

LOS COMPORTAMIENTOS INAPROPIADOS DE FROILÁN Y EL PRÍNCIPE ANDRÉS. ANÁLISIS DE LAS DIFERENCIAS EN EL TRATAMIENTO MEDIÁTICO DE LA PRENSA DIGITAL ESPAÑOLA Y BRITÁNICA

Ana Matías Alonso

RESUMEN: El presente estudio surge, principalmente, de la inexistencia de trabajos anteriores en relación con la temática analizada. En él, se trata de establecer las diferencias existentes en el tratamiento mediático de los escándalos de Froilán y el príncipe Andrés por parte de la prensa digital española y británica, respectivamente. Para ello, se ha empleado la técnica del análisis de contenido cuantitativo, determinando los distintos enfoques que utilizan los medios de ambos países en la presentación de los titulares referentes a los casos de escándalo. Asimismo, se enfatiza también el uso de estrategias editoriales de personalización o institucionalización en los propios titulares. Del estudio, se deduce la notable influencia que ejercen la ideología política y la línea editorial de cada periódico en los enfoques y las estrategias empleadas para enmarcar los titulares, así como la incidencia de la tradición mediática respecto a la monarquía en la cobertura llevada a cabo en cada país.

PALABRAS CLAVE: monarquía, escándalos, cobertura mediática, *framing*, personalización, enfoques

Trabajo de Fin de Grado - Curso 2023-2024
Convocatoria: Junio
Tutor: Prof. Carlos Rodríguez Crespo
Grado: Publicidad y Relaciones públicas
Campus de Fuenlabrada
Universidad Rey Juan Carlos

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. MARCO TEÓRICO	5
2.1. Aproximación conceptual a los escándalos políticos	6
2.2. Cobertura mediática de los escándalos políticos	8
2.2.1. <i>Teoría de la Agenda-setting</i>	10
2.2.2. <i>Teoría del Framing</i>	13
2.2.3. <i>La influencia de la línea editorial en la cobertura de escándalos políticos</i>	17
2.2.4. <i>La personalización como estrategia editorial</i>	17
3. OBJETIVOS Y PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	20
3.1. Objetivos de investigación	20
3.2. Método de investigación	21
3.3. Hipótesis	28
4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	30
4.1. Medios de comunicación españoles	31
4.1.1. <i>Aceptación y refutación de las hipótesis de investigación</i>	34
4.2. Medios de comunicación británicos	36
4.2.1. <i>Aceptación y refutación de las hipótesis de investigación</i>	39
4.3. Diferencias entre medios españoles y británicos	40
5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN	41
6. BIBLIOGRAFÍA	47

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene por objeto de estudio llevar a cabo un análisis sobre el tratamiento en medios de comunicación británicos y españoles (fundamentalmente, en la prensa digital) de los escándalos y comportamientos no “ejemplares” o “impropios” de algunos miembros pertenecientes a las monarquías de ambos países; concretamente, el príncipe Andrés y Froilán. Se pretende, así, establecer las diferencias fundamentales en la cobertura llevada a cabo por unos medios y otros mediante las estrategias de encuadre o *framing* utilizadas.

La determinación del objeto de estudio descrito viene dada por dos motivos fundamentales. El primero es la inexistencia de trabajos previos relacionados con la pregunta de investigación planteada; lo cual concede un importante carácter de novedad al presente trabajo. Hasta el momento, no se han llevado a cabo investigaciones relacionadas con el tratamiento que los medios de comunicación conceden a las conductas impropias y los escándalos protagonizados por parte de ciertos miembros de la realeza (concretamente, Froilán y el duque de York) que ponen la institución en el punto de mira de las sociedades española y británica. Sí es cierto, sin embargo, que M^a Rosa Conde Berganza cuenta con numerosas publicaciones que giran en torno a la cobertura y el tratamiento que llevan a cabo los medios de comunicación en España de los escándalos políticos y de corrupción. La mayoría de ellos se encuentran centrados en el tratamiento informativo de la corrupción y la personalización como estrategia editorial y, más concretamente, en los casos protagonizados por el Rey Emérito Juan Carlos I: *La relación entre la agenda política y la agenda mediática en España* (Berganza et. al, 2022), *La monarquía española a examen* (Berganza et. al, 2023), y *La personalización como estrategia editorial en la cobertura de escándalos políticos* (Berganza y Ortiz-González, 2023).

El tratamiento mediático de los asuntos relacionados con la monarquía y, en concreto, de los escándalos protagonizados por sus miembros constituye una pieza clave a la hora de configurar no solo la percepción por parte de las

sociedades de estos miembros “problemáticos” en concreto, sino también la percepción de la monarquía como institución y los niveles de aceptación de esta que existen entre el público general. Esto justifica, por tanto, la necesidad de llevar a cabo un análisis sobre cómo encuadran los medios de comunicación de ambos países estos escándalos en las noticias que publican sobre ellos; más concretamente, en sus titulares en prensa digital.

Por otra parte, la segunda motivación para elegir el objeto de estudio seleccionado es la consideración de que se trata de un tema de actualidad que cuenta con bastante presencia en distintos medios de comunicación (no solo prensa, sino también televisión, radio, redes sociales, etc.), tanto en España como en Reino Unido. En ambos países, en la última década, se han dado una serie de casos protagonizados por distintos miembros de las respectivas familias reales, que, con su comportamiento, han puesto en entredicho la imagen de la monarquía a nivel institucional. En España, estos casos serían, fundamentalmente, el “exilio” del rey emérito Juan Carlos I a Emiratos Árabes Unidos a raíz de distintas polémicas, la implicación de su ex-yerno Iñaki Urdangarín en el caso Nóos, y las diversas polémicas protagonizadas por su nieto mayor e hijo de la infanta Elena, Froilán. Por su parte, las principales crisis institucionales vividas en los últimos años por la monarquía británica derivadas de un comportamiento “impropio” de alguno de sus miembros son la salida del príncipe Harry de la Familia Real a raíz de su matrimonio con Meghan Markle y la implicación del príncipe Andrés en el caso Epstein.

Los factores descritos justifican la pertinencia del estudio de la pregunta de investigación planteada. Sin embargo, resulta imposible dar cobertura en un único trabajo a todos los casos que se han mencionado anteriormente (principalmente, por cuestiones de extensión del propio trabajo), por lo que era preciso realizar un acotamiento del objeto de estudio. En consecuencia, la investigación se centrará en los comportamientos “impropios” y polémicos de un miembro de cada monarquía, británica y española. En el caso de España, se ha seleccionado Felipe Juan Froilán de Marichalar y Borbón y, para Reino Unido, el príncipe Andrés, duque de York, cuyos casos serán enfocados desde el tratamiento mediático que se les concede en sus respectivos países.

2. MARCO TEÓRICO

Tal y como establecen Berganza et al. (2023), si bien en España las investigaciones en torno a la cobertura mediática de la monarquía como institución y sus efectos en los ciudadanos son escasas, en Reino Unido sí es más frecuente encontrar trabajos de esta clase.

La carencia de estudios acerca de la institución en España se debe, fundamentalmente, al consenso que existía entre los medios de comunicación españoles para no dar voz a cualquier acontecimiento que pudiese ser perjudicial para la imagen de la monarquía y, así, protegerla (de Pablos y Ardévol, 2009). Estos mismos autores señalan que este silencio se “rompe” en torno al año 2008 con la llegada de “Público”, diario que presenta una línea editorial tendente hacia la izquierda y claramente crítica con la monarquía. Este se considera, por tanto, el momento en el que los medios comienzan a dar cobertura a las diversas polémicas protagonizadas por el Rey Emérito Juan Carlos I (como, por ejemplo, su participación en una cacería de elefantes en Botsuana, su relación con Corinna Zu Sayn-Wittgenstein y numerosos casos de corrupción como el de las tarjetas *black*).

Por otra parte, es preciso tener en cuenta que el incremento de la cobertura de los escándalos de la Familia Real española por parte de los medios viene dada por una “tendencia mediática internacional” (Berganza et al., 2023), pues el tratamiento de los escándalos monárquicos en medios de comunicación en general ha experimentado un importante crecimiento en las últimas décadas. Se puede presuponer, entonces, que, una vez comienzan a exponerse de manera pública los escándalos protagonizados por el Emérito y en pleno auge de la cobertura mediática internacional de este tipo de sucesos, comienzan a tratarse también las cuestiones escandalosas de otros miembros de la Familia Real; como es el caso de Iñaki Urdangarín y de Froilán.

Por su parte, en Reino Unido, tradicionalmente se han llevado a cabo numerosos estudios acerca de la monarquía británica desde los puntos de vista legal e histórico (Garrido et al., 2022). Sin embargo, es a partir de la década de

los 70 cuando comienzan a publicarse también investigaciones que ponen el foco en la influencia que la cobertura mediática de la monarquía británica ejerce en los ciudadanos y sus actitudes con respecto a la institución (Blumler et al, 1971). Asimismo, en los últimos años, los estudios también se han centrado en la “construcción de marca” de la monarquía (Balmer et al., 2004) a través del análisis de la comunicación política, el discurso y el *framing*.

2.1. Aproximación conceptual a los escándalos políticos

El término de “escándalo político” hace referencia, según Thompson (2001), a aquellos sucesos o acciones que conllevan una transgresión de ciertas normas y que están dotados de la suficiente gravedad para generar una respuesta pública. Esta respuesta supone un riesgo para la reputación y la credibilidad de las personas implicadas, que constituyen activos esenciales para generar confianza en los ciudadanos.

La concepción de Thompson se presenta en el marco de una teoría social. Esta se encuentra en contraposición con otras, como la teoría de la ausencia de consecuencias, en la que el escándalo es un suceso transitorio generado por los propios medios de comunicación; o la teoría funcionalista, que se apoya en la idea principal de que el acontecimiento escandaloso sirve para reforzar las normas sociales vulneradas (Romano, 2011).

Thompson (2001) distingue tres tipos de escándalos políticos en función de la clase de norma que haya sido quebrantada, que afectarán de forma distinta a la reputación de aquellos involucrados. En primer lugar, se encuentran los escándalos de carácter sexual, que se generan a raíz de la vulneración por parte del implicado de las normas socialmente aceptadas sobre relaciones sexuales. Por otra parte, los escándalos de carácter financiero surgen por llevar a cabo un uso indebido de recursos económicos. Finalmente, los escándalos de poder son aquellos que se originan debido al abuso en el ejercicio de la autoridad o el poder político. Just y Crigler (2019) añaden un cuarto tipo de

escándalo político, que comprende aquellos que suponen una transgresión de los códigos éticos y morales.

Partiendo de esta categorización, los escándalos protagonizados por el príncipe Andrés se pueden enmarcar en aquellos de carácter sexual (debido a su implicación en la trama de tráfico y abuso sexual de menores protagonizada por el magnate Jeffrey Epstein). Por otra parte, a pesar de no presentar un rasgo distintivo tan evidente como el caso anterior, se ha determinado que los comportamientos indebidos de Froilán, por su pertenencia y papel dentro de la Familia Real española, tienden más hacia los escándalos de abuso de poder. A lo largo de los últimos años, el nieto mayor del Emérito ha cometido determinadas infracciones y protagonizado una serie de polémicas de las que ha salido con total impunidad, “aprovechándose” de su posición en la monarquía española.

Romano (2011) sostiene que un escándalo político se refiere a aquel en el que las personas implicadas en el mismo forman parte de la esfera política. A pesar de que, en caso de este estudio concreto, los actores seleccionados no pertenecen como tal al mundo de la política, sí es cierto que forman parte de la esfera institucional, pues ambos son miembros de la monarquía.

