

Trabajo Fin de Grado

**La prensa sensacionalista en relación con
el referéndum de Grecia. Análisis de la
versión electrónica de El País, Bild y Ta
Nea durante el periodo previo y posterior a
la consulta**

Alumna: Laura García Perera

Tutor: Dr. Juan Jesús Pérez Pérez

Curso académico 2014 - 2015

AVAL FAVORABLE

El Dr. Juan Jesús Pérez Pérez, profesor del Departamento de Ciencias de la
Comunicación y Trabajo Social de la Universidad de La Laguna,

como tutor del Trabajo de Fin de Grado titulado

**“La prensa sensacionalista en relación con el referéndum de Grecia.
Análisis de la versión electrónica de El País, Bild y Ta Nea durante el
período previo y posterior a la consulta”**

y realizado por la alumna Laura García Perera, autoriza su entrega y defensa
dado que reúne los requisitos establecidos en el Reglamento del Trabajo de Fin
de Grado.

San Cristóbal de La Laguna, 7 de septiembre de 2015.



Fdo: Juan Jesús Pérez Pérez

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE /ABSTRACT AND KEY WORDS

Resumen

Esta investigación nace con el objetivo de comprobar cómo se ha tratado el referéndum de Grecia en diferentes medios de comunicación. A raíz de las diferentes críticas de la sociedad hacia los griegos, se ha pretendido estudiar si estas creencias tienen su origen en los medios. Por esta razón, se han localizado las informaciones sobre el país heleno en tres periódicos digitales diferentes: *El País*, español; *Ta Nea*, griego; y *Bild*, alemán, para determinar su grado de carácter sensacionalista. Al ser estos los periódicos más vendidos de sus respectivos países, se podría determinar cuál es la información que más influye en la opinión pública de cada población. Así se podría intuir si la opinión de la sociedad en cada país está determinada por las publicaciones de estos periódicos. Se pretende con este trabajo mostrar el poder de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública y ayudar a la población a ser crítica ante las noticias de los medios de comunicación. El presente trabajo se lleva a cabo en un contexto muy cambiante, puesto que las negociaciones de Grecia con la Unión Europea han seguido durante la realización de este. Por este motivo, nos centramos únicamente en un periodo de tiempo determinado de 15 días. Los resultados más relevantes obtenidos han sido los relacionados con el periódico alemán, debido a que resultó ser el más sensacionalista de los estudiados. Tanto el griego como el español no pueden considerarse sensacionalistas debido a la baja cantidad de publicación de noticias de este tipo. Sin embargo, el *Bild* publicó una cantidad alarmante de noticias criticando abiertamente a los griegos utilizando un claro estilo sensacionalista.

Palabras clave: Periodismo sensacionalista, prensa amarilla, crisis económica, referéndum de Grecia, opinión pública.

Abstract

The main objective of this project is to compare and contrast the treatment of news about the Greek referendum in different media. Following the various criticisms emerged in society towards the Greeks, we have attempted to study if these opinions were originated as a result of media influence or not. For this reason, information about the Hellenic country has been gathered from three different newspapers: Spanish *El País*, Greek *Ta Nea*, and the German *Bild*, in order to determine their level of

sensationalism when writing about this matter. Since these are the best selling newspapers in each country, we aim to determine what kind of information is most influential for the public opinion within each population. In consequence, we would be able to identify if society's opinion in each country is determined by these newspaper publications. The aim of this research paper is to prove the power of the media in the creation of public opinion and to help people analyse critically the news that they receive. This project has been carried out within a rapidly changing context since negotiations between Greece and the European Union have continued to develop during the period of time of its realisation. For this reason, we have only focused on a specific period of 15 days during these negotiations. The most relevant results in this research have been collected from the German newspaper, *Bild*, since it represents the most sensationalist of the three newspapers analysed in this case. On the other hand, both the Greek and Spanish online newspapers cannot be considered sensationalist, as the percentage of news articles published by them using sensationalist style of writing is very low. However, the *Bild* published an alarming amount of news openly criticizing the Greeks in a sensationalist manner.

Key words: Sensationalist journalism, yellow press, economic crisis, Greek referendum, public opinion.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	7
1. 1. Justificación de la investigación.....	8
1. 2. Preguntas de investigación, hipótesis y objetivos.....	10
2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN	11
2. 1. Origen de la crisis griega.....	11
2. 2. Orígenes y evolución del periodismo sensacionalista.....	14
3. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO	18
4. METODOLOGÍA	26
4. 1. Modelo de ficha de la bibliografía.....	29
4. 2. Modelo de ficha de las noticias.....	30
5. ANÁLISIS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS	31
5. 1. <i>El País</i>	32
5. 2. <i>Bild</i>	36
5. 3. <i>Ta Nea</i>	44
5. 4. Análisis comparativo.....	49
6. CONCLUSIONES	56
7. DISCUSIÓN	58
8. BIBLIOGRAFÍA	60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. El País (Cantidad de noticias sensacionalistas).....	32
2. El País (Noticias con titular sensacionalista).....	34
3. El País (Noticias con imagen).....	34
4. Bild (Cantidad de noticias sensacionalistas).....	36
5. Bild (Noticias con titular sensacionalista).....	41
6. Bild (Noticias con imagen).....	42
7. Ta Nea (Cantidad de noticias sensacionalistas).....	44
8. Ta Nea (Noticias con titular sensacionalista).....	46

9. Ta Nea (Noticias con imagen).....	47
10. Análisis comparativo de la cantidad de noticias sensacionalistas.....	49
11. Análisis comparativo de noticias con titular sensacionalista.....	50
12. Análisis comparativo de las noticias con imagen.....	52
13. Total de imágenes.....	52
14. Media del total de palabras de las noticias.....	54

1. INTRODUCCIÓN

La necesidad de informar y de estar informado es inherente al ser humano y a la sociedad en su conjunto. El periodismo cumple esta función y gracias a él es posible conseguir un aumento de la cultura en la sociedad y una mayor consciencia de lo que ocurre a nuestro alrededor, a la vez que un mayor contacto entre poblaciones geográficamente muy separadas. Este permite conocer el mundo y lo que sucede en él. Sin embargo, también existe el periodismo en su faceta más deleznable.

Cuando surge una mejora en la sociedad siempre aparece su resultado antagónico. En el caso del periodismo, podríamos afirmar que su otra versión, desgraciadamente muy frecuente hoy en día, es el periodismo sensacionalista. Este se encarga de distorsionar la realidad, de manipularla y de infundir opiniones en las personas que nada tienen que ver con lo que realmente ocurre, transforma los hechos, venera a personas y hunde con las más duras críticas a otras.

Este tipo de periodismo está muy presente en nuestra vida diaria y surge a raíz de la necesidad de generar más beneficios debido a que este tipo de información vende. Nos lo encontramos en revistas del corazón o en programas televisivos, pero también en medios tan valorados como son los periódicos. No se afirma que este tipo de periodismo esté presente en todos los medios escritos habidos y por haber pero sí es verdad que una cantidad preocupante publica informaciones escandalosas dignas de periodismo “amarillista”, como se le llamaba en sus orígenes en América.

Ningún hecho está a salvo de este tipo de publicaciones, ni siquiera algo tan delicado y que tanto ha hecho sufrir a una población como es el caso de la crisis de Grecia. Este país lleva cargando a sus espaldas una delicada situación económica que se extiende desde los mismos inicios de la crisis mundial y que parece que no tiene un fin próximo. Muchas son las portadas de periódicos internacionales que sobre este país se han ido llenando desde los inicios de la crisis, sobre todo por la realización del referéndum griego, propuesto por el Primer Ministro Alexis Tsipras, que dejaba en manos de la población decidir si seguir aceptando o no las medidas de austeridad propuestas por Europa para que, por fin, este país pueda ahorrar el dinero que debe devolver.

Se han analizado tres periódicos diferentes: uno alemán, por ser el país europeo más importante en las negociaciones; uno español, para conocer las noticias que en nuestro país se publican al respecto y uno griego, para contrastar las publicaciones de este país con las de los otros, ajenos, en parte, a las dificultades del día a día en Grecia. Hemos leído en algunas ocasiones críticas hacia los griegos y hacia la gestión de su economía; también hemos oído diversas opiniones y muchas de ellas negativas hacia el pueblo heleno, algunas de estas descalificaciones son: los griegos son vagos, no trabajan, despilfarran el dinero de la Unión Europea, etc. ¿Están fundamentadas las críticas negativas generalizadas sobre los ciudadanos griegos? Podría ser así o también podría ser que estuviéramos asistiendo a una campaña sensacionalista de desprestigio de este país.

1.1 Justificación de la investigación

El periodismo es una profesión que conlleva una enorme responsabilidad. Algunos acontecimientos de la Historia se han determinado, en parte, por lo que se ha publicado en los medios de comunicación. Los periodistas tienen en sus manos un gran poder en el manejo de la información y han de tener cuidado en utilizarla de manera correcta, es decir, informar de manera objetiva y eficaz. Muchas veces al desvío en el camino de informar adecuadamente se le podría considerar como sensacionalismo, un tipo de periodismo muy presente en la sociedad actual.

Es evidente que la crisis de Grecia ha sido un tema muy presente en la actualidad informativa desde que comenzó la crisis económica mundial en 2009. Últimamente, las negociaciones entre el país y los acreedores, así como los paquetes de ayuda y la convocatoria del referéndum griego, han ocasionado que el país tenga una mayor presencia en los medios de comunicación que otros. Esto se refleja principalmente en los días previos y posteriores a la realización de la consulta, debido a su gran relevancia internacional.

Algunos países con características similares a Grecia en cuanto a la situación de su economía han conseguido, de un modo u otro, salir adelante. No obstante, este país parece no avanzar y precisar de ayudas externas para poder rescatar su economía. Esta

situación ha llevado a que sean muchas las críticas sobre el país y sus ciudadanos, opiniones que surgen tanto en columnas de periódicos hasta en conversaciones particulares, señalando a los griegos como los eternos culpables de su situación.

A raíz de esto nos preguntamos: ¿están fundamentadas las críticas hacia esta población? Podría ser cierto que algunas de estas descalificaciones fueran acertadas en el sentido de que los griegos sean vagos y despilfarradores y, por ello, no hacen un buen uso del dinero que consiguen prestado de la UE. No obstante, son otros los que culpan a Europa de no dejar a Grecia progresar, asfixiándola con medidas de austeridad cada vez mas duras.

Muchas son las opiniones negativas que podemos escuchar sobre los griegos, aunque también las hay positivas. Se ha considerado importante estudiar el origen de esta forma de opinar y si está realmente fundamentada. Además, con el estudio de los medios de comunicación con más audiencia de España, Alemania y Grecia se podrá determinar, mediante el análisis de las noticias, la opinión mayoritaria de cada país.

Se ha considerado importante realizar este estudio debido a que se trata de un asunto de gran importancia internacional que nos afecta a todos y, en ciertos casos, los desenlaces vienen ocasionados por la opinión pública de la población que es generada, en gran medida, por los medios de comunicación.

Se considera significativo estudiar la manera en la que las publicaciones de estos medios están influyendo en la sociedad y, en consecuencia, en la evolución de los acontecimientos. Este estudio, además, se enfoca en mostrar el tratamiento inadecuado de la información en algunos medios. Se pretende ayudar a las personas a ser observadoras y críticas en la lectura de los medios de comunicación y, a su vez, a los periodistas. Es necesario que estos comprendan la influencia de la que disponen y también que aprecien la importancia de la información que publican y el perjuicio que puede llegar a causar.

1.2 Preguntas de investigación, hipótesis y objetivos

A continuación se señalan las preguntas que han surgido previas a la realización del trabajo, así como las hipótesis que se plantean y los objetivos que se pretenden cumplir con la elaboración del mismo.

