

# La polarización ideológica de los periodistas españoles ante la corrupción institucional

## The ideological polarization of Spanish journalists regarding institutional corruption

Ortiz González, A., Berganza, R. y Herrero-Jiménez, B.



**Azahara Ortiz González. Universidad Rey Juan Carlos (España)**

Máster en Periodismo Digital y de Datos por la Universidad Nebrija, actualmente doctoranda en Periodismo por la Universidad Rey Juan Carlos y personal de proyectos de investigación con carga docente. Asignaturas: Métodos de Investigación en Comunicación, Procesos periodísticos y relación con los medios. Su línea de investigación principal está vinculada especialmente a la corrupción.

<https://orcid.org/0000-0002-5437-4329>, [azahara.ortiz@urjc.es](mailto:azahara.ortiz@urjc.es)



**Rosa Berganza. Universidad Rey Juan Carlos (España)**

Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Navarra. Catedrática de Periodismo y de Comunicación Política de la Universidad Rey Juan Carlos. Ha sido Investigadora Principal de diversos proyectos nacionales e internacionales. Sus líneas de investigación actuales son el estudio de la profesión periodística y de los escándalos de corrupción política en los medios de comunicación.

<https://orcid.org/0000-0002-6393-9707>, [rosa.berganza@urjc.es](mailto:rosa.berganza@urjc.es)



**Beatriz Herrero-Jiménez. Universidad Rey Juan Carlos (España)**

Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, Profesora Titular de Periodismo en la Universidad Rey Juan Carlos. Ha formado parte de numerosos proyectos de investigación europeos, internacionales y nacionales. Sus actuales líneas de investigación son: la profesión periodística, medios y género, y medios y corrupción política

<https://orcid.org/0000-0002-7475-0782>, [beatriz.herrero@urjc.es](mailto:beatriz.herrero@urjc.es)

Recibido: 15-04-2024 – Aceptado: 30-06-2024

<https://doi.org/10.26441/RC23.2-2024-3589>

**RESUMEN:** Los periodistas son quienes, a través de los medios de comunicación, cubren y enmarcan los escándalos de corrupción. De este modo, tienen un papel relevante en la información que recibe la ciudadanía sobre este fenómeno. El presente artículo busca averiguar si los profesionales de la información se encuentran influidos por su ideología política a la hora de evaluar el nivel de corrupción en las distintas instituciones (tanto políticas como regulatorias). También indaga en si creen que la cobertura de este fenómeno en los medios está influida por la polarización. Para ello, se realizó, entre marzo y julio de 2023, una encuesta representativa a 391 periodistas españoles de distintos tipos de medios, en la que se les preguntó principalmente por su ideología política y su percepción de la corrupción en distintas instituciones. Los resultados desvelan que los periodistas tienden a percibir niveles de corrupción de manera diferente según su ideología política, con una tendencia a considerar que esta es mayor en los partidos e instituciones que consideran opuestas a su orientación ideológica. Esta percepción no solo se da a la hora de evaluar los partidos políticos (que, obviamente, tienen una posición ideológica explícita), sino también con otras instituciones a priori neutrales o no alineadas políticamente. Por otro lado, la mayoría de los periodistas concuerdan en que la polarización política existente en España fomenta que los medios busquen y primen la publicación de escándalos ocurridos en el seno de partidos políticos de la ideología contraria.

**Palabras clave:** periodistas; corrupción política; ideología; polarización; percepción; encuesta; periodismo; desinformación.

**ABSTRACT:** Journalists, through the media, cover and frame corruption scandals, which gives them a relevant role in how citizens inform themselves about this phenomenon. The aim of this article is to investigate whether information professionals are influenced by their ideology when assessing the level of corruption in different institutions, as well as to explore whether they believe that media coverage of this phenomenon is influenced by polarization. To achieve this, a representative survey was conducted between March and July 2023 among 391 Spanish journalists from various types of media across the country. They were primarily asked about their political ideology and their perception of corruption in different institutions. The results reveal that journalists tend to perceive corruption levels differently based on their political ideology, with a tendency to perceive greater corruption in parties and institutions they consider opposed to their ideological orientation. This phenomenon is not limited to political parties (which, obviously, have an explicit ideological position), but also extends to other ostensibly neutral or politically unaligned institutions. Additionally, most journalists agree that political polarization in Spain encourages media outlets to seek and prioritize publishing scandals occurring within parties of opposing ideologies.

**Keywords:** journalists; political corruption; ideology; polarization; perception; survey; journalism; disinformation.

## 1. Introducción

La corrupción ha sido una constante en los últimos lustros en España. Las portadas de los medios españoles han sido copadas por casos cuyos nombres están interiorizados en el imaginario colectivo español, como Gürtel o ERE. Para que esos casos impactaran en la opinión pública, resulta imprescindible la labor de difusión de los medios de comunicación, y, dentro de estos, de sus periodistas, que son quienes, en última instancia, encuadran la información sobre corrupción. De este modo, la cantidad y la calidad de la información que recibe la ciudadanía sobre los escándalos de esta naturaleza dependen de cómo los cubren los periodistas.

Es posible afirmar, con datos de diferentes encuestas en la mano, que la corrupción y, en concreto, la corrupción política, ha sido considerada en los últimos tiempos un problema extendido a ojos de los españoles. Tomando como referencia los barómetros del mes de julio de los últimos 7 años (2017-2023) del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), este fenómeno se estableció en 2017 y 2018 como el segundo problema más común en España según los encuestados, por detrás únicamente del paro. Así, en 2017, la cifra de ciudadanos que la ubicaron como uno de los tres principales problemas del país alcanzó su máximo situándose por encima del 45%. En los años siguientes, sin embargo, esta tendencia se invirtió: dos años después de dicho máximo, en 2019, la corrupción cayó a la cuarta posición de los problemas más mencionados, señalado por el 25,1% de los encuestados. Finalmente, la pandemia de la COVID-19 terminó de difuminar la percepción de la corrupción como una de las principales preocupaciones en España: entre 2020 y 2023 menos de un 5% de los encuestados lo consideró como uno de los mayores problemas (Centro de Investigaciones Sociológicas, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022a, 2023).

No obstante, otros estudios muestran que la ciudadanía en general continúa considerando la corrupción como un problema generalizado. Es el caso del Eurobarómetro 534 (Comisión Europea, 2023), cuyos datos muestran que el 89% de los españoles considera que la corrupción está extendida o muy extendida, mientras que un 52% afirma que en los últimos tres años se había incrementado. Estos resultados se ven reforzados por los de otros estudios. Así, de los datos de la Primera Encuesta de Percepción de la Corrupción en España y la Comunitat Valenciana (Agència Valenciana Antifrau, 2022), se desprende que más del 40% de los encuestados percibe un aumento de la corrupción en el último año y que el 60% de los políticos es corrupto.

Si bien es evidente que la corrupción es un asunto de relevancia para la opinión pública española, para que estos casos lleguen hasta dicha esfera pública debe existir un canal a través del que se puedan difundir los hechos corruptos. De ahí que deban distinguirse dos conceptos: la corrupción en sí misma y el escándalo de corrupción. Por un lado, el escándalo, para ser tal,

requiere de una comunicación pública de hechos que son condenados debido a la indignación que despiertan (Esser y Hartung, 2004, p.1091). Un escándalo político puede venir provocado por un caso de corrupción o por otras causas, como, por ejemplo, sexuales, como cuando se airea en los medios la infidelidad de un cargo público. Malem, por su parte, destaca que, para que un caso de corrupción se convierta en un escándalo de corrupción propiamente dicho, es necesaria “una reacción de indignación del público contra un agente político al que se adscribe una conducta que es percibida como un abuso de poder o como una deslealtad hacia las reglas que regulan el cargo que ejerce” (1997, p. 84). Es ahí donde los medios de comunicación se convierten en casi imprescindibles: son el mensajero que permite que la ciudadanía conozca esa actitud corrupta y se cree la indignación ciudadana a la que se refieren las definiciones anteriores. Por otro lado, la corrupción podría definirse como:

La transgresión de las leyes, o de los principios éticos en los que se fundamenta el sistema político o un tipo de moralidad cívica, con relación a lo que constituye un abuso de la función pública, con el fin de obtener un beneficio privado directo o indirecto, material o inmaterial, pudiendo afectar de esta forma a lo que se considera socialmente como el interés general o el funcionamiento propio de dicho sistema (Zamora y Marín Albaladejo, 2011, p.216).