El papel que desempeñan los medios de comunicación de masas en los escándalos políticos es esencial, pues son en gran parte responsables de su revelación y exposición al público, así como de la forma en que los propios escándalos van evolucionando y las consecuencias que provocan. Los medios relatan los escándalos, materializándolos a través de una secuencia narrativa que despierta el interés en el público (Lull e Hinerman, 1999).

Giglioli (1996), por su parte, establece que los escándalos son político-mediáticos y los concibe como una expresión del poder de los medios, el cual se basa esencialmente en el marco de interpretación que estos ofrecen. Zamora y Marín Albaladejo (2010) proponen una serie de *frames* concretos en el tratamiento mediático de los casos de escándalo:

- Personalización o personificación, mediante la que el escándalo se “encarna” en uno o varios personajes específicos.
- Reacción pública.
- “Botín conquistado”, que consiste en destacar los elementos más llamativos respecto al patrimonio adquirido (en casos de corrupción).
- Comparación, a través del que se establece una relación con otros casos de escándalo.
- Corrupción generalizada, que trata la corrupción como una cuestión que se generaliza a nivel social.
- Depuración de responsabilidades, que hace referencia a la respuesta al castigo dentro de los propios partidos políticos o instituciones.

Es preciso destacar también que los escándalos son fenómenos polisémicos; es decir, cuya interpretación no es homogénea, sino que varía en función de la línea editorial y la ideología de cada medio de comunicación (Lull e Hinerman, 1999).

2.2. Cobertura mediática de los escándalos políticos

El término “cobertura mediática de los escándalos políticos” se refiere a una “intensa comunicación pública sobre defectos reales o imaginarios que son condenados de forma consensuada y que generan indignación o escándalo de forma universal” (Esser y Hartung, 2004, pp. 1041). Es decir, implica un discurso o tratamiento de los medios de comunicación fuerte y continuado en el tiempo acerca de ciertos sucesos que provocan una reacción negativa generalizada entre el público. Partiendo de esta noción, no habrá escándalo si los medios no publican información acerca de la vulneración de normas.

Gentzkow y Shapiro (2006) establecen una serie de factores que determinan el nivel y la parcialidad en la cobertura que lleva a cabo un medio de comunicación (concretamente, los periódicos) de los escándalos de carácter político en general. En primer lugar, sostienen que la dirección del medio y los periodistas que forman parte de él tratarán escándalos políticos o

institucionales (en este caso, monárquicos) o no en función de la línea editorial y la ideología que fundamentan los valores del periódico. De esta manera, en un principio, si el escándalo es “disruptor” de la línea editorial y los valores políticos con los que el periódico se alinea, no lo publicará.

No obstante, otro factor que consideran los autores como determinante en la cobertura de los escándalos políticos que realiza un medio es la competencia. En el panorama mediático actual, en el que existen tantos medios de comunicación (y tan variados en lo que a formatos se refiere), la competencia entre estos es muy elevada. Esta genera, por tanto, la necesidad de tratar acontecimientos escandalosos aunque estos no cuadren con la línea editorial y los valores del medio de comunicación. Gentzkow y Shapiro (2006) sugieren que un contexto mediático tan saturado mitiga o disminuye en gran parte el nivel de parcialidad de los medios de comunicación, cuyo fin último trata de no perder lectores ni disminuir sus ingresos. Sin embargo, sí es cierto que en este escenario los medios de comunicación tenderán a dar un tratamiento a los acontecimientos y cuestiones escandalosas que sea consistente y se encuentre alineada con los valores y las creencias de sus lectores.

Por otra parte, estos autores establecen también como factor clave la finalidad con la que los lectores consumen noticias; es decir, si su intención es obtener información acerca de un tema o, por el contrario, desean simplemente confirmar sus creencias y consideraciones previas sobre el mismo. Esta última tipología de lectores querrán leer acerca de los escándalos de la monarquía si son antimonárquicos y viceversa (es decir, preferirán no hacerlo si son “partidarios” de la institución).

En este contexto, se señala también que prácticamente todas las noticias serán útiles para los lectores “moderados” (en el sentido de que contribuirán a ampliar su conocimiento sobre un tema y modelar la opinión que tienen del mismo), mientras que resultará notablemente más complicado modificar la visión del asunto de un lector que se encuentra polarizado hacia un lado u otro.

Thompson (2001), por su parte, identifica tres factores que justifican una mayor cobertura en los últimos años de los casos de corrupción y/o escándalo político por parte de los medios de comunicación: la necesidad de atraer más audiencia para hacer frente a la competencia, el apogeo del periodismo de investigación, y la aparición y popularización de nuevos medios de comunicación (nativos digitales, como diarios y redes sociales) y los notables avances de las tecnologías de la información y la comunicación; que generan una mayor exposición de las actividades de aquellos participantes en la esfera política e institucional.

A continuación, se realiza una breve exposición y revisión de una serie de conceptos y teorías que resultan relevantes para comprender el objeto de estudio planteado y llevar a cabo el análisis posterior. Por un lado, la teoría de la *agenda-setting* resulta esencial para la comprensión de cómo los medios de comunicación de masas acaban convirtiendo la agenda mediática en la agenda de asuntos públicos, definiendo los temas a los que la ciudadanía presta atención y concede relevancia. De igual manera, la teoría del *framing* establece cómo los propios medios enmarcan la información de una manera u otra con el fin de influir en la perspectiva desde la que los asuntos tratados se interpretan. A continuación, se introduce el concepto de "línea editorial" y se determina cómo esta influye en la cobertura mediática de los escándalos políticos. Finalmente, se trata el uso de la personalización como estrategia editorial en el tratamiento de casos de escándalo político e institucional; la cual constituye otra manera más de enmarcar la información presentada.

2.2.1. Teoría de la Agenda-setting

La teoría de la *agenda-setting* o del "establecimiento de la agenda" se encuentra circunscrita en las investigaciones de los efectos a largo plazo de los medios de comunicación. La agenda consta de varias dimensiones o niveles: un conjunto de temas (primer nivel) que presentan una serie de atributos

(segundo nivel) y que se encuentran interconectados, formando una red de asuntos y atributos (tercer nivel).

Saperas (2020) concibe la comunicación política como una parte fundamental y una consecuencia que se deriva de la mediatización. Esta constituye un fenómeno social que supone una transformación estructural de las relaciones establecidas entre la política, los medios de comunicación y los ciudadanos. En este contexto, los medios de masas emergen como una entidad independiente que posee la capacidad de influir e imponer su lógica a las demás instituciones de carácter político, cultural y social.

Las investigaciones en torno al establecimiento de la agenda distinguen tres tipologías diferentes de agenda (Soto San Andrés y Castromil, 2020): la mediática, la pública y la política. La agenda mediática o de los medios, cuya determinación se realiza a través de herramientas de análisis de contenidos, incluye todos aquellos asuntos que abarcan y priorizan los medios de comunicación.

La agenda pública puede ser, a su vez, intrapersonal, interpersonal o pública percibida (McLeod et al., 1974). La agenda intrapersonal abarca los asuntos más relevantes para un ciudadano desde su punto de vista subjetivo. La agenda interpersonal incluye los temas que el individuo comenta con otros. Por su parte, la agenda pública percibida o clima de opinión (Wolf, 2000) consta de aquellos asuntos que una persona piensa que son relevantes para otros individuos. Para la configuración de la agenda pública, los métodos que se suelen emplear son encuestas y sondeos de opinión, de tal forma que los asuntos más repetidos por los encuestados se consideran los más importantes (y, por tanto, constituyentes de la agenda pública). Aunque, hace unas décadas, se consideraba que la agenda pública tenía una capacidad limitada, en la actualidad se parte de la idea de que los asuntos de interés público abarcan más allá de la agenda pública (que, al final, es una priorización de asuntos).

Finalmente, la agenda política engloba todos aquellos asuntos que tratan los políticos y las instituciones, tanto a través de la implementación de acciones (es decir, políticas) como del discurso que lanzan en torno a las mismas. No obstante, autores como Zhu (1992) conciben la agenda política como un componente más de la agenda pública.

La teoría de la *agenda-setting* se fundamenta en el poder del que disponen los medios de comunicación de masas para generar atracción por ciertos temas o problemáticas de la realidad social (que influirán y se convertirán en objeto de la opinión pública), creando a la misma vez un marco de interpretación de los propios sucesos que se tratan. Los medios masivos dirigen la atención del público, influyendo en la percepción de la realidad social y determinando qué temas son relevantes y hasta qué extensión lo son; de esta manera, el público presta especial atención a determinados temas o, por el contrario, los omite. Esta orientación de la atención pública se materializa a través de la selección de temas que los medios tratan (en el caso de los periódicos, de las noticias que publican) y de los aspectos derivados de la misma, como, por ejemplo, la extensión espacio-temporal que se dedica a una noticia en concreto.

Así, según McCombs y Shaw (1972), los temas que más destacan los medios se convierten en los temas que más “preocupan”; es decir, la agenda mediática se acaba convirtiendo en la agenda pública. Para establecer la prioridad en las noticias de cada día, los medios utilizan una serie de estrategias de énfasis, inclusión y exclusión en la producción de la información. De esta manera, guían y “transfieren” al público la importancia que se debe conceder a cada acontecimiento; esto fundamenta el concepto de “transferencia de relevancia”.

Lippmann (1992), en cuya obra se basa en gran parte la teoría de la *agenda-setting*, identifica los medios de comunicación de masas como “ventanas” que se encuentran abiertas a la realidad que sobrepasa la experiencia directa de los ciudadanos, definiendo así los mapas cognitivos (es decir, las representaciones mentales) que estos tienen de la misma. Este autor sostiene que la opinión pública se construye en torno a la realidad construida por los medios de masas. Si los medios de comunicación no trataran los

asuntos de carácter público, estos se encontrarían fuera del alcance y, por tanto, fuera de la “visibilidad” y del pensamiento de los ciudadanos.

En este contexto, Kim et al. (2002) sostienen que los temas destacados por los medios de comunicación son más fácilmente recordables por el público y que, por tanto, ocuparán una posición “privilegiada” y prioritaria en la construcción de opiniones y la toma de decisiones. Cuanto mayor sea la exposición al mensaje, más accesible será este para los ciudadanos y, por ende, más fuerte el “efecto agenda”.

Martin y Shaw (1992) establecen que la transferencia de relevancia no es necesariamente negativa, pues los medios de comunicación juegan un importante papel en la creación de consenso y acercamiento entre los distintos grupos sociales (que se genera a través de la propia transferencia). Además, la *agenda-setting* permite establecer una relación directa entre la cantidad de tiempo y espacio dedicado a un tema en los medios y la importancia que el mismo tiene para el público, facilitando así la “interpretación” y la contextualización del contenido que publican los medios de comunicación.

2.2.2. Teoría del Framing

La teoría del *framing* o del encuadre fue originalmente propuesta por Goffman en su obra *Frame Analysis* (1974), en la que este autor concibe los marcos o *frames* como definiciones aceptadas cultural y socialmente de la realidad que permiten al individuo interpretar y dar sentido a la misma.

El *framing* aplicado a los medios de comunicación se concibe como un proceso mediante el que se selecciona y destaca cierta información (ya sea en formato de texto o imagen) con el fin de promover “una definición particular del problema, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento” (Entman, 1993, pp. 52).

Esta teoría se basa, por tanto, en la idea fundamental de que la manera o el tratamiento que los medios de comunicación de masas conceden a la información que publican sobre determinados acontecimientos influye en la percepción del público sobre los mismos. Es decir, la información se presenta desde un punto de vista, perspectiva o encuadre concreto, ejerciendo así influencia sobre el lector y su concepción, interpretación y evaluación del propio mensaje.

