

TRABAJO FIN DE GRADO



UCAM

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE MURCIA

FACULTAD CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

Periodismo

SENSACIONALISMO EN TELEVISIÓN EN LAS NOTICIAS DE SUCESOS

Análisis de la cobertura del incendio en las discotecas Teatre y
Fonda Milagros

Autora:

María Magdalena García López

Director:

Dr. Enrique Arroyas Langa

Murcia, mayo de 2024

TRABAJO FIN DE GRADO



UCAM

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE MURCIA

FACULTAD CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

Periodismo

SENSACIONALISMO EN TELEVISIÓN EN LAS NOTICIAS DE SUCESOS

Análisis de la cobertura del incendio en las discotecas Teatre y
Fonda Milagros

Autora:

María Magdalena García López

Director:

Dr. Enrique Arroyas Langa

Murcia, mayo de 2024

Agradecimientos

Realizar un TFG y una carrera universitaria no es un camino fácil, pero lo cierto es que es un viaje repleto de enseñanzas y de enriquecimiento personal que no cambiaría por nada del mundo. En este viaje, me gustaría expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que me han dado la mano y que me han apoyado y guiado de forma incondicional. En primer lugar, deseo agradecerle a mi director de TFG, Enrique Arroyas, su valiosa orientación, paciencia y apoyo. Su conocimiento y su amplia experiencia han sido fundamentales para la realización de este trabajo y su vocación como periodista ha sido mi fuente de inspiración constante.

Me gustaría agradecerle también al resto de profesores y compañeros de la universidad sus enseñanzas, debates enriquecedores y ánimos constantes, pues estos han sido cruciales para mi crecimiento académico y personal. Sin lugar a duda, han dejado una huella muy significativa en mi desarrollo como estudiante y, sobre todo, como persona. De manera muy especial, quiero expresar mi profundo agradecimiento a mi madre, Magdalena, cuyo amor, apoyo y sacrificio han sido invaluable en estos cuatro años de carrera. Sin su fe inquebrantable en mis capacidades y su fortaleza en los momentos más difíciles, este trabajo no hubiera sido posible. Su ejemplo de perseverancia, esfuerzo y dedicación ha sido mi mayor inspiración.

A mi familia, en general, por su amor y comprensión a lo largo de este trayecto académico. Sin lugar a duda, su compañía ha sido un pilar fundamental en este proceso, ya que me han brindado en todo momento el equilibrio necesario para mantenerme enfocada y motivada con el trabajo. No puedo finalizar los agradecimientos sin mencionar a Hannah, mi mascota. Su compañía incondicional y alegría constante fueron los elementos más importantes cuando sentía que no llegaba, pero ella me dio la fuerza para seguir adelante y conseguir mi objetivo: el de ser una buena periodista.

Como dijo el escritor Gabriel García Márquez: “La vida no es la que uno vivió, sino la que uno recuerda y cómo la recuerda para contarla”. Este trabajo es un reflejo de todo lo aprendido y vivido, y de las personas que lo han hecho posible.

ÍNDICE

RESUMEN	14
INTRODUCCIÓN	17
OBJETIVOS	21
▪ Objetivo General	21
▪ Objetivos Específicos	21
HIPÓTESIS O PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	22
1. MARCO TEÓRICO	23
1.1. ORIGEN Y MANIFESTACIONES DEL SENSACIONALISMO	23
1.1.1. Recorrido histórico	24
1.1.2. Perspectivas teóricas	27
1.1.3. Características y principales estrategias	33
1.2. REFLEXIÓN ÉTICA SOBRE EL SENSACIONALISMO	37
1.2.1. Marco ético que guía la práctica periodística	38
1.2.2. Importancia de la ética en la cobertura de sucesos sensibles	41
1.3. LA TELEVISIÓN COMO EL VEHÍCULO DE RELATOS	45
1.3.1. Los programas de sucesos con la televisión privada	47
1.3.2. Énfasis en el contenido de programas de entretenimiento	49
1.3.3. Casos emblemáticos: De las niñas de Alcàsser al niño Gabriel .	50
1.4. CONTEXTO DEL CASO DE ESTUDIO	55
1.4.1. Caso ‘Teatre y Fonda Milagros’	55
1.4.2. Detalles del incidente en la discoteca	56
2. METODOLOGÍA.....	59
2.1. La ficha de análisis	61
3. RESULTADOS	65
3.1. Análisis de los informativos de Antena 3. Evaluación del enfoque en la cobertura del suceso ‘Teatre y Fonda Milagros’	65

3.2. Análisis de los informativos de Telecinco. Evaluación del enfoque en la cobertura del suceso ‘Teatre y Fonda Milagros’	69
3.3. Análisis de los informativos de TVE. Evaluación del enfoque en la cobertura del suceso ‘Teatre y Fonda Milagros’	73
3.4. Análisis de los magazines de Telecinco (<i>Fiesta, Vamos a ver</i> y <i>TardeAr</i>), Antena 3 (<i>Espejo público</i> y <i>Ahora sonsoles</i>) y del magacín de TVE (<i>Mañaneros</i>)	75
CONCLUSIONES	95
REFERENCIAS	100
ANEXO. Tabla para análisis de contenido sensacionalista	115

ÍNDICE DE ELEMENTOS GRÁFICOS

TABLA

TABLA PARA EL VISIONADO DE PROGRAMAS E INFORMATIVOS.	115
--	-----

IMAGEN

IMAGEN NO. 1	74
IMAGEN NO. 2	75
IMAGEN NO. 3	87
IMAGEN NO.4	88
IMAGEN NO.5	92

RESUMEN

La información sobre sucesos trágicos proporcionada por parte de los medios de comunicación plantea ciertas cuestiones éticas en el ámbito del periodismo. El presente Trabajo de Fin de Grado tiene como objetivo el análisis y estudio de la presencia de sensacionalismo en el denominado 'Caso Teatre y Fonda Milagros', un incendio ocurrido el 1 de octubre de 2023 en dos discotecas de Murcia. Este trabajo examina cómo Antena 3 y Telecinco, las principales cadenas de televisión, manejaron la cobertura del incidente en comparación con la cadena pública TVE. A través del visionado y de la metodología de análisis cualitativa, de una muestra de 61 noticias televisivas, se pretende aportar datos relevantes para la cobertura ética de este tipo de casos. Este estudio no solo contribuye a la comprensión del sensacionalismo en los medios españoles, sino que también propone reflexiones críticas sobre la ética periodística y el papel de los medios en la construcción de la realidad social.

Palabras claves: sensacionalismo, cobertura, televisión, sucesos, ética, caso *Teatre*, deontología.

ABSTRACT

The information about tragic events provided by the media raises certain ethical questions in the field of journalism. This Final Degree Project aims to analyze and study the presence of sensationalism in the so-called 'Teatre and Fonda Milagros Case', a fire that occurred on October 1, 2023, in two nightclubs in Murcia. This work examines how Antena 3 and Telecinco, the main television networks, handled the coverage of the incident compared to the public broadcaster TVE. Through viewing and qualitative analysis methodology of a sample of 61 television news segments, this study aims to provide relevant data for the ethical coverage of such cases. This study not only contributes to the understanding of sensationalism in the Spanish media but also proposes critical reflections on journalistic ethics and the role of the media in constructing social reality.

Keywords: sensationalism, coverage, television, events, ethic, case *Teatre*, deontology.

INTRODUCCIÓN

La frontera entre el periodismo serio
y el sensacionalista es cada vez menos nítida,
ya que el mundo occidental vive
inmerso en una civilización del espectáculo.

Mario Vargas Llosa.

El pasado 1 de octubre de 2023, a raíz de la tragedia acaecida en las discotecas Teatre y la Fonda Milagros, situadas en la zona de Atalayas en la ciudad de Murcia, las cadenas televisivas españolas despertaron el debate en la opinión pública debido al tratamiento sensacionalista que le otorgaron a la cobertura informativa del suceso. Por tanto, se ha elegido este tema como Trabajo de Fin de Grado para exponer la sensibilidad que la información periodística puede tener en la opinión pública y, dentro de esta, la información de sucesos.

El Diccionario de la Real Academia Española define el término sensacionalismo como “la tendencia a producir sensación, emoción o impresión, con noticias, sucesos, etc.”. De este modo, el sensacionalismo, asociado al tratamiento informativo, se traduce en la tendencia que utilizan frecuentemente los medios de comunicación para causar emociones y determinados efectos en los receptores (Ortiz Mas, I. 2017).

El sensacionalismo en la televisión puede incluir la utilización de titulares impactantes, imágenes o fotografías con diferentes encuadres, la explotación de la emoción y la dramatización excesiva de eventos. Aunque estas tácticas pueden atraer la atención de la audiencia, plantean importantes cuestiones éticas.

En este sentido, la televisión es un medio de comunicación que, a lo largo de los años, ha ejercido una influencia significativa en la formación de la percepción pública de los sucesos que ocurren en la sociedad. En el contexto mediático español, la cobertura de noticias de sucesos se ha convertido en un componente esencial de la programación televisiva, siendo un factor clave en la conformación de la opinión pública. Sin embargo, la preocupación radica en la creciente prevalencia del sensacionalismo en la presentación de estas noticias.

Para Ortiz Mas (2017: 03) “el sensacionalismo ha evolucionado desde su nacimiento bajo la denominación impuesta por Pulitzer y Hearts, “The Yellow Kid”, hasta convertirse en un recurso infalible para muchas empresas cuya finalidad es captar cuanta más audiencia mejor. Además, señala que “los medios de comunicación de la actualidad se adentran más que nunca en la tendencia que busca, precisamente, causar impacto y sensaciones en los espectadores.

El objeto principal de estudio del presente TFG es el tratamiento sensacionalista de las noticias de sucesos en la televisión española, identificando sus características, manifestaciones y efectos en la audiencia.

Este Trabajo Final de Grado, TFG, se propone realizar un análisis exhaustivo del fenómeno del sensacionalismo en la cobertura de noticias de sucesos en la televisión en España, concretamente en el suceso acontecido el 1 de octubre de 2023 en Murcia: un incendio en las discotecas Teatre y la Fonda Milagros que acabó con la vida de 13 personas. Por ello, investigaremos las características del sensacionalismo y su presencia en la programación de las principales cadenas de televisión del país como Antena 3 y Telecinco durante los dos primeros días (lunes y martes) del suceso. También se analizará la cobertura de este suceso desde la óptica de una cadena pública, como es el caso de La 1 (primer canal de Televisión Española TVE) con el fin de realizar una comparativa entre la cobertura de sucesos desde el ámbito de las cadenas privadas y el de las cadenas públicas. Todo con el propósito de verificar si las cadenas públicas como es el caso de TVE son menos propicias al sensacionalismo.

Además, abordaremos las implicaciones éticas de este tratamiento sensacionalista y su impacto en la calidad del buen periodismo. A través de una revisión crítica, analizaremos cómo la relación entre el sensacionalismo y las noticias de sucesos en la televisión puede distorsionar la percepción pública de la realidad y contribuir a la construcción de una narrativa mediática parcial.

El presente trabajo no tiene como finalidad corregir los errores de los medios de comunicación ni de los periodistas, sino de exponer estos errores para reflexionar sobre ellos, aprender de los mismos, y para detectar las posibles desviaciones periodísticas, así como de propiciar una transformación del periodismo hacia una práctica que realmente beneficie a la sociedad y que

informe desde la rigurosidad periodística y no desde el *infotainment*. En este sentido, es esencial alejar al periodismo del morbo y del sensacionalismo que a veces lo contaminan y reinstaurarlo como un servicio público comprometido con la verdad y la integridad informativa. Lo que implicará proporcionarle al público una información que sea veraz, responsable y enriquecedora, alejada de los titulares impactantes y/o emocionales o de cualquier otro elemento que pueda distorsionar la veracidad de los hechos.

Es crucial destacar que el sensacionalismo no solo distorsiona la percepción pública de los acontecimientos, sino que también puede socavar la confianza en los medios de comunicación como instituciones fundamentales para la democracia. Cuando el público percibe que los medios priorizan el entretenimiento sobre la información veraz, la credibilidad de la prensa se ve comprometida y, con ella, la capacidad de los ciudadanos para participar de manera informada en la vida política y social.

Para ello, será fundamental que el periodismo se fundamente en los siguientes principios éticos: la veracidad, la imparcialidad, la objetividad, el respeto a la dignidad humana y la búsqueda del interés público. Estos valores guían la labor informativa hacia la construcción de una sociedad informada y participativa. Sin embargo, en muchos casos, el morbo y el sensacionalismo han permeado los medios televisivos, desviándolos de su función primordial de servir al bien común.

El morbo se caracteriza por el interés enfermizo en sucesos trágicos, escabrosos o sensacionales, mientras que el sensacionalismo busca captar la atención del público mediante la exageración, la dramatización y la manipulación emocional de las noticias. Ambos fenómenos pueden distorsionar la realidad, trivializar el sufrimiento humano y promover la desinformación.

En este sentido, la práctica del periodismo ético se ve desafiada por la presión comercial, la competencia mediática y la demanda del público por contenido impactante y emocionante. Por ello, los medios televisivos, en su afán de aumentar audiencia y ganancias, pueden caer en la tentación de sacrificar la integridad informativa a favor del entretenimiento y la espectacularización de la noticia.

Esta situación plantea importantes interrogantes sobre el papel y la responsabilidad de los medios de comunicación en la sociedad. ¿Hasta qué punto es aceptable sacrificar la ética periodística en interés del rating y la rentabilidad económica? ¿Qué impacto tiene el morbo y el sensacionalismo en la percepción pública de la realidad y en la formación de la opinión ciudadana?

En última instancia, la reflexión sobre la ética y los valores del periodismo en contraposición con el morbo y el sensacionalismo en los medios televisivos nos invita a considerar el papel crucial de los profesionales de la comunicación en la promoción de una información veraz, equilibrada y respetuosa. Solo a través del compromiso con la ética y la integridad, los medios pueden cumplir su función social de manera efectiva y contribuir al fortalecimiento de una sociedad informada, crítica y democrática.

OBJETIVOS

▪ Objetivo General

Definir el concepto de sensacionalismo y extrapolar su definición al ámbito de la televisión en España, sobre todo en los noticiarios y en programas de televisión de las principales cadenas privadas (Antena 3 y Telecinco). Además, se realizará un análisis de los principales informativos y magacines de la cadena pública La 1 (TVE) para elaborar una comparativa entre el tratamiento de la cobertura de sucesos que realizan las cadenas de televisión privadas y las cadenas públicas.

▪ Objetivos Específicos

- Reflexionar sobre cómo el sensacionalismo en la cobertura de noticias de sucesos en la televisión española plantea desafíos éticos al ejercicio periodístico en la contemporaneidad informativa.
- Realizar un análisis cualitativo a partir del visionado de programas e informativos de televisión (durante los dos días posteriores al incendio) para comprobar si el suceso acontecido el 1 de octubre en las discotecas 'Teatre y Fonda Milagros se trató con sensacionalismo en televisión.
- Comprobar si los programas o los magacines de televisión realizan un tratamiento sensacionalista de las noticias enmarcadas en el ámbito de sucesos.
- Comprobar si las cadenas públicas de televisión tienen un menor componente sensacionalista en las noticias y programas que las cadenas privadas.
- Comparar el tratamiento informativo de sucesos en las cadenas públicas y privadas en España.

HIPÓTESIS O PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Las preguntas de investigación planteadas para el siguiente TFG serían las siguientes: ¿En qué medida la presencia del sensacionalismo en las noticias de sucesos influye en la percepción de la calidad del periodismo y la credibilidad de los medios de comunicación en España? ¿En los programas informativos prima la calidad informativa o el sensacionalismo?

H1. Los programas de televisión, especialmente los magazines e informativos, tienden a abordar los temas de sucesos con un enfoque sensacionalista, enfatizando aspectos impactantes y dramáticos, en lugar de ofrecer un análisis profundo y aséptico de los acontecimientos.

H2. Las cadenas públicas de televisión tratan la información de forma menos sensacionalista y más aséptica.

H3. El sensacionalismo en la cobertura de sucesos requiere de un marco ético que guíe la práctica periodística

1. MARCO TEÓRICO

1.1. ORIGEN Y MANIFESTACIONES DEL SENSACIONALISMO

Para poder definir correctamente el término sensacionalismo es necesario conocer la etimología de la palabra. Según el Diccionario de la Real Academia Española, se trata de la “tendencia a producir sensación, emoción o impresión, con noticias, sucesos, etc.” De la misma manera, la RAE define el concepto “sensación” como la “impresión que las cosas producen en el alma por medio de los sentidos”. Y, por último, la palabra “emoción” la define como “la alteración del ánimo intensa y pasajera, agradable o penosa, que va acompañada de cierta conmoción somática”. En el contexto del manejo de la información, el término sensacionalismo se refiere a la práctica comúnmente empleada por los medios de comunicación de generar emociones y provocar efectos específicos en su audiencia.

Parafraseando a Ortiz, el sensacionalismo en el periodismo es una práctica que busca captar la atención del público a través de la presentación exagerada, impactante o emocional de la información (Ortiz Mas, I., 2017). Como fenómeno no es nuevo, ya que tiene sus raíces en el periodismo del siglo XVI y ha evolucionado a lo largo de la historia, alcanzando su desarrollo más destacado en Estados Unidos a fines del siglo XIX. A continuación, se brindará el panorama sobre lo indagado en cuanto al sensacionalismo y la importancia teórico-conceptual para el presente Trabajo Final de Grado, TFG.

Se analiza este fenómeno desde diversas perspectivas teóricas e históricas, incluyendo su naturaleza como estrategia comercial, su impacto en la ética periodística y su relación con la desinformación. Además, se examinan los desafíos actuales del periodismo, como la competencia por la audiencia, la presión por la inmediatez y la propagación de noticias falsas en redes sociales.

1.1.1. *Recorrido histórico*

El sensacionalismo es un fenómeno arraigado con muchos años de historia que ha marcado profundamente la forma en que se consume la información.

Este fenómeno se ha arraigado en la historia del periodismo y ha evolucionado, abarcando diferentes medios, desde impresos hasta televisión y redes sociales. Pizarroso y Rivera (1992:51) recuerdan que “el gusto por la información sobre sexo, el crimen, la violencia y por cualquier tipo de escándalo es tan antiguo como la humanidad y tiene sus reflejos en las formas más primitivas de prensa”.

Lo curioso es que estos rasgos se han ido forjando con la historia del periodismo, pues las manifestaciones de carácter sensacionalista tienen sus raíces en los impresos que circularon en el siglo XVI, con las gacetas alemanas y francesas que abordaban crímenes, chismes de familias pertenecientes a la realeza o escándalos de cortesanos.

Sin embargo, no fue hasta la segunda mitad del siglo XIX cuando estas publicaciones fueron reconocidas como una forma distinta de periodismo. Ejemplos de este enfoque se evidenciaron en Francia, Alemania e Inglaterra, pero el desarrollo más destacado y representativo del sensacionalismo en la prensa ocurrió en Estados Unidos.

El antecedente más famoso fue el enfrentamiento entre Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst, dado que marcó el surgimiento del "amarillismo" o periodismo sensacionalista.

Hearst y Pulitzer vivían una encarnizada lucha por superar a su rival, siendo el primero el que, desde un primer momento, se fijó en el trabajo de Pulitzer para trasladar sus ideas al Journal. Hearst siempre iba un paso por detrás en cuanto a innovaciones, pero pudo adelantarse a la hora de adquirir una imprenta a color. Fueron estas imprentas a color las que dieron nombre a este nuevo periodismo: en la sección “The yellow kid” (“el chico amarillo”), presente en ambos diarios, utilizaban un muchacho con vestimenta amarilla como icono. (Barahona Gómez, Fernando; 2016).

En la historia del periodismo es famosa la disputa entre Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst entre 1895 y 1898. Los diarios más influyentes de Nueva York, pertenecientes a estos magnates mediáticos, iniciaron una intensa competencia para obtener el mayor número de lectores.

En esta competencia, los propietarios se enfrentaron en una lucha despiadada, dando inicio a lo que se conoce como amarillismo o periodismo sensacionalista. Los grandes magnates recurrieron a cualquier medio para aumentar sus cifras de circulación, para defender sus ingresos por publicidad y prestigio. Ambos emplearon diversos recursos, experimentos y formas de presentación para hacer que sus periódicos fueran más atractivos para sus lectores (Torrico, 2008).

William Randolph Hearst llegó a ser considerado como el más importante precursor del periodismo amarillista, alterando la verdad en sus diarios y creando un enorme imperio informativo. Francisco Bermeosolo denominó el legado de Randolph Hearst como el “desprecio de la objetividad” (1969). En la cúspide de su imperio, llegó a tener bajo su control 26 diarios y 17 periódicos dominicales publicados en 18 ciudades diferentes.

Uno de los hitos estudiados en la carrera de comunicación y periodismo, fue la guerra entre Estados Unidos y España inventada por Hearst a través de noticias ficticias y dibujos de hechos que jamás existieron. La historia del concepto amarillista en el periodismo también está vinculada en Estados Unidos con *The Yellow Kid* o El Chico Amarillo, el personaje principal de Hogan's Alley, también conocido como Mickey Dugan (Olson, 2008). Se trataba de la que es considerada como la primera tira cómica impresa a color de Norteamérica que llegó a tener una circulación masiva.

Joseph Pulitzer (1847-1911) tuvo la innovadora idea de incluir en el suplemento dominical de su periódico, *The New York World*, una viñeta a toda página protagonizada por un niño llamado Mickey Dugan. Este personaje, conocido por su cabeza rapada, orejas prominentes y vestido con un camisón de dormir, utilizaba un lenguaje coloquial e incluso vulgar (*slang*), que contrastaba con el refinado gusto de las clases medias y altas de la época, provocando la sonrisa y reflexión de los lectores.

La primera de estas viñetas, titulada Hogan's Alley, fue publicada el 5 de mayo de 1895 y creada por Richard Felton Outcault, un artista originario de Lancaster, Ohio. Outcault comenzó su carrera profesional como ilustrador técnico en la compañía de Thomas Edison (1847-1931), y más tarde trabajó como dibujante de viñetas humorísticas para revistas como Jorge y Puck.

Por razones técnicas y estéticas, el vestido del niño empezó a imprimirse en color amarillo, lo que llevó a que los lectores lo denominaran *The Yellow Kid*, nombre que finalmente adoptó la viñeta. El editor del suplemento dominical del periódico, titulado Sunday World's, era Morrill Goddard, uno de los periodistas más influyentes de su época. A pesar de ser poco recordado hoy en día, Goddard fue una gran fuente de inspiración para las viñetas de Outcault, ya que no solo sugirió a Pulitzer su contratación, sino que también aportó muchas ideas para sus temas y contenidos. Con posterioridad, algunos críticos de la prensa con temáticas sensacionalistas comenzaron a emplear el nombre de la tira y paulatinamente se popularizó bajo el nombre de "prensa amarillista".

Respecto a la historia del sensacionalismo en España, es importante reconocer que la cobertura de sucesos cargados de adjetivos y alusiones a las sensaciones del lector no son recientes, sino que es un fenómeno que surgió en el siglo XIX tal y como lo explican Laguna y Martínez:

La incorporación del sensacionalismo al periodismo es un fenómeno del siglo XIX, marcado por los hitos del folletín y la imagen. El folletín introduce el sensacionalismo cual novela por entregas, en la temática y en la trama, y hará del melodrama una forma de cautivar al lector. La imagen impactante, primero como grabado ilustrativo de la noticia, después como fotografía, se combinó con el relato exagerado que caracteriza al periodismo de sucesos, heredero de una larga tradición de narrativa popular, que luego será parte del periodismo de masas basado en la exageración (hipotiposis), cuando no en la invención de los acontecimientos (Laguna y Martínez; 2022).