Si bien los medios son clave en los escándalos de corrupción, lo cierto es que su cobertura se encuentra muy ligada a las características mediáticas y políticas del país en cuestión. España es un país donde impera la polarización tanto a nivel político (véase Casal-Bertoa, 2019; Rodríguez-Virgili, Portilla-Manjón y Sierra-Iso, 2022; Simón, 2021), mediático —el sistema mediático español está clasificado por Hallin y Mancini (2004) como pluralista polarizado— y de audiencias (Masip, Suau Martínez y Ruiz, 2020). El presente artículo tiene como objetivo indagar en el grado de polarización ideológica de los propios periodistas con respecto a su percepción de la corrupción, así como averiguar si creen que la cobertura de este fenómeno en los medios también está influida por la polarización. El hecho de que quienes cubren la corrupción se muestren polarizados ante este fenómeno puede constituir un factor que influya en cómo cubren este tipo de escándalos, y puede terminar afectando aún más la prevalencia de las percepciones de la población. Por lo tanto, explorar cuál es la postura de los periodistas acerca de la corrupción es una cuestión que se torna relevante y, además, su estudio es aún muy limitado. En este sentido, este artículo trabaja en la línea del proyecto *Worlds of Journalism Studies*, diseñado para contribuir a conocer el estado actual de las percepciones y orientaciones de los periodistas en el mundo (Hanitzsch, Hanusch, Ramaprasaad y de Beer., 2019a).

## 2. Marco teórico

### 2.1. Polarización: una aproximación al concepto

La polarización política es un concepto sobre el que existe un gran debate académico, lo que hace difícil elaborar una definición única. Desde un punto de vista clásico, centrado solo en la política, se encuentra la de Sartori (2003), que concibe la polarización como la distancia ideológica entre partidos políticos, votantes y/o los candidatos a unas elecciones. En los últimos años se han elaborado otras definiciones. Así, McCoy, Rahman y Somer lo entienden como “un proceso en el que la multiplicidad normal de diferencias en una sociedad se alinea crecientemente en una sola dimensión y las personas perciben y describen cada vez más la política y la sociedad en términos de ‘nosotros’ contra ‘ellos’” (2018, pp. 34-35). Destaca también la definición Teruel Rodríguez, que añade, además, dónde se origina este fenómeno: apunta a que se inicia desde las esferas políticas y de ahí se traslada a la sociedad. Así, escribe que la polarización es:

...el proceso por el que los actores del debate político se posicionan fuertemente en uno de los polos o extremos, alejándose del centro, consiguiendo que esa atracción entre afines suponga una repelencia entre opuestos e intentando movilizar, con ellos, a la opinión pública y a las agendas ciudadanas y mediáticas” (Teruel Rodríguez, 2016, p.205).

En el mundo académico, es objeto de discusión hasta qué punto es relevante e incluso si se trata de un fenómeno real o no. Así, para Kubin y von Sikorski (2021, p.188), es un hecho que se encuentra en crecimiento y que afecta a las redes sociales como X (anteriormente conocida como Twitter) debido a su capacidad de crear cámaras de eco (*eco-chambers*). En la misma línea se sitúan Abramowitz y Saunders (2008), quienes destacan que la población estadounidense, sobre todo aquella que se encuentra más politizada, está más polarizada que en el pasado. Por el contrario, Fiorina, Abrams y Pope (2010) niegan la existencia de este fenómeno, al menos en Estados Unidos. Kubin y von Sikorski (2023) tratan de explicar esta discrepancia de resultados y encuentran que se produce por las diversas formas de polarización, las diferencias interculturales en los mercados mediáticos, las desigualdades individuales en la interacción con los medios y la diversidad en el contenido y plataformas mediáticas.

Como recalcan Kubin y von Sikorski (2023), existen distintas formas de aproximarse a la polarización. Por una parte, se puede distinguir entre la de las élites (la de los políticos y personas en la élite económica/política) y de las masas (la de los ciudadanos de a pie). Por otro lado, estos dos autores hablan de cuatro tipos principales (p. 5210):

- **Polarización ideológica.** Señalan que puede entenderse como la separación entre la izquierda y la derecha (Fiorina, 2014) o también como el alineamiento entre la identidad partidista y la ideología (Abramowitz y Saunders, 2008).
- **Polarización afectiva.** La postulan como el desafecto hacia el grupo político externo al tiempo que crece el apego por los miembros del mismo grupo político (p.e., Iyengar, Sood y Lelkes, 2012).
- **Polarización social.** Se centraría en los juicios y comportamientos acerca de la política por parte de la ciudadanía.
- **Polarización percibida.** En este caso, como su nombre indica, se relaciona con el nivel de polarización que la ciudadanía cree que hay en la sociedad.

En el presente artículo, la polarización que se mide es la ideológica, siguiendo los postulados de Kubin y von Sikorski (2023). Es el tipo más adecuado, ya que en esta investigación se analiza cómo perciben los periodistas la extensión de la corrupción en función de su ubicación ideológica y si existen bloques de izquierda y de derecha en torno a este fenómeno.

Numerosas investigaciones han tratado de determinar qué efectos tiene la cobertura mediática en la polarización ciudadana, de nuevo, con discrepancias. Por un lado, hay autores que no encuentran una relación entre la comunicación mediada y este fenómeno. En este grupo están Boxell, Gentzkow y Shapiro (2017), quienes destacan que Internet no es el responsable del incremento de la polarización, ya que, según su estudio, son los grupos de población con menor penetración de Internet los que muestran mayores niveles. En el mismo sentido concluye Prior (2013), quien no pudo demostrar que los medios partidistas fueran los responsables de una ciudadanía más partidista.

Sin embargo, también hay estudios que demuestran la influencia de los medios de comunicación en la polarización de la sociedad. Schneider-Strawczynski y Valette (2023) indagan acerca de la polarización vinculada a la inmigración y los resultados arrojan que un incremento en la cobertura de la migración polariza en ambas direcciones (refuerza las actitudes positivas y negativas), independientemente del enfoque que se dé a las noticias.

Otros estudios encuentran una posición más intermedia y señalan diferentes factores de influencia. Levendusky (2013) concluye que los medios partidistas sí provocan una polarización en la ciudadanía, pero resalta que este efecto es mucho más fuerte en aquellas personas que ya estaban polarizadas cuando se exponen a medios afines. El mismo autor, junto con Malhotra (2015), hace un metaanálisis de cómo influye la cobertura de la propia polarización. Concluyen

que mostrar a una población dividida a través de los medios puede incrementar la polarización percibida y que una cobertura mediática polarizada también lleva a ver al partido opuesto menos positivamente. Sin embargo, al mismo tiempo, afirman que una cobertura mediática polarizada puede moderar las posiciones de la audiencia sobre ciertos temas. Mientras, Müller *et al.* (2017) recibieron apoyo parcial a su hipótesis de que la exposición a coberturas populistas genera un efecto polarizador al provocar mayor rechazo entre quienes ya manifestaban actitudes contrarias al populismo y mayores simpatías por esta tendencia entre quienes la apoyaban.

## 2.2. La polarización política y mediática en España

En la literatura académica parece haber consenso sobre que el entorno político español está polarizado o, al menos, en una fase de polarización creciente. Distintos estudios llegan a esta conclusión, especialmente tras 2015, coincidiendo con la entrada en el Congreso de los Diputados de representantes de los partidos políticos Podemos y Ciudadanos, y años más tarde, de Vox (véase, entre otros, Casal-Bertoa, 2019; Rodríguez-Virgili *et al.*, 2022; Simón, 2021). En concreto, Rodríguez-Virgili *et al.* (2022) analizan la polarización política en España a través de los resultados de todas las Elecciones Generales posteriores a la aprobación de la Constitución de 1978 y concluyen que se pueden diferenciar dos etapas. La primera, entre 1979 y 2000, se caracteriza por una polarización a la baja, con el mínimo situado en 1996; y la segunda, que abarca desde el 2000 hasta 2019 —el artículo es anterior a las elecciones generales de 2023—, con el máximo en 2019 y el mayor crecimiento en 2015. Por otro lado, un estudio de Gidron, Adams y Horne (2018) destaca que España es, de los 20 países analizados, aquel en el que aparece un mayor grado de polarización afectiva, seguido de Grecia, Francia, Canadá, Austria y Portugal. De esos seis países, cuatro se enmarcan en el sistema mediático pluralista polarizado postulado por Hallin y Mancini (2004).