Cuando los medios de comunicación destacan aspectos concretos de su mensaje (no prestando atención o “dejando de lado” otros al mismo tiempo), se incrementa la respectiva aplicabilidad de los aspectos relevantes del propio mensaje. En este contexto, Price y Tewksbury (1997) afirman que es importante diferenciar entre los efectos de aplicabilidad y de accesibilidad que se derivan del encuadre. Los efectos de aplicabilidad se refieren, básicamente, a que los aspectos destacados en el mensaje se convierten en más aplicables para el público; es decir, cobran una mayor relevancia para este. Por su parte, los efectos de accesibilidad implican que la activación de determinados aspectos del propio mensaje provoca que estos sean más “accesibles” durante un periodo de tiempo en la memoria de la audiencia (es decir, más fácilmente recordables cuando esta reciba mensajes similares en un futuro). Lecheler y de Vreese (2011) conciben el efecto del *framing* como un efecto de aplicabilidad que genera un impacto duradero en la percepción y la evaluación de las audiencias.

El *framing* tendrá efecto tanto si es la primera vez que el individuo recibe información mediática acerca de un determinado asunto sobre el que todavía no tiene una opinión formada; como cuando la recibe una vez ya ha formado dicha opinión. En este último caso, el individuo también se “adhiera” al enfoque utilizado en el mensaje (Johannessen, 2015).

Por tanto, los medios de masas no solo fijan la agenda de asuntos y dirigen la opinión pública, estableciendo los temas a los que la audiencia concede importancia (tal y como propone la teoría de la *agenda-setting*); sino que, además, estos configuran, a través de determinados encuadres o enfoques, la

perspectiva desde la que estos temas se interpretan y evalúan. La teoría del *framing* es, por tanto, no alternativa, sino complementaria a la *agenda-setting*.

Aplicando la teoría del *framing* a la política en sí misma y a los personajes políticos, tal y como indican Canel et. al (2000), el tratamiento mediático genera “realidades simbólicas” a través del uso de enfoques determinados en el mensaje, que dan lugar a interpretaciones concretas del mismo. Esto cobra especial relevancia cuando se trata de la cobertura de escándalos enmarcados en la esfera política.

Es preciso tener en cuenta que existen diversos tipos de encuadre aplicables a los escándalos de carácter político en su cobertura mediática. No obstante, es precisamente esta variedad de enfoques y de sus respectivos indicadores de medición la que provoca que existan problemas de operacionalización (Maier et. al, 2019). Esto supone graves dificultades a la hora de contrastar los resultados que se han obtenido en distintos estudios, de tal manera que no serían realmente comparables y/o extrapolables a otras investigaciones.

Con el fin de paliar dichas dificultades de operacionalización y poder establecer una comparación con estudios previos, en este trabajo concreto, se parte del concepto de *framing* aplicado a los medios de comunicación que utilizan Berganza et al. (2023) en su artículo *La monarquía española a examen*. Este, siguiendo el modelo propuesto por Maier et. al (2019), hace referencia a la presentación visual y/o verbal del mensaje mediático y a una serie de elementos de carácter interno y externo que influyen en el proceso.

Estos autores identifican dos *frames* fundamentales que se dan con mayor asiduidad en el tratamiento mediático de los casos de escándalo político. Por un lado, se sitúa el “*guilt frame*” o “enfoque de culpabilidad”, que también recibe el nombre de “enfoque de ataque” o, incluso, “enfoque antigubernamental”. Este hace referencia a un marco que consiste, básicamente, en “constatar” la declaración de culpabilidad del personaje político que ha sido acusado. En este trabajo, al igual que en el de Berganza et. al (2023) (debido a los escándalos

políticos concretos que se van a tratar), este marco se identificará como “enfoque de ataque”.

Por otro lado, se encuentra el “*excuse frame*” o “enfoque de excusa”, al que, además, puede hacerse referencia como “enfoque de respuesta” o “enfoque pro-gubernamental”. Este consiste en la defensa o excusa del político que ha sido acusado con respecto a la supuesta vulneración de la códigos, valores o normas. En este trabajo, de igual manera que en el de Berganza et. al (2023), este segundo marco se identificará como “enfoque de defensa”.

En este contexto, tal y como se ha mencionado previamente, Entman (1993) propone una serie de elementos que se deben tener presentes a la hora de llevar a cabo un análisis sobre los escándalos políticos y su tratamiento mediático. Estos elementos son fundamentalmente cuatro: definición del problema, interpretación de la causa, evaluación moral y tratamiento o recomendación. La definición del problema trata de identificar si el comportamiento del personaje político en cuestión se interpreta como un factor negativo que obstaculiza y/o pone en peligro el correcto devenir del gobierno, la institución o, incluso, de la sociedad. La interpretación de la causa hace referencia a si la transgresión de la norma o la irregularidad cometida se atribuye de manera clara al individuo, de tal manera que se le identifique como el causante de la misma. La evaluación moral define si el personaje político implicado y su comportamiento indebido son condenados de manera pública en un nivel moral por parte de “actores políticos legítimos” (en este caso concreto, de otros miembros de las respectivas Familias Reales o de la institución monárquica en sí misma). Finalmente, el tratamiento o la recomendación se refiere a si se propone de manera amplia algún tipo de sanción o castigo para el involucrado en el escándalo político como solución a su participación en el mismo.

2.2.3. La influencia de la línea editorial en la cobertura de escándalos políticos

Una vez establecido qué se entiende por cobertura mediática de escándalos políticos, cabe definir qué es la línea editorial de un periódico y cómo esta influye en dicha cobertura. Es preciso destacar que, aunque este concepto es relevante especialmente en el periodismo, no se circunscribe únicamente a este campo, sino que se puede aplicar a todo medio de comunicación que difunda información.

Arrueta (2015) sostiene que la línea editorial constituye los fundamentos del periódico y su organización y le permite identificarse y diferenciarse con respecto a otros medios de comunicación. Así, este autor la define como las “coordenadas espacio-temporales e ideológicas-profesionales desde donde se intenta dar sentido a los mecanismos de inclusión, exclusión, jerarquización y tematización” (Arrueta, 2015, pp. 200). La línea editorial es la manera que tiene el medio de construir realidad social, a través de su comprensión, interpretación y resignificación. En consecuencia, esta posee una gran influencia en el público al que se dirige el medio de comunicación, los temas que se tratarán y el mensaje que recibirá el propio público.

Una parte esencial de la línea editorial de un medio de comunicación viene dada por la ideología, que, según De Zutter (2016), hace referencia a la tendencia política a la que más afín es cada medio.

2.2.4. La personalización como estrategia editorial

La personalización es concebida por Rebolledo (2017) como una estrategia político-editorial consistente en situar en el centro y conceder un papel protagonista a un líder político con respeto a su partido o institución, favoreciendo, así, la interpretación y la comprensión de los acontecimientos que se producen en política. La personalización surge a raíz de un conjunto de transformaciones políticas, sociales y mediáticas que, según la propia autora,

son cada vez más patentes. No obstante, las que se identifican como principales causas de la popularización de esta estrategia son la aparición de los medios de comunicación (principalmente, los audiovisuales como la televisión) y el deterioro del vínculo y la lealtad de los ciudadanos respecto a los partidos políticos. Aun así, tal y como esta autora sostiene, todavía no se ha consensuado una definición para este término que sea universalmente aceptada por parte de la comunidad académica.

Tal y como propone Rebolledo (2017), la personalización consta de tres niveles esenciales: la visibilidad del político con respecto a su partido (que, en este caso, se trataría más bien de la visibilidad de los miembros de la monarquía analizados, Froilán y el príncipe Andrés, en comparación con sus respectivas Familias Reales), sus rasgos personales, y su vida privada. Todos los niveles identificados quedan reflejados a través de una estrategia que surge de la acción de los propios políticos o representantes de instituciones y de los medios de comunicación. La personalización en la política se puede considerar, por tanto, el resultado de la combinación de las acciones de ambos agentes, que condiciona notablemente la forma en la que el público interpreta la información de carácter político.

Por su parte, Van Aelst et al. (2012) agrupan los tres niveles de la personalización definidos en dos dimensiones. La primera de estas recibe el nombre de individualización (contraria a la institucionalización) y trata, básicamente, de enfocar la atención mediática en el político como individuo, y no en el partido o institución al que este representa o pertenece. La segunda dimensión es la privatización, que abarca las referencias que hacen los medios de comunicación a los rasgos personales del político (como, por ejemplo, su ideología o competencia) y a su vida privada (relaciones amorosas o actividades realizadas en su tiempo libre, entre otras).

En relación con la personalización en la cobertura periodística de los escándalos de carácter político, Thompson (2005) asocia el incremento del empleo de esta estrategia editorial a dos elementos principales: la llamada “política de la confianza” (que se utiliza para contrarrestar la cada vez mayor

fragilidad de los lazos que unen a políticos y ciudadanos) y la “nueva” visibilidad de los personajes políticos (mediante la que las líneas que separan la vida privada y pública de los personajes políticos se encuentran cada vez más borrosas). Como consecuencia de ambos factores, los ciudadanos conceden gran importancia al hecho de que los participantes en las esferas política e institucional se encuentren envueltos en escándalos y polémicas.

Es preciso destacar que, tal y como afirma Thompson (2001), los escándalos políticos que surgen a raíz de una infracción de normas, códigos y/o valores morales tienen un componente de personalización intrínseca y, por tanto, la capacidad inherente de dirigir la atención del público específicamente hacia los involucrados.

Just y Crigler (2019) proponen que, en el contexto de la cobertura mediática de los escándalos políticos, la personalización se encuentra basada en la premisa o el relato de “unas pocas manzanas podridas”. Este consiste en reducir las informaciones de los medios acerca del escándalo a una o varias personas concretas, que son las únicas que sufren las consecuencias derivadas del propio escándalo (entre ellas, desprestigio y pérdida de reputación).

Con la eliminación de las “manzanas podridas” (es decir, de los implicados), se depura la institución o el partido político, quedando estos libres del descrédito. Asimismo, esto supone que no cuestionan la responsabilidad ni los problemas de raíz que pudiesen existir en la institución, sino que esta prosigue con su funcionamiento y estructura habituales, sin dar pie a posibles reformas que pudiesen ser necesarias. Por tanto, es evidente que a las instituciones les resultará más beneficiosa un relato periodístico basado en la personalización de los escándalos. Esta narrativa es claramente extrapolable a casos específicos de escándalos monárquicos como, por ejemplo, el del príncipe Andrés. Este, tras verse involucrado en el caso Epstein como acusado, fue despojado de sus títulos militares y patrocinios reales y, además, retirado de la vida pública. De esta manera, se pretendía que el resto de la Familia Real británica y la institución en sí misma sufrieran el mínimo perjuicio y desprestigio posibles.

3. OBJETIVOS Y PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

3.1. Objetivos de investigación

A continuación, se presentan los objetivos, tanto de carácter general como más específico, que se pretenden alcanzar con la realización de este trabajo.

El objetivo general constituye el objetivo principal del trabajo y debe formularse atendiendo al propósito global de la investigación. En este caso, el objetivo general consiste en identificar cuáles son las diferencias fundamentales que existen en el tratamiento mediático de los escándalos y/o comportamientos impropios de Froilán y el príncipe Andrés por parte de la prensa digital en España y Reino Unido.

Por otro lado, dentro de este objetivo general, se enmarcan una serie de objetivos específicos; todos ellos se encuentran estrechamente relacionados entre sí, de forma que se complementan unos a otros.