Preguntas de investigación

1. ¿Han publicado estos medios europeos noticias sensacionalistas sobre Grecia?
2. ¿En qué medida han afectado estas noticias en la opinión pública?
3. ¿Están fundamentadas las críticas negativas generalizadas sobre los ciudadanos griegos?

Hipótesis

1. Los medios europeos elegidos han publicado noticias sensacionalistas sobre la crisis griega en el periodo de tiempo comprendido para el estudio.
2. El periódico griego, *Ta Nea*, ha escrito noticias extremadamente favorables para su país en cuanto a la situación.
3. El periódico español, *El País*, ha sido el que más neutro se ha mantenido de los tres, sin implicarse en exceso a favor o en contra de los griegos con un mínimo de noticias sensacionalistas o ninguna.
4. El periódico alemán, *Bild*, ha sido el más sensacionalista de los tres y el que más ha criticado a la población griega.

Objetivos

1. Comprobar la cantidad de sensacionalismo existente en el periodo comprendido para el estudio en los tres medios de comunicación seleccionados; *El País*, *Bild*, y *Ta Nea*.
2. Comprobar el poder del que disponen los medios de comunicación en la formación de la opinión pública.
3. Contribuir a que la población sea más crítica ante las noticias de los medios de comunicación.

2. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN

En este trabajo se investigarán las noticias sensacionalistas que surgieron en tres medios europeos: *Bild*, *Ta Nea* y *El País*, en torno al referéndum celebrado en Grecia el 5 de Julio de 2015 en el que se preguntaba a la sociedad griega si estaba dispuesta a aceptar las nuevas condiciones de la Unión Europea (UE) que incluían planes de austeridad más agresivos. Al ser este nuestro objeto de estudio, debemos enfocar la historia de la investigación en dos partes, esto es, los antecedentes históricos de la crisis griega y los del periodismo sensacionalista.

2.1 Origen de la crisis griega

Para poder explicar los antecedentes de la crisis del país heleno, debemos situarnos en los inicios de la crisis económica internacional de 2008 – 2009. La burbuja inmobiliaria en el mercado norteamericano fue lo que originó la crisis que rápidamente se expandió por Europa y el resto del mundo. El continente europeo fue uno de los más afectados, ya que el endeudamiento público en economías como las de Grecia, España, Irlanda, Italia y Portugal empeoró. Estos países son conocidos como “PIIGS” como sinónimo de países de la crisis del euro. No son los únicos que tienen deuda en la UE, sin embargo son los que más tienen y, por lo tanto, los que más “problemas” han causado en la recuperación de la crisis económica. (López, Rodríguez, y Agudelo, 2010).

Desde su entrada en la UE, el gobierno heleno, puesto que apenas había grandes intereses financieros en el desarrollo económico de Grecia, se dedicó a crear las condiciones necesarias para el crecimiento del país, que incluía puertos, equipos de telecomunicaciones, carreteras, etc. Para lograrlo, Atenas recurrió al crédito, por lo que mientras el país crecía económicamente, la deuda aumentaba de forma paralela. Sin embargo, la crisis económica internacional sacó a la luz numerosos problemas estructurales en las economías de países que, hasta ese momento, parecían ir bien encaminados en sus actividades financieras. En este sentido, se produjo una revalorización del riesgo del crédito en los mercados financieros, lo que produjo un cese del acceso al crédito para Grecia cuando la inversión en este país cayó y Atenas tuvo que recurrir a la ayuda de la Unión Europea. (Stephan y Stützle, 2014).

Comparando el caso de Grecia con el caso Español, en el desarrollo de la crisis económica, aunque España y Grecia sean dos de los países con más deuda, esta no se ha originado de la misma manera en ambos. En España, el sector más afectado fue el privado. En este caso, los bancos fueron los que concedieron préstamos y contribuyeron al *boom* inmobiliario español. Sin embargo, el caso de Grecia es diferente y es que la crisis en este país afectó a las finanzas públicas. Es decir, en Grecia, fue el gobierno el que especuló con préstamos para conseguir un crecimiento económico, mientras que en España esta acción se llevó a cabo con capital privado. Por esta razón el gobierno griego, y consecuentemente sus ciudadanos, se han ganado en Alemania - país que destina gran parte de los préstamos a Grecia – la reputación de ser perezosos y corruptos, originando una opinión pública tanto en Alemania como en el resto de Europa muchas veces errónea, de lo hablaremos más adelante. (Stephan y Stützle, 2014).

Centrándonos en Grecia, entre el año 2000 y el año 2007, la economía del país se presentaba en buena forma frente a la de los demás países de la Unión Europea ya que la tasa promedio de su economía fue superior a la del promedio de los países miembros. Sin embargo, cuando Grecia pasó a formar parte de la zona euro, el gobierno griego se endeudó y comenzó un incremento del gasto público, en gran medida por la organización de los Juegos Olímpicos de 2004. Esta nueva situación convirtió a Grecia en un país vulnerable frente a los acontecimientos como el de la crisis económica. A pesar de esto, nadie supo la verdadera situación del país hasta que, en 2009, en pleno inicio de la crisis, se produjo un cambio de gobierno. (*El País*, 2011).

Tres años más tarde de su adhesión a la zona euro, en el año 2004, subió al poder en el país heleno el partido *Nueva Democracia*, con Kostas Karamanlis como Primer Ministro. Este fue el inicio de una serie de problemas que acompañarán a Grecia durante toda la crisis y hasta las negociaciones actuales que tiene el país con la Comisión Europea (CE), el Banco Central Europeo (BCE) y el Fondo Monetario Internacional (FMI), un grupo de organismos europeos llamado coloquialmente como *Troika*.

Durante el gobierno de Karamanlis se produjo un manejo irresponsable de las finanzas públicas acompañado por problemas de corrupción y de abuso de poder, además se

manipulaban las cuentas para que al presentar los informes a la Unión Europea no se reflejara la gravedad de la situación. Fue a finales de 2009 cuando Yorgos Papandreu llegó al poder, liderando el partido denominado *Movimiento Socialista Panhelénico* (PASOK) y destapó todos los engaños que se habían producido bajo el mandato del partido predecesor.

Desde el momento en el que se conoce la verdadera situación en el país, es decir, desde el inicio de la crisis económica, Grecia no ha dejado de ocupar un lugar importante en los medios de comunicación, ya sea por las negociaciones sobre las ayudas financieras con la Unión Europea o por las diferentes huelgas y manifestaciones que ha vivido el país, algunas más violentas que otras. En el transcurso de esta investigación el Primer Ministro que tuvo la atención mediática fue Alexis Tsipras, que comenzó su gobierno el 26 de enero de este mismo año, liderando un partido político conocido como *Syriza* (Coalición de la Izquierda Radical). Con él continuaron las negociaciones sobre la devolución de la deuda a la Unión Europea. Sin embargo, este nuevo líder resultó algo más polémico que los anteriores.

Las huelgas y las manifestaciones, que se han ido produciendo en el país, tienen el fin de protestar en contra de las medidas de austeridad que la Unión Europea ha ido imponiendo al país como medida de ahorro para que sea capaz de devolver la deuda en los plazos previstos. (Lamet, 2010). Varios planes de austeridad han sido aprobados por el gobierno griego desde el año 2010. Entre las medidas previstas en el Plan de Estabilidad, se contemplaba la subida del IVA, de entre el 0,5% y el 2% según los productos, la reducción de contratación de funcionarios, el aumento de los impuestos, recortes en los salarios, en las pensiones y en el sector público entre otros. (Cerezal, 2015). Con esto, tras unas nuevas medidas de rescate propuestas por la Unión Europea, el nuevo gobierno propuso el pasado 27 de junio, como respuesta, un referéndum para que los griegos decidiesen si aceptaban o no estas medidas. El resultado, que fue conocido el 5 de julio, mostraba que más del 60% de los votantes estaba en contra de aceptar las nuevas directrices, una decisión popular promovida por Tsipras.

Los medios de comunicación juegan un papel muy importante en cómo la sociedad vive la realidad o un determinado suceso. Grecia ha sido noticia en los medios desde que comenzó la crisis y últimamente ha estado ocupando todas las portadas de los diferentes

diarios europeos debido a la importancia de su situación, puesto que nos influye a todos. Muchos son los que están a favor de los griegos y muchos otros los que los critican por considerar que son los culpables de este escenario al no cumplir las medidas de ahorro que otros países sí han realizado durante la crisis. Como son muchas las opiniones en la ciudadanía europea sobre la situación en Grecia, también son numerosas las opiniones que aparecen en los diferentes medios de comunicación. Algunos medios europeos resultan objetivos en cuanto a las informaciones que publican. Sin embargo, otros están utilizando las noticias de Grecia de manera sensacionalista e influyen en la sociedad de diferente forma. Consideramos interesante estudiar las diferentes noticias que han surgido con este tema y la cantidad de sensacionalismo que incluyen, así como la influencia que tienen en la sociedad y en el transcurso de los acontecimientos, ya que no es la primera vez que el sensacionalismo cambia la opinión pública o genera conflictos.

2.2 Orígenes y evolución del periodismo sensacionalista

El sensacionalismo presente en los medios de comunicación no puede llamarse periodismo y aunque esta práctica tiene décadas de antigüedad y una mala reputación en la sociedad, aun no se ha eliminado. Se intentará, además de analizar el sensacionalismo sobre el tema de Grecia, mostrar el poder del que disponen los medios de comunicación en la formación de opinión pública. Para poder entender mejor el tipo de informaciones que vamos a estudiar en este trabajo y bajo qué características vamos a determinar si una noticia es sensacionalista o no, se realizará una breve explicación sobre los orígenes de esta manipulación mediática.

En el siglo XIX, tanto en Europa como en América del Norte, surgieron una serie de factores en la sociedad fomentados por la consolidación del industrialismo y la urbanización. En este contexto, surge una sociedad de masas que precisa de un nuevo tipo de hacer periodismo. Se incrementó el número de lectores, no solo por la ampliación en la producción, sino también por el nacimiento de un nuevo tipo de vida y de cultura social que precisaba de información. En este sentido, el periodismo sensacionalista se va gestando con la aparición de la sociedad de masas, puesto que antes estaba destinado únicamente para unos pocos privilegiados. No obstante, con el acceso a la educación y un mayor número de lectores en la sociedad, el contexto cambió. (Alonso, 2007). Los editores de diferentes periódicos eran conscientes del

potencial de este nuevo público y decidieron realizar cambios en sus publicaciones que eran necesarios para lograr llegar a esta nueva sociedad. Se produce entonces una revolución en la prensa convirtiéndose en un objeto de consumo popular. Para poder vender un mayor número de periódicos sin que se viesen perjudicadas las ganancias incluyeron la publicidad para que pagase parte de las publicaciones. Además de esto, se daba más importancia a noticias locales, relatos de interés humano y a los sucesos, hechos que más adelante darían lugar también a un sensacionalismo mediático. Surge así el periodismo como negocio. (Redondo, 2013).

Todo esto fue gestando un nuevo tipo de hacer periodismo que, más adelante, daría lugar a la prensa sensacionalista. El origen de este tipo de prensa se sitúa a finales del siglo XIX en Estados Unidos. Los principales medios estaban controlados por unos pocos magnates de la comunicación que dejaron de lado la ética y la objetividad periodística para crear un periodismo sensacionalista que fue denominado como “Yellow Press” o prensa amarilla. Entre estos destacaban, por encima del resto, William Randolph Hearst y Joseph Pulitzer, dueños del *New York Journal* y del *New York World* respectivamente. No solo introdujeron novedades tipográficas, color y nuevas temáticas populares y estilísticas, sino que manipularon la información de sus periódicos hasta el punto de determinar el transcurso de los acontecimientos para vender el mayor número de ejemplares posible y obtener mayores beneficios. (Bolado, 1991).