Por otra parte, la audiencia también se encuentra muy condicionada a la hora de seleccionar los medios, como muestra un estudio de Masip *et al.* (2020). Así, la ciudadanía no solo confía mucho más en los medios de una tendencia ideológica afín, sino que también asigna una mayor producción de desinformación a los medios alejados de su posición ideológico-política, especialmente en aquellas personas más polarizadas. Según este estudio, las personas que se autoperciben como de izquierdas o de centroizquierda confían más en *LaSexta*, *El País*, *TVE*, *Cuatro* y *La Vanguardia* —medios tradicionalmente más vinculados a la izquierda política cuando se realizó la investigación—, mientras que en la derecha se percibía una mayor volatilidad. En cualquier caso, únicamente *El País* y *TVE* logran trascender bloques ideológicos en cuanto a la consideración de medios de confianza (Masip *et al.*, 2020).

En lo que respecta al nivel mediático, Humanes, Martínez-Nicolás y Saperas (2013) muestran la existencia de paralelismo político en una investigación cualitativa sobre periodismo político a 14 editores de la sección política o nacional de cuatro periódicos, cuatro radios, cinco televisiones y una agencia: la mitad de los entrevistados mencionan explícitamente este rasgo y otros tres hablan de una alineación entre periodistas y políticos, la que no siempre es concebida por los entrevistados como una característica negativa. Por su parte, Casero-Ripollés (2012) también señala el paralelismo político como una de las tres características definitorias del periodismo político en España. Las otras dos son el periodismo de declaraciones y lo que llama la bipolarización antagonista, un fenómeno favorecido, entre otras causas, por el bipartidismo del sistema español (PP-PSOE) que imperaba aún en el momento de la escritura del artículo. Esto llevó, según su trabajo, a la existencia de dos grandes bloques político-mediáticos que reforzaba el antagonismo existente en la vida política (2012, p.35). En la misma línea se manifiesta Teruel Rodríguez, quien señala que “la polarización es una característica definitoria del sistema español de medios y, aunque haya variaciones de intensidad, nunca ha desaparecido por completo” (2016, p. 212). Más recientemente, Valdeón (2023) realizó un análisis de la cobertura de *El País*, *El Mundo* y *ABC* del mes de junio de 2020, momento informativamente dominado por el desconfinamiento tras la pandemia del coronavirus. Su conclusión fue que los medios cubrieron

los temas en beneficio de sus audiencias pretendidas. De este modo, según su análisis, *El País* apoyó al gobierno de coalición, al tiempo que *ABC* y *El Mundo* se mostraron críticos con las medidas políticas, económicas y sanitarias tomadas por el Gobierno.

Esta polarización también se puede trasladar a la cobertura de los escándalos de corrupción. A nivel mediático, España se conforma como un sistema pluralista polarizado (Hallin y Mancini, 2004), caracterizado, entre otros aspectos, por una prensa de tiradas pequeñas orientada políticamente y un alto grado de paralelismo político, con la instrumentalización de los medios por parte de empresas, partidos y políticos. A estas características, también se suma que, según autores como Oller Alonso (2015, p.122), los periodistas españoles son escépticos frente al ideal de objetividad y tienden más hacia la subjetividad y la objetividad práctica a través del contraste y la recogida de distintas perspectivas. Por otro lado, Casero-Ripollés y López-Rabadán (2017) encuentran que la afinidad personal de los periodistas en España juega un rol importante en las relaciones entre los periodistas y los políticos, algo que puede tener consecuencias positivas, pero también negativas, como la pérdida de objetividad, de autonomía profesional, así como dependencia y falta de equilibrio en la cobertura de informaciones.

Para Mancini (2019), el sistema mediático pluralista polarizado se relaciona con un tipo de escándalo característico: el orientado políticamente. Según este autor, dichos escándalos de corrupción son instrumentalizados estratégicamente para defender ciertas posturas políticas en sistemas mediáticos no independientes, caracterizados por un alto nivel de partidismo hacia organizaciones políticas o grandes empresas. Habitualmente, estos escándalos salen a la luz por filtraciones de, por ejemplo, agentes del servicio secreto y, al estar guiados por intereses privados, generan una alta polarización ideológica.

En lo mediático, existen varios artículos que indagan en la polarización existente en los medios españoles en la cobertura de la corrupción. Valdeón (2023) destaca que tanto en *El Mundo* como en *ABC* se cubren las acusaciones de corrupción contra el Gobierno central por el caso Neurona (que afectó a Podemos, parte de la coalición gubernamental) y por un caso de nepotismo, que *El País*, por su parte, no recogió. En la misma línea, Sola-Morales y Zurbano-Berenguer (2019), destacan, al realizar un estudio sobre la cobertura de escándalos de corrupción en España, que *El País* no incluye de manera exhaustiva aquellos vinculados al PSOE, un hecho atribuible a su línea editorial.

Otro estudio centrado directamente en la polarización en la cobertura de corrupción siguiendo la exposición teórica de Mancini (2019), analiza la cobertura de los escándalos del rey emérito Juan Carlos I que realizaron *ABC*, *El País*, *El Mundo*, *elDiario.es* y *El Español* entre marzo de 2020 y de 2021 (Ortiz-González y Berganza, 2022). Las autoras concluyen que, efectivamente, se da una instrumentalización del escándalo y que hay un alto nivel de partidismo político en *El País*, *elDiario.es* y *ABC* y una polarización evidente del caso en *elDiario.es*, de tendencias republicanas, y en *ABC*, monárquico.

Tras lo expuesto anteriormente sobre polarización, para la parte empírica de este estudio, se parte de que España sea considerado como un sistema mediático pluralista polarizado (Hallin y Mancini, 2004), caracterizado, entre otros, por el paralelismo político, con el consiguiente tipo de escándalo relacionado, el orientado políticamente (Mancini, 2019), dada la instrumentalización política y polarización que genera. Así, se espera que los periodistas españoles también formen parte de la lógica que domina el sistema mediático y que también ellos mismos también estén sesgados por su ideología política en sus opiniones sobre el nivel de la extensión de la corrupción en las instituciones. De este modo, como resultado, la primera hipótesis de investigación es la siguiente:



**H1: La percepción de la mayoría de los periodistas acerca del nivel de corrupción existente en las distintas instituciones depende de su ideología política.**

Igualmente, dada la bibliografía existente que muestra la existencia de polarización política y mediática en España, resulta de interés conocer la percepción que tienen los periodistas acerca de sí, efectivamente, los medios realizan una cobertura interesada de los escándalos de corrupción conforme a su línea editorial. De este modo, dada la percepción ideologizada que existe de los medios (que, como mostraban Masip *et al.* (2020), también se extiende a la audiencia) se hipotetiza que los periodistas percibirán que existe este tipo de cobertura partidista de los escándalos de corrupción. La siguiente hipótesis quedaría de la siguiente manera:

**H2: La mayoría de los periodistas españoles considera que la polarización existente en España alienta a los medios a buscar escándalos en los partidos de la ideología contraria.**

Por otro lado, en referencia a lo que ya se ha expuesto previamente acerca de la influencia de la ideología de los periodistas en su percepción de la corrupción y sobre la polarización en la cobertura de escándalos, también se espera que los periodistas estén movidos por su postura ideológica a la hora de señalar si los medios priman la búsqueda de escándalos en los partidos que se ubiquen en el lado contrario del espectro político. De este modo, la hipótesis 3 quedaría de la siguiente manera:

**H3. La ideología de los periodistas es un factor relevante en sus percepciones acerca de la polarización de los medios a la hora de cubrir la corrupción.**

### 3. Metodología

El presente artículo forma parte del proyecto “Los efectos de la información política sobre las percepciones y las actitudes implícitas de la ciudadanía y los/as periodistas ante la corrupción” (proyecto PID-2019-105285GB-I00, financiado por la Agencia Española de Investigación (01/06/2020-29/02/2024)).