El primer objetivo específico trata de determinar cuáles son las estrategias de encuadre o *framing* que utilizan los medios de comunicación (prensa digital) en España en el tratamiento de los escándalos protagonizados por Felipe Juan Froilán de Marichalar y Borbón. Así, se pretende definir si estos marcos son de defensa o de ataque, y si los distintos periódicos recurren a la personalización de los casos polémicos o a la institucionalización de los mismos.

El segundo objetivo específico consiste en diagnosticar los marcos en los que los medios de comunicación (prensa digital) británicos encuadran los escándalos que protagoniza Andrés de York, hermano del actual Rey. De esta manera, se trata de identificar si los *frames* tienden al ataque y condena o a la defensa del implicado, además de establecer si los diversos medios utilizan estrategias editoriales de personalización o, por el contrario, “institucionalizan” el escándalo.

Por último, el tercer objetivo específico consiste en comparar las estrategias de *framing* empleadas por la prensa española y británica en la cobertura de escándalos y polémicas monárquicas, tratando así de identificar elementos afines y diferentes entre ambos países.

3.2. Método de investigación

Para llevar a cabo el presente trabajo y cumplir los objetivos previamente propuestos, la metodología que se va a emplear es un análisis de contenido cuantitativo en medios de comunicación relacionado directamente con el Marco Teórico.

El análisis de contenido es definido como una “técnica de investigación consistente en hacer inferencias válidas de textos o cualquier otro material significativo que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 2004, pp. 18). Este permite obtener nuevos *insights* sobre la materia estudiada, incrementando, así, el conocimiento del investigador acerca de un fenómeno concreto. Es preciso destacar que el propio autor no restringe el análisis de contenido a materiales escritos, sino que contempla, además, el análisis de contenidos audiovisuales: imágenes, mapas, signos, símbolos, sonidos, etc.

El principal rasgo distintivo del análisis de contenido con respecto a otras técnicas de investigación es que permite llevar a cabo de manera simultánea la recopilación y generación de los datos y la interpretación y análisis de los mismos. Además, presenta una serie de importantes beneficios, entre los cuales se hallan:

- Es aplicable a una amplia variedad de productos mediáticos (incluso si estos han sido producidos en distintos periodos de tiempo).
- Genera resultados que se pueden cuantificar.
- Permite abordar un volumen elevado de información.

Al tratarse de una técnica, el análisis de contenido implica la aplicación de procedimientos especializados y estandarizados. Otra de sus características

esenciales es que debe ser fiable y asegurar unos resultados válidos y “replicables”, en el sentido de que esté regido por unas reglas objetivas y sistemáticas (es decir, que se puedan aplicar a todas las unidades de análisis). Para la normalización o estandarización de los procedimientos empleados, se establece un protocolo de análisis (Piñuel, 2002), que está compuesto por una serie de reglas que resultan necesarias para la realización del propio análisis. De esta manera, según establece el autor, el procedimiento establecido será válido en la medida en que los resultados obtenidos del mismo no puedan ser refutados (Piñuel, 2002). Así, se garantiza que la muestra de estudio, aun siendo analizada por distintos investigadores o estando compuesta por otras unidades de análisis (representativas del objeto de estudio), arrojará en todo caso las mismas o similares conclusiones.

Tal y como establecen Gaitán y Piñuel (1998), el establecimiento del protocolo de análisis conlleva la implementación de las siguientes fases:

- Formulación del objeto de estudio y fijación de los objetivos que se tratan de alcanzar.
- Operacionalización de las variables relevantes.
- Elaboración de la plantilla de codificación o libro de códigos y de la ficha de análisis.
- Muestreo.
- Codificación de la muestra.
- Verificación de la consistencia y la validez de la codificación.
- Análisis de los datos recabados.
- Elaboración del informe de resultados.

Tal y como establece Piñuel (2002), el protocolo se encuentra generalmente constituido por dos documentos fundamentales: el libro de códigos y la ficha de análisis. Por un lado, el libro de códigos o plantilla de codificación es un documento en el que se establecen las instrucciones referentes a, entre otros aspectos, “cuál es la naturaleza del corpus, qué contiene, para qué sirve, cómo interpretarlo o desde qué perspectiva abordar su lectura, escucha o visualización” (Piñuel, 2002, pp. 18). Este manual fija las normas que se deben seguir para interpretar el corpus de investigación, garantizando la fiabilidad y

validez de los códigos empleados en el análisis. Por otro lado, la ficha de análisis constituye un manual para llevar a cabo el registro de los datos obtenidos durante el propio análisis de contenido (Piñuel, 2002).

Para el presente trabajo, se ha tratado de llevar a cabo una acotación temporal lo más precisa posible y de seleccionar escándalos monárquicos que presentasen algún elemento común y que pudiesen, así, ser comparables en cierta medida (aunque siempre teniendo presentes las notables diferencias existentes en cuanto a la naturaleza de ambos casos).

Con respecto al príncipe Andrés, el caso de escándalo seleccionado viene dado por su vinculación a la trama Epstein y los acontecimientos derivados de la misma. La cobertura mediática de este escándalo comenzó a intensificarse en noviembre de 2019, cuando el duque de York concedió una entrevista a la BBC en la que intentó justificar su relación con Jeffrey Epstein (el cual había sido encontrado muerto en su celda unos meses antes) y defenderse de las acusaciones que se cernían sobre él acerca de la participación en una orgía con menores, entre otras. No obstante, esta entrevista fue considerada poco convincente y, por ende, muy criticada. Las reacciones negativas por parte de los medios y de la opinión pública propiciaron que se le apartase de la vida pública con efecto inmediato. En agosto de 2021, Virginia Giuffre presentó una demanda contra Andrés por abusos sexuales, la cual se saldó con un acuerdo extrajudicial millonario, y, en enero de 2022, la Casa Real británica le despojó de sus patrocinios reales y sus títulos militares. A pesar de que se sigue dando notable cobertura mediática al escándalo protagonizado por el duque de York (sobre todo a raíz de su inminente y obligada salida de su residencia en Buckingham Palace), el último suceso descrito marca la línea que acota la cobertura mediática pertinente en este estudio. Por ello, los titulares analizados se referirán a los acontecimientos clave que han sido mencionados.

En el caso de Froilán, se han escogido los tres últimos casos protagonizados por el nieto del Emérito, todos ellos relacionados con “altercados” ocurridos en el mundo de la noche. Estos cobran especial relevancia por el contexto en que suceden, pues todos se hallan estrechamente relacionados, de alguna forma u

otra, con la mudanza de Froilán a Emiratos Árabes Unidos. El primer caso de escándalo sucedió a finales de diciembre de 2022, concretamente, en la madrugada de Navidad, en la que Froilán se vio involucrado en un altercado ocurrido a la salida de una discoteca en el madrileño barrio Salamanca. En la pelea, en la que hubo navajas de por medio, uno de los amigos de Froilán resultó herido. Este primer escándalo ha sido considerado por los medios la razón “definitiva” por la que la infanta Elena decidió enviar a su hijo a Abu Dhabi con el Emérito, después de las múltiples polémicas en que se ha visto envuelto a lo largo de los años. El segundo caso se produjo en febrero de 2023, cuando Froilán fue encontrado en un *after* ilegal celebrado en una lujosa “sauna” especializada en “masajes eróticos” que se encuentra localizada en pleno centro de Madrid. El *after* fue desalojado por la policía por varias causas: exceso de aforo, presencia de menores de edad, posesión de drogas de algunos de los asistentes e, incluso, tenencia de armas. Cuando ocurrió esta segunda polémica, Froilán estaba a punto de mudarse al país árabe y alejarse de la vida pública y del foco mediático (aunque evidentemente por motivos diferentes a los de Andrés), pero se ve involucrado en un “último” escándalo antes de irse. Finalmente, el tercer caso ocurrió el pasado 7 de abril de 2024, esta vez en Leganés. Froilán fue visto abandonando un *after* a las 11 de la mañana tras la boda del alcalde de Madrid, José Luis Martínez-Almeida, y después de haber pasado el fin de semana entero de fiesta. Este último caso de escándalo toma relevancia por el “incumplimiento” de las expectativas de ver un Froilán cambiado y más maduro tras su estancia en EAU, demostrando que sus hábitos siguen siendo los mismos y que el nieto mayor del Emérito mantiene el gusto por la fiesta.

Cabe resaltar que el análisis se ha realizado únicamente sobre los titulares en prensa digital acerca de los casos mencionados de una serie de medios de comunicación en ambos países. Asimismo, también resulta preciso señalar que el análisis realizado es solo de carácter descriptivo, y no inferencial (es decir, no se ha comprobado si los resultados son extrapolables a la generalidad de los casos), debido a las limitaciones que presenta la propia naturaleza del trabajo.

La muestra de análisis (n=67) está constituida por 67 titulares en total, de los cuales 28 pertenecen a la prensa digital española (y hacen referencia a los escándalos protagonizados por Froilán), y los otros 39 son de la prensa digital británica (y, por tanto, referentes al escándalo del príncipe Andrés). La gravedad del escándalo protagonizado por el duque de York, así como su extensión en el tiempo (pues está formado por una secuencia de múltiples acontecimientos: entrevista, retiro de la vida pública, demanda, etc.) justifican una cobertura mediática mucho más intensa y continua que la que se pueda llevar a cabo de las polémicas de Froilán. De ahí, que se haya localizado y analizado un mayor número de titulares de la prensa digital británica.

Se han seleccionado en total ocho periódicos que cuentan con ediciones digitales, cuatro de los cuáles son españoles y los otros cuatro, británicos. Para cada país, se han seleccionado dos periódicos convencionales y dos medios nativos digitales. De igual forma, dentro de cada tipo de medio, se ha escogido uno con ideología tendente a la derecha (conservador o liberal-conservador) y favorable a la monarquía, y otro con una posición política más neutra (es decir, de centro) o cercana a la izquierda (social-liberal o socialdemócrata) y que presenta un mayor nivel de crítica hacia la institución monárquica y/o sus miembros.

Para analizar la cobertura mediática de los casos protagonizados por Froilán, se han seleccionado los siguientes periódicos españoles:

- *ABC* es un medio convencional nacido en 1903 de tendencia política conservadora, que presenta una línea editorial pro-monárquica.
- *El Mundo* es un medio convencional liberal que nace en 1989, con una postura política cercana al centro derecha y una línea editorial social-liberal. A pesar de que, con carácter general, presenta una posición favorable a la institución monárquica, también realiza una cobertura crítica de los escándalos protagonizados por los miembros de la Familia Real.
- *OKDiario* es un medio nativo digital fundado en el año 2015 que presenta una postura ideológica próxima a la derecha (e, incluso, a la extrema derecha), mostrándose muy crítico con las formaciones políticas

de izquierdas. Su línea editorial es, por tanto, liberal-conservadora. La cobertura que realiza de la monarquía es, por lo general, favorable a la institución. No obstante, este medio es altamente controvertido debido a su estilo sensacionalista.

- *Público* es un medio nativo digital que fue fundado en 2007. Aunque hoy en día opera únicamente *online*, en sus inicios también contaba con una edición impresa (concretamente, hasta 2012). Este periódico presenta una línea editorial de izquierdas (socialdemócrata) y una ideología política favorable a la república, por lo que se muestra muy crítico con la monarquía y la Familia Real.