Desde los primeros días de la televisión se ha recurrido a estrategias sensacionalistas para captar audiencia y aumentar la cuota de pantalla. Este enfoque se ha intensificado con el tiempo, especialmente con el advenimiento

de la televisión comercial y la competencia feroz entre los canales por obtener la atención del público.

El sensacionalismo se manifiesta de diversas formas en la televisión, desde la exageración de tragedias y sucesos impactantes hasta la manipulación emocional de las noticias y la explotación del morbo humano. Los programas sensacionalistas suelen recurrir a titulares llamativos, imágenes impactantes y narrativas dramáticas para mantener cautiva a la audiencia, incluso a expensas de la veracidad y la integridad informativa.

En el enfoque sensacionalista del periodismo, se destacan aspectos circunstanciales o anecdóticos, otorgándoles un mayor énfasis de manera deliberada. Se emplea para ello datos escandalosos o fuera de contexto que pueden referirse inclusive a la vida privada de las personas.

Desde este enfoque histórico, se puede entender la cobertura de crímenes y sucesos como un fenómeno arraigado en la historia del periodismo, con antecedentes que se remontan al siglo XIX y que comparte similitudes con la tradición de las Noticias del Mundo del Espectáculo. En esta línea, se observa cómo el tratamiento exagerado de eventos relacionados con celebridades, escándalos y chismes de la farándula ha sido una práctica común en el periodismo español a lo largo del tiempo.

1.1.2. Perspectivas teóricas

El sensacionalismo en el periodismo ha sido objeto de estudio desde diversas perspectivas teóricas a lo largo del tiempo, ya sea como una estrategia comercial, una respuesta a las demandas del público o una forma de desinformación.

Una de las teorías más conocidas es la que considera al sensacionalismo como una **estrategia comercial** utilizada por los medios de comunicación para atraer audiencia y aumentar la venta de ejemplares o la audiencia en programas televisivos. Según esta teoría, el sensacionalismo se basa en la exageración de eventos, la manipulación de la información y la creación de titulares impactantes para captar la atención del público.

Otra teoría sugiere que el sensacionalismo es una respuesta a las demandas de la audiencia, que busca emociones fuertes y el entretenimiento de la misma. Por otro lado, algunas teorías consideran al sensacionalismo como una forma de desinformación que distorsiona la realidad y presenta una imagen sesgada de los hechos. De este modo, comprender estas teorías es fundamental para analizar críticamente el papel del sensacionalismo en los medios de comunicación y su impacto en la sociedad.

Sensacionalismo como Estrategia Comercial: sugiere que el sensacionalismo es una estrategia deliberada empleada por los medios de comunicación con el fin de aumentar su audiencia y, por ende, sus ingresos. La lógica subyacente es que las noticias sensacionalistas captan la atención del público de manera más efectiva, generando más ventas y audiencia publicitaria. Esta teoría es útil para analizar los titulares impactantes, las imágenes llamativas y la amplificación de aspectos dramáticos en la cobertura empleados por los medios a analizar, en tanto que son tácticas empleadas para atraer la atención y aumentar la cuota de mercado. Al respecto se puede seguir la línea de Casas et al:

Los programas de carácter sensacionalista, más en concreto, los relacionados con la prensa del «corazón», están identificados por la búsqueda de entretenimiento y por la competencia directa entre las grandes empresas mediáticas en conseguir la máxima cuota de pantalla y, con ello, beneficios económicos. En este sentido, existen múltiples razones por las que este tipo de programas se han consolidado en el actual panorama audiovisual: por un lado, el sistema socioeconómico vigente, tal y como hemos indicado, ha creado un mercado altamente competitivo; por otro lado, el contexto sociocultural, la frivolidad y el individualismo imperan frente a lo tradicional; y, por último, la inexistencia del sentido y actitud crítica por parte de los espectadores (Casas, Lazo, Aguaded; 2017).

Sensacionalismo como Respuesta a la Demanda del Público: Esta perspectiva sostiene que los medios proporcionan contenido sensacionalista en respuesta a la demanda del público. Argumenta que hay una preferencia inherente del público por noticias emocionantes y dramáticas, y que los medios simplemente están satisfaciendo esa demanda. Esta teoría contribuye a

comprender el estudio de audiencia de programas de crónica social y sucesos, así como el seguimiento masivo de eventos impactantes, se consideran como ejemplos de la demanda del público por el sensacionalismo.

Uno de los matices al analizar el sensacionalismo tiene que ver con los consumidores, ¿por qué siguen siendo, después de décadas de estudio, una forma de consumo habitual? Quizás, por el deseo de asombro y el componente morboso que está presente en las noticias de sucesos.

Sensacionalismo como Reflejo de la Sociedad: Esta aproximación examina el sensacionalismo como un reflejo de los valores, intereses y preocupaciones de la sociedad en un momento dado. Argumenta que el sensacionalismo no es solo una estrategia mediática, sino también un espejo que muestra las dinámicas sociales y culturales.

La prensa sensacionalista, sea escrita o televisada, abusa hasta el límite, en los momentos de tragedia colectiva exacerbando el morbo y utilizando a las víctimas como material de comercio para ganar televidentes o lectores. Fotografías desmesuradas que muestran un estado agónico de alguien; víctimas exhibidas sin pudor en medio de su propio charco de sangre; violación e irrespeto al dolor ajeno al crear frases burlescas sobre la imagen de un cadáver, son solo alguno de los casos donde la dignidad humana es arrasada sin que el Estado, a pesar de las regulaciones existentes, le ponga fin a esta cada vez más lucrativa y expansiva modalidad de “periodismo” (Saad; 2011).

Desde esta perspectiva, la cobertura sensacionalista de ciertos temas (crímenes, escándalos, tragedias) puede reflejar preocupaciones y ansiedades sociales más amplias. Desde una perspectiva filosófica, podría incorporarse en el análisis la necesidad humana de centrar la atención, de forma grupal, en temas que tienen matices espectaculares, como lo plantea Redondo García. Indagando en esa tendencia profundamente humana, hay que señalar cómo, en la época medieval, donde la mayoría de los ciudadanos eran iletrados, el síntoma de ese mismo gusto por lo llamativo y truculento se podía localizar en los relieves de determinadas catedrales donde encontramos toda suerte de actos, hasta los más obscenos, que reflejan la realidad tal cual era con tintes más crudos que los de cualquier sensacionalismo periodístico.

La prensa, en su vocación de satisfacer la necesidad de información del público, no deja pasar esa veta de temas noticiables que los lectores demandan. Cuando el periódico se convierte en un producto de consumo, va a encontrar en las historias impactantes un elemento adecuado, por el atractivo que ejercen (Redondo García, 2011).

Sensacionalismo como Estrategia Política: Se centra en cómo el sensacionalismo se emplea o es utilizado como una herramienta política para influir en la opinión pública. Es útil tanto para desviar la atención de ciertos problemas o promover agendas o tópicos específicos para influir en la opinión pública. Sobre este punto, el denominado infoentretenimiento en el formato televisivo, supone una serie de transformaciones que impactan de manera directa la construcción del mensaje informativo y a la práctica del periodismo político.

Este fenómeno ha sido investigado y analizado para describir los efectos tanto en la recepción del mensaje como en la elaboración del mismo con fines y objetivos específicos de acuerdo con agendas ocultas, recordando la agenda *setting*. Dentro de las teorías de la comunicación, retomamos la síntesis propuesta por el profesor Amaro la Rosa Pinedo:

Los problemas que reciben especial atención en las noticias nacionales se transforman en las que el público televidente considera más importantes para el país. Esto es, los temas “que están en boca de todos” en determinada sociedad son aquellos presentados de manera preferencial en los medios de comunicación, y procesados por la audiencia (La Rosa Pinedo, 2010).

Los temas y las repercusiones de la agenda *setting* han sido abordadas desde décadas del siglo pasado tanto en Estados Unidos, como en otras latitudes políticas del mundo occidental. Para el caso, nos interesa traer a Sara Ortells Badenes cuando analiza que:

La implantación del infoentretenimiento se asocia en muchas ocasiones al sensacionalismo, y a una tendencia en el diseño de los contenidos en el que priman aquellas piezas informativas capaces de generar emociones entre el público.

Además, no debemos olvidar que en esta era informativa la premisa de “el tiempo es oro en televisión” cobra mayor fuerza debido a la mercantilización. Se implanta un ritmo más ágil en la emisión de las piezas informativas, las noticias se

acortan y apenas pueden tratarse en profundidad. Se apuesta por formatos breves acompañados por imágenes espectaculares y titulares llamativos para captar la atención de los espectadores (Ortells Badenes; 2012).

Contribuye a analizar ciertos rasgos en cuanto a la selección y presentación de noticias políticas para manipular la percepción del público sobre determinados temas y ángulos de las noticias por los temas políticos que estaban sucediendo también en España y en Murcia. Al respecto, Laguna y Martínez:

Parece evidente que, en lo social, en lo económico (empresas, empresarios, periodistas), en lo cultural (entronque del periodismo de sucesos con la cultura popular) y en lo político, la crónica roja española haya tenido un impacto que merece ser puesto en evidencia y es material imprescindible para configurar una historia del periodismo español (Laguna y Martínez; 2022).

Sensacionalismo como Forma de Entretenimiento. Se ha convertido en una forma de entretenimiento que a menudo busca atraer la atención del público mediante la exageración, la dramatización y la explotación de aspectos sensacionales o impactantes de la realidad. Al convertir estos eventos en entretenimiento, se corre el riesgo de trivializar el dolor y la angustia de las personas afectadas, lo que puede tener consecuencias éticas y emocionales.

Esta tendencia, impulsada en parte por la competencia feroz por la audiencia y la necesidad de generar ingresos publicitarios, ha dado lugar a una proliferación de contenidos que priorizan el impacto emocional sobre la precisión informativa y la profundidad del análisis.

En este sentido, el sensacionalismo puede tener varios efectos en la sociedad y en la forma en que percibimos el mundo que nos rodea. Por un lado, puede generar una desensibilización ante la violencia, el sufrimiento y otras tragedias humanas al presentarlas como espectáculo para el entretenimiento. Por otro lado, puede distorsionar nuestra percepción de la realidad al enfocarse excesivamente en eventos dramáticos y omitir o minimizar otros aspectos importantes de la actualidad.

Si bien el entretenimiento es una parte importante de la industria mediática, también es crucial encontrar un equilibrio entre el atractivo emocional y la responsabilidad periodística para garantizar una cobertura informativa ética, precisa y significativa.

Examinar el sensacionalismo no solo debe entenderse como una estrategia informativa, sino también como una forma de entretenimiento. Ciertos rasgos sensacionalistas pueden atraer a la audiencia de manera similar a otros contenidos de entretenimiento. A esta forma de generar estéticas que aparentan novedad, les denomina Omar Rincón como info-sensacionalismo:

Y es cuando sujetos y culturas habitan el Homo Sampler de textos e imágenes montaje y remix, una creación de apropiación y reconstrucción que busca la verdadera experiencia en una temporalidad especulativa, ficcional, extraña y postmediática. Una experiencia que busca otros horizontes no desde la originalidad sino desde la mezcla y fusión que reconstituye los flujos y las estéticas e intenta nuevos relatos con los restos de otros relatos, una experiencia experimental que se hacen en el remix para explotar el tono y los sentidos establecidos (Rincón, 2017).

Sensacionalismo mediático. El sensacionalismo mediático es un fenómeno que ha estado presente en la industria de la comunicación durante mucho tiempo, y su impacto en la sociedad y en la forma en que percibimos la realidad es significativo.

Una de las preocupaciones principales con respecto al sensacionalismo mediático es su potencial para distorsionar la verdad y generar desinformación. Al enfocarse en aspectos sensacionales de una historia, los medios pueden omitir información crucial o presentar los hechos de manera parcial, lo que puede llevar a una comprensión errónea de los eventos y contribuir a la polarización de la opinión pública. Además, el sensacionalismo puede tener efectos negativos en la sociedad al desensibilizar al público ante la violencia, el sufrimiento y otras tragedias humanas.

Por otro lado, el sensacionalismo también puede generar una cultura de la espectacularización en la que la noticia se convierte en un espectáculo diseñado para el consumo masivo. Esto puede alimentar una mentalidad de

consumo impulsivo y superficial, en la que la importancia de la información se mide por su capacidad para generar titulares impactantes en lugar de su relevancia o profundidad.

1.1.3. *Características y principales estrategias*

Siguiendo la línea de Ortiz (2017), el sensacionalismo en el periodismo se define como una práctica que busca captar la atención del público mediante la presentación exagerada, impactante o emocional de la información. Esta perspectiva permite explorar en detalle las características y principales estrategias del fenómeno sensacionalista en los medios de comunicación.

Para Elías, la población de la calle entiende por sensacionalismo el periodismo que se fundamenta en explotar el morbo público para ganar dinero. En esta línea, Juergenssens en su libro sobre Joseph Pulitzer define muy acertadamente las características del sensacionalismo en periodismo (Elías, 2004). Entre estas características destacan las siguientes:

- Énfasis en los personajes y en lo personal.
- Preferencias de las noticias triviales frente a las importantes o significativas.
- Uso preferente de un lenguaje coloquial.

Por tanto, y parafraseando a Elías, si el tema elegido para estas noticias triviales, redactadas en lenguaje coloquial que enfatizan en una persona, está relacionado con la vida íntima, el sexo o el crimen ya está servido el morbo y el sensacionalismo (Elías, 2004).

Diversos estudios han abordado alternativas para analizar el sensacionalismo en el periodismo. En esencia, el sensacionalismo implica la presentación exagerada, dramatizada o sensacional de la información con el fin de llamar la atención del público y aumentar la audiencia. Algunos investigadores sugieren considerar la **Frecuencia de temas** como el sexo, la violencia, los escándalos de personajes públicos y la vida privada como una de las características fundamentales del sensacionalismo. Además, se destaca la importancia de examinar la forma en que estos temas son tratados,

especialmente la tendencia a la exageración que implica presentar los hechos de manera excesiva para aumentar su impacto emocional.

Otros elementos a tener en cuenta están dados por el **Enfoque en Detalles Impactantes**, esto es, cuando se destacan aspectos minimalistas, pero sensacionales en las tragedias, los escándalos o en algunos aspectos morbosos, en lugar de proporcionar una visión equilibrada de los hechos. Los **Titulares Llamativos**, con el respectivo empleo de adjetivos emocionales para atraer la atención instantánea del lector o espectador, es otro de sus rasgos característicos.

Así como la **Falta de Contexto** o la forma deliberada de omitir o reducir la información contextual para resaltar el aspecto más impactante de la historia. El **Énfasis en lo Emocional**, lo cual focaliza en la dimensión sentimental del público, buscando generar respuestas intensas y básicas del ser humano. El **Uso de Lenguaje Sensacionalista**, la búsqueda de un lenguaje provocador, dramático o exaltado para aumentar el impacto del relato. Y en último lugar, La **Privacidad y Dignidad en Riesgo**, la exposición innecesaria de la vida íntima y la dignidad de las personas afectadas por el evento.

Las características anteriormente mencionadas no solo se manifiestan en la cobertura de crímenes y sucesos, sino que también se identifican en otras formas de sensacionalismo mediático, como los **Programas de Crónica Social**, que se centran en la vida personal de personajes públicos de manera sensacionalista. Estos programas suelen destacar escándalos, rumores y controversias en la vida de famosos, contribuyendo a alimentar la curiosidad del público y generando un alto nivel de espectáculo en la televisión.

Otro aspecto relevante es la **Cobertura de Desastres Naturales**, donde se resaltan imágenes y testimonios impactantes durante la cobertura de fenómenos o tragedias que involucran la naturaleza.

En este contexto, el sensacionalismo en el periodismo se manifiesta a través de diversas estrategias y enfoques, que van desde la exageración de eventos hasta la manipulación de fotografías y testimonios. Estas prácticas plantean importantes dilemas éticos y cuestionan el papel del periodismo en la

sociedad, especialmente en un contexto donde la competencia por la audiencia y la viralización de noticias en redes sociales son cada vez más intensas. En este sentido, se recurre a las siguientes estrategias:

Manipulación de Fotografías y Vídeos, que consiste en editar imágenes y contenidos audiovisuales de manera que magnifiquen la gravedad de una situación. Estas prácticas buscan provocar una reacción emocional en el espectador, reforzando la narrativa dramática y contribuyendo a mantener la atención del público.

Uso de Fuentes no verificadas, que radica en el uso de fuentes poco confiables y contrastadas para aumentar la espectacularidad de los relatos y de los testimonios aportados. **Desinformación y Malentendidos**, entendidos como la propagación de noticias o enfoques erróneos para centrarse en los aspectos selectivos y emocionales de la historia. **Distracción de temas importantes**, dado que se centra la atención excesiva en los aspectos más sensacionalistas de la historia para desviar la atención del telespectador de los temas verdaderamente importantes y relevantes.

Otras de las estrategias se basan en el **Enfoque Sensacionalista de los Contenidos** y en el uso excesivo de elementos emocionales, así como el énfasis en personajes y escándalos. Respecto al enfoque sensacionalista de los contenidos, cabe destacar que algunos medios en España se enfocan en historias sensacionales en lugar de ofrecer un análisis objetivo y equilibrado. De este modo, las narrativas impactantes a menudo reciben más cobertura, independientemente de su relevancia real.

Esta última estrategia se nutre del uso constante de **Elementos Emocionales**, de aspectos que intentan alentar un consumo desde el sentimiento, tales como testimonios emotivos o imágenes impactantes, es común en la presentación de noticias sensacionalistas. Previamente se han desarrollado investigaciones sobre el vínculo emocional de los espectadores con el tono y el contenido, llegando a determinar que:

El espectador se encuentra fuertemente vinculado con muchas de las informaciones transmitidas, debido a la representación continua de situaciones cotidianas y personales. En este sentido, el nivel de implicación aumenta,

creándose una relación cognitiva y emocional con los programas a pesar de las consecuencias nocivas relacionadas con el sensacionalismo (Casas; Vizcaíno-Verdú; Aguaded, 2020).

En este sentido, también debe mencionarse **el Énfasis en Personajes y Escándalos**, que en algunos medios priorizan para dar sensación de cobertura de celebridades, escándalos y dramas personales en lugar de cuestiones de relevancia social o política.

1.2. REFLEXIÓN ÉTICA SOBRE EL SENSACIONALISMO

Si bien el sensacionalismo puede generar interés y aumentar la audiencia a corto plazo, también plantea serias preocupaciones éticas y morales sobre el papel de los medios de comunicación en la sociedad y en la responsabilidad de los periodistas de informar de manera veraz, equilibrada y ética.

En este sentido, el sensacionalismo puede erosionar la confianza en los medios de comunicación al promover una narrativa superficial y simplificada de los acontecimientos. Esto puede alimentar la propagación de noticias falsas y la desinformación, ya que el público puede tener dificultades para discernir entre hechos verídicos y exageraciones sensacionalistas. Por lo que es importante reflexionar sobre el papel de los medios de comunicación en nuestra sociedad y cómo el sensacionalismo puede influir en nuestra percepción del mundo y en nuestras interacciones con los demás.

El sensacionalismo a menudo entra en conflicto con los principios éticos del periodismo que promueven la objetividad, la veracidad y la contextualización de la información. Sobre este asunto se retomará al periodista y escritor colombiano Javier Darío Restrepo para recordar cómo

Está comprobado en la práctica, un periódico puede ser exitoso como negocio sin consultar códigos éticos. Muchos buenos negocios no se harían si se sometieran al rigor de unos criterios éticos. Piensen ustedes en lo que sucedería, por ejemplo, en el departamento de publicidad o en el de los suplementos comerciales si allí se instalara un filtro ético para las medias verdades, las letras menudas, los compromisos editoriales con los anunciantes o con los gobiernos. Dejar que por un lado vaya la ética y por otro los negocios, ha sido una filosofía conveniente para muchas empresas periodísticas (Restrepo; 2009).

De ahí la importancia que se da en el presente trabajo al **Periodismo de Calidad**, contrarrestando la influencia que algunos medios y el enfoque sensacionalista que distan de prácticas periodísticas que destacan la importancia en la búsqueda de diversas aristas, la consulta a expertos, el

seguimiento a la evolución de los hechos, la investigación profunda y la presentación equilibrada de noticias.

1.2.1. Marco ético que guía la práctica periodística

Desde la universidad se hace énfasis en el peso moral y formativo de las escuelas de periodismo y universidades de comunicación social para que aboguen por

(...) un aprendizaje transversal de la ética, es decir, con una malla curricular que no se conforme con la presencia de alguna asignatura de Ética, Ética Periodística o Legislación de la Prensa, en cumplimiento de la cual lo más probable es que por el tiempo disponible (un semestre o un año), solo se traten casos prácticos de aplicación a la actividad periodística o comunicacional y ello, a todas luces, resulta insuficiente. De esta manera, insta a que se instaure un eje común de contenidos éticos a las diferentes asignaturas del programa de estudios, a modo de adquirir la conciencia de que la formación ética de la persona no constituye un proceso ajeno a la universidad y correspondiente únicamente a la familia u otro ámbito (García-Sanabria; Pinilla-Rodríguez, 2020).

De manera paralela y complementaria, se hace necesaria una educación mediática, como parte de la formación ciudadana, que promueva un consumo activo del contenido de los diversos medios, entre ellos, los medios masivos tradicionales, como lo son los estudiados en el presente Trabajo de Fin de Grado.

De este modo, se incorpora la responsabilidad social de los medios en la formación ciudadana; pues actualmente:

(...) no hay un nivel de contribución hacia lo que es una cultura ciudadana, entendida ella como un conjunto de responsabilidades y derechos que las personas adquieren dentro de una sociedad. Pero, habría que añadir que los medios tampoco difunden los marcos jurídicos sociales, los mismos que tienen que ver con la responsabilidad ciudadana y las implicancias que ella significa, más aún en coyunturas de crisis o disfunciones sociales (Montesinos Condo, Rómel Alfredo; 2011).

El mismo autor señala que la función social de los medios tiene tal importancia en el mundo contemporáneo que deben establecerse dimensiones

y criterios para lograr un mejor impacto en la formación y ejercicio ciudadano. Los criterios básicos en cuanto a la formación mediática pueden ayudar a la audiencia a desarrollar habilidades críticas para discernir entre la información sensacionalista y el periodismo serio. En palabras de Mondesinos Condo:

La función dinámica social que cumplen los medios de comunicación en la vida social desarrolla en las personas una característica que configuran un panorama de dependencia, no sólo en la agenda que imponen los medios, sino en el rol que asumen los llamados receptores. Por eso es necesario analizar la función y los niveles de participación de los ciudadanos en los medios de comunicación, si la emisión de los mensajes masivos refleja el sentir, la problemática y necesidades de la ciudadanía y el carácter que poseen los medios, los niveles de relación que establecen con otras dimensiones del Estado (Montesinos Condo, Rómel Alfredo; 2011).

La **Regulación y Autorregulación** son otros de los aspectos que deben estar presentes de manera permanente en la industria periodística y en los profesionales que la ejercen y representan a diario en la presentación de noticias. Este ejercicio puede contribuir a mitigar el sensacionalismo y promover estándares éticos y se constituye en la piedra angular de cada periodista. Sin embargo, para algunos investigadores la autorregulación en el ámbito profesional periodístico

(...) no avanza siempre al ritmo que plantea el ejercicio del periodismo en el siglo XXI. La aplicación eficaz de sistemas de autorregulación se considera un baremo de excelencia informativa en las sociedades contemporáneas. Subrayamos la necesidad de la eficacia, porque no basta con que los medios y las instituciones del ámbito de la comunicación instauren mecanismos para autorregularse, si en la práctica no llevan a cabo su actualización y seguimiento, como muestran distintas experiencias (González Esteban José Luis et al; 2011).