El trabajo de campo se realizó a través de una encuesta representativa a periodistas españoles, cuya muestra se obtuvo mediante un muestreo polietápico, primero por conglomerados y, posteriormente, estratificado, basado en la metodología utilizada y validada por el proyecto internacional *Worlds of Journalism Study* (<https://worldsofjournalism.org/>). En concreto, para España, se ha seguido una metodología inspirada en la utilizada en la de la segunda oleada de este proyecto, que quedó recogida en Hanitzsch, Hanusch, Ramaprasaad y de Beer. (2019b). La población sujeta a estudio se hubo de estimar, ya que no existen bases de datos actualizadas que permitan determinar el número de trabajadores de medios de comunicación que se dedican a tareas periodísticas. El tamaño del universo se estimó entre los 18.000 y los 20.000 periodistas. Para llegar a esta cifra se emplearon los datos de Díaz-Noci (2011), así como de las publicaciones anuales de la Asociación de la Prensa de Madrid (2011, 2021). Se estableció realizar una muestra de 391 encuestas, con un nivel de confianza del 95% y un error estimado de +/-5. Las encuestas a los 391 periodistas se realizaron de manera telefónica entre marzo y julio de 2023, con una tasa de respuesta del 65,71%.

En primer lugar, se seleccionaron los medios de comunicación elegibles para el estudio. Así, se realizó un listado de medios españoles de información general a partir de la guía de medios Infoperiodistas, en la cual, el 11 de noviembre de 2022, figuraban más de 6.800 medios españoles. De ellos, 2.627 estaban etiquetados como de información general. Tras un filtrado de estos, que excluyó los medios inactivos y las delegaciones de las emisoras de radio nacionales —en algunos casos, hubiera supuesto que un solo medio, como la *Cadena SER*, apareciese más de 100 veces—, la lista quedó en 624 medios. Posteriormente, estos fueron divididos en grandes (cinco periodistas encuestados) o pequeños (tres, en caso de haberlos)—según su

nivel de audiencia, obtenido a través del Estudio General de Medios (EGM) y/o la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD)—, y subdivididos también según el tipo de medio (prensa, televisión, radio, revistas, agencias de noticias y medios digitales).

Con la población de medios ya establecida, el siguiente paso fue la elección de su muestra definitiva, la cual se realizó mediante un muestreo aleatorio estratificado, en el que se tuvieron en cuenta el tamaño y el tipo de medio. De este modo, la población de medios por estrato se compuso de la siguiente manera: prensa grande (18), prensa pequeña (198), televisiones grandes (19), televisiones pequeñas (112), radios grandes (10), radios pequeñas (47), revistas (26, todas pequeñas), agencias de noticias grandes (10), agencias de noticias pequeñas (7), digitales grandes (9) y digitales pequeñas (169). De todos los estratos, se escogió para la muestra un número proporcional de medios con respecto a su población total, a excepción de los medios digitales pequeños, cuya población se multiplicó por 0,6 porque en una fase exploratoria se pudo comprobar que el número de periodistas trabajando en estos medios era, en muchos casos, inferior a tres. De este modo, la muestra definitiva incluye dos periódicos grandes y 41 pequeños, tres televisiones grandes y 24 pequeñas, una radio grande y diez pequeñas, cinco revistas, una agencia grande y dos pequeñas (correspondía una, pero se asignaron dos para ajustar correctamente el número de periodistas a los 391 requeridos en la muestra), un digital grande y 35 pequeños. La distribución geográfica de la muestra se realizó de manera aleatoria.

Dentro de cada medio se realizó una selección aleatoria de los periodistas, siempre con el criterio de que eran necesarios periodistas de distintos rangos o escalafones. En caso de rechazo a participar por parte de un periodista, este fue sustituido por otro de su mismo medio en una situación similar. Si la negativa provino del medio en su conjunto, se contactó con otro de su mismo tipo, alcance (local, regional, nacional e internacional), tamaño y ámbito geográfico.

En cuanto a la encuesta en sí, los periodistas participantes respondieron, además de preguntas demográficas, las siguientes listadas, utilizadas para comprobar las hipótesis planteadas previamente:

- Ideología personal de los periodistas, en una escala de 0-10, donde 0 es lo máximo a la izquierda y 10 es lo máximo a la derecha.
- Nivel de corrupción percibido en distintas instituciones, tanto políticas como de otros tipos, en una escala de 1 (mínimo) a 5 (máximo). Para los partidos políticos, se eligieron los cinco de implementación nacional con mayor número de escaños en la XIV legislatura de España, que comenzó en 2019 y finalizó en 2023: Partido Popular (PP), Partido Socialista (PSOE), Vox, Unidas Podemos y Ciudadanos.
- Grado de acuerdo con distintas afirmaciones sobre medios, corrupción y su cobertura informativa, en una escala de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo)

Para el cálculo de los resultados de la hipótesis 1, los periodistas fueron divididos en tres grupos ideológicos según su respuesta a la pregunta sobre autoidentificación ideológica. Estos tres grupos fueron izquierda (aquellos que respondieron entre 0 y 3), centro (entre 4 y 6) y derecha (entre 7 y 10). Para determinar si había diferencias entre grupos, se ha usado la comparación de medias y el análisis de varianza. Dado que los grupos tienen un tamaño muestral muy distinto entre sí y que, tras realizar la prueba de Levene, no en todas las variables se pudo confirmar la inexistencia de diferencia en las varianzas, se empleó el estadístico de Welch en lugar de una ANOVA de un factor. Para las pruebas *post hoc* del análisis de varianza, se empleó el estadístico de Games-Howell, dado que es apto para comparar grupos con distinto número de miembros y en los que no se puede garantizar la homogeneidad de las varianzas. En el caso de la hipótesis 3, el estadístico de Levene sí arrojó la homogeneidad de las varianzas, por lo que en ese caso se empleó una ANOVA.



#### 4. Análisis de resultados

Los resultados muestran que los periodistas españoles están escorados ideológicamente hacia la izquierda. Dichos periodistas se sitúan, de media, en una puntuación de 3,54 en la escala de 0 (izquierda) a 10 (derecha). De hecho, el 3 es la respuesta más frecuente (22,9% de los periodistas), seguida del 5, que sería el centro del espectro político (18,9%). Un 52,6% de los periodistas españoles se posicionan entre el 2 y el 4.

Como se observa en la Tabla 1, en lo que se refiere a la corrupción percibida en las instituciones, medida en una escala de 1 (mínimo de corrupción) a 5 (máximo de corrupción), son las organizaciones de Derechos Humanos las consideradas las menos corruptas y, el rey emérito, Juan Carlos I, el más corrupto (4,39). El nivel de corrupción percibida en este último se encuentra, además, muy por encima del de su hijo Felipe VI, el rey actual (2,44) y de la monarquía, institución a la que ambos pertenecen (3,25). Entre los partidos políticos, PP (3,83) y Vox (3,51) —ambos ubicados en el bloque de derechas— son percibidos como los más corruptos, por delante del PSOE (3,39), Unidas Podemos (3,01) —del bloque de izquierdas— y Ciudadanos (2,91) —ubicado en el centroderecha—.

Continuando con los valores de la corrupción percibida, los Gobiernos y sus respectivas administraciones en los distintos niveles se sitúan en valores intermedios, todos entre 2,64 y 3,14, aunque llama la atención que los periodistas perciban una mayor corrupción en los niveles local y autonómico que en el nacional. Por su parte, la policía (2,34), el ejército (2,25) y el sistema judicial (2,50) son tres de las instituciones con una menor corrupción percibida.

**Tabla 1.** Nivel de corrupción institucional medio percibido por los periodistas españoles en escala de 1 (mínima corrupción) a 5 (máxima corrupción)

Institución	Nivel medio de corrupción percibida	Institución	Nivel medio de corrupción percibida
Políticos en general	3,51	Juan Carlos I	4,39
Partidos políticos	3,69	Felipe VI	2,44
PSOE	3,39	Monarquía	3,25
PP	3,83	Administración. General del Estado	2,64
Vox	3,51	Administraciones autonómicas	2,82
Unidas Podemos	3,01	Administraciones locales	2,82
Ciudadanos	2,91	Policía	2,34
Gobierno de España	2,82	Sistema Judicial	2,50
Gobiernos autonómicos	3,14	Ejército	2,25
Gobiernos locales	3,05	Líderes religiosos	2,93
Parlamento	2,68	Sindicatos	2,95
Grupos parlamentarios	2,81	Organizaciones de DDHH	1,99

Fuente: Elaboración propia.