El mejor ejemplo para esta situación fue la campaña que crearon Pulitzer y Hearst contra España durante la guerra de Cuba y su papel incitando la intervención estadounidense en el conflicto. Un hecho que tuvo mucha repercusión en los periódicos de la época sobre este tema se dio el día 15 de febrero de 1898 cuando se produjo una explosión en el acorazado estadounidense *Maine* en la que más de 200 personas perdieron la vida. Ambos magnates de la comunicación no perdieron la oportunidad y llenaron titulares de sus periódicos culpando a España de lo sucedido, aunque nunca pudo demostrarse que este país hubiese tenido algo que ver. Solo dos meses más tarde, el presidente americano William McKinley decide iniciar la guerra, todo debido a la presión de la opinión pública. Es probable que la guerra se hubiese producido de todas maneras, pero es innegable la actuación de estos periódicos a la hora de manipular la información para vender más ejemplares y en la creación de la opinión pública que propició la guerra. Surge así el sensacionalismo o “prensa amarilla”. (Bolado, 1991).

Este tipo de periodismo se ha manifestado con frecuencia desde aquel entonces y hasta la época actual. Ya en las dos guerras mundiales se originó una fuerte campaña de propaganda que podría asemejarse al periodismo sensacionalista en la manipulación, en la formación de opinión pública, en titulares extravagantes y en las imágenes impactantes e irreales. En la Primera Guerra Mundial, se descubrió que la opinión y la moral popular eran muy importantes para ganar la guerra por lo que los países utilizaron estas técnicas. Estas se emplearon sin pudor con manipulación y mucha censura para mostrar la peor parte, en la mayoría de los casos inventada, de los países enemigos, para así ganar el favor de la sociedad creando un sentimiento general de unidad frente a los países contrincantes. Aunque al final de la guerra muchos mantuvieron una imagen negativa de la propaganda, esta se ha repetido a lo largo de la historia en las diferentes guerras. (Curros y Leite, n.d.)

En la Segunda Guerra Mundial, un ejemplo muy claro es el caso del doctor nazi Joseph Goebbels. Este fue, como muchos indican, un maestro de la manipulación y el cinismo, creó una red de informadores por todo el país para recabar los datos de diferentes partes, centralizó el suministro de información para que todos los medios alemanes publicasen lo que el iba dictando e inventaba hechos falsos para posicionar a la opinión pública alemana en contra de los países vecinos como por ejemplo la creación de titulares engañosos sobre agresiones polacas a alemanes: “¡Una familia inocente apaleada”. (Bilbao, n.d.)

No obstante, estas técnicas de manipulación de la información y de influencia - a favor de ciertos intereses - en la opinión pública no quedan tan atrás como los ejemplos que se han mostrado. Otro caso de manipulación mediática en la guerra nos lo encontramos entre 1990 y 1991 en la Guerra del Golfo Pérsico. Este conflicto se produjo por la invasión y anexión de Kuwait por Irak y enfrentó a este país y a un conjunto de 31 naciones dirigidas por Estados Unidos. En este conflicto la generadora de opinión pública y la que manipuló la información fue la cadena de informativos *CNN*. Este medio de comunicación relató la guerra como si de un videojuego se tratase, mostrando, en vez de imágenes reales de guerra, unos vídeos de cómo se alcanzaban los blancos con imágenes de luces y el estruendo del impacto del misil. Se conseguía así mostrar las victorias de los Estados Unidos en el conflicto, pero incluyendo únicamente imágenes que la gente aceptaría, pareciendo que no estaban “dañando” a nadie. Se manipuló así a

la población a favor del conflicto y se vendió de esta manera una guerra “limpia”. (Maydana, 2008)

Poco a poco, este tipo de prácticas se hicieron comunes en Europa, buscando siempre el beneficio económico, vendiendo más ejemplares o llegando a una mayor cantidad de gente mediante la publicación de noticias manipuladas para impactar al espectador. En España, la introducción del sensacionalismo tuvo un camino más lento. En la mayor parte del siglo XIX, predominó una prensa política con una fuerte carga ideológica. No es hasta la década de los 80 cuando aparece un tipo de prensa informativa de periodismo popular. (Redondo, 2013)

Como en la mayoría de los casos, el periodismo en España se vio condicionado por el éxito de ventas, para obtener mayores beneficios y hacer las publicaciones más baratas se incluyó la publicidad en los periódicos y surgen de este modo las primeras agencias de publicidad. Esta forma de periodismo será la que acabe imponiéndose y también un cambio en los diarios tanto estilístico como en el tratamiento de los temas que se convirtieron en temas populares y menos “serios”. Uno de los hechos que dio origen a la prensa sensacionalista en nuestro país fue el crimen de la calle Fuencarral en Madrid en 1888. Este crimen consiguió llegar a muchos espectadores y llenar varias páginas de los periódicos debido al morbo con el que se trató, un seguimiento de la noticia digno de periodismo sensacionalista. Los periódicos seguían de cerca los acontecimientos y especulaban sobre el posible autor del crimen, careciendo de objetividad y haciendo un tipo de periodismo que nada tiene que ver con el que se considera de calidad. (Redondo, 2013)

Con el estallido de la Guerra Civil en 1936 se produjo un gran cambio en los medios de comunicación tal y como se conocían, puesto que hubo mucha censura y se limitó la libertad de expresión. Los periódicos se convirtieron casi en exclusiva en altavoces de las ideas de los bandos tanto nacionales como republicanos. Mas adelante, tras la dictadura de Franco, el periodismo sensacionalista se ha consolidado en España tanto en revistas como en programas de televisión e informaciones deportivas, pero actualmente nuestro país goza de un periodismo escrito de calidad si se compara con países de su entorno. (Redondo, 2013)

3. ESTADO DE LA CUESTIÓN Y MARCO TEÓRICO

Es difícil establecer la situación actual de Grecia ya que se encuentra en un contexto muy delicado de negociaciones que va cambiando cada día. Sin embargo, tras el referéndum, se mantiene esa situación de crisis en el país, que parece que no va a mejorar en un futuro próximo. Actualmente, Grecia se encuentra en una situación en la que continúan las negociaciones en lo referente a los rescates por parte de la Unión Europea.

En cuanto al estado actual del periodismo sensacionalista, se estudiará en parte en este trabajo. Sin embargo, ya se pueden afirmar ciertos hechos sobre este tipo de publicaciones. El periodismo sensacionalista en España difiere del de muchos países de Europa. En nuestro país tenemos la suerte de que los periódicos impresos – al menos los más vendidos – gozan de calidad periodística en sus informaciones. No obstante, en el resto de países europeos parece no ser así. Sin ir más lejos está el periódico más vendido de Alemania, al que nos hemos referido con anterioridad, el *Bild*, además de ser bastante polémico, es famoso por su descarado sensacionalismo tanto en la propia Alemania como en el resto de Europa.

También otros países como Austria, Holanda o, sin ser de la UE, Estados Unidos, poseen diarios populares sensacionalistas que están fuertemente consolidados. Para mostrar un ejemplo cercano, en Inglaterra la prensa más vendida también posee un carácter sensacionalista. (Redondo, 2013). En este país, la prensa a veces llega hasta tal punto que se ha visto en la necesidad de pedir disculpas al verse involucrados en diferentes pleitos. (Márquez, 2008)

A pesar de esto, que en España no se dé sensacionalismo en los periódicos es debido a que este tipo de “periodismo” se encuentra en las revistas del corazón - denominado prensa rosa - y en los programas de televisión (Redondo, 2013), que al tener tanto grado de manipulación y sensacionalismo en los medios se han ganado el nombre de “programas basura”. Por lo tanto, este es un fenómeno propio de este país de alguna manera, ya que este tipo de noticias en otros países de nuestro entorno son publicadas en medios que deberían tener un carácter más profesional.

Son varios los autores que se han pronunciado respecto a este tema, tanto en el caso de Grecia y la crisis como en el del periodismo sensacionalista. La eurozona se formó en parte como una competencia monetaria internacional frente al dominante dólar estadounidense. Con la crisis, esta estructura europea se ha visto perjudicada y son algunos los que opinan que no fue buena idea la creación de una única moneda para los países europeos, sobre todo con la interminable crisis griega.

Para Krugman (2015), Premio Nobel de Economía y columnista del *The New York Times*, esta es una realidad, puesto que afirma que “hace tiempo que es obvio que la creación del euro fue un craso error. Europa nunca tuvo las condiciones previas para una única moneda con éxito”. Aunque también considera que no por eso se deba destruir el euro, y se pregunta “¿significa esto que la creación del euro ha sido un error? Bueno, sí, pero no es lo mismo que decir que debería eliminarse una vez que se ha creado”.

También son muchas las opiniones que surgieron sobre Grecia en lo referente a su crisis. El periodista de *El Diario*, Escolar (2015), afirma que

La gestión económica del país ha sido desastrosa desde hace décadas. Los grandes partidos aprovecharon el dinero fácil que llegaba de Europa para crear una red clientelar y mantener políticas populistas con las que perpetuarse en el poder.

Es cierto que Grecia no es precisamente el país que mejor ha llevado la gestión en el gobierno, ha padecido con anterioridad casos de corrupción y manejo de las finanzas públicas muy graves que la han llevado a donde está ahora.

Sin embargo, en cuanto al encubrimiento de las cuentas reales del gobierno de Karamanlis, Kauffman – doctor en economía y periodista alemán - y Stützle – politólogo - explican en su libro *¡Vended vuestras islas griegas arruinados!* (2014, p. 35) que no solo fue culpa del gobierno griego, sino que era conocido por Alemania y que el objetivo era reunir a la mayor cantidad de países dentro de la unión:

El regente desde 2004 es Kostas Karamanlis, un confidente de la canciller Angela Merkel. Además, el objetivo de varios países era básicamente incluir en la UE tantos estados como se pudiera con el fin de dar a la moneda común un

mayor impacto económico. El euro es un proyecto rival del dólar, que busca oponer a los Estados Unidos una cuarta parte de la economía mundial.

En cuanto a las acciones del gobierno griego, también se han pronunciado otros autores. Son muchos los que critican a Grecia por la mala gestión de su gobierno y el periodista de *Expansión*, Roig (2012), considera lo siguiente:

Hagan cuentas y díganme si el problema de Grecia es el salvaje neoliberalismo y Merkel [...] o una política económica y social totalmente aberrante e irresponsable aplicada durante décadas. Lo siento, pero yo no estoy con esa Grecia.

A pesar de esto, son otros los que se posicionan en el bando contrario y atacan a la Unión Europea en vez de al país heleno. La visión de Krugman (2015) es diferente:

Hemos de darnos cuenta de que la mayoría [...] de lo que hemos oído sobre el derroche y la irresponsabilidad de Grecia es falso. Sí, el gobierno estaba gastando por encima de sus posibilidades en los últimos años. Pero desde entonces ha cortado los gastos repetidamente y ha subido los impuestos.

También Kauffman (2014, p. 36) ha defendido a este país:

No se puede, basándose en el excesivo déficit, deducir que Grecia no ahorra. Lo hace, y en verdad, de una forma brutal. Debido a las medidas de austeridad, la población ha perdido desde comienzos del 2010 un promedio de casi el 20% de sus ingresos.

Además, Kauffman (2014, p. 37) también afirmó que “el problema de Atenas no es el exceso de gasto sino el programa de austeridad.”

Desgraciadamente, este pasado de Grecia le está pasando factura ahora y es que aunque el país ahorre no consigue salir del agujero y la mala actuación pasada del gobierno se ha extrapolado a sus ciudadanos, que son vistos casi de la misma manera por muchos, en especial, por la prensa alemana. Kauffman (2014, p. 9) afirma que “con la ayuda de Grecia, la población helena se ha ganado en Alemania la reputación de ser perezosa, totalmente corrupta y, de alguna manera, poco solvente”. También afirma que:

En Alemania, la opinión predominante es que Grecia es la culpable de su desgracia. En primer lugar, el país había engañado a la zona euro; en segundo lugar, el gobierno había estado gastando demasiado y, por regla general, sus ciudadanos habían trabajado muy poco. (Kauffman, 2014, p.19)

Kauffman y Stützle (2014) defienden en su libro a Grecia y consideran que las informaciones que se han publicado en medios de comunicación alemanes no corresponden con la realidad.