Lo interesante del enunciado expuesto forma parte de una investigación en varios países, cuyo objetivo consistía en comparar los sistemas de autorregulación de la profesión periodística. Los países del estudio fueron: Austria, Alemania, Dinamarca, Estonia, España, Francia y Polonia. Los investigadores analizaron distintos casos en los siete países en torno a puntos básicos como 1) la existencia de códigos éticos; 2) la existencia de defensores

de los lectores, suscriptores o espectadores, 3) la existencia de consejos de prensa o de consejos audiovisuales, según fuese el caso. De igual manera, incorporaron el estudio del nivel de asociacionismo y sindicación en la profesión periodística. Los resultados finales revelaron

(...) carencias en los distintos sistemas y también denotan avances en la implantación de herramientas de autocontrol para regular la profesión, fundamentalmente en el ámbito de los medios escritos y audiovisuales. En la mayoría de los países europeos analizados, el ámbito del periodismo online carece de autorregulación, salvo aquella que procede de las redacciones de los medios matrices (González Esteban et al; 2011).

En el caso español, lo arrojado en cuanto a la implementación de mecanismos de autorregulación mostraron que se cumplía con códigos de prensa y códigos audiovisuales, así como con la figura del defensor de prensa (ombudsman) y del defensor audiovisual. De igual forma, se habían implementado los sindicatos de periodistas, las asociaciones del mismo gremio, y las de editores.

Sin embargo, los códigos de prensa presentaban un bajo nivel de cumplimiento, así como los consejos audiovisuales y las asociaciones de usuarios o de espectadores. En cuanto a los códigos online, la figura del defensor en esta modalidad o los consejos de prensa igualmente online, el resultado era inexistente (González Esteban et al; 2011).

Si bien se hace necesario actualizar la información arrojada, se establece con la investigación presentada que las prácticas periodísticas deben siempre estar acompañadas de políticas de regulación mediática y de autorregulación periodística al interior de los medios con una serie de mecanismos que incluyen (pero no terminan) con la figura del defensor de los derechos de los consumidores, establecidos también por la normativa española en el epígrafe correspondiente.

1.2.2. *Importancia de la ética en la cobertura de sucesos sensibles*

El sensacionalismo en los medios informativos es un fenómeno complejo con implicaciones significativas en la percepción pública y la calidad del periodismo. La conciencia crítica de la audiencia, la ética periodística y las iniciativas para promover el periodismo de calidad son elementos clave en el abordaje de este desafío (Restrepo; 2009). En este contexto, se destaca la importancia de la ética periodística como un componente esencial para encontrar un equilibrio entre la responsabilidad informativa y la preservación de la dignidad humana, especialmente en situaciones sensibles. Este estudio busca comprender las manifestaciones contemporáneas del sensacionalismo y sus implicaciones en la percepción pública y la calidad del periodismo, reflexionando sobre la necesidad de abordar estos desafíos para mantener la integridad y la función esencial de la prensa.

Para Restrepo, la Ética Periodística, que debía estar salvaguardada por códigos deontológicos correspondientes, debía velar por la aplicación de valores en el momento de ubicar el contexto de la noticia, los protagonistas, en fin, cada una de las preguntas básicas en la reportería periodística: el qué, el cómo, el porqué, el cuándo y el dónde, trabajados de manera ética proveen de marcos deontológicos que protegen la salud del periodismo y lo liberan del sensacionalismo.

La prensa española enfrenta diversos retos, algunos de los cuales son comunes a la industria periodística en general, y otros son específicos del entorno mediático español. Aquí se destacan algunos de los retos clave como lo son la **Presión por la Inmediatez**. La necesidad de proporcionar noticias rápidamente en un entorno digital puede crear presiones para publicar sin una verificación completa de los hechos, lo que va en contra del principio ético de precisión. También se incorpora en el análisis la Competencia Intensa o feroz por la audiencia puede llevar a la tentación de recurrir al sensacionalismo para captar la atención, comprometiendo la objetividad y la imparcialidad.

No se debe dejar de lado el **Modelo de Negocio**, presente no solo en el ámbito televisivo de España, sino en la crisis actual del periodismo, en tanto que la dependencia de los ingresos publicitarios puede influir en las decisiones

editoriales y llevar a la priorización de lo que en el mundo anglo se define como *clickbait* y que hace alusión a la técnica de redacción que consiste en crear encabezados y descripciones sensacionalistas en un enlace para aumentar las métricas de audiencia.

Para el caso de Telecinco, se indagó en la investigación de Martín Ávila, en la cual se expone como:

Telecinco forma parte de un entramado económico donde se firman a diario contratos millonarios relativos a la publicidad, la compraventa de nuevos medios, la producción de contenidos, la cesión de derechos o el fichaje de estrellas del mundo mediático. Una gran telaraña de relaciones comerciales que influye directamente en el comportamiento de los actores del mercado informativo, constriñendo, en muchos casos, sus capacidades y conductas (REIG, R. 1997).

En este sentido, la cadena es una de las más afectadas por las estrategias productivas de sus accionistas mayoritarios, los cuales tienen perfectamente definido cuál es su modelo rentable de hacer televisión. Urge, por tanto, conocer si a Telecinco le resulta imposible desarrollar una programación que atraiga a los anunciantes sin recurrir a este tipo de contenidos, o si más bien ha establecido estas pautas de actuación como base de su modelo de negocio. (Martín Ávila y Nogales Bocio; 2011).

Esto va de la mano de la **Polarización y Sesgo**, que hace referencia a la influencia que pueden llegar a ejercer los anunciantes o la tendencia política en cuanto a la forma de presentar los hechos informativos. De este modo, la interferencia gubernamental o la influencia de los intereses comerciales pueden socavar la integridad periodística, generando un sesgo en la cobertura informativa, afectando la imparcialidad y la equidad en la presentación de noticias.

La lucha contra la desinformación y las noticias manipuladas o con sesgos económicos, políticos o sociales es un desafío constante en el mundo periodístico. En el afán de obtener primicias, algunos medios pueden caer en la trampa de difundir información no verificada. Con todo, la protección de fuentes es crucial en un entorno donde los periodistas pueden enfrentar desafíos éticos al equilibrar la necesidad de revelar información importante con la protección de

la identidad de sus fuentes. De ahí que el tratamiento ético de contenidos sensibles, como tragedias o crímenes, se constituyan como un reto para la ética periodística. La necesidad de informar con sensibilidad sin caer en la explotación emocional es crucial (Casas, et al, 2017).

Si bien no se incluirá en el Trabajo Final de Grado el manejo de redes sociales de los medios abordados, se incorpora en este capítulo la responsabilidad en redes sociales que presenta desafíos adicionales en cuanto a la responsabilidad y la veracidad de la información compartida.

El problema es, pues, de identidad profesional y cuando hablamos de identidad periodística estamos hablando de un problema ético, o sea el deber ser del ejercicio profesional. La amenaza no está en Internet; esta tecnología solo ha puesto en evidencia las debilidades del periodismo en un medio tradicional como el impreso; la amenaza está en nosotros (Restrepo, 2009).

La efectividad de los códigos éticos y la autorregulación en la industria depende de la voluntad de los medios de adherirse a ellos y de la aplicación de sanciones en caso de violaciones. Afrontar estos retos requerirá un compromiso sostenido por parte de los periodistas, editores, medios de comunicación y de la sociedad en general para salvaguardar la integridad del periodismo y fortalecer la confianza pública en las noticias. La promoción de la ética periodística, la transparencia y la rendición de cuentas son elementos esenciales para abordar estos desafíos.

El Marco Ético que Guía la Práctica Periodística, que se erige como el conjunto de principios y normas que orientan la conducta de los profesionales de la información en el ejercicio de su labor, es un desafío constante cuando se analiza el sensacionalismo periodístico.

Es un marco normativo que busca garantizar la veracidad, imparcialidad, respeto y responsabilidad en la transmisión de noticias. En el contexto del periodismo, donde se desempeña un papel crucial en la formación de opiniones y percepciones públicas, la ética se convierte en la brújula que dirige las decisiones editoriales y la presentación de la información.

En la información de sucesos, la ética periodística cobra una importancia excepcional al enfrentarse a la necesidad de equilibrar la responsabilidad informativa con la preservación de la dignidad de las personas afectadas. La ética actúa como salvaguarda que guía la presentación de detalles sensibles y la toma de decisiones sobre qué aspectos merecen ser divulgados.

La ética exige la búsqueda de la verdad y la transparencia en la presentación de los hechos. Pues es una información donde la veracidad es crucial para la comprensión de los eventos y donde la ética periodística se convierte en el pilar fundamental que garantiza la exactitud y la honestidad en la información ofrecida a la audiencia. De ahí que la responsabilidad social del periodista esté presente cada día, tanto en la búsqueda de fuentes como durante toda la reportería debido a que los profesionales del periodismo tienen una responsabilidad social ineludible.

En la cobertura de eventos sensibles, la ética actúa como el recordatorio constante de esta responsabilidad, instando a los periodistas a considerar el impacto de sus informes en la sociedad y a ejercer su influencia de manera positiva. La ética periodística establece límites claros en la presentación de la información para evitar caer en el sensacionalismo injustificado. En la información de sucesos, donde las emociones y la gravedad de los hechos son intensas, la ética sirve como defensa contra la exageración y la explotación de la tragedia con fines sensacionalistas. El periodista debe orientar el ejercicio al respeto por las personas afectadas en la tragedia y a ser sensible a su sufrimiento equilibrando la necesidad de informar desde la dignidad de las víctimas y sus familias.

El resultado será una construcción de una narrativa equilibrada, en lugar de caer en la polarización o la dramatización excesiva, la ética periodística promueve la construcción de una descripción de los hechos de una manera veraz, balanceada y contextualizada. Permite a los periodistas contextualizar los sucesos de manera ética, ofreciendo a la audiencia una comprensión completa y justa de la situación.

El resultado se verá reflejado en una mayor credibilidad de los medios que tanto hacen falta en España: la carencia de ética en la cobertura de sucesos

sensibles puede tener consecuencias graves para la credibilidad de los medios. La audiencia busca fuentes confiables y éticas; por lo tanto, la importancia de mantener altos estándares éticos se intensifica en situaciones donde la confianza del público está en juego.

La ética periodística no solo es un conjunto de reglas, sino un compromiso fundamental con la verdad, la responsabilidad y la empatía. En la cobertura de sucesos sensibles, la ética actúa como el faro que guía la práctica periodística, asegurando que la información se presente de manera respetuosa, precisa y con la integridad necesaria para mantener la confianza del público.

1.3. LA TELEVISIÓN COMO EL VEHÍCULO DE RELATOS

Al finalizar la última década del siglo XX, la tendencia en aumento de la audiencia y el entretenimiento llegaron a ocupar gran parte de la parrilla televisiva en España. El resultado fue la imposición de ciertos criterios que exaltaban la industria del espectáculo, en menoscabo de los programas informativos. En este contexto, los formatos tradicionales fueron considerados como artículos perecederos y conllevaron un cambio en la forma misma de presentación de las noticias, provocando un giro en cuanto a la manera de presentar los contenidos periodísticos.

En muchos de estos programas se llegó a rebasar el límite de la ley o de los sentimientos y del dolor humano. Fue frecuente ver llorar a las personas entrevistadas y las reacciones de emoción del público.

El morbo, el voyerismo, el dramatismo, el juego con el dolor ajeno se constituyeron en elementos integrantes, rozándose – y, en ocasiones, sobrepasándose – el derecho a la intimidad, al honor y a la propia imagen. Se llegó, de esta manera, al más puro sensacionalismo amarillo. Así, el dolor fue convertido en espectáculo público; la pantalla de televisión agigantó el hecho y multiplicó la resonancia (López Talavera, María del Mar y Bordonado Bermejo, Julia; 2005).

Los hechos narrados debían sustentarse en determinadas fuentes que, lo mismo que los hechos, pueden ser verdaderas o falsas. Y es aquí donde se produce la falsedad, donde se sustenta el sensacionalismo o donde nace la

desinformación. Se narran hechos que no han pasado o se atribuyen hechos a fuentes falsas, repitiendo la historia de la emergencia del periodismo amarillista en Norteamérica en el siglo XIX.

El mundo de referencia periodístico es un marco interpretativo del mundo real, que, si se basa en la tendencia sensacionalista, puede perjudicar, más que ayudar a generar una opinión con criterio y un periodismo serio.

Algunos programas introdujeron las cámaras allí donde no llegaba la mirada del espectador transeúnte y curioso que pasaba por el lugar de unos sucesos. La cámara se convirtió en un indiscreto cómplice de los dolores de las familias, amigos personas particulares, y, en definitiva, de lo tradicionalmente calificado como sección de sucesos. Los programas variaron según la insistencia en la sangre o en las lágrimas y gritos que solían acompañar a estas situaciones.

El presentador debía, en estos casos, haber profundizado en las causas y soluciones de cada cuestión, en lugar de insistir en estos aspectos tan morbosos y sensacionalistas, aspectos además delicados por pertenecer a situaciones de dolor, aflicciones y sufrimiento humano pertenecientes al ámbito íntimo y privado de las personas (López Talavera, María del Mar y Bordonado Bermejo, Julia; 2005).

Si bien es cierto que las imágenes tienen un alto valor informativo y que algunos televidentes podrían pensar que al no publicarlas o al no incluirlas en un segmento informativo podría ser una omisión respecto al derecho del público a recibir información de forma completa; o, quizás podría conllevar pérdida de credibilidad del medio.

También está la otra cara de la moneda: la divulgación de imágenes que exponen el dolor y el sufrimiento puede concitar a la solidaridad de las gentes y de los gobiernos, pero también está el uso morboso de imágenes para ganar rating, empleando algunas de las características enumeradas en las páginas anteriores. De ahí la pregunta en torno a si hay límites en cuanto al derecho a estar informado, con tanto estímulo, tantas fuentes y tantas imágenes que se generan en torno a los hechos y al propio tratamiento periodístico.

Por ello, se recuerda desde los códigos deontológicos en periodismo que los mensajes informativos de dolor pueden generar en ocasiones actitudes de miedo exagerado, o de morbo, o de satisfacción, de carácter egoísta. Presentar

el dolor por el dolor o las imágenes tácitas o explícitas de muerte de forma exagerada, no brindan soluciones reales ante las situaciones de violencia o ante las catástrofes que atraviesan poblaciones, sociedades o países.

A lo anterior se pueden sumar otros daños injustos, como lo pueden llegar a ser sentimientos de miedo infundado e inseguridad por parte de los televidentes. Niños sobreestimulados sobre estas imágenes en particular, pueden llegar a sugerir un mundo tan hostil o sórdido, que impide o dificulta en gran parte el desarrollo de empatía o solidaridad en cuanto a la búsqueda de soluciones plausibles.

El poder de las imágenes contiene las dos caras en torno a la construcción de opinión pública en los programas analizados. Por un lado, pueden ser un medio para llegar a la verdad, o por lo menos a su representación en formatos televisivos. Con ello, se puede prever un principio de lucha contra la injusticia. La vieja utopía de dar voz a los que no la tienen. La esperanza es fundamental para lograr reacciones de solidaridad y empatía.

Por otro lado, o la contracara de la esperanza, es la manipulación de los hechos a través de la edición de las imágenes, entre otras técnicas de persuasión, manipulación o engaño desde el periodismo sensacionalista. Cuando se da a conocer el sufrimiento de la humanidad, los argumentos pueden manipularse. Los datos se pueden amontonar en uno u otro lado de la balanza, según los intereses políticos, económicos o sociales.

1.3.1. Los programas de sucesos con la televisión privada

La televisión, especialmente con la llegada de la televisión privada, se ha convertido en un vehículo importante para el sensacionalismo que se refiere a la presentación exagerada o excesivamente dramática de noticias o eventos para atraer la atención del público. Se ha expresado que la llegada de la televisión privada en muchos países, incluida España, generó un campo de cultivo que intensificó la competencia por la audiencia. Las cadenas privadas a menudo buscaron aumentar su audiencia y, por lo tanto, sus ingresos publicitarios, mediante la emisión de programas y noticias llamativos y emocionantes. Sobre el tratamiento morboso, De las Casas, Maraver y Aguaded opinan que:

Los programas de carácter sensacionalista se han convertido en la principal influencia de la sociedad, gestionando los contenidos y manipulando la realidad en busca de beneficios (2016; 7)

En España, con la diversificación de canales de televisión privadas como Telecinco, Antena 3, Cuatro y La Sexta en las décadas de 1980 y 1990, se ramificó el panorama televisivo español. Esto aumentó la competencia entre las cadenas por captar la atención de la audiencia, lo que llevó a un aumento en el incremento de tratamiento sensacionalista en cuanto a la generación de contenidos para destacar entre las opciones disponibles en el nuevo espectro televisivo. La competencia por ser la primera en informar y ofrecer exclusivas llevó a una intensificación del sensacionalismo en la cobertura de estos sucesos.

El aumento respecto a la producción de programas sensacionalistas que destacaban la violencia, el escándalo y el drama para captar la atención de la audiencia, fueron frecuentes. Asimismo, las noticias de sucesos, especialmente de crímenes y tragedias, han sido un foco recurrente en la televisión porque generan mucho interés y niveles altos de audiencia. En muchos casos, el sensacionalismo se manifiesta en la cobertura excesiva de estos sucesos, con énfasis en los detalles gráficos y emocionales. El 'Caso Alcàsser', uno de los casos criminales más impactantes en España, ocurrido en 1992, cuando tres adolescentes fueron secuestradas y asesinadas, es un claro ejemplo de un suceso que se ha convertido en un hito en cuanto al sensacionalismo televisivo. Tal y como señala Uxue López (2018:10) “el duelo por la obtención de la mayor tasa de audiencias convirtió a las niñas de Alcàsser, posiblemente, en el primer crimen de la historia de nuestro país en ser explotado a tal escala por los programas de telerrealidad y programas de infoentretenimiento”.

Los programas de entretenimiento y reality show, se convirtieron en la mayor de las apuestas, con un enfoque sensacionalista para captar la atención del público. Estos programas suelen presentar conflictos, escándalos y emociones intensas para generar audiencia. De manera similar, la cobertura política y social, en especial en situaciones de crisis política o social, la televisión privada también puede adoptar un enfoque sensacionalista en su cobertura,

enfaticando el drama y la polarización para aumentar la audiencia y el interés del público.

El tratamiento de sucesos específicos considerados sensacionalistas en la televisión española ha variado dependiendo del caso y de la cadena de televisión en cuestión. Sin embargo, en general, estos sucesos suelen recibir una cobertura intensa con un enfoque en los aspectos más dramáticos y morbosos de la historia para atraer audiencia.

El Caso Alcàsser evidenció la manera en cómo los medios de comunicación dan un tono amarillista a algunos eventos trágicos y que llegan a constituirse en ejemplos y debates sobre la ética y la responsabilidad de mediática en la cobertura de noticias.

1.3.2. Énfasis en el contenido de programas de entretenimiento

La llegada de la televisión privada introdujo una serie de modificaciones en la estructura pública tradicional, que contribuyeron al resurgimiento del sensacionalismo en los medios de comunicación, incluida la competencia por la audiencia, las presiones económicas, el énfasis en el entretenimiento, la proliferación de canales de noticias y el impacto de las redes sociales.

Estos factores han llevado a una mayor estructura sensacionalista de las noticias y otros contenidos mediáticos en todo el mundo. La **competencia por la audiencia** introdujo en las cadenas televisivas una rivalidad permanente para destacar las diferencias y para atraer espectadores, proporcionando un incremento en la pauta publicitaria.

En este contexto, el sensacionalismo de las noticias y la programación se convirtieron en una estrategia común para captar la atención del público. A ello se sumó las **presiones económicas** por ingresos propios que, a su vez, dependían de la pauta publicitaria para financiar sus operaciones. Esto generó una presión adicional para maximizar ingresos, publicidad y telespectadores.

En el camino de consolidación de los canales se fueron incrementando contenidos sensacionalistas, al tiempo que se diseñaban estrategias de fidelización de las audiencias. Se hizo cada vez más evidente el **énfasis en el**

contenido de programas de entretenimiento. La televisión privada a menudo se enfocó en programas de concursos, farándula, programa de telerrealidad, entre otros formatos, para atraer audiencia. En este contexto, las noticias y otros contenidos informativos también se adaptaron a una estructura que hacía eco de lo acontecido en los formatos más “light” y, paulatinamente, incorporaron parte de la narrativa de los nuevos formatos para competir con la programación de entretenimiento.

1.3.3. *Casos emblemáticos: De las niñas de Alcàsser al niño Gabriel*

Tal fue el despliegue dado al caso Alcàsser, que llegó a tener una serie de cinco capítulos de investigación periodística emitida en la plataforma de Netflix con el mismo nombre, en 2019. La breve reseña del canal virtual señalaba que “nuevas entrevistas y análisis de evidencia arrojan luz sobre el homicidio de tres chicas en 1992 que conmocionó a toda España” (Netflix, 2019).

Cada capítulo rememora el tratamiento morboso y la manera en el que fue abordado por los medios. Por ejemplo, el capítulo uno lleva por título **Desaparición** con la siguiente descripción: “tres chicas desaparecen de un pueblo cuando hacían dedo camino a una discoteca. La TV sigue demasiado cerca la noticia, y todo el país observa con estupor” (Netflix; 2019).

Esta descripción y otras similares contribuyen a comprender el tratamiento mediático que recibió el caso: sensacionalismo hasta el extremo de usar la muerte de las chicas con fines de posicionamiento mediático.

El triple crimen cometido en Alcàsser y su cobertura mediática supuso una oportunidad para que la sociedad española reflexionara sobre los **límites éticos y morales** traspasados en el tratamiento de sucesos. Aún hoy, más de treinta años después de lo ocurrido, el aprendizaje es poco: prácticas narrativas utilizadas entonces y coberturas mórbidos criticadas, siguen siendo parte de la estructura noticiosa en la contemporaneidad.

España se encontró sumida en medio de las cadenas televisivas, sobre todo las privadas, que vieron en este suceso un hecho noticioso y una manera de ganar espectadores. De esta manera, no escatimaron recursos a su alcance para sumar audiencia.

El morbo, la dramatización, el manejo de planos y el uso exagerado de testimonios fueron servidos para hallar en las informaciones personales, una explotación de las emociones familiares, como, por ejemplo, la transmisión en directo del entierro. Hecho que fue retransmitido en varias ocasiones por la televisión privada. Incluso durante el juicio, los medios transmitían algo muy diferente a lo que ocurría dentro de la sala penal. Aún hoy pueden encontrarse personas que creen que no todo se resolvió en el proceso de investigación y posterior condena.

Este caso puede contribuir a ponderar cómo algunas teorías de la conspiración que se emplean a través de testimonios pueden llegar a contradecir y a entorpecer las investigaciones, excediendo los límites de la ética periodística.

En este sentido, el **caso Alcàsser** se ha constituido como emblemático para el abordaje de varias aristas, como, por ejemplo, desde la “microfísica sexista del poder”. “El Caso Alcàsser y la construcción del terror sexual ofrece una pormenorizada revisión conceptual y un análisis del tratamiento mediático del triple crimen que marcó el relato del peligro sexual de la década de 1990 en España” (Barjola. 2018. 321).