Una vez determinado el nivel general de corrupción percibido por los periodistas en distintas instituciones, se analizan estos mismos datos diferenciados por grupos en función de la ideología declarada por los profesionales de la información. Los resultados muestran que existen diferencias significativas en los niveles medios de corrupción percibidos entre los grupos de periodistas según su ideología en el caso de todos los partidos políticos, todas las personas e instituciones relacionadas con la monarquía, el Gobierno de España y su Administración. También es significativa la diferencia de medias en el caso de la policía, el ejército, el sistema judicial, los líderes religiosos, las organizaciones de Derechos Humanos y los sindicatos.

Por el contrario, no se encuentran diferencias significativas en el caso de los políticos y los partidos políticos en general, los gobiernos autonómicos y locales y sus administraciones vinculadas, el Congreso de los Diputados y los grupos parlamentarios.

Se pueden encontrar diferencias relevantes entre los periodistas de izquierdas y de derechas en todas las variables en las que la prueba de Welch había encontrado desigualdad entre grupos, a excepción del sistema judicial y la Administración General del Estado —en esta última, ninguna diferencia es significativa por un estrecho margen pese al resultado del estadístico anterior, que sí las apreciaba—. También hay diferencias significativas entre los periodistas de izquierda y de centro en todos los partidos salvo Ciudadanos, el Gobierno de España, la Policía, el Ejército, el sistema judicial, los líderes religiosos y todas las variables vinculadas a la monarquía. El número de variables con diferencias significativas entre derecha y centro es, sin embargo, mucho menor: solo aparecen en el caso de Vox, los líderes religiosos y la monarquía. En la tabla 2 se detallan las diferencias de las medias entre los distintos grupos ideológicos en todas las variables. Por ejemplo, en el caso de los políticos en general, la media de corrupción percibida fue 3,56, mientras que para los periodistas de izquierdas fue de 3,47, de ahí que el dato que aparece en la tabla sea 0,090. Además, se indica si esas diferencias son significativas.

**Tabla 2.** Diferencias de medias en el nivel de corrupción institucional percibida por los periodistas españoles según su ideología política

Combinación de grupos de periodistas según su ideología	Izquierda – centro	Izquierda – derecha	Centro – derecha
Políticos en general	0,090	0,146	0,056
Partidos en general	0,110	0,054	0,056
PSOE	0,355**	0,538*	0,182
PP	0,399**	0,664**	0,325
Vox	0,372**	1,124***	0,752**
Unidas Podemos	0,459***	0,778**	0,319
Ciudadanos	0,142	0,577*	0,435
Gobierno de España	0,486***	0,986**	0,500
Gobiernos autonómicos	0,161	0,262	0,101
Gobiernos locales	0,150	0,156	0,006
Admón. Gral. Estado	0,195	0,639	0,444
Admón. Autonómica	0,123	0,214	0,091
Admón. Local	0,134	0,263	0,129
Policía	0,410***	0,502*	0,092
Ejército	0,453***	0,679***	0,226
Sistema judicial	0,510***	0,351	0,159
Congreso de los Diputados	0,055	0,371	0,316
Grupos parlamentarios	0,012	0,171	0,159
Líderes religiosos	0,458**	0,970***	0,513*
Sindicatos	0,344**	0,836*	0,491
Organizaciones DDHH	0,225	0,729*	0,505
Juan Carlos I	0,468***	0,874**	0,406
Felipe VI	0,721***	1,049***	0,328
Monarquía	0,874***	1,372***	0,498*

$p < 0,05^*$ ,  $p < 0,01^{**}$ ,  $p < 0,001^{***}$

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 1.** Nivel de corrupción media percibida por los periodistas españoles según su ideología en las instituciones en las que existen diferencias significativas entre grupos ideológicos



Fuente: Elaboración propia

Para analizar de forma detallada las variables en las que se han encontrado diferencias significativas, se ha realizado un análisis de medias de cada uno de los grupos según la ideología (ver figura 1). En las variables donde existen estas diferencias, estas siempre aparecen de forma significativa entre los periodistas de izquierdas y los de derechas. La única excepción donde la curva no es totalmente ascendente o descendente en todo su recorrido, sino en forma de V, es el poder judicial, aunque con una percepción de mayor corrupción por parte de los periodistas de

izquierdas. En tres de estas ocasiones (Vox, la monarquía y Felipe VI), la diferencia de medias es superior al punto, lo cual es especialmente relevante en una variable que tiene un rango de 4, mientras que en el resto de las variables con diferencias significativas entre izquierda y derecha esta diferencia se sitúa entre 0,5 y 1 puntos. Notoriamente, solo se encuentra relación significativa entre derecha y centro en tres variables, mientras que entre centro e izquierda aparece en 13 variables, casi tantas como entre derecha e izquierda. De esas 13 variables, en 10 aparecen a la vez diferencias significativas entre izquierda y centro e izquierda y derecha, pero no entre derecha y centro.

Las instituciones en las que los periodistas de izquierdas perciben de media más corrupción que los de centro y, estos, a su vez, más corrupción que los de derechas son los tres partidos del bloque de derechas (PP, Vox y Ciudadanos), Policía, Ejército, los líderes religiosos y las tres variables asociadas a la monarquía (Juan Carlos I, Felipe VI y monarquía). En el caso contrario —cuanto más a la derecha, mayor corrupción percibida— aparecen las variables PSOE y Unidas Podemos (miembros del entonces Gobierno de coalición de centroizquierda), el Gobierno, la Administración General del Estado (sin diferencias significativas entre grupos en el test *post hoc*), los sindicatos y las Organizaciones de Derechos Humanos. En lo que respecta a segunda hipótesis (H2), una gran mayoría de los periodistas está de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación “La polarización política existente en España alienta entre los medios la búsqueda de escándalos en los partidos de la ideología contraria” (66,9%). Por el contrario, únicamente un 11% está en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, mientras que el 22,1% restante no expresa ni acuerdo ni desacuerdo con la pregunta. De media, el grado de acuerdo con la respuesta en una escala de 1 a 5 es de 3,8 (DE = 1,034).

Por otro lado, H3 postulaba que la ideología de los periodistas influiría en el grado de acuerdo con la afirmación anterior. El grupo que mayor grado de acuerdo muestra con la afirmación es el de los periodistas de derechas (media = 4,08, DE = 0,796), seguido de los periodistas auto percibidos de izquierdas (media = 3,81, DE = 1,34) y los de centro (media = 3,77, DE = 1,05). La ANOVA empleada para comprobar si existen diferencias de medias significativas entre los grupos arrojó que estas no son estadísticamente significativas ( $p = 0,365$ ).

## 5. Discusión

De los resultados extraídos se puede afirmar que los periodistas españoles muestran altos rasgos de polarización ideológica cuando se les pregunta por la corrupción que perciben en distintas instituciones del Estado. La primera hipótesis postulaba que “la percepción de la mayoría de los periodistas acerca del nivel de corrupción existente en las distintas instituciones depende de su ideología política”. Los análisis muestran que, de forma sistemática y significativa, los periodistas perciben distintos niveles de corrupción en las instituciones en función de la ideología política que afirman tener. Existe una clara división en la percepción de la corrupción entre los periodistas que se consideran de izquierda y los de derechas, mientras que los que se ubican en el centro, llamativamente, se encuentran mucho más cercanos en su percepción de la corrupción a los de derechas que a los de izquierdas, según se puede apreciar por los resultados de las pruebas *post hoc*.