Estos autores, en su obra, se centran en las noticias sensacionalistas que han surgido sobre el tema de Grecia, en especial las noticias sobre el diario alemán *Bild*, el cual investigaremos más adelante. Algunos de los titulares que afirman que este periódico ha publicado son: “Los griegos tramposos hacen caer nuestro euro” (02/03/2010), “Estamos pagando las pensiones de lujo de los griegos” (27/04/2010) y “Al final habrá que expulsar a los griegos de la zona euro” (17/02/2012). Estos son solo unos ejemplos de la cantidad de titulares sensacionalistas que publica el *Bild* y que contribuye a formar una opinión pública, al tratarse del diario más vendido en Alemania y a hacer creer que ciertas afirmaciones sobre los griegos son ciertas. Kauffman y Stützle se encargan de desmentir estas ideas sobre los griegos muy establecidas en parte de la sociedad europea.

Una de los aspectos que se cree popularmente es que “Grecia tiene una deuda excesiva”. Así responden los autores de *¡Vended vuestras islas griegas arruinados!* (2014, pp. 23-24):

Debido a la crisis financiera, la deuda soberana de Grecia creció entre 2007 y 2010 del 115% al 143% de su producción económica. [...] El ratio de deuda solo se toma al pie de la letra en el caso de Grecia [...] Italia en 2010 con un ratio de endeudamiento del 120% y Japón, con hasta el 200% de su producción económica. Sin embargo, ambos estados no se consideraban en quiebra, pero sí Grecia.

Explican la razón de esto afirmando que los mercados financieros otorgan una calificación crediticia peor a Grecia y a sus bonos, lo que hace que tengan un tipo de interés más alto en las nuevas ventas de deuda. Otra afirmación popular es la de que “los griegos son unos vagos”, afirmación desmentida por los autores:

En Grecia se trabaja mucho. La semana de trabajo real, descontando la pausa del almuerzo, era de antes de la crisis y de acuerdo con Eurostat de 44,3 horas; en Alemania era de 41 horas y la media de la UE estaba en 41,7 horas. (Kauffman y Stützle, 2014, p. 25)

La siguiente es la de que “los griegos tienen muchas vacaciones” y según los autores “los trabajadores griegos tenían antes de la crisis un promedio de 23 días de vacaciones por año. Los alemanes están en la afortunada posición de disfrutar durante 30 días de las vacaciones. Los que más días tienen en Europa.” Sin embargo, la canciller alemana, Angela Merkel, había afirmado con anterioridad que “no podemos tener una moneda común si unos disfrutan de una gran cantidad de festivos y otros de muy pocos”. En cuanto a la afirmación de que “estamos pagando las pensiones de lujo de los griegos” Kauffman y Stützle (2014, p. 27) se posicionan de la siguiente manera:

La edad media de jubilación para los hombres en Alemania era en 2010 de 61,5 años frente a los 61,9 años de Grecia. [...] <<Es importante que países como Grecia, España y Portugal no puedan jubilarse antes que en Alemania>>, dijo Merkel en mayo de 2011. A decir verdad, la canciller y el diario Bild conocen perfectamente la situación del pensionista griego.

Aunque las afirmaciones fuesen verdad y aunque los griegos no lleven bien sus finanzas, las informaciones de los medios deben ser siempre objetivas y no intentar inculcar una idea preconcebida en el lector, algo que, según los autores del libro, el diario *Bild* no cumple. Por otro lado, el servicio de radiodifusión pública alemana, la *Deutsche Welle*, afirma que

Bild es un medio citado con frecuencia por el resto de la prensa alemana, pero eso no significa que su acceso a fuentes de información privilegiadas, sus formas de argumentación, su lenguaje o sus métodos de investigación sean respetados en el campo periodístico.

Por otro lado, el periodista de *Valencia Plaza*, González (2014) se refiere de esta manera a las formas de hacer periodismo del *Bild*:

Mentira chovinista tras mentira chovinista hasta conseguir que la opinión pública crea que los griegos, también los españoles y los portugueses, son vagos, vividores, personas que no saben ahorrar y los culpables de la crisis.

También se opina sobre este diario alemán en *La información*:

El mundo según Bild es muy simple. Por un lado, los griegos que beben ouzo mientras cobran pensiones doradas o defraudan al fisco en sus islas soleadas. Y, del otro lado, los alemanes “que se levantan temprano, trabajan todo el día” y son desde hace años la gallina de los huevos de oro de Europa por los impuestos que pagan.

En lo referente al referéndum griego - hecho en el cual se centra este estudio para investigar el sensacionalismo mediático - también hubo muchas opiniones al respecto. Krugman (2015) escribió que “Grecia debería votar “no”, y el gobierno griego debe estar preparado, si fuera necesario, para dejar el euro.” El periodista británico Wolf (2015) se aventura aun más y considera que Grecia debería dejar la eurozona, afirmando que “si Grecia quiere algo diferente, tiene su derecho. Pero debe irse. Sí, el daño será considerable y el resultado indeseado. Pero una herida abierta sería peor.” Por otro lado, Krugman (2015) afirmó que el abandono de Grecia supondría una recuperación para ese país:

¿Qué pasa si Grecia vota no? Esto llevará a un terreno desconocido e inquietante. Grecia puede que deje el euro, lo que supondría una gran desestabilización a corto plazo. Pero esto también ofrecerá a Grecia una oportunidad para una verdadera recuperación. Y esto supondrá una conmoción para la complacencia de las élites europeas.

Estas opiniones difieren sobre las que expresan en su libro Kauffman y Stütze (2014, pp. 40-41), que opinan que la salida de Grecia de la zona euro no es una opción viable:

Con la expulsión de Grecia, la seguridad implícita que existe en la zona euro sería puesta en duda y la especulación contra el euro tendría las puertas abiertas de par en par. [...] Por eso, los países de la zona euro tratan de mantener a Grecia dentro de la unión monetaria, no por simpatía hacia los griegos, sino para evitar daños a sí mismos.

Por otro lado, tras la realización del referéndum griego, el ex presidente del gobierno de España, González (2015), puntualizó que “todos convendrán en que los países del euro y de la Unión tienen que respetar la voluntad del pueblo griego; y sería bueno que los que esgrimieron dentro y fuera del discurso del miedo se disculparan por estimular el rechazo de una manera tan torpe.” Además también afirmó que “parecería, vistos los acontecimientos, que los momentos más difíciles son los que se han vivido hasta ahora; pero temo que no es así, y que lo peor está por venir.”

En cuanto al periodismo sensacionalista, el periodista Saad (2012, p. 6 - 10) en su artículo llamado *El sensacionalismo y la insurrección de las masas*, lo define como:

Será sensacionalismo toda noticia, texto o imagen que no deja espacio a la reflexión, y que más bien, dada su “crudeza” es aceptada por muchos lectores a los que las imágenes les ilustrará más que el discurso periodístico.

También afirma que

El primer golpe de vista que da un lector a un periódico, recae sobre el titular. Por ello, y especialmente en la prensa amarilla, estos son desvirtuados en su objetividad y manipulados para que luzcan más sensacionales distorsionando la realidad verdadera.

Estas son las principales características de los medios sensacionalistas, en los que se emplean las imágenes y el texto – generalmente corto para garantizar una lectura rápida y cómoda en el lector – de manera que sean impactantes y, por este motivo, son, en la mayoría de los casos, irreales.

Desgraciadamente, son los medios de comunicación sensacionalistas los que más llegan a los lectores y a los espectadores, ya que sus noticias son más llamativas y se aproximan más a la mayoría de la población, que quiere una información rápida, impactante y entretenida. Es una pena que estos medios estén entre las preferencias de la mayoría de la población, puesto que publican noticias nada acordes con la realidad. Como afirma Vaquero (2012) en su artículo *De cómo la prensa provocó una guerra*, “la prensa es capaz de crear opinión pública a su antojo.”

Este tipo de periodismo se denomina popularmente como “prensa amarilla”. Sin embargo, ¿de dónde viene este término?. Surge con la aparición del propio sensacionalismo a finales del siglo XIX en Estados Unidos. Bolado (1991, p. 51), en su libro *La independencia de Cuba y la prensa: Apuntes para la Historia*, explica el origen de este término:

En aquella época, principios de los años 90, la novedad era la imprenta de color. Hearst se adelantó a su competidor en dar color a su periódico. En ocasiones las tintas se corrían y, sobre todo la amarilla, ensuciando todo el periódico. Por esta razón el Journal, el World y, después, los semejantes a

ellos, se conocieron como “prensa amarilla”. Desde entonces, hasta la época actual, se define como periodismo “amarillo” aquel hecho en base a sensacionalismo, titulares desmesurados y mucho escándalo.

Se debería buscar una solución para erradicar el periodismo sensacionalista ya que en nada contribuye a la información de calidad y al conocimiento de los ciudadanos sobre los hechos. Sin embargo, esto es algo que en la teoría parece idóneo, pero en la práctica es algo más difícil ya que, como hemos visto, este tipo de periodismo es algo que ha venido acompañando a la sociedad desde hace mucho tiempo. Como se indica en la tesis doctoral de Marta Redondo García (2013, p. 71-72), titulada *El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español*:

El gusto por la información escandalosa, el cotilleo, el morbo, lo extraordinario o anómalo ha existido siempre. [...] Y en el centro de ese interés, la vida de otros, especialmente la intimidad ajena, para compararse con ella y poder enjuiciarla. Una ocupación y preocupación por el otro que está en la misma raíz del periodismo.

Parece que el periodismo sensacionalista seguirá inmerso en nuestra sociedad durante mucho tiempo. Sería necesario un cambio en la mentalidad de la población y en el concepto que muchos tienen de hacer periodismo vinculado al negocio y al número de ventas. Una realidad por la que aun queda mucho por luchar.

4. METODOLOGÍA

Esta idea de trabajo surge a raíz de las diversas opiniones que hemos podido encontrar sobre los griegos tanto en el día a día como en los diferentes medios de comunicación. Son muchas las personas que afirman que Grecia tiene la culpa de lo que le ha sucedido con la crisis y que sus ciudadanos son vagos y poco ahorradores, los causantes de la gran deuda que acumula el país. A pesar de que también son muchos los que los defienden, esta opinión popular negativa que hemos mencionado existe. Nos preguntamos de dónde surgen estas interpretaciones, qué las origina, así como si están adecuadamente fundamentadas.

Debido a que los medios de comunicación son los principales generadores de opinión pública, se decidió estudiar las noticias sobre Grecia en tres periódicos diferentes en línea; *El País*, *Bild*, y *Ta Nea*. Los tres fueron escogidos por ser los de más audiencia en su país de origen, a su vez, estos países fueron seleccionados por diferentes razones. Se estudió el periódico español para conocer la opinión pública que se genera sobre el tema en nuestro país, el *Bild* alemán por ser este país el más importante en las negociaciones con Grecia y, por último, el griego llamado *Ta Nea* ya que también es significativo conocer la opinión pública griega para compararla con las anteriores.

Se decidió estudiar el sensacionalismo sobre este asunto debido a que es la forma de periodismo que más impacta en la sociedad y que más opiniones genera al ser subjetiva y mostrar hechos de manera exagerada. Era necesario detectar este tipo de periodismo en los medios mencionados para observar si realmente se estaba propiciando una opinión pública negativa sobre los griegos. Por otro lado, el periodo de tiempo de 15 días que comprende el estudio de este trabajo - del 26 de junio al 10 de julio de 2015 - fue seleccionado porque comprende el tiempo previo y posterior a la realización del referéndum en Grecia.

