *Teoría de la Comunicación: Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Bellaterra.
- ROMERO-RODRÍGUEZ. L (2014). *Pragmática de la desinformación: estratagemas e incidencia de la calidad informativa de los medios*. Tesis Doctoral. Universidad de Huelva. Disponible en:
[Pragmatica_de_la_desinformacion.pdf](#)
- SAUNDERS, J, MACLEOD Y MALCOM, D. (2002). *New evidence on the suggestibility of memory: the role of retrieval-induced forgetting in misinformation effects*. *Journal of Experimental Psychology*, 8(2). 127-142.
- SERRANO. P (2009). *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*. Editorial Península. Madrid.
- SHENK, D. (2003). *Information Overload, Concept of*. En *E. Science, Encyclopedia of International Media and Communications*, 2, 396-399. Boston: Elsevier.
- SSOCIOLOGOS (2013). *Umberto Eco: “El exceso de información es malo”*. Disponible en: <https://sociologos.com/2013/11/03/umberto-eco-el-exceso-de-informacion-es-malo/>

- UNIDAD EDITORIAL. El Mundo. Disponible en:
http://unidadeditorial.es/producto.aspx?id=el_mundo
- XÁXAS, X. (2005). Mentiras: Viaje de un periodista a la desinformación. Barcelona: Destino.

7. Anexos

Tabla 2. Análisis cuantitativo de las herramientas de desinformación en *El Mundo* y *El País*.

Variable	Categorías	Resultado cuantitativo
Descontextualización de las informaciones <i>Elaboración propia basada en Galdón (2007)</i>	0. No ofrece antecedentes informativos	0. Si
		1. No
	1. Comparación con otras noticias de semejante contenido	0. Si
		1. No
Función lingüística <i>Elaboración propia basada en Roman Jakobson (1963)</i>	0. Lenguaje eufemístico	
	1. Lenguaje ambiguo	0. Si
	2. Lenguaje basado en tecnicismos innecesarios	1. No
Empleo de fuentes en la redacción de la información <i>Elaboración propia basada en Galdón (2007)</i>	0. Se emplea fuentes	0. Se emplean fuentes institucionales
		1. Se emplean fuentes personales
	1. No se emplean fuentes	2. Se emplean fuentes especializadas
Grado de representación de las opiniones en las informaciones <i>Elaboración propia basada en Galdón (2004)</i>	0. Pluralidad	
	1. Efecto ventrilocuo	
Reflejo de la identidad de colectivos sociales <i>Elaboración propia basada en Del Rio (2011)</i>	0. Carga negativa en las acciones sujetos activos	
	1. Léxico peyorativo	0. Objetivas
	2. Imágenes que acompañan la información	1. Sesgadas
Mentiras informativas <i>Elaboración propia basada en Durandín (1995)</i>	0. Se perciben mentiras.	0. En el texto
		1. En imágenes debido al encuadre
		2. En otros elementos multimedia
	2. No se perciben mentiras.	
Saturación informativa <i>Elaboración propia basada en Durandín (1995)</i>	0. Se repiten noticias relacionadas con un mismo tema con frecuencia	0. Si
		1. No
	1. La noticia que se repite con frecuencia aparece entre las 6 primeras noticias del periódico	0. Si
		1. No
		0. En qué posición

Tratamiento de informaciones sobre inmigrantes:

ÁLVARO SÁNCHEZ 

Bruselas - 27 ABR 2018 - 16:37 CEST



Un grupo de inmigrantes desembarca en Salerno el pasado martes. SALVATORE LAPORTA (KONTROLAB)

Fuente: *El Mundo*

En el manual de tratamiento de la información de ACNUR establece que en las imágenes que se publiquen de menores de edad hay que respetar su identidad, por lo que el rostro no puede ser identificado, en el caso de esta fotografía ese parámetro de protección al menor es incumplido por el fotógrafo y por el medio al publicarla.