El bloque de periodistas que se autodefine como de izquierdas percibe de media más corrupción en los partidos del bloque de derechas (Ciudadanos, Vox y PP). Sin embargo, estos resultados no se producen únicamente con los partidos políticos, sino también cuando se les pregunta por la corrupción en otras instituciones, como la monarquía, sus representantes (Felipe VI y Juan Carlos I), la policía, el ejército y los líderes religiosos. En España, diversos estudios y encuestas muestran que el apoyo social y/o la confianza que la población muestra hacia la policía, el ejército, la monarquía y la Iglesia católica (aunque en la pregunta no se especificaba religión, es la mayoritaria en España) es mayor entre las personas que se ubican políticamente en la derecha (véase, entre otros, Bartolomé Peral y Leonisio Calvo, 2022; Centro de Investigaciones Sociológicas, 2015, Ctxt, 2020, Fundación BBVA, 2022). Los resultados de este estudio parecen

seguir esa línea, ya que, en todos esos casos, los periodistas de izquierdas percibieron una mayor corrupción en estas instituciones. En el caso de la Judicatura (el poder judicial), la única institución en la que habiéndose encontrado diferencias significativas entre grupos, la curva tiene forma de V, los extremos ideológicos son los que menos confían en la institución según el CIS (2022b). De manera coincidente a la encuesta del Centro de Investigaciones Sociológicas, donde las personas de centro son quienes más confían en el poder judicial, en nuestro caso son los periodistas de esta ideología quienes menos corrupción perciben en dicha institución, mientras que los de izquierdas son quienes observan un mayor nivel.

Por otro lado, las instituciones que son percibidas como más corruptas por los periodistas que se consideran de derechas son el bloque de partidos de izquierdas (Unidas Podemos y PSOE), el Gobierno Central, los sindicatos y las organizaciones de Derechos Humanos. También se percibe como más corrupta por el bloque de periodistas de derecha la Administración General del Estado (AGE), pero en este caso, a pesar de que la prueba de Welch dio diferencias significativas entre grupos, la prueba *post hoc* Games-Howell no mostró ninguna por un estrecho margen. Así, además de los partidos de izquierdas, los periodistas de derechas también consideran más corrupto al Gobierno (que estaba conformado precisamente por esos partidos en el momento de realización de las encuestas). Igualmente, los sindicatos, por su naturaleza, reciben más confianza de personas de izquierdas (en la línea de lo señalado por otros estudios, como el de la Fundación BBVA, 2022, p.57; y el del Centro de Investigaciones Sociológicas, 2022b), lo que explicaría, dentro de la lógica resultante en esta investigación, por qué se ven como más corruptos entre los periodistas de derechas, algo que también parece aplicarse a las organizaciones de Derechos Humanos – en el estudio de la Fundación BBVA (2022) no se pregunta por este tipo de instituciones, pero sí, por ejemplo, por organizaciones ecologistas, que podrían ser consideradas similares en el imaginario colectivo, y las personas que forman parte de estas también reciben una mayor confianza desde la izquierda.

Todas aquellas instituciones en las que las diferencias de medias entre grupos no son significativas también tienen un elemento en común: son multipartidistas u operan a nivel autonómico o local y tienen un color político distinto en función de la zona. Por un lado, los políticos y los partidos en general, así como el Congreso de los Diputados y los grupos parlamentarios, incluyen a partidos de todo el espectro, lo que impide asignarles una ideología concreta. Por otro lado, los gobiernos locales y autonómicos, así como las administraciones vinculadas a ellos, tienen un partido distinto en el poder en función de la zona. Por tanto, a nivel nacional, tampoco es posible conferirles una ideología única, ya que, en el momento de la realización de la encuesta, para un periodista andaluz, por ejemplo, su Gobierno autonómico estaba liderado por el PP y, para un castellanomanchego, por el PSOE.

De este modo, y tras todo lo expuesto en los párrafos anteriores, la primera hipótesis quedaría confirmada. Es notorio que existen sesgos en la percepción de corrupción entre los periodistas dependiendo de su ideología en función del tipo de institución que sea y a qué ideología esté asociada. Este resultado sugiere que los periodistas españoles se encuentran polarizados en un entorno político (Casal-Bertoa, 2019; Rodríguez-Virgili *et al.*, 2022; Simón, 2021) y mediático (Hallin y Mancini, 2004) que también lo está.

En cuanto a la segunda hipótesis, los resultados confirman un acuerdo mayoritario con la afirmación “La mayoría de los periodistas españoles considera que la polarización existente en España alienta a los medios a buscar escándalos en los partidos de la ideología contraria” (H2). Esto pone de manifiesto que los encuestados son perfectamente conscientes de que la cobertura de los medios en los que trabajan no solo está profundamente ideologizada, sino también polarizada. Es cierto que no se ha preguntado por el grado de aprobación de estas prácticas, pero es muy relevante el hecho de que quienes tienen entre sus funciones cubrir los casos de corrupción piensen que se realiza una cobertura ideologizada y polarizada en los entornos en los que trabajan, aunque esto no suponga reconocer que personalmente también

lo hagan. Los resultados de esta segunda hipótesis van en línea con estudios previos, como el de Teruel Rodríguez (2017, p.212), que afirma que la polarización es una característica definitoria del sistema español de medios. Igualmente, también refuerzan los resultados hallados por Valdeón (2023) y Sola-Morales y Zurbano-Berenguer (2019), que hallaron coberturas distintas de escándalos de corrupción en función del medio en cuestión. La diferencia es que esta investigación pone de manifiesto que existe un importante nivel de conciencia sobre este hecho entre los propios profesionales del periodismo.

Si bien H2 se cumple, no sucede lo mismo con la hipótesis H3. Aunque los periodistas de derechas son los que mayor acuerdo muestran con la idea de que la polarización alienta que los medios busquen escándalos en partidos ideológicamente contrarios, las diferencias no son significativas. Esto indica que los periodistas, independientemente de su ideología, ven de manera muy similar la forma interesada en que los medios cubren los escándalos en función de su ideología. En otras palabras, está extendida de manera general entre los periodistas la idea de que, en España, la cobertura de la corrupción en los medios está determinada por motivos políticos e ideológicos. Estos resultados de la segunda hipótesis enlazan con las tesis de Mancini (2019) sobre la cobertura de los escándalos políticamente orientados y parecen confirmar su prevalencia en España: los periodistas españoles demuestran ser conscientes de esta forma de cubrir de escándalos, que tienen una función instrumentalizadora y que generan una elevada polarización, con independencia de su ubicación en el espectro político.

Igualmente, si la audiencia también percibe sesgos y una cobertura polarizada, la credibilidad de los medios se puede resentir, algo que es también crítico para la democracia, en tanto se supone que los medios son el cuarto poder que debe permanecer vigilante ante los excesos de los otros tres. De hecho, Farias Batlle y Gómez Aguilar (2011) ya mostraron hace más de una década que la audiencia española consideraba las noticias de política nacional y local como las menos creíbles junto a las de crónica rosa y las de economía. Un 44% de los encuestados respondió que las noticias de política nacional no les inspiraban ninguna credibilidad, cifra que se situaban en el 32,7% en el caso de las de política local. Una cobertura interesada y polarizada de los escándalos de corrupción puede repercutir en una pérdida aún mayor de credibilidad, que ya de por sí parece baja para estas secciones. Además de esa pérdida de credibilidad, la existencia de estas prácticas que reconocen los periodistas podría contribuir a que la población, especialmente aquella que ya está más inclinada políticamente hacia uno de los lados del espectro, se polarice aún más, en lugar de lograr el efecto contrario (Müller *et al.*, 2017; Levendusky, 2013). Un incremento de la polarización puede tener efectos perniciosos incluso para el sistema democrático, como la ruptura de consensos al ver a los contrincantes como enemigos o la dificultad de rendir cuentas a través de las elecciones (Mason, 2018; Körösi, 2013).

El estudio aquí presentado tiene, sin embargo, algunas limitaciones. Como ya se ha señalado previamente, la pregunta acerca de la cobertura polarizada de escándalos solo indagaba acerca de si los periodistas creen que esas prácticas se llevan a cabo. Sin embargo, no da información sobre el grado de acuerdo con ellas. Dado que implican un uso interesado y/o partidista de los escándalos de corrupción, son preguntas muy susceptibles de que los periodistas caigan en el sesgo de deseabilidad al responderlas. Por ello, quizá futuras investigaciones podrían abordar este asunto mediante otra técnica de investigación distinta que permita saber hasta qué punto los periodistas estarían de acuerdo con utilizar estas prácticas en su cobertura diaria de la actualidad.