Volviendo a la producción de documentales, debe señalarse que también otros casos diferentes al Caso Alcàsser tuvieron un lugar en la plataforma de contenido audiovisual de múltiples géneros, como lo es Netflix.

Para señalar solo uno, se puede mencionar el **Caso Wanninkhof – Carabantes**, descrito en la misma plataforma de la siguiente manera: “en 1999, alguien le arrebató la vida a Rocío Wanninkhof. Sospechan de la expareja de su madre, Dolores Vázquez. ¿Habrà sido ella? Una segunda víctima revelará la verdad” (Netflix, 2021).

Sin embargo, este no fue el único suceso de asesinatos que recibieron un tratamiento sensacionalista. La televisión española cuenta con una amplia gama de ejemplos. En este apartado, se ha dado espacio para recordar otros casos, adicionales al Caso Alcàsser, para señalar cómo han sido tratados en la televisión española algunos sucesos específicos considerados sensacionalistas. La lista es corta, pero significativa.

Caso Asunta Bastera: El caso de Asunta Bastera trató de una niña adoptada que fue asesinada por sus padres adoptivos en 2013. Este hecho también recibió una amplia cobertura en la televisión española. En lo alcanzado a investigar, se logró observar cómo se emitieron programas especiales y reportajes detallados sobre el caso, con una estructura que se enfocaba en destacar los aspectos más impactantes y controvertidos de la historia, haciendo uso de la adopción, sin que esto tuviese un hilo necesariamente coherente con la investigación llevada a cabo por las autoridades en su momento.

Caso Marta del Castillo: Una adolescente desaparecida y presuntamente asesinada en 2009, ha sido otro suceso que ha recibido una cobertura mediática extensa en la televisión española. Se han emitido numerosos programas especiales y reportajes sobre el caso con un enfoque en los detalles más sensacionales y emocionales de la historia.

Caso Diana Quer: La desaparición y posterior asesinato de Diana Quer en 2016 también generó una cobertura mediática intensa en la televisión española. Se emitieron programas especiales y reportajes extensos sobre el caso, con un enfoque en los aspectos más dramáticos y controvertidos de la historia.

Caso Gabriel u Operación Nemo: El caso de Gabriel Cruz trató de un niño de ocho años que desapareció en Almería en 2018 y cuyo cuerpo fue encontrado días después. Este suceso recibió una cobertura mediática exhaustiva y sensacionalista en la televisión española. Se emitieron numerosos programas especiales y reportajes sobre el caso, enfocándose en los detalles más emotivos y dramáticos. La cobertura se centró en aspectos impactantes, como la implicación de la pareja del padre del niño, Ana Julia Quezada, en el asesinato. Los medios destacaron repetidamente imágenes de los padres de Gabriel en su búsqueda desesperada y durante el doloroso proceso judicial, a menudo sin considerar el impacto emocional en la familia.

El rescate de Julen Roselló: Es uno de los casos más mediáticos de la televisión española en los últimos tiempos. El 13 de enero de 2019, Julen Roselló, un niño de dos años, cayó en un pozo ilegal en Totalán, Málaga, quedando atrapado a 71 metros de profundidad. El incidente desencadenó un

masivo operativo de rescate que involucró a los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado, bomberos, la Brigada de Salvamento Minero de Asturias, y otros profesionales y voluntarios. Paralelamente, los medios de comunicación desplegaron una intensa cobertura informativa a nivel local, nacional e internacional. Durante trece días, el "caso Julen" dominó los informativos, alcanzando entre el 30% y el 65% del espacio televisivo en sus momentos álgidos, especialmente el 24 y 25 de enero y el día del rescate. La cobertura se centró en el avance del rescate y en los aspectos más dramáticos y emocionales del suceso, relegando otros eventos importantes como la crisis del Brexit y la huelga de los "chalecos amarillos" en Francia. La información sobre el caso aumentó hasta el trágico desenlace, tras lo cual su visibilidad en los medios disminuyó gradualmente hasta desaparecer de los informativos.

Algunos de estos casos fueron abordados en programas como Caso Abierto (Libertad Digital); Blanco y Negro (Telecinco), o El rastro del crimen (Antena 3); por mencionar ejemplos al azar. En todos estos casos, la televisión española ha sido criticada por su sensacionalismo en la cobertura de los sucesos.

Por otro parte, a lo largo de las décadas desde el surgimiento de la televisión privada en España, han surgido varios programas destacados asociados con el sensacionalismo. Es relevante considerar que estos programas han explorado una amplia gama de temas y estilos de contenido, además de sus elementos sensacionalistas. Para una presentación más clara, se organizarán por décadas.

- Década de 1980. **La máquina de la verdad** (Telecinco): este programa fue uno de los primeros en incorporar elementos sensacionalistas, especialmente en su enfoque en revelar secretos y conflictos personales de los participantes.
- Década de 1990. **Tómbola** (Telecinco): fue emitido durante la década de 1990 y se distinguía por su enfoque sensacionalista, tanto en la cobertura de la vida de personajes famosos como por sus polémicas entrevistas y debates. También están **Crónicas Marcianas** (Telecinco): Emitido a

finales de la década de los noventa y principios de los 2000, este programa de entretenimiento nocturno fue criticado por su enfoque sensacionalista en la cobertura de noticias y la explotación de temas controvertidos y escandalosos.

- Década de 2000. **Sálvame** (Telecinco): se inició en 2009; reconocido por el formato de entretenimiento, fue objeto de críticas por cubrir la vida de personajes públicos, con un tratamiento escandalosos y mórbido. **Sálvame** a menudo presentaba chismes, rumores y conflictos personales con un tono dramático que lo convirtió en el centro de atención mediática y críticas.
- Otro programa para destacar en esta década es **El Programa de Ana Rosa** (Telecinco): este programa matutino, iniciado en 2005, ha sido objeto de señalamiento y ha recibido críticas similares por el sensacionalismo en la cobertura de noticias y su enfoque en sucesos policiales y casos de crimen. Dirigido por la periodista Ana Rosa Quintana, a menudo se enfoca en detalles gráficos y una tendencia a centrarse en el espectáculo y el morbo.
- Década de 2010. **Espejo Público** (Antena 3): aunque es un programa de actualidad y debate, iniciado en 2006, ha sido señalado en ocasiones por su sensacionalismo en ciertas coberturas, especialmente en casos de crimen y sucesos impactantes. La cadena ha sido criticada por dar excesivo espacio a noticias sensacionalistas en lugar de temas de mayor relevancia social. **Cuarto Milenio** (Cuatro): Iniciado en 2005, ha sido criticado en ocasiones por su sensacionalismo en la presentación de sus contenidos, así como por la promoción de teorías conspirativas y de pseudociencia. Aunque es un programa que aborda temas relacionados con lo paranormal, lo misterioso y lo inexplicable, cuenta con audiencia importante, que podría ser catalogado como un consumo de culto.

Sobre el contenido y la narrativa, nos apoyamos en De las Casas, et al, para enfatizar cómo:

Este tipo de programas tienden a generar pautas y valores de conductas alejados de la realidad, enfatizando las consecuencias negativas que pueden

provocar en la audiencia como por ejemplo los cambios sociales o la falta de actitud crítica debido a la constante manipulación informativa que se produce (De las Casas Et al, 2019).

Como colofón, debe señalarse que, durante el proceso de elaboración del corpus, se observó que el denominado Caso Alcàsser, tuvo repercusiones en cuanto al orden jurídico, trayendo consecuencias al tratamiento de los temas y, por lo menos, unos parámetros legales que no podían ser ignorados en el futuro, al respecto junto a Uxue López, podemos comprender cómo

(...) la televisión durante los años noventa se aprovechó de la fascinación y expectación que suscito la repentina desaparición y posterior violenta muerte de las tres jóvenes para mostrar el lado más sensacionalista y morboso del caso a través de la explotación del dolor y sufrimiento de las familias. Asimismo, ciertos programas, en un intento por aumentar los índices de audiencia, distorsionan o adulteran la forma en la que narran los sucesos. La posible falta de ética moral y esa fascinación por lo macabro hizo incluso que se emitieran fotos de las autopsias, crímenes a color y videos no aptos para todos los públicos. Esta forma de proceder por parte de los medios de comunicación tuvo sus consecuencias a nivel judicial que acabó por redactar recomendaciones sobre cómo en el futuro deberían tratarse temas tan delicados como los de sucesos, para así evitar caer de nuevo en la idiosincrasia de la falta de tacto y la pérdida de la humanidad hacía las víctimas (López; 2019: 30)

1.4. CONTEXTO DEL CASO DE ESTUDIO

1.4.1. Caso *‘Teatre y Fonda Milagros’*

Analizar el sensacionalismo en el tratamiento informativo por parte de las cadenas de televisión privadas Antena 3 y Telecinco, así como de la cadena pública TVE, responde a la necesidad de comprender cómo los medios de comunicación influyen en la percepción pública durante situaciones críticas. La tragedia que ocurrió en octubre de 2023, con el incendio de la discoteca Teatre y Fonda Milagros, marcó un evento de gran relevancia social y mediática. Los hechos ocurridos en la madrugada del domingo 1 de octubre de 2023 en la zona de discotecas de Atalayas, en Murcia, se convirtieron prontamente en una tragedia que dejó un saldo de 13 personas fallecidas y otras 25 heridas.

El incendio en la discoteca Teatre generó una profunda conmoción en la sociedad española. El impacto social de este suceso lo convierte en un caso paradigmático para analizar cómo los medios gestionan y presentan información en situaciones de alta sensibilidad. La tragedia de 'Teatre' plantea el interrogante sobre la ética y la responsabilidad periodística, especialmente en casos donde la sensibilidad y el impacto emocional son altos. La elección de este tema permite explorar cómo las cadenas de televisión gestionaron la información y si se recurrió al sensacionalismo o no para atraer audiencia.

Este caso proporciona una oportunidad única para examinar las prácticas periodísticas en momentos de crisis y cómo los medios seleccionan, presentan y narran historias complejas. La elección de 'Teatre' como estudio de caso permite analizar si los medios cumplen con su deber de informar de manera ética y equilibrada.

1.4.2. Detalles del incidente en la discoteca

El uno de octubre de 2023, entre las 5:50 am y las 6:00 am, se inició una conflagración que afectó a tres discotecas de la zona de Atalayas (Murcia): La Fonda Milagros, Teatre y Golden, dejando un saldo definitivo de 13 víctimas mortales y 25 heridos por inhalación de humo. Las tres discotecas forman parte de la misma estructura arquitectónica que se vio comprometida en la parte superior del edificio. Sin embargo, la Discoteca Golden tuvo consecuencias menores, y fue la única discoteca que no tuvo víctimas mortales o heridos.

El fuego, tal y como señalaron los investigadores del Grupo I de Homicidios de la Jefatura Superior de Murcia y la Policía Científica, se inició en el techo de la primera planta de la discoteca Teatre (zona destinada a reservados VIP), en la zona colindante con Fonda Milagros – los testigos y los vídeos aportados a la causa no dejan duda al respecto-. De acuerdo con las autoridades, el incendio se produjo por la utilización “negligente” de una máquina de chispas/fuego frío en el falso techo que se empleó en el espectáculo que acompañaba a los DJ de la fiesta “We are Remember” que se celebraba en la discoteca Teatre. Tal y como señalan los investigadores, según se observa en los videos grabados esa noche, “se hace uso de una máquina de humo blanco, la cual para un correcto uso necesita de un ambiente con humedad. Esta

circunstancia aumenta la probabilidad de que se produzca una reacción química entre el óxido de titanio quemado y el agua, creando una atmósfera inflamable”.

La primera conclusión fue que el fuego se propagó en pocos minutos, por un mal uso de una máquina de chispas. A partir de ahí, la tragedia fue, según la investigación de la Policía Judicial, resultado de un error tras otro, entre otras razones porque la evacuación no se produjo de forma simultánea. “En cuanto a la alerta, que según el plan de seguridad del propio establecimiento Teatre debe realizarse de forma rápida y precisa, avisando además al personal del establecimiento colindante; es decir, Fonda Milagros, ese aviso no se produjo nunca. El desalojo en el primero de los locales se hizo entre las 6.00.59 horas y las 6.02.00, por las dos puertas principales, de las que una estaba cerrada con persiana y tuvo que ser abierta 24 segundos después de comenzar la evacuación. En Fonda Milagros se hizo, en cambio, entre las 6.03.34 horas y las 6.05.35; es decir, más de tres minutos después, que fueron claves en la tragedia. Además, este local quedó sin luz 22 segundos de comenzar la salida de los clientes, lo que complicó aún más las cosas” (Morcillo, 2023).

Las tareas de extinción del incendio “de dificultad máxima” se vieron complicadas no solo por las altas temperaturas del fuego (a más de 500 grados centígrados), la expansión del humo y el riesgo de derrumbe de las estructuras del falso techo, sino también por otros obstáculos. Según el informe de los bomberos que participaron en la operación, “una de las puertas de emergencia de la discoteca Teatre estaba inutilizada con una reja y cerrada con dos candados”. “Que la puerta estuviera bloqueada pudo ser un factor determinante en el rescate”, advirtió el letrado José Manuel Muñoz, quien representa a dos familias afectadas por la tragedia vivida en Murcia el pasado 1 de octubre de 2023.

De esta manera, y con todos los datos de la investigación, se puede concluir que el incendio ocurrido en la zona de Atalayas se constituye estadísticamente, como el más mortífero registrado en España en un local de ocio desde la tragedia vivida en 1983 en la discoteca ‘Alcalá 20’ que acabó con la vida de 81 personas y en 1990 en la discoteca ‘Flying’ de Zaragoza, donde murieron 43 personas.

El caso del tratamiento periodístico de la tragedia que conmocionó a la sociedad española sirve como punto de partida para un análisis crítico de cómo los medios de comunicación gestionan la información en situaciones delicadas. La investigación se propone arrojar luz sobre el impacto y la comprensión de las prácticas periodísticas en contextos sensibles.

La decisión de estudiar Antena 3 y Telecinco, dos cadenas de televisión privadas prominentes en España, así como la cadena pública TVE, permite realizar una comparación significativa de cómo diferentes medios abordaron la cobertura del mismo evento. Esta comparación ofrece perspectivas valiosas sobre las variaciones en enfoques editoriales y éticos. Los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en la formación de la agenda pública al decidir qué eventos destacar y cómo presentarlos. El sensacionalismo puede desviar la atención de temas importantes y contribuir a una percepción distorsionada de la realidad. En situaciones de crisis y tragedias, como el incendio en la zona de Atalayas, se plantea el cómo comprender el abordaje de la responsabilidad informativa en momentos de alta sensibilidad.

Lo arrojado por la investigación policial y judicial sigue el camino propio de las normas que se rigen en España para estos siniestros, sin embargo, en cuanto al caso periodístico, es necesario seguir reflexionando sobre las circunstancias y la manera en que se presentaron los hechos. El sensacionalismo tiene el poder de influir en la formación de opiniones públicas al presentar información de manera llamativa y emocional. Por ello, comprender cómo este fenómeno afecta la percepción del público es esencial para evaluar la integridad del discurso público y el papel de los medios como agentes de información.

2. METODOLOGÍA

El presente Trabajo de Fin de Grado tiene como objetivo analizar la Distorsión de la Realidad en el tratamiento de las noticias emitidas en Antena 3, Telecinco y TVE, así como en los respectivos programas TardeAr, Vamos a Ver, Ahora Sonsoles, Espejo Público y Mañaneros. El análisis se centrará en los programas vespertinos y de noticias, con el fin de determinar si los hechos fueron presentados desde una perspectiva que enfatizaba la exageración y la parcialidad, lo cual podría distorsionar la realidad y ofrecer una visión sesgada de los acontecimientos.

Se hace principalmente seguimiento del tratamiento de la investigación periodística y de la presencia o activación del periodismo sensacionalista a partir del caso, de manera que es analizado el efecto del programa en la acción ética.

No obstante, la investigación y el análisis no solo se centrará en las cadenas privadas de Antena 3 y Telecinco, sino también en el estudio de la cadena pública TVE con sus respectivos informativos vespertinos y nocturnos, así como los magazines de la mañana La hora de la 1 y Mañaneros. Con esta comparativa lo que se pretende es observar si en las cadenas públicas como TVE existe el mismo sensacionalismo en el tratamiento de la información que en las cadenas privadas o si, por el contrario, hay un tratamiento más aséptico de la información con titulares más objetivos y con relatos menos centrados en los testimonios de los familiares o víctimas del suceso.

La metodología se basa en el análisis de contenido, entendida como “un procedimiento destinado a desestabilizar la inteligibilidad inmediata de la superficie textual, mostrando sus aspectos no directamente intuibles y, sin embargo, presentes” (Díaz y Navarro, 1988). El análisis de contenido se enfoca concretamente en la cobertura que tanto Telecinco, Antena 3 y TVE realizaron del incendio en la zona de Atalayas en Murcia, tanto el día del suceso como de los dos días posteriores a la tragedia, es decir, se analizarán los días uno, dos y tres de octubre de 2023. Para ello, se analizarán los informativos de las tres cadenas de la siguiente manera: se visionará el informativo del fin de semana tanto de mediodía como el nocturno del domingo 1 de octubre de 2023. De la misma manera, se analizarán los informativos de mediodía y el nocturno del uno

y dos de octubre de 2023. No obstante, se despliega un mayor énfasis en los magazines de las respectivas cadenas como TardeAr, Vamos a Ver, Espejo Público, Ahora Sonsoles y Mañaneros; pues son programas de mayor duración que los informativos que nos ayudarán a recoger todo el material audiovisual necesario para el estudio del presente TFG.

La muestra seleccionada incluye tanto la cobertura periodística del suceso en las discotecas Fonda Milagros y Teatre, como el emplazamiento de las conexiones en directo de los magazines, las declaraciones o entradillas de los presentadores o conductores del programa en el set principal del estudio, así como el tratamiento informativo del suceso por parte de los contertulios y/o presentadores. El corpus para el presente análisis de contenido se compone de 61 piezas audiovisuales que incluyen los informativos de Telecinco, Antena 3 y TVE, así como los magazines Fiesta, Vamos a Ver, TardeAr, Ahora Sonsoles, Espejo Público, La hora de la 1 y Mañaneros. Las piezas visionadas integran tanto las emisiones centrales, como los reportajes, entrevistas y crónicas del tratamiento del incendio en Murcia en los respectivos programas e informativos de televisión. El propósito metodológico apunta a la descripción analítica de cómo se realizó el tratamiento informativo por parte de las cadenas televisivas anteriormente mencionadas de una calamidad que enlutó a 13 familias en Murcia.

Para ello, la investigación del presente Trabajo Final de Grado adopta un enfoque cualitativo que examinará cada noticia en detalle para identificar las diferentes aristas del sensacionalismo que fueron explicadas anteriormente en el cuerpo teórico del trabajo. De este modo, se podrán valorar las posibles violaciones éticas al ejercicio periodístico en la cobertura del hecho noticioso como las noticias, crónicas, entrevistas, perfiles o elementos complementarios como titulares, imágenes o infografías que contribuyen tanto a la narrativa periodística como a la captación del televidente.

El trabajo metodológico se centra en evaluar la cobertura del caso, destacando elementos que permitan comprender el manejo sensacionalista en la cobertura y las repercusiones éticas en el periodismo televisivo español.

2.1. La ficha de análisis

El modelo de análisis de contenido se elaboró tomando de referente varios estudios previos, como lo son: **1)** el análisis de Nogales Bocio (2013); **2)** los parámetros establecidos por López Talavera y Bordonado Bermejo (2007). Con todo, se genera una ficha propia (Anexo 1), para el presente trabajo. De manera complementaria, al generar el análisis entre los medios seleccionados (Antena 3 y Telecinco) y su respectiva comparativa con TVE, se puede estudiar si existieron o no diferencias en la cobertura informativa entre las cadenas seleccionadas o si, por el contrario, siguieron la misma línea informativa. Con ello, se podrán identificar posibles variaciones en la cobertura informativa, explorando si la línea periodística es similar o divergente.

Con el propósito de incluir la mayor cantidad de información, la ficha de análisis contiene **nueve categorías fundamentales** para examinar aspectos específicos del tratamiento mediático. La evaluación abarca desde términos tendenciosos y ambigüedad en la comunicación hasta la coherencia entre titulares y contenido, garantizando así una visión integral del modo en que se desarrolló la cobertura mediática de este suceso. La propuesta realizada por Nogales tiene como base fundamental la incorporación del contexto y de las representaciones sociales.

Para Nogales, el análisis de contenido debe realizarse para crear datos reproducibles u objetivos que también sean fáciles de medir y que contengan significación y explicación desde teorías del campo en el que se encuentre el estudio. Por ello, la autora aboga por hallar una metodología propia, para que cada investigador pueda evaluar con criterio un plan que se ajuste a los objetivos planteados en el estudio que proponga.

Tomando esta propuesta para observar la uniformidad estructural en cuanto al tratamiento de los hechos ocurridos en Murcia, se diseñó una ficha de análisis (ANEXO 1) que contiene nueve ítems que permiten el estudio de expresiones, exageraciones, empleo de testimonios, ambigüedad, entre otros aspectos. Se consignó en cada una de ellas la codificación interna, la fecha, los periodistas y presentadores responsables de dar a conocer el avance del suceso

en lenguaje periodístico y columnas para consignar uno a uno los detalles que apuntan a los objetivos del presente TFG.

A continuación, un desglose de los términos y categorías sobre las cuales descansa el análisis de contenido que aborda en detalle las posibles formas de interpretar el sensacionalismo.

Cuando el formato televisivo hace una apelación a la subjetividad a través de frases o palabras para abordar los hechos, respondiendo más a una lógica de industria informativa, ejerce una labor que involucra parte de la narrativa sensacionalista. Por lo general, aluden a formas no objetivas en el tratamiento de la noticia, que apuntan a influenciar en las emociones de los televidentes. A esta forma de expresión sensacionalista, se le denomina en el presente trabajo como **Términos tendenciosos** y tiene como base, lo expuesto por Nogales:

(...) ese mismo medio no dirá por qué investiga ese asunto y no otro, por qué denuncia ese tema y no otros. Argüirá que su guía es seleccionar todo lo que tenga una determinada relevancia social. Y callará que la escala de la relevancia no la marca el público, sino, justamente, los propios medios de comunicación (Nogales, 2013: 260).

Siguiendo la propuesta de Nogales, uno de los rastros que es complejo de analizar, pero vital para comprender la trama de poder que atraviesan los medios y sus relaciones con el poder, es **la Ambigüedad**, comprendida como el uso de términos poco claro, confusos, que alienten a la curiosidad que a la información y que pueden obedecer a múltiples razones, pero que son comprendidos desde la estructura del poder.

Repeticiones. Se examina la repetición de información en diferentes contextos, identificando si esto contribuye a la consolidación de un mensaje específico. Este análisis revelará patrones de énfasis y podría indicar estrategias para destacar ciertos aspectos del incidente.

La ficha contiene también el análisis de la sintaxis emotiva en la cobertura de los hechos. La **emotividad o sobrevaloración del enfoque emotivo**, por encima de la información empírica, dificulta al telespectador una separación

entre los hechos transmitidos y una mirada más crítica del suceso. Siguiendo a Nogales

Ante un panorama tan incierto e imprevisible, los mensajes emotivos se entremezclan si cabe con mucha más facilidad, de ahí que nos resulte a priori complicado diferenciar entre lo que constituye estrictamente el basamento informativo y los tintes de contenido propagandístico. Esa es una frontera difícil de pasar. (Nogales, 2013: 228).