Tras la convocatoria del referéndum griego del 5 de julio surgieron variedad de opiniones, algunas defendiendo la causa griega y otros acusándolos de estar “dando la espalda a Europa”. Este referéndum tenía como objetivo plantear a la sociedad griega si aceptaban o no las nuevas medidas de austeridad de la UE. Sin embargo, muchos lo consideraron como decir “sí” o “no” a Europa. Por lo tanto, en esos momentos existía

un ambiente internacional intenso, lo que hace que el periodo de tiempo de estudio sea idóneo para encontrar noticias sensacionalistas.

La primera tarea en este trabajo fue la de investigar sobre el tema en profundidad, consultando la bibliografía y leyendo diferentes noticias y artículos tanto de Grecia como de la crisis económica y el periodismo sensacionalista. Esta parte del trabajo tuvo una mayor extensión y fue en la que se conocieron todos los detalles del tema para, posteriormente, entender perfectamente el contenido del material que conforma la bibliografía. Tras esta tarea de investigación, se procedió a buscar las fuentes de información necesarias para el trabajo. Esta búsqueda se produjo, mayoritariamente, a través de internet, encontrando los diferentes artículos, libros, etc.

Una vez que se encontraron suficientes documentos se procedió a su lectura y a una elaboración de fichas que, posteriormente, ayudarían a la hora de encontrar la información que se precisaba. En ellas se señalaba el título y el tipo de documento, el autor, el capítulo, la página y la idea que se quería recoger. Estas fichas fueron utilizadas para acceder a información que anteriormente se había leído y, también, para recoger las ideas de varios autores que serían necesarias en la elaboración del trabajo. Se llevaron a cabo un total de 68 fichas.

Una vez que ya se disponía de información suficiente, se procedió a buscar las noticias que hubiesen aparecido en los tres medios mencionados con anterioridad sobre Grecia en el periodo comprendido para el estudio. En esta parte de la realización del trabajo hubo dos dificultades diferentes: la primera era que el periódico alemán y el griego no disponían de hemeroteca en línea, por lo que la búsqueda fue mucho más ardua y prolongada; por otro lado, estos dos medios tampoco disponían de una página web en inglés, por lo que se tuvieron que traducir las diferentes noticias.

A parte de esto, la cantidad de noticias que surgieron sobre el tema resultó muy notable. El periódico *El País* había publicado un total de 123, el alemán *Bild* 138, y el griego *Ta Nea* 200. Se consideró que analizar todas estas noticias para el estudio era innecesario y que, para conocer un resultado concreto y real, se precisaba de una selección. Por esta razón se procedió a una selección aleatoria de 45 noticias de cada medio, es decir, un promedio de tres noticias por día y por medio, reuniendo un total de 135 noticias. De

esta manera se conseguiría un resultado más conciso y una comparación adecuada entre ellos, al tener los tres medios el mismo número de noticias susceptibles de ser analizadas.

Tras la obtención de las noticias, se analizaron teniendo en cuenta la fecha, el medio, el título, si era sensacionalista o no y por qué, el resumen y otros factores como si contenía imagen o vídeo. Para poder hacer uso de la información que contenían las noticias durante la realización del trabajo de manera adecuada, se procedió a la elaboración de fichas. En total se realizaron 135 fichas, una por cada noticia analizada.

Una vez que se tuvo toda la información de las noticias en las diferentes fichas, se procedió al recuento de datos y a la selección de la información que, más adelante, serviría en el análisis de los resultados. Se elaboraron diferentes gráficas, teniendo en cuenta si la noticia era sensacionalista o no, si lo era su titular, si contenía imágenes y cuantas había publicado cada medio, así como la media de palabras escrita por cada uno. Todas estas gráficas se realizaron teniendo en cuenta las características del periodismo sensacionalista y para determinar mejor los resultados. Por último, una vez que se poseían los diferentes resultados y la información necesaria, se procedió a la redacción del trabajo.

A continuación se muestran ejemplos de las 68 fichas realizadas de la bibliografía y del análisis de las 135 noticias:

4.1 Modelo de ficha de la bibliografía

Título	<i>¡Vended vuestras islas, griegos arruinados!</i> (2014)
Tipo de documento	Libro
Autor/Autores	Stephan Kauffman e Ingo Stütze
Capítulo	Los griegos tramposos hacen caer nuestro euro. Parte I. Grecia y sus amigos alemanes.
Página/ Páginas	19
Texto/Idea	“En Alemania, la opinión predominante es que Grecia es la culpable de su desgracia. En primer lugar, el país había engañado a la zona euro; en segundo lugar, el gobierno había estado gastando demasiado y, por regla general, sus ciudadanos habían trabajado muy poco.”

4.2 Modelo de ficha de las noticias

Fecha	01/07/2015
Medio	Bild
Título	<i>Unsere 88 Milliarden Euro für Griechenland futsch! ¡Nuestros 88 mil millones de euros para Grecia perdidos!</i>
Sensacionalista	SÍ. Considero que es sensacionalista sobre todo por el titular, ya que, con exclamaciones, afirman que el dinero que han prestado a Grecia está perdido ya que no se va a devolver. Esto influye en la población haciéndoles creer que, de alguna manera, el país heleno les está robando, cuando realmente es el que más está sufriendo esta situación.
Resumen	La noticia hace referencia al impago de Grecia de los plazos de la deuda. Se dice que los millones que Alemania prestó a Grecia no serán devueltos y que todo lo que se ha dicho hasta ahora sobre la devolución es mentira. Más adelante se hace un repaso de los préstamos realizados a Grecia. Se hace hincapié en que el dinero “perdido” proviene del contribuyente alemán y también se preguntan cuando se va a solucionar esta situación. Extensión de la noticia: 358 palabras
Enlace	http://www.bild.de/politik/inland/griechenland-krise/wann-schenkt-uns-die-regierung-endlich-reinen-wein-ein-41585450.bild.html
Imagen/ Imágenes	La canciller alemana, Angela Merkel 

5. ANALISIS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

Las gráficas y los datos que se muestran a continuación son el resultado de la lectura y el estudio de un total de 135 noticias, de las cuales 45 pertenecen al periódico español *El País*, otras 45 al alemán *Bild* y las 45 restantes al periódico griego *Ta Nea*. Estos tres periódicos se han elegido por ser los más vendidos en sus respectivos países y, por lo tanto, por ser una buena muestra de la influencia que sus informaciones tienen en la sociedad. Además, los periódicos estudiados han sido los disponibles en línea ya que son los de más fácil acceso para la población y, probablemente, los más consultados durante el día.

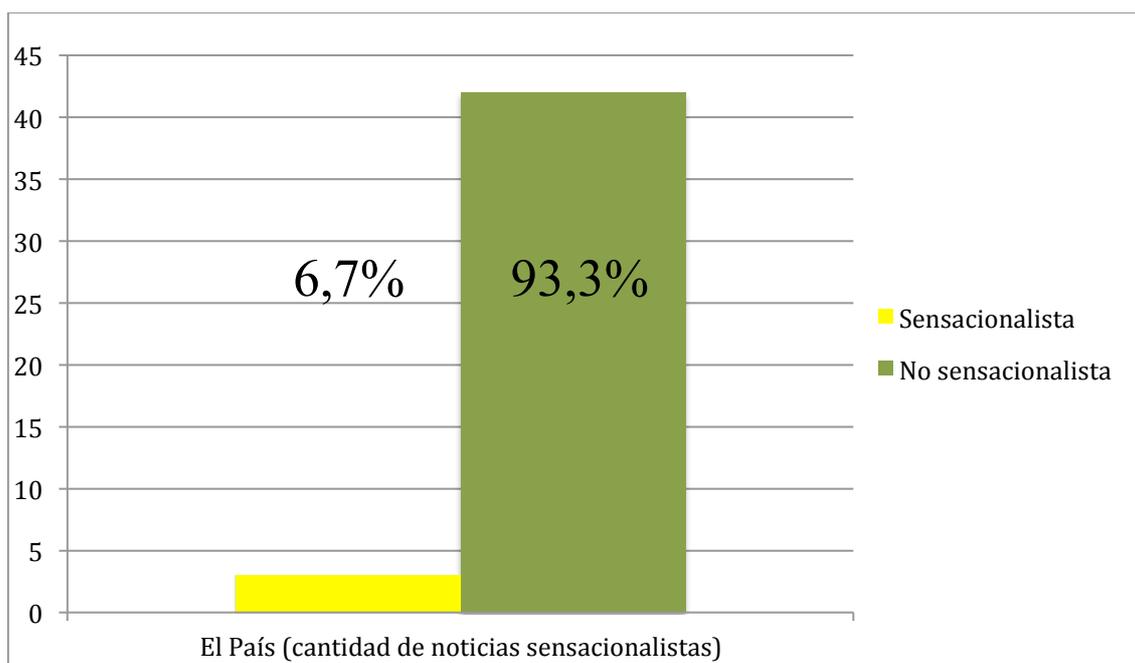
Si estos son los periódicos con más audiencia en cada uno de los países que hemos mencionado, la información que contienen podría ser la predominante entre la población y, por lo tanto, la que más influya en ella y genere una opinión pública determinada. Se estudiarán los resultados de cada medio por separado para, al final, realizar una comparativa de los tres. Además en el estudio por separado de cada medio se incluirán ejemplos sacados de las diferentes noticias analizadas para explicar mejor los resultados obtenidos.

Los datos que se han decidido tener en cuenta en esta investigación son la cantidad de noticias sensacionalistas de cada medio, los titulares sensacionalistas, la cantidad de imágenes que contienen, y el promedio de palabras de las noticias de cada periódico en línea. En primer lugar, era necesario esclarecer la cantidad de noticias sensacionalistas de cada medio: se ha valorado esta característica en cada noticia mediante el análisis de contenido teniendo en cuenta los factores estudiados anteriormente por otros autores sobre el periodismo sensacionalista.

También se ha creído necesario establecer la cantidad de titulares sensacionalistas ya que no todas las informaciones con este tipo de contenidos tienen titulares llamativos o inadecuados. Por otro lado, la cantidad de imágenes y las palabras de cada noticia también son un factor importante puesto que, según autores mencionados con anterioridad, las noticias de carácter sensacionalista tendían a tener mucha cantidad de imágenes y pocas palabras en sus publicaciones, por lo que estos datos nos ayudarán a determinar si en estos casos estas características se cumplen.

5.1 *El País*

El periódico *El País* es el más vendido en el territorio español y, por lo tanto, es uno de los que más influencia tiene en la sociedad. Lo primero que vamos a determinar son la cantidad de noticias sensacionalistas que surgieron en este medio entre el 26 de junio y el 5 de julio de 2015, en la víspera y en los momentos posteriores al referéndum griego.



Como se puede observar en la gráfica anterior, las noticias de carácter sensacionalista en el periódico *El País* son mínimas: de un total de 45 noticias, únicamente 3 contienen algún tipo de sensacionalismo en su contenido, es decir, un 6,7 %. Estas tres noticias pueden definirse como sensacionalistas no por publicar información incorrecta o criticar a algún personaje público sino por recurrir al morbo y al sufrimiento ajeno para crear noticia y atraer lectores.