Por su parte, a la hora de estudiar el tratamiento mediático del escándalo del príncipe Andrés llevado a cabo en el Reino Unido, se han seleccionado los siguientes periódicos británicos:

- *The Daily Telegraph* o *The Telegraph* es un medio convencional que nació en 1865. Este presenta una ideología política conservadora y cercana a la derecha (más específicamente, al partido “*tory*”). Mantiene una postura favorable a la Casa Real británica, y lleva a cabo una cobertura generalmente respetuosa de los eventos protagonizados por sus miembros.
- *The Guardian* es un medio convencional fundado en 1821, con una postura política de centro izquierda y línea editorial socialdemócrata. Este suele mostrarse crítico con la institución monárquica en su cobertura de la misma.
- *Breitbart London* es un medio nativo digital que puede considerarse un homólogo británico de *OkDiario*. Este fue lanzado en 2014 y es, en realidad, una edición regional de *Breitbart News*. Su postura política es de extrema derecha y su línea editorial, liberal-conservadora, y ha sido acusado en múltiples ocasiones de amarillista. Su discurso suele ser, con carácter general, favorable a la monarquía.
- *The Independent* es un medio nacido en 1986 que, al igual que *Público*, en la actualidad solo tiene una edición digital, pero en sus inicios contaba también con una impresa. Su postura política se alinea con el centro izquierda (línea editorial social-liberal), y se autoidentifican como

“reformistas” de la institución monárquica, lo cual se traduce en una cobertura generalmente crítica de la institución.

A la hora de poner en práctica la técnica de investigación seleccionada, se ha empleado un código de análisis de contenido similar al empleado por Berganza et al. (2023) en su estudio *La monarquía española a examen*. Este se encuentra basado en el modelo empírico propuesto por Maier et al. (2019), que parte de dos enfoques o *frames* fundamentales: ataque y defensa. Por otra parte, para su operacionalización, se han utilizado los cuatro elementos de análisis del encuadre propuestos por Entman (1993): la definición del problema, la interpretación de la causa, la evaluación moral y el tratamiento o recomendación.

A continuación, se presenta la plantilla de codificación (*Tabla 1*) elaborada a partir de los modelos de análisis mencionados.

Tabla 1: Plantilla de codificación para el análisis en función de los enfoques de ataque y defensa

Elemento del enfoque	Enfoque de ataque	Enfoque de defensa
Definición del problema	Violación de normas Tema de interés público	No hay violación de normas Tema de carácter privado
Interpretación de la causa	Es responsabilidad suya Tiene responsabilidad personal total sobre el asunto	Se encuentra influido por circunstancias o agentes externos Está fuera de su control personal
Evaluación moral	Se le condena	Se le apoya
	Desde el propio u otros medios de comunicación Desde la propia institución Desde la opinión pública	
Tratamiento o recomendación	Se apoyan	Se rechazan
	Las calumnias o difamaciones Castigo personal (por ejemplo, una multa, quitarle un título, etc.) Una disculpa	

Fuente: Maier et al. (2019), pp. 108

Para determinar si el enfoque utilizado en cada titular analizado es de ataque, de defensa o neutro (sin enmarcar), se han propuesto o codificado una serie de indicadores para cada elemento del *frame*. Es importante destacar que la plantilla de codificación de Maier et al. (2019) se ha adaptado al objeto de análisis de este estudio, teniendo en cuenta dos factores fundamentales. El primero de ellos es que los escándalos analizados en este caso no son puramente políticos, sino que se producen, más bien, en la esfera monárquica o institucional. El segundo elemento está constituido por la extensión de los titulares, que es muy reducida en comparación con la de las informaciones en sí mismas, por lo que hay determinados elementos propuestos por Maier et al. que resulta más complejo encontrar en un titular.

Una vez determinados cuántos elementos se encuentran presentes en cada titular, se concluye si los enfoques son:

- Explícitos: contiene alguno de los elementos.
- Inexistentes: no contiene ninguno de los elementos propuestos y, por tanto, no existe *frame*.

Finalmente, se codifica si el titular contiene el *frame* de ataque, el de defensa, o ninguno (es decir, es neutro).

3.3. Hipótesis

La hipótesis es una suposición de la que parte la investigación, de tal forma que la respuesta hallada tras la realización del trabajo sirva para confirmar dicha suposición o, por el contrario, refutarla. En este caso concreto, se plantean las siguientes hipótesis respecto al objeto de estudio propuesto y a los resultados de la investigación esperados:

Hipótesis 1 (H1)

Los periódicos españoles con una postura ideológica conservadora y liberal-conservadora y líneas editoriales favorables a la monarquía tenderán a

adoptar encuadres de defensa o enfoques de carácter más neutro, o directamente silenciarán los escándalos de Froilán.

Hipótesis 2 (H2)

Los periódicos españoles con una postura ideológica social-liberal y socialdemócrata y con líneas editoriales contrarias a la monarquía tenderán a adoptar enfoques de ataque y posturas más críticas con respecto a los casos de escándalo protagonizados por el sobrino del Rey.

Hipótesis 3 (H3)

Los periódicos convencionales españoles tenderán a adoptar enfoques de defensa o de carácter más neutro con respecto a los periódicos nativos digitales (que, por el contrario, utilizarán en mayor medida enfoques de ataque) en el tratamiento de las polémicas protagonizadas por Froilán.

Hipótesis 4 (H4)

Los periódicos británicos con una postura ideológica conservadora y liberal-conservadora y líneas editoriales favorables a la monarquía tenderán a adoptar enfoques de defensa o enfoques de carácter más neutro, o directamente silenciarán los escándalos del príncipe Andrés.

Hipótesis 5 (H5)

Los periódicos británicos con una postura ideológica social-liberal y socialdemócrata y líneas editoriales contrarias a la monarquía tenderán a adoptar enfoques de ataque y posturas más críticas con respecto a los casos de escándalo protagonizados por Andrés de York.

Hipótesis 6 (H6)

Los periódicos convencionales británicos tenderán a adoptar enfoques de defensa o de carácter más neutro con respecto a los periódicos nativos digitales (que, por el contrario, utilizarán en mayor medida enfoques de ataque) en la cobertura del escándalo del duque de York.

Hipótesis 7 (H7)

La prensa digital en España tenderá a adoptar mayormente enfoques de defensa y/o de carácter más neutro en la cobertura de los escándalos protagonizados por miembros de la Familia Real (que será más reducida en comparación con Reino Unido). Por su parte, las estrategias de encuadre empleadas por la prensa digital británica serán más tendentes al ataque y/o presentarán un carácter más crítico, con una cobertura más extensa de los escándalos.

4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

En este apartado, se presentan los resultados obtenidos tras el análisis de la muestra de titulares y la determinación de los *frames* utilizados en cada uno de ellos por los distintos medios de comunicación, así como el contraste con las hipótesis de investigación que se han planteado previamente.

En primer lugar (*Tabla 2*), se muestran el número de titulares analizados por cada medio de comunicación (en negro, los medios españoles y, en azul, los británicos) y su peso porcentual con respecto a la muestra. Según se ha mencionado anteriormente, el número de titulares de la prensa británica es mayor que el de la española debido a la mayor magnitud y amplitud temporal del escándalo del duque de York.

Tabla 2: Volumen total de la oferta comunicativa de titulares

Medio de comunicación	Titulares	%
The Telegraph	11	16,42%
The Guardian	11	16,42%
El Mundo	11	16,42%
The Independent	9	13,43%
Breitbart London	8	11,94%
Público	7	10,45%
OkDiario	7	10,45%
ABC	3	4,48%
Suma total	67	100,00%

Fuente: elaboración propia

Infografía 1: Volumen total de la oferta comunicativa de titulares

Fuente: elaboración propia

4.1. Medios de comunicación españoles

Tal y como se ha especificado previamente, en el caso de la prensa digital española, se han analizado en total 28 titulares referentes a tres escándalos distintos protagonizados por Froilán (*Tabla 3*), con notables variaciones en cuanto al volumen de la cobertura llevada a cabo por los distintos medios de comunicación.

Tabla 3: Volumen de titulares y tipos de enfoques utilizados por los medios españoles

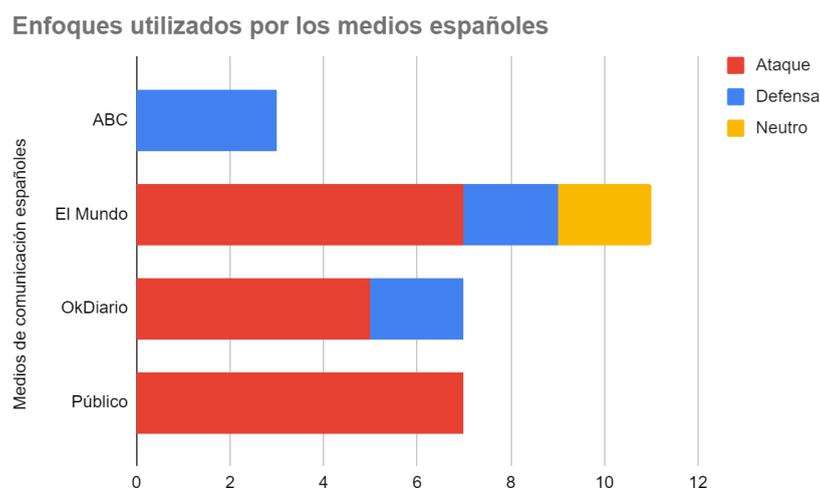
Medios de comunicación españoles	Ataque	Defensa	Neutro	Suma total	%
ABC		3		3	10,71%
El Mundo	7	2	2	11	39,29%
OkDiario	5	2		7	25,00%
Público	7			7	25,00%
Suma total	19	7	2	28	100,00%
%	67,86%	25,00%	7,14%	100,00%	

Fuente: elaboración propia

En función de los resultados expuestos en la *Tabla 3*, se puede confirmar que los periódicos españoles, con carácter mayoritario (en más del 90% de los titulares), enmarcaron los altercados y polémicas de Froilán que constituyen el objeto de estudio; es decir, les concedieron algún enfoque específico en su

tratamiento. En casi un 70% de las piezas informativas, se utilizó un *frame* de ataque en su titular, mientras que en el 25% de los casos fue empleado el enfoque de defensa y, en tan solo un 7% de las informaciones analizadas, el titular se presentó con un enfoque de carácter neutro; es decir, sin un marco definido.

Infografía 2: Enfoques utilizados por los medios de comunicación españoles



Fuente: elaboración propia

ABC, al tratarse de un medio convencional conservador y pro-monárquico, es el periódico que cuenta con el menor número de titulares referentes a las polémicas de Froilán; estos representan apenas un 10% respecto a la muestra analizada. Se puede deducir, por tanto, que trata así de silenciar en cierta medida los escándalos protagonizados por el nieto mayor del Emérito; por ejemplo, la polémica del *after* de Leganés tras la boda de Almeida, acerca de la cual (a diferencia del resto de medios) no publicó ninguna información relativa. El objetivo detrás de esta estrategia de silenciamiento es, probablemente, tratar de no perjudicar la imagen de Froilán como miembro de la Familia Real y, así, minimizar los daños que se puedan producir a la monarquía como institución como resultado de sus acciones. En los titulares analizados, los *frames* utilizados por el *ABC* son claramente de defensa: la información se presenta en todos los casos de tal manera que no se expresa responsabilidad o culpa por parte de Froilán en los altercados descritos; sino que estos siempre vienen

dados por factores o agentes de carácter externo que simplemente “envuelven” a Froilán.