La manipulación del emisor se concentra en destacar factores o aristas que fortalezcan el efecto que desean, que pueden ser la simplificación de contenidos en una frase, la recurrencia de una imagen que conduzca a la emotividad, el empleo del reforzamiento a través de expertos, entre otras maneras que son acompañadas de tonos apasionados, emotivos y de planos que se instalan desde los planos cerrados, por ejemplo.

Exageración. Esta categoría se enfoca en identificar posibles desproporciones en la cobertura, ya sea a través de titulares impactantes o la amplificación de ciertos aspectos del incendio. Se busca entender si el contenido presenta distorsiones que podrían afectar la percepción del público. Estereotipos. Se analiza la posible presencia de arquetipos sociales, culturales, jurídicos, etc., en la cobertura mediática, identificando si se recurrió a representaciones preconcebidas que pudieran sesgar la interpretación del suceso. Este análisis proporcionará elementos para comprender la construcción de narrativas sensacionalistas. Testimonios. Se enfoca en la inclusión y presentación de declaraciones de familiares de las víctimas o sobrevivientes de la tragedia, evaluando si estos fueron utilizados de manera equitativa y respetuosa. Este análisis aportará perspectivas sobre la representación de voces en la narrativa periodística.

Narrativas o Imágenes Dramáticas. En esta parte se explora la presencia de narrativas audiovisual en la cobertura, identificando cómo se construyeron y presentaron visualmente las historias relacionadas con el incendio. Este análisis permitirá evaluar el enfoque narrativo de los medios.

La **coherencia entre titulares y contenido**. En más de una ocasión, los recursos que acompañan las noticias televisivas como las imágenes son las que más se destacan, pero también hay otra serie de elementos como las infografías o la sonorización de fondo, que contribuyen a destacar sutilmente la atención del telespectador, ese es el caso de los titulares, que, en ocasiones, no guardan relación con el contenido mismo de la noticia. Otros elementos visuales son: las fotografías, las infografías, los gráficos y las tablas y, en ocasiones, las ilustraciones. Esta gama de alternativas es tenida en cuenta en tanto se alude a la cohesión del contenido que obedece al titular que acompaña la noticia.

La metodología, por tanto, busca proporcionar una comprensión holística de cómo los medios Antena 3, Telecinco y TVE abordaron y presentaron el incendio en la zona de Atalayas, Murcia, arrojando luz sobre la compleja relación entre los medios de comunicación y los eventos de gran impacto social, con una propuesta de estudios concreto en torno al sensacionalismo en la narrativa. A continuación, se expondrá lo analizado en cada uno de los casos, comenzando por los informativos de Antena 3, por orden alfabético. Después, se analizarán los informativos de Telecinco y TVE y, por último, los magazines de mañana y de tarde de las respectivas cadenas.

3. RESULTADOS

3.1. Análisis de los informativos de Antena 3. Evaluación del enfoque en la cobertura del suceso ‘Teatre y Fonda Milagros’

En las piezas noticiosas analizadas, se observó un uso constante de la subjetividad mediante las expresiones utilizadas para abordar los hechos, acompañadas de gestos faciales por parte de los periodistas y conductores de los informativos. Un ejemplo de ello puede observarse en la conexión en directo del 2 de octubre, cuando el presentador de informativos (con un *Video Wall* del incendio de las discotecas) da paso a la reportera Sandra Izquierdo; esta dice que en lo único que se ponen de acuerdo los portavoces de las discotecas era sobre la licencia de funcionamiento que se quemó en el incendio. A partir del segundo 27 del directo, la periodista continúa su *in situ*, añadiendo más **términos tendenciosos** y diciendo de manera textual:

En todo caso ambos aseguran que no recibieron *ninguna notificación* del ayuntamiento, es en lo único que parece que de momento se ponen de acuerdo porque ambos se culpan entre sí, por el origen de este incendio que se ha cobrado ya la vida de 13 personas que hoy familiares y amigos recuerdan frente a la discoteca. (Antena 3, 2023).

El titular de la noticia es: “Sin licencia y con orden de cierre”. El hilo conductor lo dejan de tener el presentador y la reportera. En lugar de ello, una voz en off sumerge al espectador en un reiterado juego de palabras, mientras las imágenes van desde representantes de las diversas autoridades en rueda de prensa, el último sobreviviente y testimonios que opinaron repetidamente en torno a que se sabía de la apertura de las discotecas y si promocionaba el local y sus eventos por redes sociales. De esta manera se apela a la emotividad del espectador. Con términos tendenciosos, la periodista que cubre la noticia apela a la subjetividad a través de expresiones como “ambos se culpan entre sí”, generando una ambigüedad para alentar a la curiosidad más que la cobertura del suceso desde el punto de vista periodístico.

Esta tendencia se observa en 15 de las 19 piezas periodísticas analizadas en los informativos de televisión. Los informes periodísticos coincidieron en

repetir el mismo ángulo noticioso, como por ejemplo el del padre de una de las víctimas, Jairo.

Este padre (Jairo) dejó escuchar a los medios de comunicación el último mensaje de audio de WhatsApp que una víctima del incendio (su hija) le había mandado a su madre minutos previos a la tragedia. Esta toma, con el audio, fue empleada de manera repetitiva en los avances, en los directos y en los informes periodísticos emitidos desde Murcia, los días 1, 2 y 3 de octubre. **Las repeticiones** utilizadas con Jairo, además de excesivas, se tornaron en una forma de revictimización de quienes perdieron la vida en este siniestro y de los familiares que seguían el minuto a minuto de los acontecimientos a través de las noticias, pero también en las calles cercanas a las discotecas, acordonadas para no dejarles pasar.

Antena 3 no solo repitió ciertos elementos o palabras. Repitió en avances, en las noticias emitidas el 1 de octubre, la misma imagen de Jairo, con el mismo audio de la víctima que repetía aterrada las últimas palabras antes de que su móvil dejara de funcionar: “Mami, la amo, vamos a morir”. La información a lo largo del enfoque periodístico volvía a esta toma, con este audio. En este contexto, las repeticiones pueden afectar a la calidad y a la variedad del contenido, así como la percepción del público, queriendo saber qué pasó con una de las 13 personas fallecidas, otorgándole valor, dolor y un peso afectivo mayor, es decir, apelando a los estereotipos propios del **dramatismo** que nutre la narrativa del sensacionalismo.

El impacto en la percepción pública también puede llegar a ser ambiguo, en tanto que no solo afecta el suceso en sí, sino que genera incertidumbre en las fuentes institucionales encargadas de realizar la investigación forense, fiscal y penal. La interpelación que se le hace a Jairo puede generar confusión e incertidumbre en las familias y en el propio telespectador, lo que puede llevar a interpretaciones erróneas o a la formación de opiniones basadas en información poco clara.

Analizar cómo se maneja la ambigüedad contribuye a comprender una de las formas en las cuales la narrativa periodística hace uso de **elementos melodramáticos** (edición sonora con música dramática, ángulo en el cual es

ubicado el testimonio del padre que es entrevistado, el enfoque empleado para ubicar a los conductores que reciben el directo desde Madrid, las fotografías que acompañan el encuadre televisivo de la noticia), acompañados de preguntas personales y de otras complementarias en las cuales, el padre dolido se ubica en el papel de experto y conocedor de dónde y a qué hora se produjo el incendio.

La frecuencia de aparición en las notas periodísticas del 1 y 2 de octubre con Jairo recuerda el tratamiento similar en temas concernientes a otros tipos de hechos violentos, así como al manejo de escándalos de personajes públicos que en el caso de Teatre y Fonda Milagros son llevados a la vida privada de los familiares de quienes perdieron la vida en el incendio de las discotecas.

La **Exageración**, que implica la presentación de los hechos de manera exacerbada, está editada para aumentar su impacto emocional. El tratamiento sensacionalista se ha convertido en una de las principales formas narrativas para influir en la sociedad, gestionando los contenidos y manipulando la realidad en busca de una conexión primaria con la emotividad del televidente. La exposición repetitiva de Jairo es una muestra de ello (Casas; 2016).

La **coherencia entre el titular y el contenido** es total en los primeros segundos de la noticia, pues la persona que logró salvarse del suceso expresó literalmente lo que fue recogido por Antena 3 para su titular. Esta coherencia, entonces, es más discursiva que noticiosa y no permite avanzar en los sucesos hacia el análisis de la situación más amplia y compleja en la cual están sumidas las familias de las 13 personas fallecidas y las 25 personas que tuvieron que ser hospitalizadas. El último superviviente, Richard Uribe, quien hubiese podido ser otra víctima mortal del incendio, es el protagonista de la pieza periodística, volviendo a apelar a la emotividad del espectador y, al mismo tiempo, a generar ambigüedad en la información presentada.

Otra de las noticias, “Un cortocircuito, la principal hipótesis en el incendio de las discotecas de Murcia”, inicia con la hipótesis del problema eléctrico que daría inicio a la propagación de las llamas para continuar relatando en una pantalla gigante y con la ayuda de una infografía, la ubicación de las tres discotecas para pasar luego a un familiar de las víctimas, dándole paso a su testimonio que enfatiza en el desconocimiento del destino final de familiares y

amigos. La noticia continúa con más testimonios similares y, nuevamente, la aparición de Jairo, el audio de su hija y el tono de angustia y resignación mientras expresa a la pantalla que, para no hacerse daño, ya admite el fallecimiento de su hija.

La nota está acompañada del subtítulo: “los psicólogos atienden a familiares de las víctimas”, que acompaña una serie de tomas de apoyo reiterativas en cuanto a lo que se ha visto en otras piezas noticiosas: cintas policiales, familiares con móviles llamando o recibiendo llamadas, personas abrazándose, bomberos en su labor de extinguir definitivamente el fuego. Esto señala, además de la reiteración de **imágenes dramáticas** y la poca búsqueda de ángulos diferentes para tener como apoyo, una economía en la narrativa audiovisual que descansa más su quehacer en testimonios que en investigaciones más profundas o un tratamiento diferencial y no sensacionalista de la noticia.

Con esta última pieza analizada, podemos concluir que la agenda mediática de Antena 3 recogió el incendio de las discotecas en Murcia empleando **narrativas propias del infoentretenimiento** en la forma de editar la noticia y en la forma de asociar los testimonios, brindando con la voz en off un alineamiento explicativo de los mismos. Esto sumado a un ritmo ágil en la emisión de las piezas informativas, de ahí que las noticias sean cortas en su duración con imágenes que reiteran los recuerdos del incendio con una economía narrativa tanto audiovisual como periodística, evitando la profundidad en el análisis o la búsqueda de más ángulos y de otras fuentes de información.

En la cobertura periodística de los incendios en Murcia, Antena 3 generó formatos breves que fueron acompañados por imágenes y tomas de apoyo muy poco variadas que reiteraban la tragedia. Esto acompañado de titulares llamativos y espectaculares, combinando el trabajo entre el plató central con los presentadores y los periodistas que cubrían el suceso desde la ciudad de Murcia.

3.2. Análisis de los informativos de Telecinco. Evaluación del enfoque en la cobertura del suceso 'Teatre y Fonda Milagros'

El corpus para el análisis de Telecinco consta de 19 piezas periodísticas, en las cuales se desarrolló el mismo procedimiento metodológico: aplicación de las nueve categorías de análisis (ANEXO 1), para obtener usos, enfoque y manejo de la información sobre el caso.

En las piezas analizadas para este Trabajo Final de Grado, Telecinco ofrece la oportunidad de observar que la *nueva realidad* se ha tomado los diversos formatos televisivos para presentarlos con la **narrativa propia del espectáculo**. Convirtiendo así la información en una extensión sensacionalista de tal estructura, que logra crear una **hiperrealidad televisiva** que sobrevalora las emociones humanas para satisfacer al televidente a través de las imágenes, los correlatos sonoros, conductores de los programas y ediciones desde los platós de televisión.

El formato noticioso y el tratamiento en las notas periodísticas se destacan por una mayor estructuración narrativa que la analizada en Antena 3. De igual forma, se observa en Telecinco un mayor control desde el estudio central y la búsqueda de más fuentes de información, para contrastar las versiones. En el fondo, sin embargo, establecen parámetros que contribuyen a modelar la comprensión socialmente aceptable, interpelando desde la emotividad al televidente para intentar una identificación con el suceso que ha sido cubierto con imágenes y relatos para tal fin.

Telecinco **conecta las imágenes con el titular y en ocasiones con el sonido y el tono de los conductores** con el objetivo de llevar el sentimiento y la emotividad al espectador, lo que confiere un sentido específico para evaluar la realidad representada en toda la pieza periodística. Sin embargo, uno de los aspectos más destacados de Telecinco es el **manejo de los titulares**. A continuación, la exposición de algunos para ejemplificar lo enunciado.

“No asimilan la tragedia”; “No tenían licencia”; “Tragedia en la discoteca”. “Contradicciones sobre el cierre”; “Percibió el calor intenso”. “El incendio de Murcia, el más mortífero en una discoteca desde el de la "Flying" de Zaragoza

en 1990". "Las incógnitas del incendio en la discoteca de Murcia". "El altar en homenaje a las víctimas del incendio en la discoteca de Murcia: lágrima y emoción en su adiós". Estos titulares corresponden a los informativos del 1, 2 y 3 de octubre de la cadena. En ellos se pueden apreciar el sensacionalismo impregnado con el uso de **términos sentenciosos** como "tragedia" o "mortífero". Además, se destaca la **emotividad y la exageración** en la expresión "lágrima y emoción en su adiós".

Los titulares no son el único componente sensacionalista de las piezas informativas, sino también las **entradillas** de algunos presentadores del informativo que impregnan sus textos de emotividad, cayendo en el sensacionalismo y alejándose de la información más aséptica. Un ejemplo de ello es la entradilla con la que José Ribagorda abre el informativo nocturno del 1 de octubre de 2023: "Comenzamos con la tragedia que se vive en Murcia con el pavoroso incendio de las discotecas". Como se puede observar en la entradilla, el presentador utiliza adjetivos como "pavoroso" y de nuevo, términos sentenciosos como "tragedia".

Sin embargo, el mayor componente sensacionalista y propio del infoentretenimiento se encuentra en las piezas periodísticas emitidas los días 1, 2 y 3 de octubre en los diferentes horarios del informativo. Como referencia, tomaremos el VTR (Video Tape Recorder) que se emitió el 1 de octubre de 2023 en el minuto 4:06 del informativo nocturno del fin de semana en Telecinco:

-Voz en off: "Aterrados cientos de clientes salen de las de las tres discotecas en llamas. Son las seis de la madrugada, la puerta deja ver la espesa nube de humo en el interior del local. Son nuevas imágenes de la tragedia. La gente grita. Sacan en brazos a heridos, buscan a sus amigos.

-Testigo: ha empezado a arder un altavoz y nos hemos tenidos que ir todos afuera.

-Voz en off: "Este joven es uno de los supervivientes".

-Superviviente: salí bien y todo, pero sin pensar que mis familiares iban a quedar dentro.

-Voz en off: "Todos celebraban un cumpleaños en un reservado. La hija de Jairo también asistía al cumpleaños, tenía 28 años".

-Jairo: mi hija le envió un audio a su madre, diciendo lo que le pasaba y es que estaba despidiéndose.

-Voz en off: "No veían y era imposible salir del infierno en el que se convirtieron estas discotecas. El fuego comenzó en el techo y rápidamente devoró la cubierta y todo cayó sobre los clientes. Poco a poco los bomberos van encontrando cadáveres, un acontecimiento que se salda con 13 fallecidos y 13 personas desaparecidas. Las tareas de rescate han sido terribles con temperaturas de hasta 600 grados y peligro de derrumbe. Un infierno que no podrán olvidar". (Telecinco, 2023).

En el fragmento de información analizado, se puede identificar el uso de técnicas sensacionalistas comunes en la cobertura televisiva de tragedias y desastres. Estas técnicas incluyen:

- **Lenguaje emotivo:** El texto emplea términos emotivos como "aterrados", "tragedia" e "infierno" para describir la situación, lo que busca generar una respuesta emocional intensa en el espectador.
- **Enfoque en testimonios personales:** Se incluyen testimonios de testigos y sobrevivientes, así como relatos de familiares de las víctimas, con el propósito de añadir una dimensión personal y emotiva a la narrativa, aumentando el impacto en la audiencia.
- **Descripciones dramáticas:** Se utilizan descripciones dramáticas del incendio y sus consecuencias, como la nube de humo, la situación de las personas atrapadas y las difíciles tareas de rescate, con el fin de resaltar la gravedad del suceso y generar una sensación de urgencia y conmoción en el espectador.
- **Amplificación de la tragedia:** Se destaca la magnitud del desastre mediante la mención del elevado número de víctimas y desaparecidos, así como de las difíciles condiciones en las que se desarrollaron las operaciones de rescate, lo que busca aumentar el impacto emocional en la audiencia y mantener su atención.

En conjunto, estas técnicas sensacionalistas buscan captar la atención del espectador y generar un impacto emocional profundo, aunque a menudo a expensas de la objetividad y la profundidad en el análisis de la noticia.

Otra de las piezas noticiosas analizadas en el informativo del 1 de octubre en Telecinco tiene como titular “El incendio de Murcia, el más mortífero en una discoteca desde el de la “Flying” de Zaragoza en 1990 y el de Alcalá 20 en 1983” (Telecinco; 2023). En la discoteca “Flying” la causa del incendio fue un corto circuito y dejó como saldo 43 muertos y el suceso tuvo lugar en Zaragoza. El segundo suceso ocurrió en la discoteca Alcalá 20 (Madrid) con 81 víctimas mortales, igualmente por un corto circuito. Para destacar dos componentes importantes: por un lado, la necesaria búsqueda de antecedentes y datos empíricos, de otra, la reiteración del corto circuito como causa de los incendios en el pasado, que podrían dejar al espectador concluyendo el motivo de lo ocurrido en las discotecas Teatre y Fonda Milagros por el mismo origen.

Otro de los titulares del informativo de mediodía del 3 de octubre en Telecinco fue “Las incógnitas del incendio en la discoteca de Murcia” (Telecinco; 2023), que acompaña a 38 segundos de una toma de video realizada desde un móvil en el que se observa a un DJ realizar su trabajo mientras volcanes de fuego frío se observan a cada lado del escenario. Estas imágenes no son acompañadas por la orientación de ningún conductor o periodista y posteriormente se repiten, completas o parciales, en las notas periodísticas del noticiero.

Para finalizar, se destaca la pieza emitida el 2 de octubre en el informativo nocturno de Telecinco bajo el titular “El altar en homenaje a las víctimas del incendio en la discoteca de Murcia: lágrima y emoción en su adiós”. La coherencia entre el titular y el contenido se da al 100%, pues en pantalla se muestran imágenes de mujeres llorando, abrazándose, encendiendo velas, personas con las banderas de Nicaragua, Colombia y Ecuador, de donde eran procedentes la mayor parte de las víctimas mortales del incendio, que van acompañando tanto al titular de la noticia como a las colas que va leyendo el presentador desde el estudio.

Pese a la coherencia mencionada, la pieza vuelve a aproximarse al suceso desde las características de la narrativa sensacionalista en el mismo titular, así como en las tomas de apoyo que el presentador describe repitiendo el sentido de las imágenes y el titular. Repetición, emotividad que adolece de datos empíricos, de enfoques o tomas diferentes de la noticia se constituyen en la reiteración de una estructura gramatical pletórica en figuras narrativas que desde la exageración, las emociones primarias, la economía en imágenes y la edición, se dirigen a los sentimientos de quienes observan y consumen programas televisivos, esto es, a una postura abiertamente sensacionalista en los segundos, o los minutos que pueda durar la pieza, que como en el caso expuesto, solo tiene una duración de 19 segundos.

3.3. Análisis de los informativos de TVE. Evaluación del enfoque en la cobertura del suceso 'Teatre y Fonda Milagros'

La televisión pública, como lo es Televisión Española, también centró su atención informativa en la tragedia ocurrida en Murcia. El análisis de contenido permite interpretar los procedimientos y significados que desde la pantalla brinda cada una de las narrativas noticiosas. Para el caso de los informativos disponibles de la Cadena La 1, así como el Debate y Magacín de la mañana, se puede observar una diferencia en el tratamiento que hicieron las respectivas cadenas privadas de Telecinco y Antena 3.

El informativo de la cadena pública se constituye como el que generó una **menor cantidad de herramientas y técnicas propias del sensacionalismo**. De este modo, se puede afirmar que hay una información mucho más aséptica que huye de las prácticas sensacionalistas que se han visto con anterioridad en las cadenas privadas. No obstante, sí que se aprecia que en el debate de La Hora 1 y el Magacín de la Mañana titulado Mañaneros, se recogen las mismas imágenes y la frecuencia en el manejo sensacionalista; de manera que la cobertura del suceso se aproximó a la manera sensacionalista y propia del infotainment ya analizada en Antena 3 y Telecinco.

Imagen No. 1

Cobertura del incendio en directo desde Murcia por parte de la cadena TVE



Fuente: RTVE. Repositorio web.

La búsqueda de **ángulos diferenciales** fue una de las características del noticiero, permitiendo al espectador pautas más amplias para el desarrollo de un análisis crítico en torno a la tragedia: búsqueda de fuentes que exponen cómo acompañar psicológicamente a los familiares fallecidos, con énfasis en los infantes; imágenes de apoyo entre los consulados de Ecuador y Colombia; foco en los países que concentraron mayor número de víctimas del incendio y cobertura informativa desde Caravaca, con testimonios de vecinos y familiares.

Bien es cierto que las representaciones sociales que apuntan a los estereotipos se mantienen, así como estructuras entre el titular y el contenido para hacer mayor énfasis en las imágenes emotivas. Sin embargo, el despliegue informativo se mantuvo en la sobriedad, la búsqueda de fuentes y la proyección que equilibraba parcialmente los testimonios con fuentes oficiales, infografías pedagógicas y cobertura dentro del noticiero con profundidad analítica.

El informativo nocturno de las 21.00 horas, presentado por Igor Gómez, es un ejemplo del tratamiento aséptico y libre de técnicas sensacionalistas que se dio de la información del suceso acontecido en la zona de Atalayas. A

continuación, un ejemplo de una de las piezas informativas que se emitieron a los 8 minutos del comienzo del telediario:

Voz en off: las tareas de hoy se han centrado en el rescate de los cuerpos y en apuntalar los edificios. La policía científica trabaja con la información de los bomberos [...] el techo ha quedado calcinado y se ha derrumbado [...] a uno de los locales solo ha llegado el humo. Los más afectados son Teatre y Fonda que antes fueron un mismo local hasta que se separó en dos. En 2009 tuvo que desalojarse por un incendio del tendido eléctrico que pasaba por encima [...] se han iniciado las diligencias penales [...] las causas del fuego todavía se desconocen. (TVE, 2023)

3.4. Análisis de los magacines de Telecinco (*Fiesta, Vamos a ver y TardeAr*), Antena 3 (*Espejo público y Ahora sonsoles*) y del magacín de TVE (*Mañaneros*)

Imagen No. 2

Magacín 'Fiesta': titulares interpretativos y con dosis de emotividad



Fuente: Mitele (Fiesta). Emisión 01-10-23. Captura de pantalla.

En el presente epígrafe se examinará específicamente la manera en que programas como 'Fiesta', 'Vamos a ver', 'TardeAr', 'Espejo Público', 'Ahora Sonsoles' y 'Mañaneros' abordaron este suceso, evaluando el uso de técnicas sensacionalistas en la cobertura de la información.