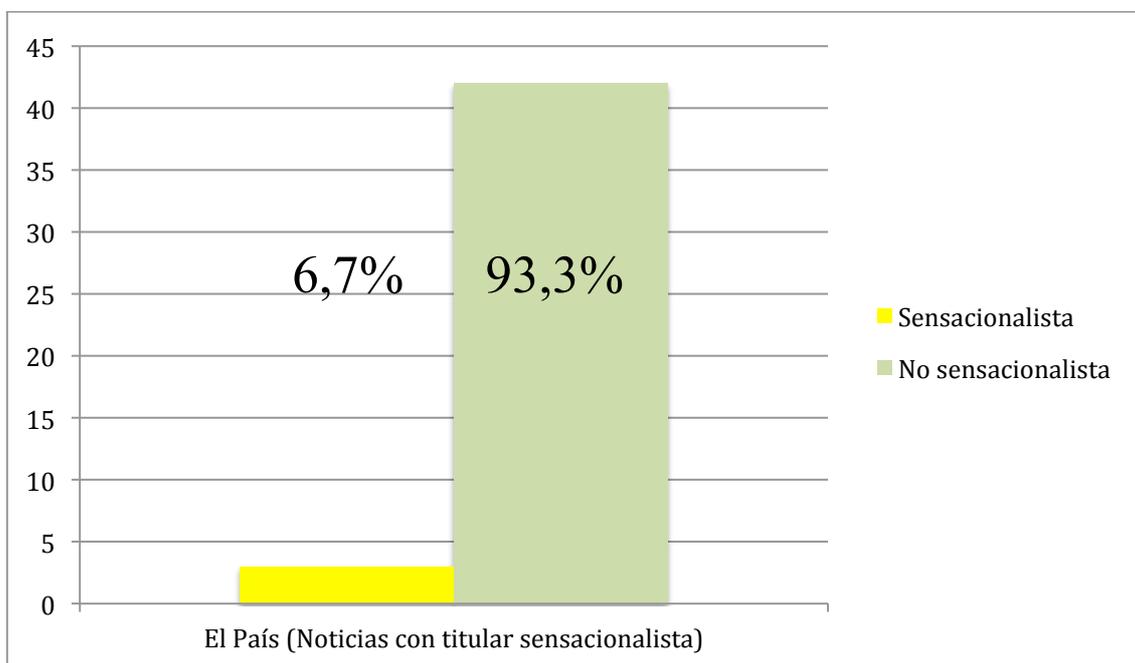
La primera de estas noticias de *El País* aparece el primer día de estudio de este trabajo, el 26 de junio del 2015. El título de la noticia es el testimonio de un ciudadano griego que está teniendo dificultades debido a la crisis en el país: “Si suben el IVA, tendremos que dejar de comer”. El titular ya muestra un escenario desolador para los griegos y tercermundista en el que no tienen ni para comprar alimentos. Esta noticia narra la historia de un griego llamado Vasilis Fotiu y de gente que, como él, está sufriendo

debido a la crisis y a las medidas de austeridad. Se cuentan las acciones que tienen que llevar a cabo para sobrevivir en medio de la crisis y ganar algo de dinero. Se puede transmitir la delicada situación del país heleno sin necesidad de recurrir al morbo mediante casos particulares y puntuales. Además de esto, la imagen (Foto 1) también contribuye al sensacionalismo ya que se trata de un hombre recogiendo restos de basura en una calle de Atenas con un aspecto tenebroso.

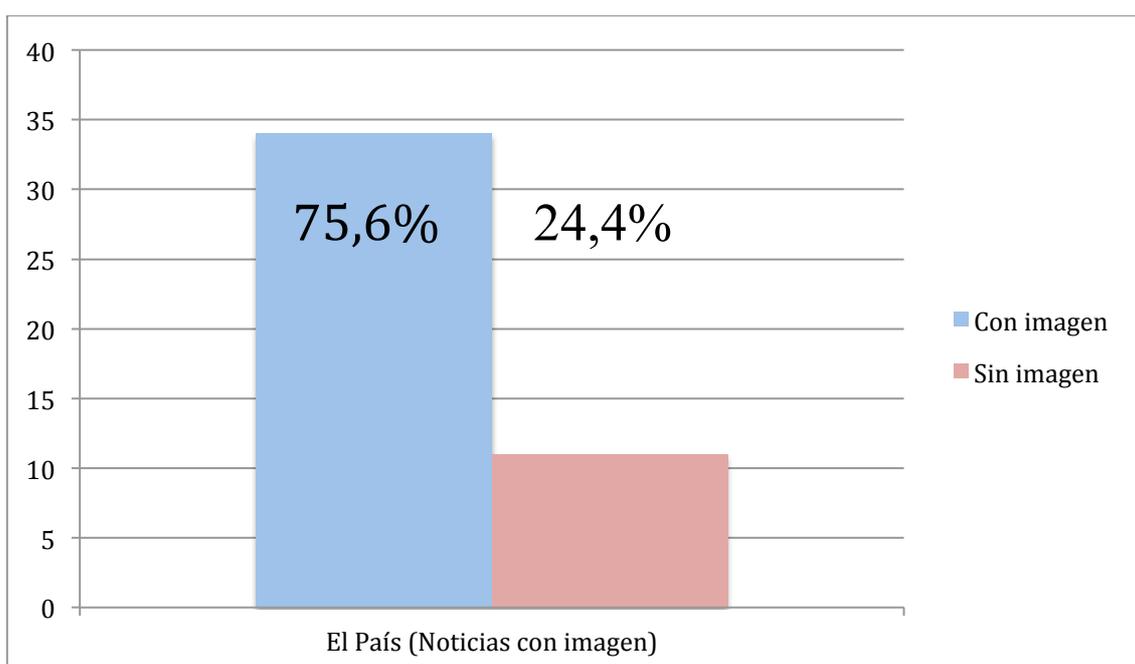
La segunda noticia sensacionalista de este medio se publicó solo un día después que la anterior, es decir, el 27 de junio de 2015. Esta noticia tiene también por título un testimonio: “Nos lanzan al vacío, a partir del referéndum será el abismo”. La información que contiene versa sobre las preocupaciones y vivencias de los jubilados griegos, tanto por sus pensiones como por la inquietud e inseguridad que sienten en lo referente al referéndum del 5 de julio. Considero sensacionalista el contenido de esta noticia ya que se cuenta la realidad mediante los testimonios de los ciudadanos griegos en los que se aprecia su miedo y frustración por la situación. Tanto en el contenido de estos testimonios como en la imagen (Foto 2) que acompaña a la noticia se recurre al morbo para atraer al lector, ya que en la imagen se puede observar a un jubilado ante la cola de un cajero sentado en un banco con una expresión de sufrimiento en su rostro.

La tercera noticia de este tipo se publicó el día de la realización del referéndum, el día 5 de julio, titulada “La historia detrás de esta trágica foto de un pensionista griego”. La noticia cuenta la historia de un pensionista griego de 77 años que, tras la imposibilidad de sacar dinero, rompió a llorar, momento que fue captado por las cámaras. Aquí se vuelve a recurrir al dolor ajeno para crear noticia y para explicar a partir de este suceso la delicada situación de los bancos en Grecia. No solo el contenido es sensacionalista sino que las dos imágenes (Foto 3) que acompañan a la información muestran a este pensionista tirado en el suelo llorando mientras es asistido por la policía y un trabajador del banco. Como hemos podido observar, las tres noticias con carácter sensacionalista de este diario han estado relacionadas con vivencias particulares y no en otro tipo de noticias como las que informan sobre las negociaciones entre Grecia y la Unión Europea o la crisis griega en general. Estas noticias son sensacionalistas ya que recurren al sufrimiento de los ciudadanos para crear noticia, cuando la información principal debería ser otra e ir acompañada de estos testimonios para complementar la información y mantener informados a los lectores sobre las difíciles vivencias de los ciudadanos.

También es interesante observar cuántas noticias de *El País* han sido sensacionalistas por su contenido o más bien por un titular inadecuado.



Como podemos observar en la gráfica anterior los titulares coinciden con las noticias de este tipo, es decir, las tres noticias que se han considerado de este tipo contenían también titulares sensacionalistas. Por otro lado se ha estudiado la cantidad de noticias que contenían imágenes:



En esta gráfica se puede observar que de las 45 noticias analizadas de *El País*, 34 tenían imágenes, es decir, un 75,6 %. En el caso de este periódico, en las noticias que contenían imágenes no se superaban las dos, es decir, la mayoría de las informaciones analizadas en este medio tenían una imagen o un contenido audiovisual como complemento al contenido.

En el periódico *El País* la cantidad de noticias sensacionalistas no es alarmante, de 45 analizadas solo tres pueden ser consideradas como tal. Estas están relacionadas con las vivencias de algunos ciudadanos griegos en particular y cómo sufren esta situación pero no en otros aspectos también importantes relacionados con la crisis griega. No existe manipulación o sensacionalismo mediático en temas como las negociaciones entre Grecia y la UE y tampoco se critica o se cuestiona al primer ministro griego Alexis Tsipras o a otros personajes importantes en esta cuestión como la canciller alemana Angela Merkel.

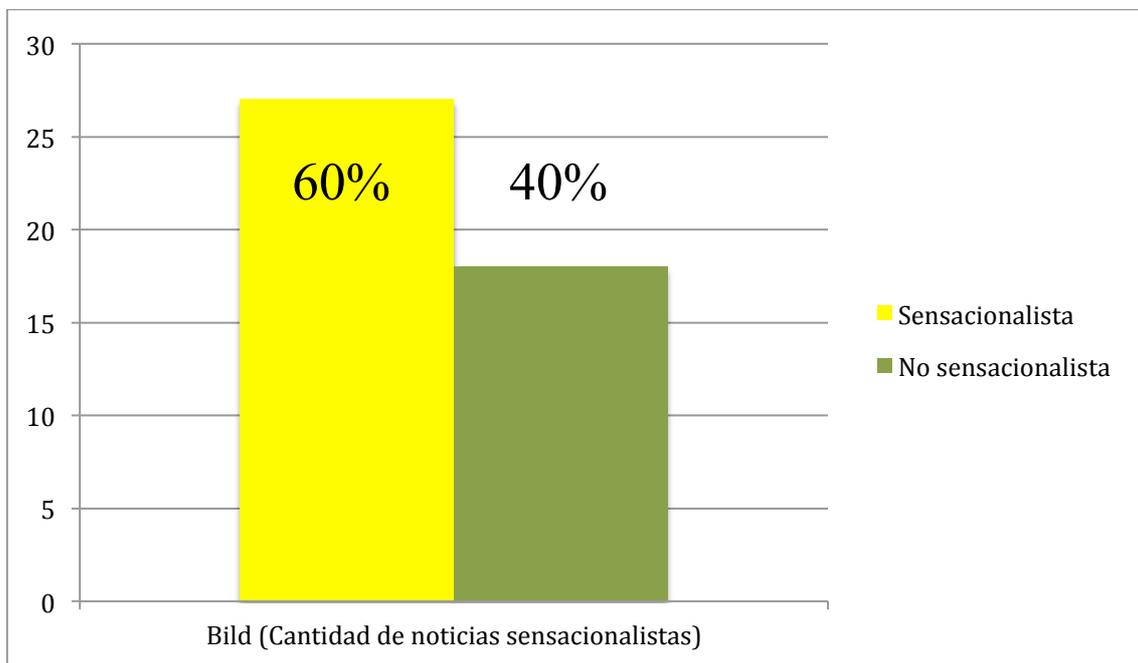
Las tres noticias que se han considerado sensacionalistas van acompañadas por titulares en los que, o se muestra el testimonio de algún ciudadano griego o se pretende captar la atención del lector por una vivencia particular, como la tercera noticia en el caso del pensionista. Además las tres van acompañadas con imágenes en las que se muestra a estos ciudadanos en un momento delicado en sus vidas, es decir, se recurre al interés morboso del lector más que al informativo.

A pesar de esto, este periódico destaca en España por su profesionalidad y por la transparencia de sus informaciones. Como se ha podido leer anteriormente en este trabajo, en España no existe esa manipulación y ese sensacionalismo mediático que sí se da en otros países europeos y esto se puede ver en la investigación realizada al periódico ya que la mayoría de los contenidos de las informaciones analizadas se adecúan a la situación.

Por lo tanto, se podría afirmar que este medio no publica normalmente informaciones sensacionalistas y que se adapta a las necesidades del lector, transmitiendo las informaciones con profesionalidad, siguiendo la tradición de la prensa española que goza actualmente de una buena posición en cuanto a calidad de las noticias.