Por su parte, *El Mundo* es el medio español que cuenta con el mayor número de titulares referentes a las tres polémicas de Froilán analizadas; estos representan, específicamente, casi un 40% de las piezas informativas estudiadas en total. Este periódico social-liberal enmarca sus titulares en *frames* de ataque en la mayor parte; si bien es verdad que también utiliza algunos de defensa y otros titulares se presentan, directamente, sin enmarcar. De esta manera, se sitúa entre la crítica (a Froilán) y la defensa (de la institución). *El Mundo* utiliza evidentes estrategias de personalización en el tratamiento de estos escándalos, mostrándose crítico con Froilán, pero favorable a la institución. Así, defiende la responsabilidad e implicación directa del nieto del Emérito en las distintas polémicas a las que el periódico da cobertura, y cuestiona en cierta medida el papel que este juega dentro de la Familia Real. En un titular referente a su presencia en el *after* posterior a la boda de Almeida, el medio llega a afirmar, incluso, que el nieto del Emérito “no ha cambiado” tras su estancia en Abu Dhabi, utilizando un tono claramente negativo y “acusador”. Con la individualización de Froilán, el periódico trata de mostrar que se trata de un caso “aislado” dentro de la institución para, así, no empañar y proteger en la medida de lo posible la imagen de la monarquía. En uno de los titulares, *El Mundo* hace referencia a Doña Elena como una “víctima” de los comportamientos inapropiados de su hijo, alegando que ya no sabe “qué más hacer” para que deje de protagonizar continuas polémicas.

OkDiario, a pesar de tratarse de un medio con tendencia política liberal-conservadora, lleva a cabo una cobertura relativamente extensa de los distintos altercados de Froilán; representando, concretamente, un 25% de los titulares analizados. Este periódico mantiene enfoques de ataque mayormente (aunque, en ciertas ocasiones, utiliza *frames* de defensa). Esto se puede justificar por el estilo altamente sensacionalista que caracteriza al medio, que plantea los titulares con un enfoque dramático propio de la prensa rosa. De esta forma, *OkDiario* enfatiza ciertos detalles escabrosos de los escándalos; como, por ejemplo, que el *after* ilegal del que fue desalojado Froilán en febrero

de 2023 era de “intercambio de parejas”. Aun así, es cierto que en los titulares de las informaciones publicadas por este periódico también se percibe el uso del relato periodístico de la personalización, ya que, a pesar de hacer tanto hincapié en las polémicas de Froilán, no se ataca en ningún momento a la Casa Real (que, de hecho, ni siquiera aparece mencionada).

Por último, *Público*, siendo un medio nativo digital socialdemócrata con una postura altamente crítica y desfavorable con respecto a la monarquía, también lleva a cabo una cobertura bastante extensa de los diversos comportamientos inapropiados de Froilán; representa, así, un 25% de las piezas informativas que componen la muestra. En todos los titulares analizados, el periódico mantiene explícitos enfoques de ataque contra Froilán, utilizando en ellos un tono abiertamente jocoso y sarcástico y haciéndose eco de las condenas y las críticas a Froilán por parte de otros agentes (además de los propios del medio), como reconocidos políticos de izquierdas y usuarios en redes sociales. No obstante, estos *frames* de ataque no solo se encuentran dirigidos a Froilán, sino también a la monarquía como institución y al papel que este desempeña dentro de la misma. Se puede deducir, por tanto, que *Público* recurre a la institucionalización como estrategia editorial para condenar y cuestionar a la Casa Real a partir de los altercados protagonizados por uno de sus miembros.

4.1.1. Aceptación y refutación de las hipótesis de investigación

La primera hipótesis planteada (H1) se basa en la idea de que los periódicos españoles conservadores y liberal-conservadores que presentan una línea editorial favorable a la monarquía silencian los escándalos (es decir, directamente no les dan cobertura), adoptan enfoques de defensa, y/o no enmarcan los titulares en ningún *frame*, concediéndoles así un tratamiento neutro. Si bien es verdad que esta hipótesis se cumple claramente para *ABC*, que recurre tanto al silenciamiento de algunos de los escándalos como a los marcos de defensa en los titulares referidos a otros, en el caso de *OkDiario*, no es del todo cierta. Este medio presenta mayoritariamente enfoques de ataque en sus titulares; el razonamiento hallado detrás del uso de este tipo de marcos

es su estilo sensacionalista, que busca la “alimentación” de las polémicas y trata a Froilán como un personaje del mundo del corazón (y no tanto como un miembro de la Familia Real). No obstante, es verdad que no se observan ataques a la monarquía por parte del periódico; se infiere, así, que se trata de protegerla y mantenerla al margen de los altercados.

En segundo lugar, se confirma la hipótesis que plantea que los medios españoles social-liberales y socialdemócratas que presentan una línea editorial desfavorable o crítica con la monarquía mantienen enfoques de ataque en sus titulares referentes a los escándalos de Froilán (H2). Tanto *El Mundo* como *Público* utilizan mayoritariamente *frames* de ataque, aunque estos se presentan dentro de distintas estrategias (*El Mundo* recurre a la personalización y *Público*, por el contrario, tiende a “institucionalizar” los escándalos para responsabilizar a la monarquía) y, por consiguiente, con distintos tonos (*El Mundo* es más respetuoso, mientras que *Público* es mordaz y burlesco).

Por último, se confirma también que los medios nativos digitales españoles mantienen enfoques de ataque en la cobertura de los escándalos de Froilán, mientras que los medios convencionales tienden a ser más neutros o enmarcar los titulares en *frames* de defensa (H3). Se ha comprobado que los nativos digitales utilizan, generalmente, un tono mucho más irrespetuoso, aunque por distintos motivos; en el caso de *OkDiario*, por tratarse de un medio con un evidente estilo sensacionalista y, en el de *Público*, por tratarse de un medio de comunicación con una línea editorial manifiestamente contraria a la monarquía. Con respecto a los convencionales, la cobertura reducida que lleva a cabo *ABC* sugiere que este periódico trata de silenciar los altercados y polémicas de Froilán, intentando minimizar su impacto en la Familia Real. Además, en los titulares publicados, utiliza de manera explícita enfoques de defensa del sobrino del Rey. Por su parte, si bien es verdad que *El Mundo* emplea principalmente marcos de ataque hacia Froilán, utiliza una evidente estrategia de personalización para la defensa de la institución monárquica y el distanciamiento de la misma respecto a los altercados.

4.2. Medios de comunicación británicos

Con respecto a la cobertura del escándalo protagonizado por el duque de York llevada a cabo por los medios de comunicación británicos, se han analizado 39 titulares en total (*Tabla 4*). En el caso de Reino Unido, esta cobertura presenta una distribución más igualitaria y uniforme entre los distintos medios de comunicación; es decir, no se perciben variaciones tan bruscas entre el número de piezas informativas publicado por unos periódicos y otros (como sucede con la prensa española).

Tabla 4: Volumen de titulares y tipos de enfoques utilizados por los medios británicos

Medios de comunicación británicos	Ataque	Defensa	Neutro	Suma total	%
Breitbart London	1	4	3	8	20,51%
The Guardian	8		3	11	28,21%
The Independent	6		3	9	23,08%
The Telegraph	7	2	2	11	28,21%
Suma total	22	6	11	39	100,00%
%	56,41%	15,38%	28,21%	100,00%	

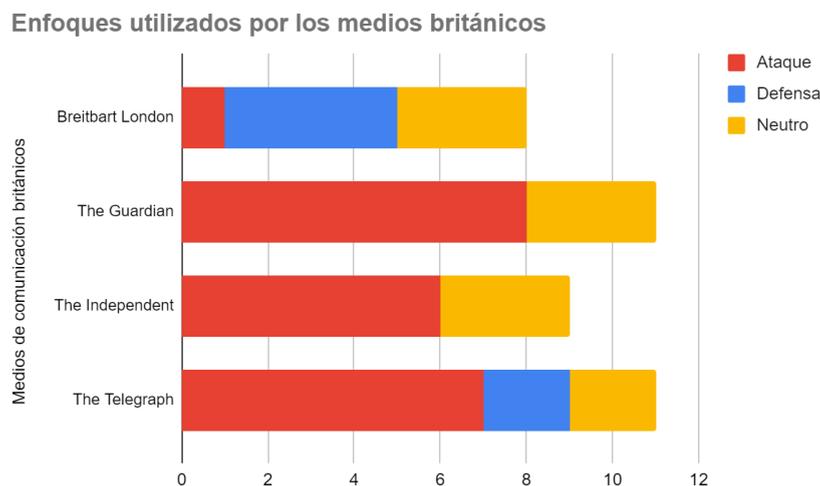
Fuente: elaboración propia

Tal y como se expone en los resultados de la *Tabla 4*, se puede confirmar que los medios británicos también utilizaron mayoritariamente algún enfoque específico en el tratamiento del caso de escándalo; concretamente, en más del 70% de los titulares. El enfoque de ataque, al igual que en la prensa española, es predominante, al encontrarse presente en más del 55% de los titulares de las piezas informativas que constituyen la muestra. Por su parte, el *frame* de defensa se utiliza en aproximadamente un 15% de las informaciones analizadas. Finalmente, los titulares que se presentan sin un enfoque concreto representan cerca del 30% de la muestra objeto de estudio. Este valor es notablemente superior al registrado en España, en donde se ha determinado que solo el 7% de los titulares se presentan sin enmarcar.

Además, todos los medios de comunicación británicos presentan una serie de elementos en común, independientemente del *frame* (o la ausencia del mismo) utilizado para enmarcarlo. El primero de ellos es el reconocimiento en sus titulares de que la entrevista con la BBC fue una “catástrofe” y que supuso el

“principio del fin” para Andrés. De igual modo, todos los periódicos analizados publicaron un titular sobre la supuesta no cooperación de Andrés en la investigación llevada a cabo tras la demanda interpuesta por Virginia Giuffre.

Infografía 3: Enfoques utilizados por los medios de comunicación británicos



Fuente: elaboración propia

The Telegraph, a pesar de tratarse de un medio convencional conservador que presenta una línea editorial favorable a la monarquía, se muestra en general bastante crítico con el príncipe Andrés; pues el encuadre utilizado en los titulares analizados es, en su mayoría, de ataque. Aun así, es preciso destacar que el tratamiento concedido es más respetuoso que el llevado a cabo por otros medios en el mismo país. Este periódico utiliza en su cobertura mediática de los distintos eventos que conforman el escándalo analizado una clara estrategia de personalización, tratando de no “salpicar” a la institución monárquica y de salvaguardar la imagen de la Casa Real británica. Así, el medio se muestra muy crítico con el duque de York y reconoce abiertamente la responsabilidad personal directa del mismo sobre el asunto, defendiendo la idea de que debe pagar por los “errores cometidos” y hacer frente a los pertinentes castigos, pero completamente solo. Al mismo tiempo, *The Telegraph* lleva a cabo una defensa de la monarquía y alega que la institución y el resto de la Familia Real no deberían verse “arrastrados” por este escándalo,

en el sentido de que los errores de Andrés no son un reflejo de la institución (la cual, desvinculándose del mismo, queda “limpia”).

The Guardian, medio convencional socialdemócrata, presenta sus titulares enmarcados en enfoques que son, en su gran mayoría, de ataque hacia el príncipe Andrés (aunque, en algunas ocasiones, estos son de carácter más neutro y se presentan sin enmarcar). No obstante, este periódico presenta una diferencia fundamental con respecto a *The Telegraph*: no utiliza estrategias de personalización en el tratamiento de los distintos acontecimientos que conforman el escándalo del príncipe Andrés, sino que recurre, por el contrario, a la institucionalización. En gran parte de sus titulares, enfatiza la repercusión que este caso de escándalo ha tenido en la monarquía, destacando la “fragilidad” de la institución e, incluso, poniendo en duda el futuro de la misma. De igual manera, en sus ataques a la monarquía, este medio también hace hincapié en algunos titulares en la “frialidad” y la “crueldad” que ha demostrado la institución con las distintas medidas tomadas para “desvincularse” de uno de sus miembros, con el fin último de que el escándalo tuviese la mínima repercusión posible en la Casa Real. Por tanto, se puede concluir que, además de reconocer la responsabilidad de Andrés y apoyar los diversos castigos que le han sido aplicados, *The Guardian* aprovecha también para atacar la monarquía y cuestionar su papel actual.