Como se ha estudiado anteriormente, Telecinco conecta las imágenes con el titular y en ocasiones con el sonido y el tono de los conductores con el objetivo de llevar el sentimiento y la emotividad al espectador, lo que confiere un sentido específico para evaluar la realidad representada en toda la pieza periodística. Sin embargo, uno de los aspectos más destacados de Telecinco es el manejo de los titulares. A continuación, la exposición de algunos para ejemplificar lo enunciado.

“Última hora. Tragedia en Murcia. 13 fallecidos por un incendio. Un incendio en tres locales de una zona de ocio se salda con 13 víctimas, cifra que podría aumentar” (Telecinco, 2023). Este titular corresponde al magacín ‘Fiesta’ emitido la tarde del 1 de octubre de 2023. Cabe destacar como contexto que las autoridades y los bomberos ya habían establecido la cifra total de fallecidos y aún estaba la incógnita por los desaparecidos. De ahí la importancia de estudiar en detalle este titular. Lo primero para señalar la hora de emisión (16:47 horas), por lo que ya no es una noticia de última hora y, sin embargo, se rotula como “última hora”.

Para recordar, el suceso ocurrió antes de las 6:00 am de ese mismo día y tanto Telecinco, como Antena 3 y otros medios locales, nacionales e internacionales ya habían hecho varias emisiones sobre el acontecimiento noticioso, con su seguimiento ese mismo día. El concepto última hora, periodísticamente analizado, no se aplica. Seguido a esto, el titular repite lo que ya se sabe desde la mañana: que un incendio afectó a tres discotecas, dejando un saldo de 13 muertos entre sus llamas. No hay nada nuevo en la frase que se convierte en el titular de “última hora”. Un mismo ángulo, una frase que ha acompañado toda la cobertura, fue empleado por Telecinco con frecuencia a lo largo de 14 horas de emisión del suceso, proporcionando una de las características analizadas en la propuesta metodológica: **la repetición como una expresión de sensacionalismo**.

La frase final del titular: “cifra que podría aumentar”, es el sumun de tres de las categorías del sensacionalismo: **ambigüedad, emotividad y exageración**. A continuación, se desplegará el análisis de cada una de las tres etiquetas. **Ambigüedad**; debido a la generación de suspicacia en la cifra

definitiva de muertos cuando ya las autoridades habían sido claras con la cantidad definitiva de cuerpos hallados en la Fonda Milagros, discoteca que concentró la tragedia en cuanto a víctimas mortales. El titular promueve uno de los estereotipos de los programas de carácter sensacionalista: una expresión ambigua, (podría aumentar), que veladamente invita a seguir las emisiones ordinarias y extraordinarias de Telecinco para saber la cifra última y definitiva.

Emotividad. La “cifra que podría aumentar” interpela desde el lenguaje a los televidentes a conectarse desde los sentimientos y desde la carencia de certezas por encima de las cifras empíricas desde la realidad que las autoridades y los bomberos han logrado establecer por estar trabajando entre los escombros para esclarecer lo ocurrido y, determinar científicamente, datos concretos sobre el número definitivo de víctimas mortales. Las representaciones visuales que acompañan el titular aluden al trabajo de los bomberos, pero el titular trabaja la emotividad.

Exageración. Es importante recordar la hora de emisión, 16:47 pm. Se exagera el titular desde la incertidumbre con una cifra que ya había sido establecida por los bomberos. En otra de las emisiones, se escucha al jefe de bomberos la dificultad del trabajo por el inmenso calor en el lugar y por la necesidad que se tuvo de generar estrategias por parte de los bomberos para continuar el trabajo con el propósito de esclarecer los hechos. Este testimonio no fue tenido en cuenta y de ahí la exageración al generar la incertidumbre para la teleaudiencia. **Los titulares se convierten en modelos de sentencias, trabajadas como copys publicitarios** que se proyectan en pantalla para que los consumidores acojan el contenido que continúa, desde esa puerta escrita que provee la frase inicial. Este poder ha sido diseccionado para mostrar la narrativa sensacionalista en el momento de apertura que da el titular.

Interesa seguir con esta pieza noticiosa más allá de lo analizado, por ejemplificar el tratamiento en la generación de contenido y las características presentes en las diferentes emisiones de Telecinco. Emma García, la conductora y presentadora del magacín ‘Fiesta’, dialoga con cuatro colaboradores con quienes comparte el set y anuncia que se verán imágenes del incendio. A continuación, el diálogo:

-E. G: de hecho, Verónica, veremos imágenes de la discoteca antes del incendio. Una discoteca donde la gente va a celebrar el cumpleaños o va a celebrar y estaba llena de gente, la verdad. Imágenes de ayer por la noche. Un aforo de 400 personas. No sé exactamente esta discoteca cual es, porque como hay tres (...) aunque son independientes, pero bueno nos podemos imaginar que un sábado por la noche, pues más o menos en una zona de ocio...

-Contertulio .1: Alberto Sotillos (...) es la zona más de after, lo que queda abierto de último. Es donde acuden. Pues obviamente después de la celebración de un cumpleaños todos van ahí. A esas tres discotecas que están ahí. Por lo tanto, los aforos se llenan. Por eso la situación de un incendio (...) el humo en la parte de arriba lo va a colapsar todo. Es una situación desesperante porque no han tenido oportunidad de escape. Probablemente no habrán tenido una sensación angustiosa (...)

-E.G.: ha habido algún testigo, alguien que ha ido al Hospital. ¿Hemos podido escuchar a alguno de ellos?

-Contertulio.2: Dani Montero Si. De hecho, ha habido testigos que evidentemente hay que entender los pasos que sigue la investigación. Ahora están los bomberos especializados en esto y luego hay un cuerpo de policía judicial que se encarga también de esto y hay otro de apoyo que se Murcia que se encarga de homicidios. (Telecinco; 2023).

El diálogo conducido siempre por Emma García se acompaña por tomas de apoyo que se repiten de manera continuada: el incendio desde la pantalla de los bomberos (que se repiten en otros espacios de Telecinco), una fotografía que muestra una de las discotecas vacías y; las que proveyó alguno de los testigos que hizo tomas del DJ momentos previos al incendio en alguna de las discotecas afectadas.

Se priorizó el análisis del magacín 'Fiesta' el día 1 de octubre para cotejar las semejanzas entre este género de programas y el noticiero tradicional. Un set, conductores, imágenes de apoyo, titulares y un "panel de expertos" que guían al telespectador en la realidad vista desde pocas imágenes de apoyo, cuatro **contertulios inexpertos en el tema de incendios y música de fondo melancólica y trágica en algunos intervalos de la emisión.**

Aquí se evidencian, dentro de las categorías de análisis, los términos tendenciosos, como, por ejemplo, "pero bueno nos podemos imaginar que un

sábado por la noche, pues más o menos en una zona de ocio”, refiriéndose al aforo, señalando que estaba lleno o, quizás, con más cantidad de personas que las permitidas. Esta línea descriptiva la refuerza el Colaborador 1 (C.1) cuando expresa que es la zona de after y añade que es a donde va “todo el mundo” cuando cierra el resto del ocio nocturno. Lo que permite sin dudas demostrar que se invoca a la subjetividad a través de frases y palabras para abordar los hechos que han expuesto en el panel del magacín.

La conductora y los colaboradores de los cuales se acompaña en la emisión del 1 de octubre, se remiten a las pocas imágenes de apoyo que emplean para sobredimensionar las imágenes dramáticas, al repetir una y otra vez las **mismas tomas de apoyo con una orientación de emotividad sobre los hechos del suceso.**

Es conveniente analizar las diferencias existentes en el tratamiento de la información por parte del magacín y de la emisión del Informativo de Telecinco de las 14:00 pm el 1 de octubre. En este caso, el telespectador recibe la emisión con “La tragedia que se ha vivido en Murcia. El pavoroso incendio que se declaraba en esta madrugada en el complejo de discotecas. Al menos 13 personas han muerto” (Telecinco; 2023). Luego da paso a las corresponsales en Murcia. El titular que acompaña la emisión es “Trece muertos y cuatro heridos en un incendio en una discoteca en Murcia: un cortocircuito, posible causa”.

Una vez inicia el directo, las periodistas entregan datos de la tragedia. Una de ellas es Nuria Gutiérrez, que se presenta ante cámara leyendo el cuaderno de reportería en el que se apoya para reiterar las cifras de los fallecidos, de los atendidos por inhalación de humo, del trabajo de los bomberos y de las pesquisas adelantadas por la autoridad correspondiente. Paso seguido, Mar Magro, recapitula lo acontecido desde la madrugada del 1 de octubre.

A continuación, la transcripción de esta parte de la pieza periodística:

-M. M. El incendio acaba de producirse. Son las seis de la mañana y las llamas devoran estas discotecas. Cientos de jóvenes acaban de escapar de ellas. Uno de los testigos apunta, incluso, una posible causa del incendio.

-Testigo. (off). Ha empezado a arder un altavoz y hemos tenido que ir todos afuera.

-M.M. Pero hay personas desaparecidas. Otros graban el fuego que se propaga a toda velocidad por el techo de los locales. Vemos los primeros heridos. Los sacan en brazos. Cuatro jóvenes son atendidos por inhalación de humo. Los bomberos entran a encontrar posibles víctimas. Amanece y poco a poco comienzan a llegar los familiares y amigos de las víctimas.

-Familiar: No se sabe si son ellos porque no han salido todavía.

-M.M. Este hombre es uno de los padres de una de las chicas desaparecidas, con 28 años. Una y otra vez comparte con los periodistas el último mensaje que envió su hija atrapada en el fuego (...) destrozados también los familiares de seis personas que celebraban anoche un cumpleaños. Ninguno de ellos pudo escapar.

-Familiar: Son nueve los que estaban adentro. No sabemos que, si estarán vivos, estarán muertos (...) es un goteo constante de víctimas que encuentran en medio de este amasijo de hierros, escombros y destrucción. Por ahora son trece los cuerpos recuperados. (Telecinco; 2023).

En el set no están los colaboradores expertos para el diálogo y el análisis y, una notable diferencia, es la primera parte de reportería a cargo de Nuria Gutiérrez. Hasta aquí las distancias en el formato. Sin embargo, en contenido y en la edición de la noticia a cargo de Mar Magro, el giro hacia la narrativa sensacionalista es notoria. Veamos el análisis a la luz de las categorías propuestas para ello: encontramos que los términos tendenciosos forman parte de las herramientas que emplea la periodística para evocar a la subjetividad a través de frases o palabras para abordar los hechos, haciendo énfasis en la emotividad.

Para señalar solo dos ejemplos de los más de diez posibles, está: “Son las seis de la mañana y las llamas devoran estas discotecas. Cientos de jóvenes acaban de escapar de ellas” (Telecinco, 2023). Estas dos frases apelan de manera decidida y directa a los sentimientos básicos de los televidentes. La elaboración de Mar Magro es decididamente sensacionalista. Otro ejemplo en esta nota que no dura más de dos minutos es la de “Vemos los primeros heridos. Los sacan en brazos”; es la descripción de quien está escribiendo un **relato al servicio de una gramática periodística** que destaca, por encima de los hechos, pormenorizados detalles para reforzar imágenes que ya se están observando con las imágenes de apoyo.

El uso de testimonios, como el de aquel testigo, Richard, que se atreve a pronosticar a qué se debió el incendio. Transcribiendo la noticia, Mar Magro presenta a este personaje como un experto, es decir, le eleva discursivamente al nivel de experto, el audio es exacto, textual: “Ha empezado a arder un altavoz y hemos tenido que ir todos afuera”. (Telecinco; 2023). Si bien no hay un panel de expertos en el set, la periodista le ha dado el estatus a una frase de alguno de los asistentes a alguna de las discotecas, apoyándose en la edición para no presentar o ver a la persona que lo único que vio fue cuando se quemaba un altavoz cuando iba a ser evacuado.

Además de exagerar en cuanto a experticia y dimensión de la frase expresada por uno de los asistentes a una de las discotecas, la periodista incurre en otorgar una sobrevaloración a la emotividad que se desprende del testimonio que brindó, fuera de contexto, la persona que vio el altavoz encenderse. Este ejemplo muestra cómo por encima de la información empírica la periodista prefiere la emotividad cuando a Richard se le trata como a un experto preguntándole sobre las posibles hipótesis del fuego, pese a que él solo es testigo de incidente, no un profesional cualificado para la respuesta de ese tipo de preguntas.

La edición de esta parte de la noticia complementa la narrativa sensacionalista: es la compilación de las imágenes que fueron tomadas en distintos momentos del día, la repetición de la toma de los bomberos, la repetición del testimonio de Jairo, el padre de la colombiana de 28 años que envió un mensaje de WhatsApp a su madre. En la edición también se emplean videos de cámaras móviles que pudieron haber sido compradas por Telecinco con la finalidad de reforzar el dramatismo desde ángulos y tomas hechos por transeúntes o testigos.

Otro rasgo importante para destacar es el **acompañamiento sonoro** en algunos momentos de la nota periodística: mayor volumen al crujir del incendio, en las tomas de apoyo de los bomberos, el testimonio de Jairo, audios de los móviles con frases dramáticas o repetitivas mientras se hacía la nota misma. Es decir, una cobertura estereofónica que refuerza la narración de la periodista,

tomando muy presente el valor de cada segundo y destacándolo con todas las posibilidades que un audiovisual permite.

La capacidad de la audiencia para construir las interpretaciones de los productos hechos presentados en la Telecinco, bien en un magacín, bien en la nota periodística analizada en detalle, representa el desequilibrio entre la emisión del mensaje y la producción basada en valores que estandarizan la emotividad para llegar de manera asequible a un público masivo. Este juego de poderes involucra toda la producción de la pieza noticiosa, entroncando herramientas del periodismo y la reportería tradicional con un lenguaje cargado de sensacionalismo y con una economía en imágenes para que se repitan lo suficiente en las diversas notas, piezas o programas de Telecinco.

Respecto al tratamiento por parte de **Espejo Público**, cabe destacar que el formato tiene algunos giros por ser un programa matinal de actualidad y de debate. El contenido varía entre temas de actualidad política, social y cultural, incluyendo noticias, entrevistas, debates y análisis. La duración es de toda la mañana, hasta el mediodía (minutos antes del informativo). Los presentadores, Miquel Vals y Susana Griso, son quienes conducen un equipo de invitados (expertos, periodistas y otros personajes para debatir el tema del día), reporteros para moderar las discusiones, las entrevistas y los *in situs*, como fue el caso del de la cobertura del incendio en Murcia. Por ser tan extenso en duración, este programa cuenta con **Secciones recurrentes**: además de las noticias, puede incluir secciones de entretenimiento, salud, deportes y cocina, entre otras. En cuanto a la participación del público, permite la interacción con la audiencia a través de redes sociales, mensajes de texto o llamadas telefónicas.

En el caso de Espejo Público, lo más llamativo fue el tratamiento que hizo respecto a uno de los familiares de las víctimas del incendio, Jairo, el padre de la víctima que le envió un audio de WhatsApp antes de morir, es entrevistado en el magacín con preguntas como “¿Cómo se siente al perder a su hija?”. El día 2 de octubre se realizó una entrevista en directo con este mismo padre de víctima y la periodista que cubre el suceso, Andrea, que inicia la toma, cercana a Jairo, tocándole el hombro. Al hacer el paso a estudio, de fondo, casi

imperceptiblemente, se empieza a escuchar una música melancólica que refuerza el sentido dramático de la escena.

Este elemento sonoro, propio de un dramatizado y no de la elaboración de pieza periodística alguna, evidencia la manipulación en la edición misma de la noticia, aun en un directo, como lo que se está proyectando. La edición se refuerza con el titular de la noticia: “Trágico incendio en Murcia” con una fotografía de la víctima en la parte izquierda de la pantalla y la frase final del WhatsApp (repetida hasta parecer el emblema de la tragedia). A todo lo anterior, se suma el relato de Andrea: “aún no se sabe dónde está el cuerpo”. La edición de este encuadre va ambientando el paso al plató central, donde los contertulios reciben la noticia y es la presentadora Susana Griso quien, con la música de fondo, se encarga de continuar la entrevista. El uso de fractales noticiosos para la cobertura de esta entrevista, que toma fragmentos del suceso, se alterna con la utilización de un lenguaje vago al describir las circunstancias del incendio, solicitando al familiar de la víctima que entregue información que solo un experto podría suministrar:

-Presentadora: Jairo, supongo que Usted durante las últimas horas ha buscado posibles respuestas. No sé si Usted habrá hablado con alguien y le habrán contado sobre las posibles causas del incendio.

-Jairo: Si. Como se dice en los medios de comunicación, el incendio se originó en la discoteca donde ellos estaban, que es una discoteca latina, que no recuerdo cómo se llamaba... y había otra discoteca donde realmente se recibió el incendio porque yo recibí un video, donde se muestra claramente... y la persona que estaba ahí mostraba realmente donde se originó el incendio.

-Periodista 1: Cuentan que fue en Teatre.

-Jairo: En Teatre. En la discoteca.

-Periodista 1: y, ¿Cómo fue?

- Jairo: [...] y luego, como en todo incendio, se puede evitar, teniendo los equipos adecuados. En ese momento uno de los de seguridad, cogió un extintor, a apagarlo. Él habría poderlo apagar, pero el extintor no funcionaba. (Antena 3; 2023).

Otro de los directos bajo el titular “La llamada desesperada durante el incendio en la discoteca en Murcia: “¡Nos estamos quemando!”, revictimiza una vez más a quienes quedaron atrapados mortalmente en el incendio y a sus

familiares. Esta nota empieza con la toma del ya mencionado padre de una de las víctimas, Jairo, sin introducción por parte de algún periodista o conductor. La sobredimensión de la imagen de Jairo y las palabras de la víctima antes de su deceso en el lugar de los hechos, con una nula orientación de análisis del suceso, se constituyen en elementos que aportan al sensacionalismo.

La cobertura, desproporcionada en la exposición de los mismos familiares, convierte al “familiar” Jairo durante los días 2 y 3 de octubre en otro de los tertulianos de Espejo Público de la cadena Antena 3. Su imagen e impacto ha sido amplificado, generando una ambigüedad en cuanto al manejo informativo del incendio. Este tratamiento de la noticia presenta distorsiones que afectan la forma en que se enseña a hacer periodismo: el qué y a quiénes se superpone en un solo personaje: el padre de una de las 13 personas fallecidas y de las 25 hospitalizadas.

El estereotipo del dolor se concentra en una sola persona, que en esta noticia es acompañada de gestos y entonaciones por parte del conductor, quien recibiendo el cambio desde estudio añade “la tristeza y el llanto acompañan a los familiares que no tienen consuelo. En sus móviles quedarán para siempre los mensajes de despedida de sus seres queridos” (Antena 3, 2023). Esta frase es de transición para dar paso a la periodista Mireya Viscaíno, quien recibe con otra de las frases plenas en dramatismo:

Si. Mensajes desgarradores que enviaban a sus familiares a través de WhatsApp. Hasta aquí se han desplazado decenas de familiares y paisanos para demostrar su apoyo a las víctimas. También nos confirman que hay tres personas desaparecidas, pero en La Fonda donde se han encontrado los trece cadáveres. Ya no hay más cuerpos, pero eso sí, seguirán investigando en las zonas colindantes. (Antena 3, 2023).

La cobertura mediática de esta noticia ocurre en la noche del 1 de octubre, y recoge como se ha descrito las imágenes de apoyo, así como la toma emblemática de Jairo y, luego de que la reportera ha recibido desde Murcia el cambio que realizara el presentador, se apoya de imágenes de escenas del incendio y del trabajo de los bomberos desde un móvil. De aquí se deduce que han comprado estas imágenes de videoaficionados y de camarógrafos no profesionales para completar el apoyo audiovisual de la cobertura.

La nota continúa con un testimonio de otro familiar, quien, hasta ese momento, desconocía el paradero de sus cercanos que celebraban un cumpleaños y habían salido a divertirse esa noche a la discoteca Fonda Milagros. En su narración expresa que “todo pasó muy rápido, todo pasó muy rápido... Alberto se miró que salió con toda la gente, pero sin saber que mi familia había quedado ahí”.

En off, la voz del periodista Alberto Larrea completa la información sobre estas personas: “Ellos estaban en un reservado en la parte superior de una de las discotecas”. Pasa a otra familiar y añade: “Yamile busca a sus familiares a su hermano y su cuñada que celebraban sus diez años juntos. No se sabe nada de ellos”. Las imágenes de apoyo se intercalan entre las tomas de la mañana, los primeros planos a los testimonios, o al teléfono de Yamile, mostrando la fotografía de su hermano y su cuñada desde la aplicación de WhatsApp.

La edición de la noticia termina con la narración de Yamile: “me llamaron como a las seis de la mañana me despertó un audio diciendo: o sea, como que se estaban quemando o sí, yo me voy a morir, es como una despedida”. El periodista completa la información: “iban acompañados de otras cuatro personas, tampoco saben dónde están”. En la edición de esta noticia, se continúa con la familiar, Yamile, quien continúa diciendo: “tienen tres criaturas, una tiene 17 años, otra tiene doce y otro tiene nueve”.

El trabajo de editar la pieza periodística pretende una versatilidad de **fuentes**, que no se genera desde la perspectiva ética del periodismo; pues se trata de obtener diversos ángulos del hecho noticioso: de expertos, de autoridades policiales, de autoridades de Murcia y de autoridades de salubridad por el componente psicológico. **El único ángulo** de esta pieza es el de los familiares, exacerbando así la reiteración de la tragedia con emotividad por la pérdida de los cercanos.

Para el caso de **TardeAr**, el formato de entretenimiento y actualidad que se emite, como su nombre lo indica, en las tardes se centra en temas de actualidad, entrevistas a personajes relevantes, debates y secciones de entretenimiento. La emisión dura entre 2 y 2 horas 20 minutos. Sus colaboradores conducen el programa por segmentos, siendo liderados por la

presentadora principal, Ana Rosa Quintana, junto con invitados expertos del tema a tratar, sobre todo en ámbitos como el entretenimiento, la cultura o la política. Además, la interacción con el público se realiza a través de redes sociales con la etiqueta del programa correspondiente o con la participación a través de un número de WhatsApp.

En lo esencial, tanto TardeAr como Espejo Público son programas televisivos españoles que combinan información y entretenimiento, abordando temas de actualidad con la participación de presentadores, invitados y ocasionalmente, la audiencia. Sin embargo, la cobertura periodística del suceso ocurrido en Murcia fue abordado de igual manera que lo explicado en Antena 3 y Telecinco. Por tratarse de programas emitidos solamente entre lunes y viernes, tuvieron la oportunidad de desarrollar un plan de tratamiento informativo más estructurado, esto es, contar desde la emisión en Madrid, con expertos, imágenes de apoyo e in situs con síntesis más elaborada.

De fondo, la estructura es similar a la ya analizada: el eje central se daba desde el lugar de emisión, Madrid. Las imágenes de fondo con el incendio que se servía de Video Wall en la duración del segmento. La intervención de los expertos invitados, suave música de fondo, en momentos específicos del mismo. El despliegue para TardeAr fue más importante el día 2, donde abrieron con esta noticia. El día 3 abrirían con otro tema y solo en dos bloques, uno dentro de los primeros 30 minutos de emisión y otro a la hora y treinta minutos de la misma. El primer día de programa, tras el suceso, contaron con recursos como realidad aumentada para explicar los posibles orígenes del fuego en la nave de las discotecas.

Imagen No. 3

Manejo de la realidad aumentada para el tratamiento del suceso



Fuente: Mitele (TardeAr). Emisión 02.10.2023 Captura de pantalla.