5.2 Bild

El segundo medio digital analizado en este trabajo ha sido el alemán *Bild*, el más vendido del país. Esta ha sido la razón por la que se ha elegido este periódico, como hemos indicado con anterioridad, ya que al ser el más vendido es una buena muestra de la influencia que tiene en la sociedad y, por lo tanto, de las opiniones que generan sus contenidos entre los alemanes. La primera gráfica que vamos a observar del estudio de este medio muestra la cantidad de noticias sensacionalistas que se publicaron en el periodo de tiempo estudiado.



Como podemos observar en la gráfica anterior, el número de noticias sensacionalistas encontradas en el periódico alemán ha sido considerablemente mayor que en el español. De las 45 analizadas, un total de 27 han sido valoradas como sensacionalistas, esto es un 60 % del total. Ante el gran número de noticias de este tipo encontradas y ante la imposibilidad de explicarlas todas para una valoración de la información encontrada, se han elegido algunas de las noticias más representativas para ofrecerlas como ejemplo.

La primera de las noticias seleccionadas nos la encontramos el día 27 de junio de 2015, esta se titula “¡Grecia chantajea a Europa!”. La noticia hace referencia a la convocatoria del referéndum griego, anunciando que se celebrará el 5 de julio, después de que se

venza el plazo de cumplir el segundo paquete de rescate. También se trata la delicada situación de los bancos en Grecia y los posibles rescates bancarios, además se detallan las declaraciones que el Primer Ministro griego, Alexis Tsipras, ofreció a través de la televisión. El titular que se ha empleado no es adecuado para una noticia con rigor periodístico y sin subjetividad, además de que ayuda a generar una determinada opinión en los lectores cuando no debería. En la noticia se afirma, como mismo indica el titular, que con esta convocatoria de referéndum Grecia esta “chantajeando” a Europa. El titular es, al igual que el contenido, claramente sensacionalista, debido a que no informa con objetividad sobre la convocatoria del referéndum griego sino que lo anuncia generando una opinión negativa del lector hacia los acontecimientos.

Otro aspecto que llama la atención de esta noticia es la imagen (Foto 4) que se ha utilizado para ella. En este caso, no solo es sensacionalista e inadecuado el titular y el contenido de la noticia, sino también el complemento visual que se ha seleccionado. En la imagen se puede observar al Primer Ministro griego, Alexis Tsipras, de espaldas con la cabeza girada hacia las cámaras y esbozando una media sonrisa con una expresión que, combinada con el contenido de la noticia, hace parecer que sus intenciones con este referéndum no son buenas y que, en efecto, esta “chantajeando” a Europa, pero sobre todo a los alemanes.

La segunda noticia fue publicada en este medio el mismo día que la anterior y la información también tiene que ver con el anuncio de la convocatoria del referéndum griego. En este caso, el titular es “El infectado detrás de la idea del referéndum” (traducción literal). La noticia trata sobre el referéndum griego afirmando que Grecia está al borde de la salida del euro y explicando que el Parlamento griego aun debate sobre si celebrarlo o no y las consecuencias del resultado de este. También se detallan algunas declaraciones de Alexis Tsipras.

El sensacionalismo se encuentra en todos los aspectos de la noticia, ya que tanto en el titular como en el contenido se critica al Primer Ministro griego y a su idea de celebrar esa votación popular. Además de esto, la imagen que se ha decidido utilizar es la misma que en la noticia anterior. No solo informan de manera incorrecta y subjetiva de los acontecimientos, sino que repiten los mismos recursos para, de alguna manera, crear una opinión negativa en la sociedad alemana sobre Alexis Tsipras.

Por otro lado, otras de las noticias sensacionalistas encontradas se centra en las declaraciones y sucesos alrededor de la convocatoria del referéndum, comienza afirmando que los países del euro han dicho “no” a la extensión del paquete de rescate griego. También se afirma que Atenas, con este referéndum, ha “cancelado” el proceso de negociación y se habla sobre la delicada situación de los bancos y las dificultades que tiene la población para acceder al dinero.

Sin embargo, lo más importante de esta noticia son las declaraciones de Alexis Tsipras, ya que en una de estas es donde se encuentra el sensacionalismo. Tsipras explica que está observando una campaña de propaganda en contra de su país y afirma que si le declaran la guerra, tendrán que responder. En este caso se refiere a una situación propagandística en la que considera que están desprestigiando a su país y es ahí en lo que tendrán que responder. Sin embargo, la noticia se titula: “Tsipras habla de una ‘declaración de guerra’”. Debido a la delicada situación en las negociaciones, a cualquier lector le podría parecer que Grecia está declarando una guerra, por lo que se están tergiversando las palabras del líder griego. Además de esto, la imagen (Foto 5) que acompaña a la información muestra a un Tsipras desafiante, aspecto que, acompañado de lo que se afirma en la noticia, también influye en el lector.

Hemos visto como este periódico ataca directamente a Tsipras y también a la idea del referéndum cuando debería mantenerse neutral. Pero además de esto, en muchas ocasiones, muestra a la canciller alemana como una heroína o como una mártir de los griegos. Un ejemplo de esto es una noticia publicada el día 30 de junio titulada “Horas amargas de Merkel”.

Esta noticia hace referencia a los últimos momentos que se están viviendo en la crisis de Grecia y de cómo Merkel está afrontando la situación. La noticia la sitúa como a una heroína que lucha constantemente por mantener el orden a la vez que en una mártir que sufre por los griegos. Sea de esta manera u otra el medio debería ser objetivo a la hora de informar sobre los sucesos y las decisiones de su canciller y no lo que hace que es menospreciar las actitudes y actividades de Tsipras y alabar las de Merkel. Por otro lado esta noticia está acompañada por varias imágenes y un vídeo de la canciller, aunque la más relevante, ya que aparece junto al titular, es una fotografía (Foto 6) de ella caminando en la que se puede apreciar una expresión de derrota y tristeza en su rostro.

Las noticias sensacionalistas de este medio no solo se centran en desprestigiar a Tsipras o en aplaudir las decisiones de Merkel, también critican a los griegos en general. Ofrecen mediante algunas informaciones la idea de “echar” a los griegos del euro más que en intentar solucionar su situación, debido a que afecta a toda la UE y, además, también exageran la situación de pobreza que se vive en el país mostrándolo como un lugar tercermundista.

La primera de las noticias que ha sido seleccionada de este tipo para el ejemplo explica en detalle las características de una posible salida de Grecia de la zona euro como consecuencia del resultado del referéndum y las complicaciones que se derivarían de esta situación. El sensacionalismo de esta noticia se encuentra tanto en el título como en la finalidad del contenido de la misma ya que se titula así: “¿Podemos lanzar a los griegos fuera del euro?”, es decir, la finalidad de esta noticia es conocer los detalles de la posible salida de este país porque están afirmando con el titular que desean que se de esta situación. La noticia termina de forma desfavorable para los deseos del periódico, puesto que, según las declaraciones de los expertos que muestran y diferentes informaciones que se aportan, la salida de Grecia del euro no es una buena opción para el resto de países de la UE.

La siguiente noticia publicada el 7 de julio de 2015 se titula “Salvar a Grecia o al euro”. Esta noticia hace referencia a lo que han escrito otros medios internacionales sobre el resultado del referéndum. Los titulares que se muestran versan sobre la posible salida de Grecia del euro y es un periódico de París, *Le Figaro*, el que ha proporcionado el titular a esta noticia del *Bild*. Aunque esta idea no sea de creación propia por parte del periódico alemán, sí es verdad que la selección de este contenido para el titular de la noticia tiene una finalidad sensacionalista. Se pueden apreciar las preferencias del *Bild* respecto al tema tanto en los contenidos que publica como en la selección de los titulares que, al fin y al cabo, es lo primero que llama la atención del lector tras la imagen.

Otra noticia de este tipo que llama la atención versa sobre las nuevas propuestas griegas y el tercer paquete de rescate. En esta información, publicada en el *Bild* el 10 de julio de 2015, se explica qué supondría este nuevo gasto para los alemanes. Lo que más llama la atención de esta noticia es el titular: “¿Cuánto nos cuesta eso?”, es decir, parece que la

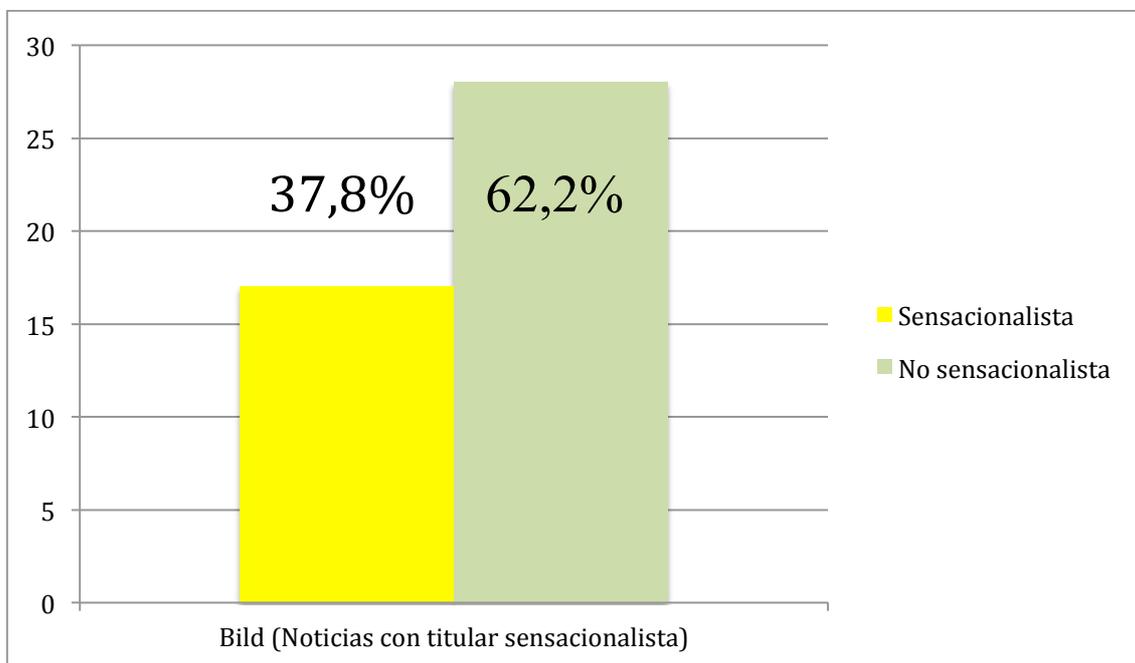
situación de Grecia y la de sus ciudadanos no es importante para el periódico sino únicamente lo es el gasto que va a suponer para el contribuyente alemán el nuevo paquete de ayuda al país heleno. Es cierto que a los ciudadanos alemanes les interesará ese tipo de información, pero se podría informar de otra manera ya que así generan un sentimiento de rencor en los lectores alemanes que piensan que Grecia les está “robando” y tampoco se contribuye a la solidaridad que debería existir en estos casos entre los países de la UE.

Por otro lado, el periódico *Bild* también muestra en ocasiones a Grecia como a un país tercermundista y publica información sobre la falta de dinero del país que no contribuye en nada y es, en algunos casos, innecesaria.

Una de las noticias que sirve de ejemplo en esta situación es la de una niña griega de 10 años que le deja a sus padres dinero de sus ahorros, un total de 55 euros, para que puedan afrontar mejor la situación del país. La noticia se titula: “Chica (10 años) regala a sus padres su dinero de bolsillo” (traducción literal), esta noticia resulta prescindible para explicar la situación económica de Grecia y lo único que hace es recurrir al sensacionalismo para mostrar las difíciles circunstancias de los ciudadanos. La noticia explica que la niña le comunicó a sus padres que les daba el dinero a través de una carta, por lo que la imagen (Foto 7) es una chica escribiendo, que seguramente no sea la niña griega, y unas imágenes superpuestas de un billete de 50 euros y otro de 5, una imagen que podría ser inadecuada para un periódico profesional.