Finalmente, futuros estudios podrían añadir un aspecto interesante que no está en el presente artículo: la comparación entre la corrupción percibida en una institución y la de las personas que pertenezcan a ella. En el presente artículo, se preguntaba únicamente por los reyes Felipe VI y Juan Carlos I, pertenecientes a la monarquía, pero podría ser interesante analizar si existe entre los periodistas españoles una tendencia a percibir un mayor nivel de corrupción en las instituciones y partidos o en sus caras visibles, de manera que se refleje si existe la tendencia



a la personalización que ha sido detectada en la cobertura de escándalos por distintos autores (véase, por ejemplo, Ortiz-González y Berganza, 2023; Prior, 2015, p.105; Tumber y Waisbord, 2004, p.1036).

## 6. Conclusiones

Como conclusión se puede aseverar que los periodistas españoles están influidos por su ideología a la hora de evaluar el nivel de corrupción en distintas instituciones y, además, de forma polarizada. Así, no solo se puede observar que perciben más corrupción en las instituciones que son opuestas a su posición ideológica, sino que, además, hay una clara oposición entre las percepciones de los periodistas de izquierdas y los de derechas, estos últimos mucho más cercanos a los de centro en la materia analizada. Esta lógica se aplica a los partidos políticos, que tienen una ideología clara y marcada, pero también a otras instituciones que teóricamente deberían ser percibidas como neutrales y apartidistas, como las fuerzas de seguridad.

El hecho de que los periodistas españoles muestren polarización ideológica a la hora de señalar el nivel de corrupción de las distintas instituciones que regulan la vida política de España es un dato relevante. Esta polarización no solo afecta a las instituciones de tipo político, sino también a las regulatorias (van Dalen, 2019), aquellas que garantizan el marco de la convivencia, como las fuerzas de seguridad del Estado y el sistema judicial. Es cierto, y es un factor a tener en cuenta, que la mayor parte de los periodistas encuestados en el estudio no marcan la línea editorial de su medio, pero sí son quienes construyen las informaciones a través de las que los ciudadanos se informan acerca de los escándalos.

Por otro lado, los periodistas también creen que la cobertura de la corrupción es ideológica y que se priman aquellos casos que afectan a quienes están en el otro lado del espectro político en el que se ubica el medio. Por último, que los periodistas, que son quienes realizan este tipo de informaciones, reconozcan la existencia de estas prácticas, implica que son plenamente conscientes de los sesgos que se dan en la cobertura de escándalos de corrupción. De este modo, sería interesante que los periodistas, además de reconocer esta realidad, tomaran conciencia de ella y de sus amenazas para la sociedad y trabajaran para evitar que los escándalos de corrupción lleguen de una forma sesgada a la audiencia.

## Bibliografía

- Abramowitz, A.I., y Saunders, K.L. (2008). Is polarization a myth? *The Journal of Politics*, 70(2), 542-555. <https://doi.org/10.1017/S0022381608080493>
- Bartolomé Peral, E. y Leonisio Calvo, R. (2022). La hegemonía de los partidos políticos. El partidismo como factor clave que explica la autoubicación en la escala izquierda-derecha: evidencia desde España. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 179, 21-38. <https://www.jstor.org/stable/27159118>
- Boxell, L., Gentzkow, M., y Shapiro, J. M. (2017). Greater Internet use is not associated with faster growth in political polarization among US demographic groups. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(40), 10612-10617. <https://doi.org/10.1073/pnas.1706588114>
- Casal-Bertoa, F. C. (2019). Causas y consecuencias de la polarización. *Cuadernos de Pensamiento Político*, (64), 5-16. <https://www.jstor.org/stable/26822524>
- Casero-Ripollés, A. (2012). El periodismo político en España: algunas características definitorias. En A. Casero-Ripollés, (ed.), *Periodismo político en España: Concepciones, tensiones y elecciones* (pp.19-46). Sociedad Latina de Comunicación Social. <https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/73587/CAL33Casero.pdf?sequence=6>
- Casero-Ripollés, A., y López-Rabadán, P. (2019). With or without you: The role of personal affinity in relationships between journalists and politicians in Spain. *Journalism*, 20(7), 943-960. <https://doi.org/10.1177/1464884916688288>

- Díaz Nosty, B. (2011). Libro negro del periodismo en España. Cátedra UNESCO de Comunicación-Universidad de Málaga, Asociación de la Prensa de Madrid.
- Esser, F., y Hartung, U. (2004). Nazis, pollution, and no sex: Political scandals as a reflection of political culture in Germany. *American behavioral scientist*, 47(8), 1040-1071. <https://doi.org/10.1177/0002764203262277>
- Farias Batlle, P., y Gómez Aguilar, M. (2011). El estado de la profesión periodística y la crisis de los medios en España. *Razón y Palabra*, (77), 1-19. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520010096.pdf>
- Fiorina, M.P., Abrams, S.J., y Pope, J.C. (2010). *Culture War? The Myth of a Polarized America*. Longman.
- Fiorina, M.P. (23 de junio 2014). Americans have not become more politically polarized. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2014/06/23/americans-have-not-become-more-politically-polarized/>
- Gidron, N., Adams, J. y Horne, W. (septiembre, 2018) *How ideology, economics and institutions shape affective polarization in democratic polities* [presentación de artículo]. Annual conference of the American political science association, Boston, Estados Unidos. <https://ces.fas.harvard.edu/uploads/files/events/GAH-Affective-Polarization-in-Democratic-Polities.pdf>
- Hallin, D.C., y Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J., y de Beer, A. (2019a). Exploring the Worlds of Journalism: An Introduction. En T. Hanitzsch, F. Hanusch, J. Ramaprasad, y A. de Beer (eds.), *Worlds of journalism: Journalistic cultures around the globe* (pp. 1-21). Columbia University Press. <https://cup.columbia.edu/book/worlds-of-journalism/9780231186438>
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J., y de Beer, A. (eds.) (2019b). *Worlds of journalism: Journalistic cultures around the globe*. Columbia University Press. <https://cup.columbia.edu/book/worlds-of-journalism/9780231186438>
- Humanes, M. L., Martínez-Nicolás, M., y Saperas, E. (2013). Political journalism in Spain. Practices, roles and attitudes. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19(2), 715-731. [http://dx.doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2013.v19.n2.43467](http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.n2.43467)
- Iyengar, S., Sood, G., y Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology: A social identity perspective on polarization. *Public opinion quarterly*, 76(3), 405-431. <https://doi.org/10.1093/poq/nfs038>
- Körösenyi, A. (2013). Political polarization and its consequences on democratic accountability. *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, 4(2), 3-30. <https://doi.org/10.14267/cjssp.2013.02.01>
- Kubin, E., y von Sikorski, C. (2023). The Role of Media in Political Polarization | The Complex Relationship Between Media and Political Polarization: Understanding How the Media Can Affectively (De)Polarize Citizens. *International Journal of Communication*, 17, 5207-5222. <https://doi.org/1932-8036/20230005>
- Kubin, E., y von Sikorski, C. (2021). The role of (social) media in political polarization: a systematic review. *Annals of the International Communication Association*, 45(3), 188-206. <https://doi.org/10.1080/23808985.2021.1976070>
- Levendusky, M. S. (2013). Why do partisan media polarize viewers?. *American journal of political science*, 57(3), 611-623. <https://doi.org/10.1111/ajps.12008>
- Levendusky, M., y Malhotra, N. (2015). Does media coverage of partisan polarization affect political attitudes?. *Political Communication*, 33(2), 283-301. <https://doi.org/10.1080/10584609.2015.1038455>