Los ángulos de cobertura, las fuentes o las preguntas, no generaron una diferencia respecto del enfoque ya realizado por Antena 3 y Telecinco. La tendencia sensacionalista se sumó a cada uno de los aspectos abordados en las emisiones noticiosas. En un fragmento, también del segundo día, la periodista de Murcia enumeraba cada uno de los nombres de las víctimas, mientras acompañaba la marcha que se realizó con pañuelos blancos y banderas ondulantes de Colombia y Nicaragua, de donde se sumaron la mayor parte de las víctimas.

Espejo Público debía hacer un tratamiento con mayor enfoque periodístico, por el tiempo de emisión. Así, entre segmento y segmento, se daba paso a los *in situs* que, desde Murcia, generaban sensación de avance en cuanto a la cobertura y manejo de la información. Pese a ello, se observó en el estudio realizado que repetían la fórmula establecida en Antena 3 y Telecinco: Términos tendenciosos, invocación a la subjetividad, con frases o palabras que convocan a la emotividad; música de fondo, cuando se está en el estudio, de manera tan sutil que es casi imperceptible.

Imagen No.4

Espejo Público (Antena 3) y su cobertura en el suceso



Fuente: canal de YouTube de Espejo Público. Captura de pantalla.

Sin embargo, el apoyo por parte de psicólogos para los familiares de las víctimas, emitido el 2 de octubre, da un descanso al tratamiento sensacionalista otorgado hasta el momento. Esta pieza noticiosa analizada, permite un **ángulo noticioso coherente con los principios éticos** y con los códigos deontológicos de la profesión. La utilización de fragmentos del suceso que se intercalan con preguntas tendenciosas, como lo hemos analizado y que revela una estrategia ambigua para presentar la información, no se presenta en esta noticia que, sin embargo, tiene una duración más corta que otros segmentos emitidos anteriormente y/o con posterioridad en los dos días estudiados.

La noticia no inicia con preguntas del presentador, o con el periodista transmitiendo en directo desde Murcia, sino que la introducción es un testimonio de un miembro de la Cruz Roja quien le dice a un periodista que no sale en pantalla: “es muy duro para ellos, sobre todo los familiares llegaban ahí con mucha incertidumbre” (Antena 3, 2023). Así inicia esta pieza y quien expresa la opinión profesional es Juan Diego Marín, psicólogo, quien está ubicado en el centro de operaciones de la Cruz Roja. La noticia es recogida directamente desde los estudios centrales por el conductor habitual, mientras se hace la

transición con imágenes de apoyo que son las mismas vistas en piezas noticiosas del día 1, 2 y del día 3 de octubre: familiares llorando, abrazándose, caminando en las calles aledañas al incendio. Esta introducción va más allá del enfoque sensacionalista y permite obtener datos objetivos para informar más imparcialmente al público.

La pieza periodística continúa con la conductora que explica ante cámara el paso siguiente para identificar a los cuerpos que aún no han logrado tal proceso, para lo cual se requiere prueba de ADN, por parte de los familiares. Continúa la emisión con Ricardo Ibáñez desde el anatómico forense de Murcia, que es el lugar desde donde las autoridades han contactado a quienes pueden suministrar las muestras requeridas para la identificación plena.

Un aspecto interesante para resaltar y que confirman el análisis realizado hasta el momento, es que en la cobertura realizada en Espejo Público se nutría de las mismas fuentes y periodistas que Antena 3. Las conexiones en directo desde Murcia servían a dos programas, con narrativas, tratamientos, fuentes y enfoques idénticos para segmentos de público diferenciados en términos etéreos, sociodemográficos y de horarios. La economía en la emisión, en la cobertura y en la estructura sensacionalista previamente analizada.

Se trata entonces de una información que es **residual, acumulativa y que paulatinamente satura de imágenes** y del mismo enfoque la cobertura de la noticia proyectando todo lo contrario: una perspectiva de cobertura total del problema social por el cual la emisión ha tenido lugar: un incendio en Murcia. Un acontecimiento televisivo, espectacularizado, con economía de imágenes, de periodistas y de lenguaje informativo.

En cuanto al magacín **Ahora Sonsoles**, su estreno fue el 24 de octubre de 2022. El formato permite la cabida a la opinión, misma que ejerció de manera directa durante la cobertura del incendio en Murcia. La presentadora y personaje principal del magacín (Sonsoles Ónega) se acompaña de colaboradores en diversos frentes. Es importante señalar que el programa cuenta con un gran plató que alterna distintas secciones con montajes propios para cada uno. Se nutre de entrevistas y tertulias con los colaboradores y es emitido en el horario de las 19:00 a 20:00 horas.

Tiene las mismas características de los programas previamente analizados: la emisión tiene lugar de lunes a viernes, por lo cual no generaron una cobertura desde el primer día del incendio, lo que les permitió un tiempo mayor para generar posibles ángulos diferentes de la noticia. Pese a ello, el tratamiento no cuenta con un eje diferenciador. Muy por el contrario, Sonsoles Ónega y uno de sus colaboradores entablan una acalorada discusión con el abogado que representa al dueño de Teatre en la emisión de octubre 2: Antonio Naranjo señala como insensible al abogado, cuando este refuta a Sonsoles quien ya le había increpado por la misma causa, pidiéndole no comparar la pérdida material de la discoteca con la pérdida de las 13 víctimas mortales.

Este ejemplo es emblemático, pues permite resumir las características del enfoque sensacionalistas vistas a lo largo del presente trabajo: el uso de un testimonio, el abogado de Teatre, increpado emotivamente por la conductora y el experto del set, exagerando durante más de cinco minutos la discusión.

Vamos a Ver se estrenó el 11 de septiembre de 2023,³ es decir, tenía poco más de un mes cuando el incendio en Murcia tuvo lugar. También se destaca el entretenimiento y los temas de prensa rosa que son la especialidad del equipo de colaboradores. Junto a Joaquín Prat, Patricia Pardo copresenta el apartado de actualidad y Adriana Dorronsoro, el de crónica social. Es importante para la investigación señalar que, desde 3 de octubre de 2023, el magacín se dividió en dos: el primero, con el mismo nombre **Vamos a ver**, con información que incluyó reportajes de investigación y conversaciones en el set sobre temas de actualidad, asuntos sociales y denuncia ciudadana, junto al denominado club social, donde se comentan las noticias de crónica social y los programas de telerrealidad de Telecinco. El segundo, titulado **Vamos a ver más** emitido entre las 13:30 y las 15:00 horas, que es la continuación del club social y se centra más en el entretenimiento en general.

De este magacín, la apertura del día 2 de octubre, fue directamente con el tema del incendio. A lo largo del programa se hicieron diversas conexiones en directo y se debatieron entre los colaboradores y conductores principales las causas, los posibles culpables, las consecuencias y la necesidad de actualizar las leyes sobre estos temas particulares. El tratamiento, los enfoques y el

lenguaje, todo coincide con los abordajes sensacionalistas previamente expuestos en el Trabajo Final de Grado.

Respecto a la cobertura del suceso por parte de los magazines, la información se trató como una mercancía que compite en el mercado de la información, la rentabilidad, las emociones, las palabras, el manejo del conductor y las imágenes, las cuales contribuyen a reforzar el anclaje fuertemente sensacionalista en el tratamiento y cobertura de la tragedia.

La búsqueda de efectos espectaculares se centró tanto en la visualización del espectador como en la producción misma de los titulares, así como el acompañamiento de las frases mientras el conductor da paso a los periodistas en las conexiones en directo. El tratamiento se hace desde la intención de mostrar cercanía con las personas que sobrevivieron a la tragedia y dan amplio despliegue a los testimonios plenos en emotividad de los mismos. Un ejemplo de este enfoque en los testimonios lo hallamos en la emisión del magacín el 3 de octubre de 2023. Este programa se abrió con la invitación al programa de Christian Vacas, uno de los supervivientes del incendio. El propio set que han instalado para el invitado ya aporta pruebas del carácter sensacionalista con el que el Jaime Cantizano, el conductor del programa, realizará la entrevista. El decorado se compone de un *Video Wall* a dos pantallas en el que se repiten constantemente las imágenes del suceso y un sillón que mira hacia estas pantallas para el entrevistado.

Imagen No.5

RTVE. Mañaneros. Titular y escenario con dosis sensacionalista



Fuente: RTVE. Mañaneros. Emisión 3.10.2023

De esta manera, el plató fue un mecanismo más del sensacionalismo con el que se impregnó la entrevista hacia el invitado:

- Jaime Cantizano: ¿Imposible olvidarse de lo que vivió no? Si.

-Christian Vaca: pudimos salir de esa discoteca, pero nos salvamos 5 minutos antes por una amiga que nos dijo que nos fuéramos.

- Jaime Cantizano: uno no se puede quitar de la cabeza el: yo he conseguido salvarme.

-Christian Vaca: en el coche me derrumbé cuando vi lo que estaba sucediendo en la discoteca.

-Jaime Cantizano: ¿por qué decidís salir de allí?

-Christian Vaca: sobre las 6 menos cuarto de la mañana, mi amiga clara nos dijo que se quería ir. Y nos fuimos por eso. Salimos detrás de ella y entre que salimos y todo, me crucé con una chica y me dijo ¿me puedes acompañar dentro? Y yo les dije a mis amigos que iba a entrar, pero mi amiga clara me dijo que no. Cuando me despedí a los dos minutos nos montamos en el coche y es cuando vimos

la nube negra de humo y las llamas de fuego. Si no hubiera sido por el pálpito de nuestra amiga pienso que no estaríamos aquí.

-Jaime Cantizano: supongo que después de la impresión, uno pensará: ¿dónde voy a ir? ¿cómo voy a ir?

-Christian: yo llevo todos estos días con ansiedad porque soy una persona que me gusta salir, pero ahora tengo miedo. A mitad de camino hacia vera tuvimos que parar porque lo pasamos muy mal. (TVE; 2023).

La cercanía a la que aluden en primeros planos y testimonios se hace incoherente con la crudeza extrema de las imágenes que se repiten constantemente, concentrando en pocas tomas de apoyo la destrucción fatal de las discotecas provocada en el incendio. Estas imágenes, como fue usual en Telecinco y en todas las producciones analizadas en los canales privados, son tomadas de dos fuentes: el telediario o imágenes que circulan en redes sociales o que fueron adquiridas de caminantes que fueron testigos de la tragedia por estar cerca y que hicieron uso de los teléfonos móviles para hacerlas virales.

La fórmula amarillista se repite a modo de molde en esta manera de cubrir los hechos. La cobertura periodística destaca y ubica en un primer plano la tristeza, la congoja o la desolación de los testimonios, sin buscar otras aristas del acontecimiento.

Más allá de los titulares, en el despliegue mismo de la noticia y de los in situ, las imágenes, excesivamente explícitas, son recurrentes, con fórmulas gramaticales de alto contenido sensacionalista en las frases que acompañan la imagen mientras la noticia tiene lugar en el set o en el lugar de los hechos.

El predominio envolvente de las imágenes, con algunos efectos sonoros (usualmente sonido de fondo casi imperceptible), se constituye, por lo observado en todas las visualizaciones, incluyendo estos magacines de la televisión pública, en otra forma de presentación que impide el análisis reflexivo por parte de la audiencia. Parecería que, en la estructura narrativa analizada, no se quiere interpelar la parte intelectual de quien observa la noticia, sino más bien la parte más sensitiva o emocional.

Así, la información muta a una mercancía que genera sus propias lógicas estéticas y emocionales que, con el empleo de términos ambiguos, así como con repeticiones en las imágenes, fabrican iconos para proporcionar una visión emotiva y no reflexiva por el telespectador. Las imágenes dramáticas que se repiten y que se ubican en un primer plano, parecerían ser el complemento de la fórmula para un consumidor final que cree estar siendo informado de manera objetiva, por la cantidad de testimonios, pero son solo una fuente: los familiares.

La imagen concentra un gran poder: de ahí que el encuadre decidido para las tomas de apoyo, el ángulo determinado para generar el encuadre, la repetición de unas tomas sobre las otras, dejan en claro que la intervención humana contribuye en la determinación otorgada al apoyo audiovisual de las noticias.

Por ello, la selección de las imágenes, así como la edición de las mismas y la trama en la cual se destacan cuando el productor lo determina, cómo generar la secuencia en la edición emitida, cuál de todas las imágenes de apoyo deben ir y cuáles no, cuáles repetir, toda esta cadena de decisiones proporciona una idea del mecanismo de la narrativa noticiosa y de cómo se interpela con estos recursos a las formas sensacionalistas de enfocar un acontecimiento, como lo fue la tragedia que tuvo lugar en Murcia.

CONCLUSIONES

Al analizar los patrones de sensacionalismo en los medios de comunicación, es posible identificar tanto **similitudes** como diferencias en la forma en que los diferentes canales abordan las noticias. Entre las similitudes encontradas en el análisis realizado para el presente Trabajo Final de Grado, se encuentran que ambas cadenas de televisión (Antena 3 y Telecinco) buscaron captar la atención del público a través de la presentación de hechos noticiosos sensacionalistas.

Al cruzar la información arrojada por las nueve características, se observa que tanto Telecinco como Antena 3 utilizaron **imágenes impactantes y titulares llamativos** para generar un mayor impacto e interés en la audiencia en torno al incendio en las discotecas Fonda Milagros y Teatre. Asimismo, ambas cadenas emplearon una **estructura narrativa** en sus coberturas, aunque Telecinco generó piezas noticiosas más elaboradas y reposadas desde el estudio central. Con esta distinción, las herramientas del periodismo tradicional como la reportería y la narrativa fueron empleadas por ambos canales para combinar con un lenguaje cargado de sensacionalismo con frases dramáticas, así como imágenes impactantes, expresiones y ritmos rápidos en edición con el propósito de captar al telespectador desde la emotividad y no desde el suceso noticiable.

En este trabajo se han identificado varios elementos catalogados como sensacionalistas, pero los más llamativos fueron la **repetición constante de imágenes dramáticas** (que pasaban a modo de *Video Wall* en la pantalla del plató de televisión) y **los ángulos noticiosos reiterativos** que fueron empleados en la estructura narrativa para reforzar el impacto emocional de la noticia desde un lenguaje de espectacularización, propio de programas de entretenimiento y farándula. Además, tanto Telecinco como Antena 3 presentan una **cobertura desproporcionada y con distorsiones** en algunos casos, lo que puede contribuir a una manipulación orientada al morbo en la edición misma de la noticia. En esta línea, la saturación de imágenes fuertes, así como la reiteración de las mismas, se constituyeron como otro de los puntos comunes entre Telecinco y Antena 3.

Las imágenes de apoyo que emplearon no fueron ni audaces ni extraordinarias. Eran escasas para ambos canales y se conformaron con unos cuantos ángulos que solo tuvieron valía cuando incorporaron el contenido de imágenes de archivo de las mismas discotecas o los vídeos del incendio que grabaron algunos testigos en el interior de las discotecas. Lo que denotó una pobreza visual, exacerbada y repetida hasta la saciedad.

Las **tomas y testimonios** comunes entre Antena 3 y Telecinco es otra coincidencia: Jairo, el padre de una de las víctimas del incendio, tuvo su aparición en ambos canales, explorado y explotado de distinta manera, pero construyendo una parte importante de la narrativa sensacionalista en la que incurrieron ambos canales.

Por razones propias de la cobertura en Murcia, otro aspecto estudiado ha sido el empleo de **corresponsales** en el lugar de la noticia. Para los directos, para estar presentes en el momento de las ruedas de prensa, para conocer de primera mano y no ser los últimos en informar sobre la cantidad de fallecidos o de lesionados por la inhalación de humo, o los afectados por la pérdida del amigo, o para tener claridades sobre la hoja ruta para la obtención del ADN, en los casos en los cuales no fue posible identificar a los cuerpos a través de las huellas dactilares. Lo cierto es que el emplazamiento de reporteros al lugar de los hechos le aportaba credibilidad a la información porque le hace ver al espectador que la información es de primera mano. No obstante, como se ha podido verificar a través del análisis, en algunas ocasiones los propios reporteros han caído en el sensacionalismo aportando **información desmedida o emotiva** y haciendo **juicios de valor** sin tener hechos contrastados sobre la mesa.

En cuanto a las **diferencias** entre ambos canales, se puede señalar que Telecinco tiende a una mayor **economía en imágenes**, repitiéndolas en diversas piezas o programas para reforzar el sensacionalismo, mientras que Antena 3 se apoyó en imágenes de terceros, recurriendo a una menor cantidad de ángulos y apoyos visuales. Además, la estructura narrativa de Telecinco tuvo un mayor control desde el estudio central y una **menor cantidad de in situ** en las piezas periodísticas en comparación con Antena 3.

Telecinco mostró más variedad de fuentes de información, contrastando las versiones de los hechos, mientras que **Antena 3 generó formatos breves** con menor variedad en búsqueda de fuentes o puntos de vista. No obstante, **Telecinco enfatizó más en la conexión emocional** con el espectador, utilizando el tono de los conductores y la música de fondo para transmitir emotividad, mientras que Antena 3 se centró más en la presentación de hechos y en los titulares llamativos.

En este contexto, es importante hacer un énfasis en las **diferencias de ambas cadenas privadas con el Telediario 1 del canal público de TVE**. Si bien la estructura sensacionalista se deja ver, es un tratamiento periodístico más plural, más investigativo y que se permite una manera diferente de mostrar varios ángulos del incendio. No se quedan solo en la construcción de testimoniales relatos y coberturas. Sino que llegan a mostrar, en edición de los audiovisuales y en la guía de los presentadores, otras aristas para dar al espectador elementos intelectivos y no solo emotivos, al momento de hacerle seguimiento a la trágica noticia ocurrida en Murcia.

Por otro lado, TVE no siguió los patrones sensacionalistas en cuanto a los informativos se refiere, ya que adquirió un tono más aséptico en el tratamiento informativo, pero en el magacín de la mañana sí que cayó en las prácticas propias del sensacionalismo: se reiteran los testimonios, se repiten las imágenes de apoyo y se centran más en la parte más emotiva de la noticia; un tratamiento que nos recuerda a la estructura narrativa del enfoque sensacionalista de las cadenas privadas.

Mientras que TVE replicó estas narrativas sensacionalistas en su magacín matutino, su tratamiento informativo en los noticiarios fue diferente, es decir, más aséptico. De este modo, en los informativos se observó una mayor adherencia a la narración factual de los hechos, sin profundizar en la emotividad o en suposiciones no contrastadas. Este enfoque más equilibrado contrasta con la tendencia hacia la espectacularización observada en las cadenas privadas, lo que confirma parcialmente la **hipótesis número 2**, ya que sí que hubo presencia de técnicas sensacionalistas en el magacín de la mañana de TVE.

La repetición constante de imágenes impactantes y la manipulación de la información fueron tácticas empleadas por Antena 3 y Telecinco para captar la atención del público. Este enfoque sacrifica a menudo el análisis profundo y aséptico de los hechos, socavando así la credibilidad de los medios de comunicación y generando dudas sobre su integridad informativa. Aunque se observaron diferencias en el enfoque sensacionalista entre las cadenas, ambas compartieron una tendencia hacia la exageración y el morbo en su cobertura.

El estudio ha permitido confirmar la **hipótesis número uno** planteada al inicio de la investigación: la presencia de sensacionalismo en la narrativa informativa de Antena 3 y Telecinco. Ambas cadenas utilizaron estrategias sensacionalistas, demostrando que el sensacionalismo plantea desafíos éticos al distorsionar la realidad y manipular la información. Esto socava la credibilidad de los medios de comunicación al priorizar la espectacularidad sobre el análisis profundo y veraz de los hechos. Sin embargo, esta hipótesis no se confirmó del todo en el caso de TVE, cuya cobertura informativa en los noticiarios no mostró el mismo grado de sensacionalismo observado en las cadenas privadas. Aunque sí que es cierto que el sensacionalismo se manifestó en el magacín 'Mañaneros' de TVE, por lo que la tesis se cumple de manera parcial.

Una vez finalizada la comparativa en el tratamiento de las cadenas, podemos esclarecer que la manipulación de la información y la falta de equilibrio en la narrativa periodística impactan negativamente en la percepción de la calidad del periodismo y la credibilidad de los medios en España. El sensacionalismo, al ser prioritario sobre la calidad informativa, plantea serios desafíos para la integridad y responsabilidad periodística. En última instancia, el sensacionalismo en la cobertura mediática tiene implicaciones significativas para la percepción del público y la integridad de los medios de comunicación. Es esencial que los medios asuman la responsabilidad de ofrecer una cobertura equilibrada y ética, que promueva el pensamiento crítico y la comprensión profunda de los acontecimientos, para contrarrestar los efectos negativos del sensacionalismo en la credibilidad de los medios y en la formación de una opinión pública informada.

En términos de ética periodística, aún queda mucho camino por recorrer, especialmente en la cobertura de sucesos de gran impacto, donde prevalece la espectacularización y el espectáculo mediático. El interés de estos programas televisivos podría ser aprovechado por las escuelas y carreras de comunicación en España para generar didácticas que incorporen casos emblemáticos como los aquí analizados. Esto permitiría abordar temas éticos, códigos deontológicos y las diversas maneras en que el sensacionalismo se estructura y convierte en narrativa periodística, promoviendo así una formación que rescate los valores básicos del periodismo riguroso y ético.

REFERENCIAS

- Barahona Gómez, F. (2016). *Prensa sensacionalista americana en el s. XIX y su contribución en la guerra hispano-estadounidense. Análisis de las portadas americanas de la época* (Tesis de grado). Universidad de Valladolid. https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/19590/TFG_F_2016_228.pdf?sequence=1
- Benítez-Alonso, E. M. (2020). *Sensacionalismo mediático y vulneración de derechos en el caso de Gabriel Cruz*. idUS - Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/handle/11441/101711>
- Bermeosolo, Francisco. (1969) *Los orígenes del Periodismo Sensacionalista*. Ediciones Rialp.
- Bernal Rodríguez, M. (2001). La crónica de sucesos entre dos seducciones: Sensacionalismo y literatura. En AA. VV. *Periodismo: propuestas de investigación* (pp. 146 y ss). Sevilla: Padilla Editores & Libreros.
- Casado-Mestre, F. (2005). La realidad televisiva como modelo de comportamiento social: una propuesta didáctica. *Comunicar*, 25. <https://doi.org/10.3916/C25-2005-196>
- Casas Moreno, P. (2016). Análisis de contenido de la programación sensacionalista pública española: propuesta de cuestionario como medidor de los hábitos de la audiencia audiovisual. *Revista Icono. Volumen 14*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5334094>
- Casas Moreno, P., Lazo, C. M., & Aguaded, I. (2017). La influencia de los programas de televisión sensacionalistas en el panorama europeo: Estudio de caso en España e Italia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Ediciones Complutense. <http://eprints.rclis.org/33487/1/59961-4564456549834-3-PB.pdf>
- Casas, P., Maraver-López, P., & Aguaded, I. (2020). Análisis de contenido de la programación sensacionalista pública española: Propuesta de cuestionario como medidor de los hábitos de la audiencia audiovisual. *Ícono 14*, 14(1), 1-23.

Casas, P., Vizcaíno-Verdú, A., & Aguaded, I. (2020). La televisión sensacionalista y hábitos de consumo en España e Italia. En *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Ediciones Complutense.

Díaz, C., & Navarro, P. (1998). Análisis de contenido. En *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales* (2ª reimpresión). Madrid: Editorial Síntesis.

Elías, C. (2004). *Telebasura y periodismo*. Ediciones Libertarias/Prodhufo, S.A.

García-Sanabria, M., & Pinilla-Rodríguez, D. E. (2020). El aprendizaje de la ética periodística. Experiencia desde las aulas. En A. Montero Gómez et al. (Eds.), *Comunicación, ética y cultura digital*. Ediciones Universidad de Chimborazo.