Breitbart London es un medio nativo digital de extrema derecha y línea editorial liberal-conservadora que, con carácter general, presenta una postura favorable a la monarquía británica en la cobertura de los eventos protagonizados por sus miembros. En los titulares referentes al caso del príncipe Andrés, se utilizan principalmente *frames* de defensa y/o de carácter más neutro. En ellos, no se distingue una condena explícita o reconocimiento de la responsabilidad personal del duque de York; sino que, a diferencia del resto de medios, se habla en todo momento de “acusaciones”, “demanda”, “supuesto abuso”..., y no de “caso de violación”. También es importante recalcar que *Breitbart* no incluye prácticamente ninguna referencia a la Familia Real en los titulares analizados, por lo que se deduce que trata, así, de no asociar a la institución con el caso de escándalo.

El último medio de comunicación británico analizado, *The Independent*, es nativo digital y tiene una postura de carácter generalmente crítico con la monarquía. Esto se pone de manifiesto en el presente análisis, pues la mayor parte de los titulares de este periódico se encuentran enmarcados en *frames* de ataque y condena. El periódico llega a afirmar que, a pesar de que el dinero ha “comprado” la libertad del príncipe (refiriéndose al acuerdo millonario al que llegó con la víctima para saldar la demanda por abusos sexuales), esto no debería ser así; se deduce, por tanto, que el medio está a favor de un castigo o pena mayor, como podría ser la cárcel. Sin embargo, además de mostrarse abiertamente crítico con el príncipe Andrés, *The Independent* también recurre a estrategias editoriales de institucionalización. Este medio llega, incluso, a referirse al escándalo protagonizado por el duque de York como la crisis real “más grave” que ha vivido la Casa Real británica desde la muerte de Lady Di. De esta manera, enfatiza la postura reformista que presenta con respecto a la institución, cuestionando el funcionamiento y configuración de la misma y haciendo hincapié en la necesidad de llevar a cabo reformas estructurales.

4.2.1. Aceptación y refutación de las hipótesis de investigación

En función de los resultados expuestos, se puede concluir que los medios británicos conservadores y liberal-conservadores con línea editorial de apoyo a la monarquía adoptan marcos de defensa en la presentación de los titulares o no les aplican ningún *frame* (H4). El periódico convencional *The Telegraph*, a pesar de que mantiene enfoques de ataque contra el príncipe Andrés en los titulares analizados, lleva a cabo una defensa manifiesta de la monarquía implementando una estrategia de personalización, mediante la que atribuye una responsabilidad individual al duque de York. Por otra parte, en el caso del nativo digital *Breitbart London*, los enfoques de defensa y neutro aparecen de manera evidente en sus titulares referentes a Andrés, al que no se incrimina ni condena en ningún caso.

Por otro lado, se confirma que los periódicos británicos social-liberales y socialdemócratas con línea editorial contraria a la monarquía mantienen claros

enfoques de ataque en los titulares sobre los distintos eventos del escándalo del duque de York (H5). Tanto *The Guardian* como *The Independent* se muestran abiertamente críticos con Andrés, responsabilizándolo en todo momento del asunto y mostrándose partidarios de los castigos impuestos. Estos medios recurren, además, a la institucionalización como estrategia editorial contraria a la personalización, extendiendo la crítica hacia la monarquía como institución. De este modo, tratan de hacer patente la necesidad de aplicar reformas estructurales que vayan más allá de los castigos aplicados a Andrés.

Finalmente, la última hipótesis establecida en referencia a la prensa británica (H6) sostiene que los medios convencionales suelen mantener *frames* de defensa y/o ser más neutros en el tratamiento de los escándalos, mientras que los nativos digitales presentan una mayor tendencia al ataque. Se puede confirmar que no se cumple la hipótesis, ya que, a diferencia de lo que sucede en España, en este caso prima la ideología y tendencia política de cada periódico. Ambos medios convencionales (*The Telegraph* y *The Guardian*) utilizan mayoritariamente enfoques de ataque. La diferencia entre estos radica en a quién se encuentra dirigida la condena: mientras que el primer periódico atribuye la responsabilidad únicamente a Andrés, el segundo culpabiliza tanto a este como a la monarquía en general. En el caso de los nativos digitales, *Breitbart London* actúa como defensor del duque de York y *The Independent*, por el contrario, lo incrimina.

4.3. Diferencias entre medios españoles y británicos

Una vez determinados los enfoques utilizados en los titulares por cada medio español y británico y confirmadas o refutadas las hipótesis planteadas para cada país, cabe contrastar los resultados para la última hipótesis, que supone una comparación entre los periódicos de ambos países (H7). Esta se basa en la idea de que la prensa española lleva a cabo una cobertura más reducida de los escándalos monárquicos en la que, además, mantiene enfoques de defensa o, directamente, no enmarca. Por el contrario, los medios británicos realizan

una cobertura más extensa de los casos de escándalo y, además, se muestran más críticos y tienden al ataque en mayor medida.

Se confirma que la cobertura mediática con respecto a los casos de escándalo de Froilán es más escasa en España. Se deduce que el principal motivo es (aparte de la menor gravedad con respecto a lo sucedido en Reino Unido) que ciertos medios de comunicación favorables a la monarquía no publican apenas noticias sobre las polémicas con la finalidad de silenciarlas y darles la difusión justa para que estas tengan el mínimo impacto en la institución. Por tanto, se confirma también que la cobertura mediática del escándalo de Andrés es más extensa e intensiva en Reino Unido.

Por otra parte, se ha comprobado que los enfoques de ataque y defensa se utilizan “indistintamente” en ambos países, en función de la postura que presente cada medio con respecto a la monarquía. Sin embargo, sí es cierto que en España se percibe, con carácter general, un mayor uso de la personalización (tanto en medios de derechas como de izquierdas), mientras que en Reino Unido esta “convive” en mayor medida con estrategias de institucionalización, las cuales se encuentran presentes fundamentalmente en periódicos social-liberales y socialdemócratas.

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Tras la elaboración del Marco Teórico y la presentación de los resultados obtenidos mediante el análisis de contenido, se exponen en este apartado las conclusiones extraídas en relación con los objetivos general y específicos que han sido planteados al inicio del trabajo. El objetivo general que persigue esta investigación es establecer las diferencias en la cobertura que llevan a cabo los medios de comunicación digitales en España y Reino Unido de los escándalos de Froilán y el príncipe Andrés.

El primer objetivo específico consistía en definir los marcos (de ataque, de defensa o neutro) que utiliza la prensa digital en España en sus titulares

referentes a los escándalos de Froilán, definiendo, además, si los medios tienden a personalizar o a institucionalizar las polémicas. Se considera que este primer objetivo se ha respondido de manera exitosa en función de las conclusiones que se presentan a continuación.

Se ha detectado que los medios españoles que presentan una línea editorial conservadora y liberal-conservadora y que mantienen una postura afín a la monarquía tienden a enmarcar los escándalos protagonizados por el sobrino del Rey de manera favorable. En ciertos casos, como ocurre con *ABC*, directamente no dan cobertura a los casos polémicos, tratando así de silenciarlos para no generar repercusiones negativas en la Corona. Este periódico, cuando trata los escándalos, lo hace enmarcando en claros *frames* de defensa, defendiendo la inocencia y la inculpabilidad de Froilán. En caso de que utilicen *frames* de ataque hacia Froilán (como sucede en el caso de *OkDiario*, medio notoriamente sensacionalista), recurren a estrategias de personalización, volcando la responsabilidad en un único individuo de tal modo que la institución no se vea salpicada por el escándalo.

De igual forma, los medios en España que presentan una línea editorial tendente al social-liberalismo o a la socialdemocracia utilizan, fundamentalmente, enfoques de ataque para enmarcar los titulares relativos a estos escándalos monárquicos. Sin embargo, difieren en a quién se dirige el ataque. *El Mundo* utiliza una clara estrategia de personalización en sus marcos de ataque, condenando de manera manifiesta a Froilán, pero llevando a cabo al mismo tiempo una clara defensa de la institución monárquica. Mientras tanto, *Público* orienta la crítica no solo a Froilán, sino también a otros miembros de la Familia Real y a la monarquía en general, institucionalizando así los escándalos.

El segundo objetivo específico trataba de determinar los *frames* (de ataque, de defensa o neutro) que utilizan los medios de comunicación digitales en Reino Unido en los titulares de las informaciones sobre el escándalo del príncipe Andrés; asimismo, se pretendía identificar a qué tipo de estrategias editoriales recurre cada periódico: institucionalización o personalización del caso

polémico. Este objetivo también ha sido considerado como cumplido, tal y como se expone en los siguientes párrafos.

Se ha llegado a la determinación de que los periódicos británicos que presentan una línea editorial conservadora y liberal-conservadora, al igual que sucede en España, conceden un tratamiento favorable a la monarquía en la cobertura de los escándalos. Si bien es verdad que *The Telegraph* mantiene explícitos enfoques de ataque dirigidos a Andrés, implementa también una estrategia de personalización (en la que atribuye la culpa de manera exclusivamente individual) y lleva a cabo una clara y tajante defensa de la institución monárquica. Por su parte, el nativo digital *Breitbart London* tiende en mayor medida a la defensa y la neutralidad en la presentación de los titulares referentes a los distintos eventos del escándalo de Andrés.

Asimismo, se ha determinado que los medios de comunicación británicos que cuentan con líneas editoriales social-liberales o socialdemócratas mantienen enfoques de ataque y condena en los titulares de las piezas informativas referentes al escándalo del príncipe Andrés. Tanto *The Guardian* como *The Independent* emplean en su mayoría *frames* de ataque. No obstante, a diferencia de lo que sucede en España, los dos medios de izquierdas británicos mantienen una estrategia de institucionalización del escándalo; englobando en su crítica y condena tanto al protagonista de los hechos escandalosos, el príncipe Andrés, como a la Casa Real como institución. Aprovechan la controversia para tratar de convertir en objeto de debate el papel que desempeña la monarquía moderna y su futuro.

Finalmente, para el cumplimiento del tercer y último objetivo específico, se establecía una comparación de las estrategias de *framing* empleadas por la prensa de ambos países en el tratamiento de los escándalos protagonizados por miembros de la monarquía. Se ha estimado que, al igual que los dos anteriores, este objetivo específico final se ha respondido satisfactoriamente, en función de lo expuesto a continuación.

Por una parte, se ha observado que en ambos países se da una clara correlación entre la línea editorial que presenta cada medio de comunicación y los enfoques que estos utilizan para enmarcar los escándalos, así como el uso de estrategias editoriales de personalización o institucionalización. En el saturado contexto mediático actual, en el que la competencia es tan elevada, los medios de comunicación tienen que dar cobertura prácticamente de manera “obligatoria” a los escándalos políticos e institucionales (incluso cuando se encuentran protagonizados por miembros de partidos o instituciones afines a sus valores e ideología) para no sufrir una disminución de lectores ni de ingresos. En este escenario, cada medio concederá a los escándalos un tratamiento afín a su línea editorial. En caso de que esta sea contraria a la monarquía, se institucionaliza el escándalo para extender la crítica a la institución. Por el contrario, si se posee una línea editorial favorable a la institución, se centrará el escándalo en el personaje individual protagonista del mismo a través de estrategias de personalización. En este último caso, pueden darse dos supuestos: bien que, directamente, no se haga mención a la monarquía, o bien que se mencione para defenderla de manera manifiesta y tratar de aislarla del escándalo.