- Malem, J. F. (1997). El fenómeno de la corrupción. En F. Laporta, F. y S. Álvarez, (Eds.), *La corrupción política* (pp.71-90). Alianza,
- Mancini, P. (2019). Corruption scandals and the media system. En H. Tumber, H. y S. Waisbord, (Eds.), *The Routledge companion to media and scandal* (pp. 466-474) Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781351173001>
- Masip, P., Suau Martínez, J., y Ruiz, C. (2020). Percepciones sobre medios de comunicación y desinformación: ideología y polarización en el sistema mediático español. *El Profesional de la información*, 29(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.27>
- Mason, L. (2018). Losing Common Ground: Social Sorting and Polarization. *The Forum*, 16(1), 47-66. <https://doi.org/10.1515/for-2018-0004>
- McCoy, J., Rahman, T., y Somer, M. (2018). Polarization and the global crisis of democracy: Common patterns, dynamics, and pernicious consequences for democratic polities. *American Behavioral Scientist*, 62(1), 16-42. <https://doi.org/10.1177/0002764218759576>
- Müller, P., Schemer, C., Wettstein, M., Schulz, A., Wirz, D. S., Engesser, S., y Wirth, W. (2017). The polarizing impact of news coverage on populist attitudes in the public: Evidence from a panel study in four European democracies. *Journal of Communication*, 67(6), 968-992.  
<https://doi.org/10.1111/jcom.12337>
- Oller Alonso, M. (2017). Comparison between the journalistic cultures of Switzerland, Spain and Ecuador: the effects of context influences on the journalists' perception of professional roles and the idea of objectivity. *Intexto*, (33), 90-132, <https://doi:10.19132/1807-8583201533.90-132>
- Ortiz-González, A., & Berganza, R. (2023). La personalización como estrategia editorial en la cobertura de escándalos políticos: el caso de la monarquía española. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(3), 533-542. <https://doi.org/10.5209/esmp.87185>
- Ortiz-González, A. y Berganza, R. (2022). Political scandals, media systems, and ideological polarization: the case of the emeritus King Juan Carlos I. *Communication & Society*, 35(4), 185-199  
<https://doi.org/10.15581/003.35.4.185-199>
- Prior, H. (2015). The Political Scandal as a Narrative Experience. *Brazilian journalism research*, 11(2), 92-109. <https://doi.org/10.25200/BJR.v11n2.2015.847>
- Prior, M. (2013). Media and political polarization. *Annual Review of Political Science*, (16), 101-127.  
<https://www.doi.org/10.1146/annurev-polisci-100711-135242>
- Rodríguez-Virgili, J., Portilla-Manjón, I., y Sierra-Iso, A. (2022). Cuarenta años de polarización ideológica en España. *Revista Empresa y Humanismo*, 25(2), 75-105.  
<https://doi.org/10.15581/015.XXV.2.75-103>
- Sartori, G. (2003). *Partidos y sistemas de partidos: Marco para un análisis*. Alianza
- Schneider-Strawczynski, S., y Valette, J. (2023). Media coverage of immigration and the polarization of attitudes. *IZA Discussion Paper*, (16.881), 1-40.  
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4673964>
- Simón, P. (2021). Two-bloc Logic, Polarisation and Coalition Government: The November 2019 General Election in Spain. *South European Society and Politics*, 25(3-4), 533-563.  
<https://doi.org/10.1080/13608746.2020.1857085>
- Sola-Morales, S., y Zurbano-Berenguer, B. (2019). Discurso mediático y encuadres noticiosos sobre la corrupción política en España. *Convergencia*, 26(79), 1-24.  
<https://doi.org/10.29101/crcs.v0i79.10365>
- Teruel Rodríguez, L. (2016). El impacto de la crisis política y económica sobre la polarización de los medios españoles. *Historia y Comunicación Social*, 21(1), 203-220.  
[https://doi.org/10.5209/rev\\_HICS.2016.v21.n1.52692](https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2016.v21.n1.52692)

Tumber, H., y Waisbord, S. (2004). Introduction: Political scandals and media across democracies, volume I. *American Behavioral Scientist*, 47(8), 1031-1039.  
<https://doi.org/10.1177/0002764203262275>

Valdeón, R. A. (2023). Polarization in the Spanish press: A study of political sectarianism during the COVID-19 pandemic. *Vigo International Journal of Applied Linguistics*, (20), 185-208.  
<https://doi.org/10.35869/vial.v0i20.4358>

Van Dalen, A. (2019). Journalism, Trust, and Credibility. En K. Wahl-Jorgensen, y T. Hanitzsch (eds.), *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 356-371). Routledge.  
<https://doi.org/10.4324/9781315167497-23>

Zamora, R., y Marín Albaladejo, J. A. (2011). Un modelo para analizar la representación simbólica del escándalo de corrupción política desde la teoría del framing: aplicación al ‘caso Umbra. *Pangea. Revista de Red Académica Iberoamericana de Comunicación*, 2(1), 179-206.  
<https://doi.org/10.52203/pangea.v2i1.38>

## Informes y barómetros

Agència Valenciana Antifrau (12 de diciembre de 2022). La Agencia Valenciana Antifraude presenta la 1ª Encuesta de Percepción de la Corrupción en España y la Comunitat Valenciana. Agència Valenciana Antifrau. <https://www.antifraucv.es/la-agencia-valenciana-antifraude-presenta-la-1a-encuesta-de-percepcion-de-la-corrupcion-en-espana-y-la-comunitat-valenciana/>

Asociación de la Prensa de Madrid (2021) Informe Anual de la Profesión Periodística 2021. Asociación de la Prensa de Madrid. [https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2022/10/Informe-anual-Profesion-Periodistica-2021\\_web\\_lite.pdf](https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2022/10/Informe-anual-Profesion-Periodistica-2021_web_lite.pdf)

Asociación de la Prensa de Madrid (2011). Informe Anual de la Profesión Periodística 2011. Asociación de la Prensa de Madrid.  
<https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/Informe%20APM%202011.pdf>

Centro de Investigaciones Sociológicas (2023). Barómetro de Julio 2023 (informe nº 3413). Centro de Investigaciones Sociológicas. <https://www.cis.es/documents/d/cis/es3413marpdf>

Centro de Investigaciones Sociológicas (2022a). Barómetro de Julio 2022 (informe nº 3371). Centro de Investigaciones Sociológicas. [https://www.cis.es/documents/d/cis/es3371sdtm\\_a](https://www.cis.es/documents/d/cis/es3371sdtm_a)

Centro de Investigaciones Sociológicas (2022b). Encuesta sobre tendencias sociales (II) (informe nº3383). Centro de Investigaciones Sociológicas.  
[https://www.cis.es/documents/d/cis/es3383creenciasmt\\_a](https://www.cis.es/documents/d/cis/es3383creenciasmt_a)

Centro de Investigaciones Sociológicas (2021). Barómetro de Julio 2021 (informe nº 3330). Centro de Investigaciones Sociológicas. <https://www.cis.es/documents/d/cis/es3330marpdf>

Centro de Investigaciones Sociológicas (2020). Barómetro de Julio 2020 (informe nº 3288). Centro de Investigaciones Sociológicas. [https://www.cis.es/documents/d/cis/es3288rei\\_a](https://www.cis.es/documents/d/cis/es3288rei_a)

Centro de Investigaciones Sociológicas (2019). Barómetro de Julio 2019 (informe nº 3257). Centro de Investigaciones Sociológicas. [https://www.cis.es/documents/d/cis/es3257rei\\_a](https://www.cis.es/documents/d/cis/es3257rei_a)

Centro de Investigaciones Sociológicas (2018). Barómetro de Julio 2018 (informe nº 3219). Centro de Investigaciones Sociológicas. [https://www.cis.es/documents/d/cis/es3219rei\\_a](https://www.cis.es/documents/d/cis/es3219rei_a)

Centro de Investigaciones Sociológicas (2017). Barómetro de Julio 2017 (informe nº 3183). Centro de Investigaciones Sociológicas. <https://www.cis.es/documents/d/cis/es3183marpdf>

Centro de Investigaciones Sociológicas (2015). Barómetro de Abril 2015. Tabulación por recuento de voto y escala de ideología política (estudio nº 3080). Centro de Investigaciones Sociológicas. [https://www.cis.es/documents/d/cis/es3080rei\\_a](https://www.cis.es/documents/d/cis/es3080rei_a)

Comisión Europea (2023). Eurobarómetro 534. Comisión Europea.  
<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2968>

Ctxt (12 de octubre de 2020). La monarquía divide profundamente a los españoles. *Ctxt*.  
<https://ctxt.es/es/20201001/Politica/33736/monarquia-polarizacion-confianza-corona-encuesta-40fb-cis-ctxt.htm>

Fundación BBVA (2022). Estudio sobre confianza en la sociedad española. Fundación BBVA.  
<https://www.fbbva.es/wp-content/uploads/2022/11/Presentaci%C3%B3n-Estudio-Opini%C3%B3n-P%C3%ABlica-Confianza-2022.pdf>