Gil Vázquez, A., & Lomas Martínez, S. (2021). Recuperación y reciclaje de la cultura popular del tardofranquismo en la televisión de los años 90. *Revista Historia y Comunicación Social*, 26. Ediciones Complutenses. Disponible en: <https://e-archivo.uc3m.es/rest/api/core/bitstreams/d690e98e-a366-4821-b80a-4714a566ef73/content>

González Esteban, J. L., García Avilés, J. A., Karmasin, M., & Kaltenbrunner, A. (2011). La autorregulación profesional ante los nuevos retos periodísticos: Estudio comparativo europeo. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, 426-453. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna.

Herrera Vargas, D. (2017). *La evolución de la televisión en España: Del franquismo hacia la democracia* (Trabajo de fin de grado, Universidad de Sevilla). Repositorio de la Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/64515/TFG%20DEFINITIVO.pdf>

Juergens, G. (1966). *Joseph Pulitzer and The New York World*. Princeton University Press.

La Rosa Pineda, A. (2010). *Los medios y la audiencia en la sociedad globalizada: Aportes para una sociología de la comunicación*. Red Iberoamericana Global Local. Disponible en: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2010b/712/712.pdf>

Laguna Platero, A., & Martínez Gallego, F.-A. (2021). Orígenes y desarrollo del periodismo sensacionalista de sucesos en España (1883-1917). *Cuadernos.info*, 52. <http://www.cuadernos.info> <https://doi.org/10.7764/cdi.52.28599>

Langer, J. (2000). *La televisión sensacionalista. El periodismo popular y las "otras noticias"*. Paidós.

Linde-Navas, A. (2005). Reflexiones sobre los efectos de las imágenes de dolor, muerte y sufrimiento en los espectadores. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825076>

López Jauregui, U. (2019). *El crimen de Alcàsser: Tratamiento informativo en las cadenas de televisión españolas en los 90* (Trabajo de fin de grado). Universidad de Valladolid. Disponible en: https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/39481/TFG_F_2018_254.pdf?sequence=1&isAllowed=y

López Martínez, A. R., & Ordoñez Borda, C. G. (2022). Periodismo fiscalizador: Régimen escópico, sensacionalismo y feminicidio en Colombia. El caso de Ana María Castro en Séptimo Día. *Cuestiones de Sociología*, 27. Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Departamento de Sociología. https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.15637/pr.15637.pdf

López Noguero, F. (2002). *El análisis de contenido como método de investigación*. <https://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1912/b15150434.pdf>

López Talavera, M. del M., & Bordonado Bermejo, J. (2005). Telebasura, ética y derecho. En *La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo*. Centro de Estudios Superiores, Universidad Felipe de Aranjuez.

Luque Jiménez, M. (2022). *Histeria popular, juicio y sensacionalismo mediáticos en el caso Wannikhof: La figura de Dolores Vásquez* (Trabajo de fin de grado). Universidad Complutense. Disponible en

<https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/fee9007f-218d-49c2-b4f8-0959f691fe60/content>

Martín Ávila, A., & Nogales Bocio, A. I. (2011). El modelo de negocio de Telecinco: La rentabilidad del formato espectáculo y el concepto de calidad. En *La ética de la comunicación a comienzos del siglo XXI. Libro de actas del I Congreso Internacional de Ética de la Comunicación* (pp. XX-XX). Universidad de Sevilla. Disponible en <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/34454/Pages%20from%20libro-actas-congreso-etica-comunicacion.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Martín Jiménez, V. (2014). Lecturas televisivas de la Transición: Informe Semanal y las primeras efemérides del cambio. *Revista Historia y Comunicación Social*. 14. [https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/43964/Lecturas televisivas de la Transicion.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/43964/Lecturas_televisivas_de_la_Transicion.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Martín Pérez, S. (2014). Aproximación a la historia y al papel de la televisión en la emigración española a Europa. *Migraciones y Exilios*, (14).

Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Ediciones Gil.

Montero Sánchez, M. D. (1987). [Reseña del libro *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción social de la realidad*, por G. Tuchman]. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 10/11, 312-315. <https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/41866>

Montesinos Condo, R. A. (2011). Medios de comunicación y ciudadanía. *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*.

Montesinos Condo, Rómel Alfredo. (2011). Medios de comunicación y ciudadanía. En: *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*.

Morcillo, C. (2023, diciembre 23). La trágica cadena de fallos en el incendio de las discotecas. ABC. <https://www.abc.es/espana/tragica-cadena-fallos-incendio-discotecas-murcia-20231223032916-nt.html>

Morcillo, C. (23 de diciembre de 2023). La trágica cadena de fallos en el incendio de las discotecas. ABC. <https://www.abc.es/espana/tragica-cadena-fallos-incendio-discotecas-murcia-20231223032916-nt.html>

Negre, A., & Hernández, R. (2024, enero 18). La Policía aprecia negligencia en el origen del incendio de la discoteca Teatre. *La Verdad*.

Nogales, A. I. (2013). *Metodología empírico-periodística del análisis de contenido y su aplicación: Aproximación estructural a la cobertura de los atentados del 11-M a través de El País, El Mundo, ABC y La Razón* (Tesis doctoral). Repositorio institucional. <https://idus.us.es/handle/11441/24401>

Olson, R. (2008). R.F. Outcault, the father of the American Sunday comics, and the truth about the creation of the Yellow Kid. *Neponset*. <http://www.neponset.com/yellowkid/history.htm>

Ortells Badenes, S. (2012). Infoentretenimiento y periodismo político en televisión. En A. Casero-Ripollés (Ed.), *Periodismo político en España: Concepciones, tensiones y elecciones* (Capítulo 5). Cuadernos artesanos de Latina. <https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/73587/CAL33Casero.pdf?sequence=6>

Ortells Badenes, Sara. (2012). Infoentretenimiento y periodismo político en televisión. Capítulo 5. Casero-Ripolles, Andreu (Editor). Periodismo Político en España: Concepcines, tensiones y elecciones. Cuadernos artesanos de Latina. Disponible en: <https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/73587/CAL33Casero.pdf?sequence=6>

Ortiz Mas, I. (2017). *Efectos emocionales del sensacionalismo en los receptores de la información* (Trabajo de fin de grado). Universidad Miguel Hernández de Elche, Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche, Titulación de Periodismo. http://dspace.umh.es/bitstream/11000/6511/1/TFG_ORTIZ_MAS_I_RENE.pdf

Ortiz Mas, Irene. (2017). Efectos emocionales del sensacionalismo en los receptores de la información. TFG. Universidad Miguel Hernández de Elche

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche Titulación de Periodismo.
http://dspace.umh.es/bitstream/11000/6511/1/TFG_ORTIZ_MAS_IRENE.pdf

Perales, E. B. (1995). *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Tecnos Editorial S A.

Pizarroso, A., & Rivera, J. (1992). *Corazones de papel: Sensacionalismo y prensa del corazón en España*. Planeta.

Redondo García, M. (2011). *El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español* (Tesis doctoral). Universidad de Valladolid. Disponible en <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/120206/TESIS139-120206-R.pdf>

Restrepo, J. D. (2009). Ética en la empresa periodística. *Revista de Comunicación*, (8), 84-95.

Rincón, O. (2017). *Pensar el entretenimiento: Discursos y mutaciones de la cultura del espectáculo* (Tesis doctoral). Universidad Nacional de Colombia. https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/62298/19430458.2017.PE_NSAR%20el%20entretenimiento%20-%20Omar%20RINCON%20-%20%20%28Tesis%20doctoral%20CES%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodríguez, A. (2019, enero 27). «Caso Julen», un suceso 'sensacional'. *El Español*. https://www.elespanol.com/reportajes/20190127/caso-julen-suceso-sensacional/371592842_13.html

Rueda, J. C. (2005). La televisión en España: Expansión y consumo social, 1963-1969. *Revista Análisis*, 32. Disponible en <https://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n32/02112175n32p45.pdf>

Saad Saad, A. (2011). El sensacionalismo o la "insurrección" de las masas. *Revista Razón y Palabra*. Universidad de los Hemisferios, Ecuador. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199524192026.pdf>

Suárez-Ramírez, S., & Suárez-Muñoz, Á. (2016). La retórica del titular deportivo en la prensa española. *Revista Documentación de las Ciencias de la Información*. Publicaciones Complutenses. Disponible en

<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/54906/La-retorica-del-titular-deportivo-en-la-prensa-espa%C3%B1ola.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Torres Hermoso, P. (2021). Modelo de análisis de contenido para el tratamiento informativo de los sucesos: Estudio del caso Asunta. En M. Blanco Pérez (Ed.), *El progreso de la comunicación en la era de los prosumidores* (pp. 421-437). Disponible en <https://idus.us.es/handle/11441/128127>

Torrico Villanueva, E. (2008). El sensacionalismo: Algunos elementos para su comprensión y análisis. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art374.htm>

Vargas Llosa, M. (2012). *La civilización del espectáculo*. Alfaguara.

Zavala Chávez, M. (2012). *Televisión sensacionalista, constructora de nuevas sensibilidades o insensibilidades: Hacia un estudio del consumo*. Disponible en <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3057/1/T1116-MC-Zavala-Television.pdf>

REFERENCIAS PERIODÍSTICAS

Ahora Sonsoles. (2023). *Ahora Sonsoles* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=swoE1IM4Uvs>

Antena 3. (2023). Noticias buscador. Disponible en <https://www.antena3.com/noticias/buscador-site/?q=incendio+Teatre>

Antena 3. (2023). Noticias buscador. Disponible en: <https://www.antena3.com/noticias/buscador-site/?q=incendio+Teatre>

Antena 3. (2023). Resumen de noticias. Incendio Discoteca Murcia. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/temas/incendio_discoteca_murcia-1

Antena 3. (2023). Noticias sociedad. Cánones. Fuego. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/sociedad/canones-fuego-frio-teatre-podrian-estar-detras-incendio-murcia-segun-abogado-fonda_20231003651bcc68b2ab570001f4b66b.html

Antena 3. (2023, octubre 3). Localizado el dueño de las discotecas del incendio mortal da el pésame a las víctimas. Antena 3. https://www.antena3.com/programas/y-ahora-sonsoles/localizado-dueno-discotecas-incendio-mortal-pesame-victimas_20231003651c3e8090d39d0001e91772.html

Antena 3. (2023, octubre 4). José, dueño de las discotecas incendiadas en Murcia: "No podíamos hacer nada, solo quedarnos impotentes mirando". Antena 3. https://www.antena3.com/programas/y-ahora-sonsoles/jose-discotecas-incendiadas-murcia-quedarnos-impotentes-mirando_20231004651d919fe0d7620001df7072.html

Antena 3. (2023). Noticias sociedad. Juan Inglés Rojo. Dueño. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/sociedad/juan-ingles-rojo-dueno-teatre-fonda-milagros-que-quemo-otra-discoteca-san-pedro-pinatar_20231003651c0b84e0d7620001dc3fb7.html

Antena 3. (2023). Noticias sociedad. Fonda niega origen. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/sociedad/fonda-niega-que-tuvieran-orden-cese-apunta-que-incendio-origino-teatre_20231002651adcdce0d7620001ecaa3b.html

Antena 3. (2023). Directo. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/sociedad/incendio-discotecas-murcia-directo-noticias-desaparecidos-investigacion-victimas_20231002651a6d894fd7bf00014d6a3d.html

Antena 3. (2023). Noticias sociedad. Jairo Padre Víctimas. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/sociedad/jairo-padre-victimas-incendio-murcia-discoteca-tiene-que-ser-sitio-buscar-muerte_20231002651ab19d09b74e00019488b0.html

Antena 3. (2023). Noticias sociedad. Última persona que salió. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/sociedad/ultima-persona-que-salio-incendio-discotecas-murcia-cogi-extintor-pero-pude_20231002651b2f0f90d39d0001e70ce1.html

Antena 3. (2023). Noticias sociedad. Incendio discotecas. Directo. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/sociedad/incendio-discotecas-murcia-directo-asciende-6-numero-cadaveres-identificados_20231003651bb755b2ab570001f48ffc.html

Antena 3. (2023). Noticias sociedad. Desaparecidos. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/sociedad/tres-cinco-desaparecidos-incendio-discoteca-murcia-han-sido-localizados-vida_20231002651a672f98383a0001ad0059.html

Antena 3. (2023). Noticias. España. Desesperación familiares. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/espana/desesperacion-familiares-desaparecidos-incendio-discotecas-murcia_2023100165199d564fd7bf00014c2fd9.html

Antena 3. (2023). Noticias sociedad. Pena que pueden enfrentar. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/sociedad/esta-pena-que-pueden-enfrentar-responsables-discotecas-incendiadas-murcia_20231003651bdf79e0d7620001ee67ca.html

Antena 3. (2023). Noticias sociedad. Rueda de prensa. Alcalde. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/sociedad/rueda-prensa-teniente-alcalde-incendio-discotecas-murcia-streaming-directo_20231002651a9a54ec8d100001361bf4.html

Antena 3. (2023). Noticias sociedad. Incendio mortal. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/sociedad/todo-que-sabe-incendio-mortal-discotecas-murcia-hipotesis-investigacion_202310016519ac1998383a0001abe618.html

Antena 3. (2023). Noticias sociedad. Fernando López. Destrozado. Disponible en: https://www.antena3.com/noticias/sociedad/fernando-lopez-miras-destrozado-incendio-discoteca-murcia-hay-mucho-dolor-angustia-desesperacion_20231002651a606b98383a0001acf571.html

Antena 3. (2023). Noticias sociedad. Teatre Fonda sin autorización. Disponible en: <https://www.antena3.com/noticias/sociedad/discotecas-teatre-fonda-han->

[funcionado-autorizacion-orden-cese-2022_20231002651aa13c09b74e0001945a5a.html](https://www.antenatv.es/programas/espejo-publico/noticias/exclusiva-video-que-muestra-incendio-dentro-discotecas-murcia-todo-empezo-petar_20231004651d5393e0d7620001ded048.html)

Antena 3. (2023). Noticias sociedad. Bengalas como parte espectáculo. Disponible en: https://www.antenatv.es/programas/espejo-publico/noticias/exclusiva-video-que-muestra-incendio-dentro-discotecas-murcia-todo-empezo-petar_20231002651ad478e0d7620001ec9626.html

Antena 3. (2023). Noticias sociedad. Últimas palabras. Disponible en: https://www.antenatv.es/programas/espejo-publico/noticias/exclusiva-video-que-muestra-incendio-dentro-discotecas-murcia-todo-empezo-petar_2023100165195a4e98383a0001ab58e9.html

Antena 3. (2023). Noticias sociedad. Cerraron discotecas incendiadas. Disponible en: https://www.antenatv.es/programas/espejo-publico/noticias/exclusiva-video-que-muestra-incendio-dentro-discotecas-murcia-todo-empezo-petar_20231003651c2aa990d39d0001e8ea1e.html

elDiario.es. (2023, octubre 9). La Asamblea Regional de Murcia rechaza crear una comisión de investigación sobre el incendio de Atalayas. Disponible en: https://www.eldiario.es/murcia/politica/asamblea-regional-murcia-rechaza-crear-comision-investigacion-incendio-atalayas_1_10583468.html

Espejo Público. (2023). Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=glxxFo5krvQ>

Espejo Público. (2023). Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=vhtwHPimwNw>

Espejo Público. (2023). Exclusiva: Video que muestra el incendio dentro de las discotecas en Murcia. Disponible en: https://www.antenatv.es/programas/espejo-publico/noticias/exclusiva-video-que-muestra-incendio-dentro-discotecas-murcia-todo-empezo-petar_20231004651d5393e0d7620001ded048.html

Fiesta. (2023). Disponible en: https://www.mitele.es/programas-tv/fiesta/2023/programa-114-40_010562423/player/

La hora de la 1. (2023). Disponible en: <https://www.rtve.es/play/videos/la-hora-de-la-1/021023/6979771/>

La hora de la 1. (2023). Disponible en: <https://www.rtve.es/play/videos/la-hora-de-la-1/031023/6980607/>

Mañaneros. (2023). Disponible en: <https://www.rtve.es/play/videos/mananeros/programa-18/6980009/>

Mañaneros. (2023). Disponible en: <https://www.rtve.es/play/videos/mananeros/programa-19/6980789/>

TVE. (2023). Informativo de mediodía del uno de octubre de 2023. Disponible en: <https://www.rtve.es/play/videos/telediario-fin-de-semana/15-horas-011023/6979472/>

TVE. (2023). Informativo nocturno del uno de octubre de 2023. Disponible en: <https://www.rtve.es/play/videos/telediario-fin-de-semana/21-horas-011023/6979543/>

TVE. (2023). Informativo de mediodía del dos de octubre de 2023. Disponible en: <https://www.rtve.es/play/videos/telediario-1/15-horas-021023/6980108/>

TVE. (2023). Informativo nocturno del dos de octubre de 2023. Disponible en: <https://www.rtve.es/play/videos/telediario-2/telediario->

TVE. (2023). Informativo de mediodía del tres de octubre de 2023. Disponible en: <https://www.rtve.es/play/videos/telediario-1/15-horas-031023/6980884/>

Telecinco. (2023). Noticias actualidad. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/20231001/video-actualidad-dia_5_010596171.html

Telecinco. (2023). Informativo de mediodía del uno de octubre de 2023. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/a-la-carta/20231001/informativo-fin-semana-mediodia-domingo_18_010596002.html

Telecinco. (2023). Informativo nocturno del uno de octubre de 2023. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/a-la-carta/20231001/informativo-fin-semana-noche-domingo_18_010597002.html

Telecinco. (2023). Informativo de mediodía del dos de octubre de 2023. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/a-la-carta/20231002/informativos-telecinco-edicion-mediiodia-lunes-2-octubre-2023_18_010604544.html

Telecinco. (2023). Informativo de mediodía del tres de octubre de 2023. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/a-la-carta/20231003/informativos-telecinco-edicion-mediiodia-octubre_18_010616690.html

Telecinco. (2023). Noticias Sociedad. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20231001/muertos-incendio-murcia-discoteca-la-fonda_18_010595647.html

Telecinco. (2023). Fiesta 20231001. Disponible en: https://www.telecinco.es/fiesta/20231001/imagenes-discoteca-antes-incendio-aforo_18_010596085.html

Telecinco. (2023). Noticias Sociedad. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20231001/video-incendio-murcia_5_010595864.html

Telecinco. (2023). Noticias Sociedad. Personas intoxicadas. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20231001/varias-personas-intoxicadas-humo-incendio-discoteca-murcia_18_010593551.html

Telecinco. (2023). Noticias Sociedad. Discoteca incendiada Murcia. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20231001/discoteca-incendiada-murcia-desalojada-2009-fuego-fachada_18_010594391.html

Telecinco. (2023). Noticias Sociedad. Mami vamos a morir. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20231001/mami-vamos-morir-desgarrador-audio-desaparecida-discoteca-murcia_18_010594962.html

Telecinco. (2023). Noticias sociedad. Incendio Murcia. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20231001/incendio-disco-teca-murcia-mas-mortifero-desde-1990_18_010594940.html

Telecinco. (2023). Noticias sociedad. Fuego Murcia. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20231001/fuego-murcia-propagado-tres-discotecas_18_010594354.html

Telecinco. (2023). Noticias sociedad. Como era discoteca. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20231002/como-era-disco-teca-fonda-incendio-murcia_18_010603332.html

Telecinco. (2023). Noticias sociedad. Incendio discotecas incógnitas. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20231002/incendio-discotecas-murcia-incognitas-preguntas-tragedia-muertos-heridos-desaparecidos-causas_18_010605453.html

Telecinco. (2023). Noticias sociedad. Inés tía. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20231002/ines-tia-eric-incendio-disco-teca-murcia-ya-les-avise-si-pasa-algo-quedamos-atrapados_18_010604023.html

Telecinco. (2023). Noticias sociedad. Donde estaban. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20231002/donde-estaban-desaparecidos-incendio-disco-teca-murcia_18_010598319.html

Telecinco. (2023). La mirada crítica. Disponible en: https://www.telecinco.es/la-mirada-critica/20231002/alcalde-origen-incendio-disco-teca-murcia_18_010597621.html

Telecinco. (2023). Noticias sociedad. Discotecas Murcia funcionando sin autorización. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20231002/discotecas-incendiadas-murcia-funcionando-sin-autorizacion_18_010599913.html

Telecinco. (2023). Así es la vida. Incendio Murcia Discoteca Jordy. Disponible en: https://www.telecinco.es/asi-es-la-vida/20231002/incendio-murcia-discotecas-jordy-superviviente-testimonio_18_010604374.html

Telecinco. (2023). Noticias sociedad. Francisco. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20231002/francisco-adan-abogado-discooteca-fonda-milagros-niega-no-tuviera-licencia-asegurad-hicieron-cambios-inspeccion_18_010603585.html

Telecinco. (2023). Noticias sociedad. Experto pide cumplir. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20231002/experto-pide-cumplir-norma-incendio-discooteca-murcia_18_010597608.html

Telecinco. (2023). Noticias Sociedad. Altar Homenaje. Disponible en: https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20231002/altar-homenaje-velas-flores-banderas-victima-incendio-discooteca-murcia_18_010607124.html

Telecinco. (2023). Incendio Murcia. Alcalde. Disponible en: https://www.telecinco.es/tardear/20231002/incendio-murcia-alcalde-consecuencias_18_010605178.html

Telecinco. (2023). Incendio Murcia Motivo fuego. Disponible en: https://www.telecinco.es/tardear/20231002/incendio-discotecas-murcia-motivo-fuego_18_010605254.html

TardeAr. (2023). Disponible en: https://www.mitele.es/programas-tv/tardear/2023/programa-12-40_010575579/player/

TardeAr. (2023). Disponible en: https://www.mitele.es/programas-tv/tardear/2023/programa-11-40_010562792/player/

Vamos a Ver. (2023). Disponible en: https://www.mitele.es/programas-tv/vamos-a-ver/2023/programa-16-40_010562599/player/

Vamos a Ver. (2023). Disponible en: https://www.mitele.es/programas-tv/vamos-a-ver/2023/programa-17-40_010575355/player/

ANEXO. Tabla para análisis de contenido sensacionalista**Tabla para el visionado de programas e informativos.**

Codificación interna: _____
 Fecha de emisión: _____
 URL de la noticia: _____
 Periodista: _____
 Presentadores: _____

ÍTEM	CATEGORÍA ANALIZADA	DEFINICIÓN	CITACIÓN EXACTA	ANÁLISIS
1	Términos tendenciosos	Invocación a la subjetividad, a través de frases o palabras para abordar los hechos.		
2	Ambigüedad	Uso de términos poco claro, confusos, que alienten a la curiosidad que a la información.		
3	Repeticiones	Un mismo ángulo del cubrimiento, empleado frecuencia.		
4	Emotividad	Sobrevaloración del enfoque emotivo, por encima de la información empírica.		
5	Exageración	Sobredimensión de un aspecto para apelar las emociones, a través de formas lingüísticas, por encima de los hechos noticiosos		
6	Estereotipos	Empleo de calificativos sobre conductas de personas o grupos sociales, raciales, nacionales.		
7	Testimonios	Uso de entrevistas y testimonios, centrándose en aspectos personales y emocionales.		
8	Narrativas o imágenes dramáticas	Sobredimensión de imágenes o palabras, con muy poca o nula orientación de análisis de la noticia		
9	Coherencia entre titulares y contenido	Se alude a la cohesión del contenido que obedece al titular que acompaña la noticia		

Fuente: Elaboración propia con referencias de Boncio (2013) y Bermejo (2007).