Por otro lado, a pesar de presentar las similitudes descritas, es cierto que los medios de comunicación de los dos países analizados y el tratamiento que conceden a los escándalos monárquicos también manifiestan notables diferencias entre sí.

Se ha observado que la cobertura mediática es mucho más elevada e intensiva en Reino Unido en comparación con la prensa digital española. Hay diversos motivos que justifican estas diferencias en el volumen de cobertura. En primer lugar, la gravedad del escándalo protagonizado por Andrés en contraste con los de Froilán; se presupone que, cuanto mayor sea la magnitud de la polémica, mayor cobertura recibirá esta por parte de los medios. Este primer factor se encuentra, a su vez, estrechamente relacionado con el segundo: la extensión temporal del escándalo del duque de York (sobre todo si se tiene en cuenta que este ha sido acotado a unos eventos determinados, pero que, en realidad, abarca más sucesos). Otro factor que evidencia la menor cobertura en España

es el mayor silenciamiento de los escándalos de Froilán que se percibe en comparación con Reino Unido, el cual viene dado por parte de algunos periódicos afines a la monarquía. Este se puede explicar por la tradición en la cobertura mediática española y el “silencio consensuado” de los medios con respecto a los escándalos de la monarquía, que hasta hace relativamente poco se encontraba vigente.

De igual manera, se ha concluido que la estrategia predominante en España (tanto en aquellos medios que se muestran más críticos como los que son más benevolentes con Froilán) es la personalización. En Reino Unido, sin embargo, se ha detectado un mayor uso de la institucionalización, que se da especialmente por parte de los medios de comunicación de izquierdas.

No obstante, a pesar de estimarse que los objetivos marcados se han cumplido de manera satisfactoria, el estudio también presenta una serie de limitaciones que es conveniente tener en cuenta.

La primera de estas limitaciones es que el análisis de contenido se ha realizado únicamente sobre los titulares publicados por los diversos medios de comunicación. En un principio, se deduce que los titulares y el contenido de las piezas informativas que forman parte de la muestra coinciden; en el sentido de que, si en el titular se enmarca de una manera u otra, el *frame* utilizado será el mismo en el desarrollo de la noticia. No obstante, en aquellos titulares que presentan un carácter más neutro (es decir, que aparecen sin enmarcar), el cuerpo de la noticia podría ser determinante a la hora de concluir si realmente esta es neutral o, por el contrario, presenta algún enfoque. Con un análisis íntegro de las informaciones, se podrían detectar un mayor número de elementos por cada *frame* y obtener, por tanto, conclusiones más completas y precisas.

El otro factor limitador viene dado porque el análisis del corpus de piezas informativas no es inferencial, sino que simplemente presenta un carácter descriptivo. Para comprobar si los resultados obtenidos del análisis de contenido y las conclusiones extraídas a partir de los mismos se pueden aplicar

a la generalidad de los casos, sería necesario llevar a cabo un análisis inferencial para verificar la validez externa del estudio.

Por último, del trabajo realizado, también se han deducido una serie de líneas de investigación futuras que resultaría interesante estudiar.

En primer lugar, resultaría de interés estudiar la incidencia y la influencia que ejercen el uso de distintos *frames* y estrategias editoriales por parte de los medios de comunicación en la opinión pública y los niveles de aceptación de la monarquía en ambos países. Se podría determinar, así, cómo contribuyen los medios de comunicación a configurar la percepción general en torno a esta institución, identificando diferencias entre España y Reino Unido.

También se propone ampliar el estudio y llevar a cabo una comparación de la cobertura mediática (*frames* y estrategias editoriales empleadas) en otros países europeos acerca de sus respectivas monarquías; por ejemplo, Suecia, Países Bajos o Bélgica. De este modo, se podría establecer una comparación con España y Reino Unido, determinando cómo la tradición monárquica influye en el tratamiento concedido por los medios de cada país.

Finalmente, se plantea también la posibilidad de profundizar en cómo la liberalización de Internet ha influido de manera decisiva en la narrativa mediática actual, dando lugar a la radicalización y polarización de la opinión pública en torno a la monarquía y sus miembros. De esta manera, se podría analizar la influencia que ejercen los medios sobre los usuarios y la influencia que ejercen los usuarios en los medios.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Arrueta, C. (2015). *La línea editorial como estrategia de demarcación de zonas periodísticas. El caso de un diario conservador de Jujuy (Argentina)*. Revista Brasileira de História da Mídia, 2(2). <http://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/download/4120/2437>
- Balmer, J.M.T., Greyser, S.A., Urde, M. (2004). *Monarchies as Corporate Brands*. Harvard Business School, Working Paper, 05-002.
- Blumler, J. G., Brown, J. R., Ewbank, A. J., Nossiter, T. J. (1971). *Attitudes to the Monarchy: Their Structure and Development During a Ceremonial Occasion*. Political Studies, 19 (2): 149-171. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1971.tb00667.x>
- Canel, M. J., Rodríguez Andrés, R., Sánchez Aranda, J. J. (2000). *Periodistas al descubierto: Retrato de los profesionales de la información*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- De Pablos, J. M., Ardevól Abreu, A. (2009). *Prensa española y monarquía: el "silencio crítico" se termina*. Estudio de caso. Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura, 39, 237-253. <https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/184498>
- De Zutter, S. (2016). *La influencia de la ideología y la línea editorial en la selección de artículos periodísticos traducidos: estudio de caso a partir de dos diarios españoles*. Universiteit Gent. https://libstore.ugent.be/fulltxt/RUG01/002/271/759/RUG01-002271759_2016_0001_AC.pdf
- Entman, R. M. (1993). *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*. Journal of Communication, 43(4), 51–58. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Esser, F., & Hartung, U. (2004). *Nazis, pollution, and no sex: Political scandals as a reflection of political culture in Germany*. American Behavioral Scientist, 47(8), 1040-1071. <https://doi.org/10.1177/0002764203262277>
- Gaitán, J. A., Piñuel, J. L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*. Madrid: Síntesis
- Garrido, A., Martínez, M. A., Mora, A. (2022). *The Media and the Spanish Monarchy: The mediating role of ideology*. En: Rocha, A. et al. (Eds.), ICOMTA 2021, SIST 259, 1-9. Springer. http://dx.doi.org/10.1007/978-981-16-5792-4_12
- Giglioli, P. (1996). *La corrupción política y los medios de comunicación. El caso de Tangentópolis*. Revista Internacional de Ciencias Sociales, nº 149.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.

- Herrero-Jiménez, B., Berganza Conde, R., Gómez Montero, E. L. (2023). *La monarquía española a examen: del silencio consensuado de los medios a los enfoques de ataque y defensa en el caso de los escándalos de Juan Carlos I*. Revista Latina de Comunicación Social, 81, 297-315. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2023-1882>
- Johannessen, M. R. (2015). *A frame Analysis of Opinion Articles in Online Newspapers*. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-22500-5_2
- Just, M. R., Crigler, A. N. (2019). *Media coverage of political scandals: Effects of personalization and potential for democratic reforms*. En H. Tumber, & S. Waisbord. (Eds.), *The Routledge companion to media and scandal* (pp. 34- 45). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351173001-4>
- Kim, S., Scheufele, D. A., Shanahan, J. (2002). *Think about it this way: attribute agenda-setting function of the press and the public's evaluation of a local issue*. Journalism and mass communication quarterly, v. 79, n. 1, pp. 7-25. <https://doi.org/10.1177/107769900207900102>
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis; An introduction to its methodology*. Sage.
- Lecheler, S., de Vreese, C. H. (2011). *Getting real: The duration of framing effects*. Journal of Communication, 61(5), 959–983. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01580.x>
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York, Harcourt, Brace.
- Lull, J., Hinerman, S. (1999). *En búsqueda del escándalo*. Estudios sobre las culturas contemporáneas, diciembre, Vol. V, N° 10, Universidad de Colima.
- Maier, J., Jansen, C., Von Sikorski, C. (2019). *Media framing of political scandals. Theoretical framework and empirical evidence*. En: Tumber, H. y Waisboard, S. (Eds.), *The Routledge Companion to Media and Scandal*, 104-114. Routledge.
- Martín Llaguno, M., Navarro-Beltrá, M. y Berganza, R. (2022). *La relación entre la agenda política y la agenda mediática en España: el caso de los escándalos de Juan Carlos I*. Ámbitos: Revista internacional de comunicación, 57, 49-68.
- McCombs, M., Shaw D. (1972). *The agenda setting function of mass media*. Public Opinion Quarterly, 36.
- McLeod, J. M., Becker, L.B., Byrnes, J. E. (1974). *Another look at the agenda-setting function of the press*. Communication research, v. 1, n. 2, pp. 131-166. <https://doi.org/10.1177/009365027400100201>
- Ortiz-González, A., Berganza, R. (2023). *La personalización como estrategia editorial en la cobertura de escándalos políticos: el caso de la monarquía española*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 29 (3), 533-542. <https://doi.org/10.5209/esmp.87185>

- Piñuel, J. L. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido*. Estudios de Sociolingüística: Linguas, sociedades e culturas, 3 (1), 1-42. Universidade de Vigo: Servicio de Publicaciones.
- Price, V., Tewksbury, D. (1997). *News values and public opinion: A theoretical account of media priming and framing*. In G. A. Baret & F. J. Boster (Eds.), *Progress in communication sciences: Advances in persuasion* (Vol. 13, pp. 173–212). Greenwich, CT: Ablex.
- Rebolledo, M. (2017). *La personalización de la política: una propuesta de definición para su estudio sistemático*. Revista de comunicación, 16(2), 147-176. <http://orcid.org/0000-0003-0986-7332>
- Romano, M. B. (2011). *La narración del escándalo político en la prensa argentina: el caso Miceli; Universidad Nacional de La Plata*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Instituto de Investigaciones en Comunicación. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/72076>
- Saperas, E. (2020). *La mediatización. La construcción de un marco teórico a partir de una categoría analítica*. En Castromil A.R., Humanes, M.L., García Tojar, L. (Eds.) *La comunicación política en la era de la mediatización*. Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones.
- Shaw, D. L., Martin, S.E. (1992). *The function of mass media agenda-setting*. Journalism quarterly, v. 69, n. 4, pp. 902-920. <https://doi.org/10.1177/107769909206900410>
- Soto San Andrés, I., Castromil, A.R. (2020). *La teoría de agenda-setting: origen, evolución y vigencia*. En Castromil A.R., Humanes, M.L., García Tojar, L. (Eds.) *La comunicación política en la era de la mediatización*. Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones.
- Thompson, J.B. (2001). *El escándalo político*. Paidós.
- Thompson, J.B. (2005). *The New Visibility*. Theory, Culture & Society, 22(6), 31-51. <https://doi.org/10.1177/0263276405059413>
- Van Aelst, P., Sheafer, T., Hubé, N., Papathanassopoulos, S. (2016). *Personalization*. En de C. Vreese, F. Esser, & D.N. Hopmann (Eds.), *Comparing political journalism* (pp. 130-148). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315622286>
- Wolf, M. (2000). *La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós. <https://catedracoi2.files.wordpress.com/2014/05/wolf-mauro-investigacion-de-la-comunicacion-de-masas.pdf>
- Zamora, R., Marín Albaladejo, J.A. (2010). *La representación simbólica del escándalo político. Una tipología de los marcos periodísticos (frames) utilizados en la narración del escándalo de corrupción política*. Razón y Palabra, n° 73.
- Zhu, J. (1992). *Issue competition and attention distraction: a zero-sum theory of agenda-setting*. Journalism quarterly, v. 69, n. 4, pp. 825-836. <https://doi.org/10.1177/107769909206900403>