La última noticia que analizaremos sobre el *Bild* muestra a Grecia como un país tercermundista y explica la situación de Grecia y cómo la están viviendo los ciudadanos así como los refugiados del país. Sin embargo, el sensacionalismo de esta noticia radica tanto en el título como en la imagen. La noticia se titula “La vida al borde del colapso” como introducción a la situación del país, es decir, están afirmando que las vidas de los ciudadanos griegos están a punto de destruirse debido a esta situación, además, la imagen que acompaña al titular no ayuda. En la imagen (Foto 8) se observa a un niño pequeño en un campamento de refugiados en la isla de Lesbos, un escenario claramente desolador. Sin embargo, esta imagen tal y como está acompañando al titular y a la información, parece estar definiendo la vida en general en Grecia.

Terminando con los ejemplos de las noticias sensacionalistas alemanas, se muestran a continuación otras gráficas del estudio realizado. La siguiente gráfica muestra la cantidad de noticias cuyo sensacionalismo estaba también presente en el titular.

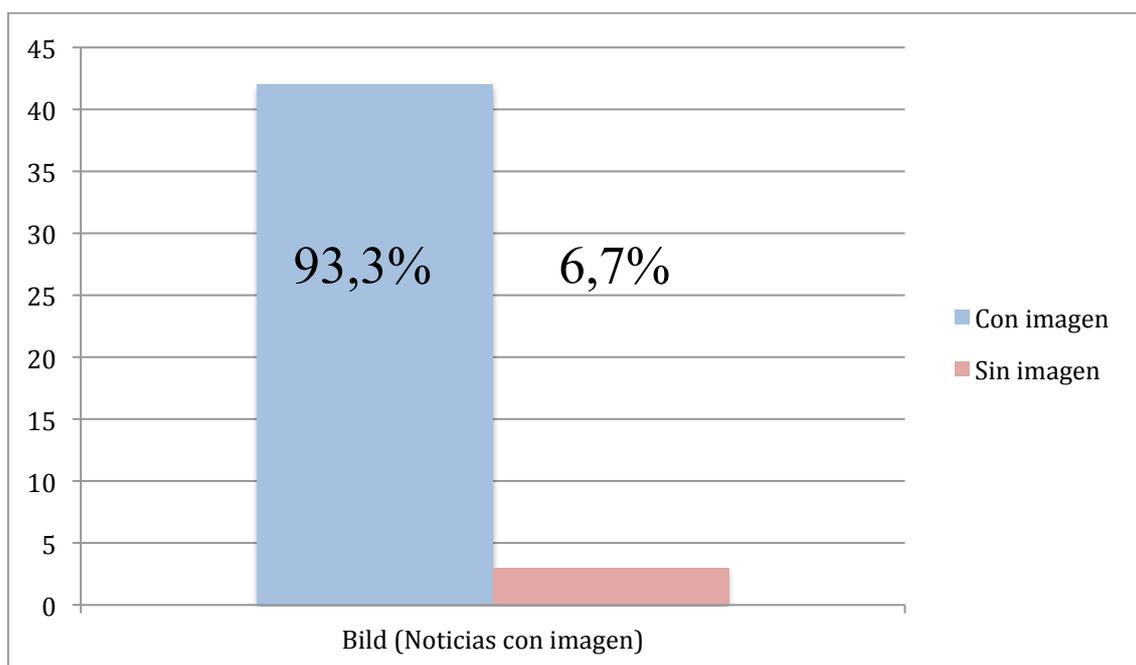


Se puede observar que de las 45 noticias analizadas, 17 poseían un titular de carácter sensacionalista, es decir, un 37,78 %, una cifra mucho menor al presentado en la gráfica anterior. Esto es así ya que no todas las noticias consideradas sensacionalistas tenían un titular inadecuado a la situación, sino que, en muchas ocasiones, la información de carácter amarillista se encontró en el contenido al realizar la lectura de la noticia. Por lo tanto, no se puede deducir si una noticia es sensacionalista únicamente por su titular y su imagen, es decir, por la primera impresión que se tiene de ella, ya que en muchas ocasiones es en el interior de la noticia cuando se puede apreciar la imparcialidad y subjetividad en la redacción, así como las críticas inapropiadas a diferentes personalidades.

Un ejemplo de esto es una noticia publicada en el *Bild* el 8 de julio de 2015. Esta noticia no posee un titular que podamos considerar sensacionalista o inadecuado, este reza así: “BILD explica el discurso de Tsipras sobre el Grexit”. El discurso en el parlamento europeo del Primer Ministro griego sobre la posible salida de Grecia de la zona euro es, sin embargo, explicado por el periódico a la vez que critica las palabras de Alexis

Tsipras cuando debería comunicarlas de manera objetiva y no ofrecer una opinión al respecto, ya que se trata de una noticia, no de una columna de opinión. En este caso ni el titular ni la imagen tienen características de sensacionalismo, pero sí lo tiene el contenido de la redacción.

La última gráfica que vamos a tener en cuenta del periódico alemán es la de la cantidad de noticias estudiadas que poseían alguna imagen como complemento a la información.



En la gráfica anterior se puede apreciar cómo la mayoría de las noticias analizadas contenían un mínimo de una imagen. Un total de 42 noticias contenían alguna imagen, es decir un 93,33%, casi un 20% más que en *El País*. Además, en el periódico alemán, las noticias estaban acompañadas, la mayoría de las veces, por una mayor cantidad de imágenes, a veces de la misma escena pero desde diferentes ángulos, o de otros contenidos audiovisuales complementarios.

Con anterioridad se ha relacionado a las noticias sensacionalistas con una mayor cantidad de imágenes y de carácter más impactante, ya que pretenden captar la atención del lector de una manera rápida y eficaz y la imagen es lo primero que consigue este objetivo, después el titular y, por último, el contenido informativo.

Tras los datos obtenidos del periódico alemán *Bild*, podemos afirmar que este se ha posicionado en lo referente al caso de Grecia y ha publicado una cantidad de noticias sensacionalistas alarmante. En primer lugar, de 45 noticias analizadas, hemos considerado que 27 de ellas, un 60 % del total, son de carácter sensacionalista. En ellas se ha criticado tanto al gobierno griego como a su Primer Ministro; también se ha mostrado una visión de Grecia más catastrófica de lo que realmente es y, mediante sus publicaciones, se da a entender que “roban” el dinero alemán con sus continuos paquetes de rescate.

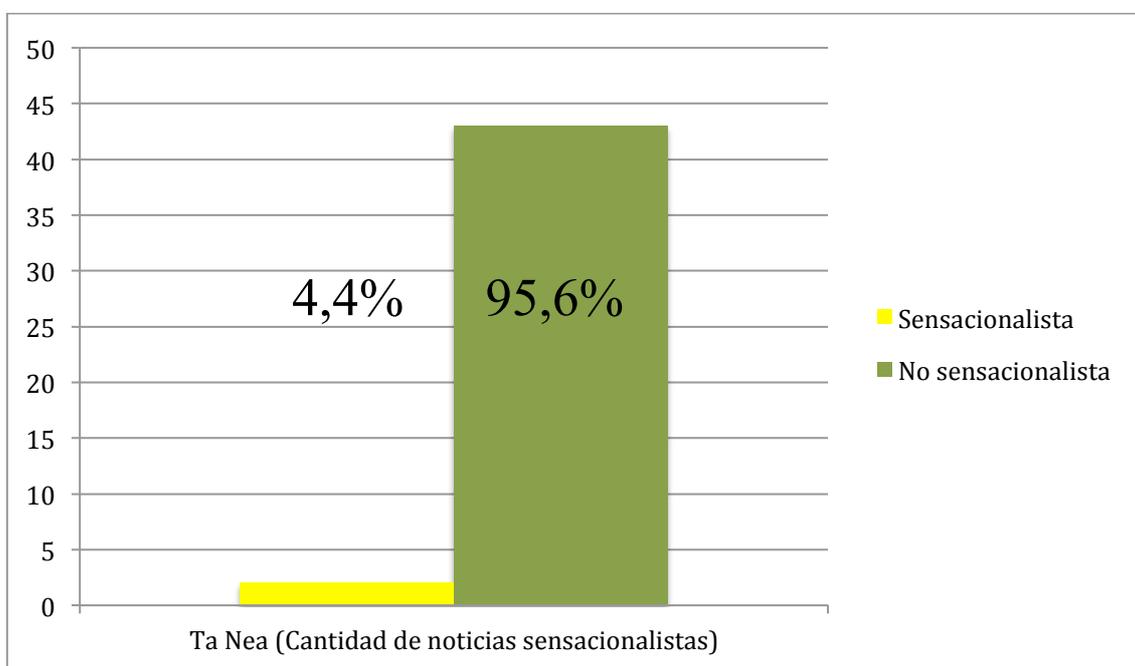
Este es el periódico más vendido de Alemania y, por lo tanto, las publicaciones que lleva a cabo son recibidas por el mayor porcentaje de consumidores de información del país. Podemos llegar a la conclusión de que si la gente sigue consumiendo este periódico y continúa siendo el más famoso del país, la población que lo consume está en parte de acuerdo con la manera en la que el periódico redacta las noticias y, poco a poco, acabarán adoptando las opiniones del medio no solo en el caso de Grecia, sino en otros aspectos.

Además, en el transcurso de la investigación, también se ha podido constatar que el carácter sensacionalista del periódico no solo se encuentra en las noticias que presenta de manera individual sino en el propio formato del medio, refiriéndonos siempre a su modelo en línea. Mientras que *El País* presenta un aspecto serio con una publicidad discreta, el *Bild* presenta la información de manera llamativa, con grandes titulares y exclamaciones y con imágenes impactantes que en muchas ocasiones ocupan la totalidad de la visión de la página. Además de esto, la publicidad que se incluye es abusiva y en la mayoría de las ocasiones dificulta la navegación del lector por la página web.

Con todo lo estudiado con anterioridad, podemos afirmar que el periódico alemán *Bild* se ha posicionado claramente en el caso de la crisis griega y, sobre todo, en el caso del referéndum, mostrando así un carácter subjetivo y sensacionalista y una actividad que podría considerarse poco profesional. Este periódico se podría incluir en la lista de los sensacionalistas europeos que se han mencionado con anterioridad en este trabajo. Uno de los aspectos más graves de esta situación es que apenas se puede diferenciar en las publicaciones analizadas lo que es la información de lo que es la opinión.

5.3 Ta Nea

El último medio analizado para este trabajo se trata del periódico griego más vendido, el *Ta Nea*, del cual se han analizado las noticias sobre la crisis griega y el referéndum para establecer si ha existido sensacionalismo en este periódico. Además se ha analizado también el uso incorrecto de la información en la publicación de noticias extremadamente favorables a su situación o criticando la actividad de los socios europeos en las negociaciones. La primera gráfica que tendremos en cuenta, como en los periódicos anteriores, es la cantidad de noticias sensacionalistas publicadas por el *Ta Nea* entre el 26 de junio y el 5 de julio de 2015.



En esta imagen se puede observar cómo la cantidad de noticias sensacionalistas encontradas en este medio han sido mínimas, del total de las 45 noticias analizadas, únicamente 2 han sido consideradas como tales, es decir, un 4,44 %.

La primera noticia que se ha considerado de alguna manera sensacionalista es una que se titula: “*Der Spiegel*: Después de su victoria en el referéndum el primer ministro griego, Alexis Tsipras, aparece ahora como un líder”. La noticia hace referencia a la popularidad que ha ganado en la población el primer ministro griego que, a pesar de que los bancos de su país estén en quiebra y la situación sea complicada, él se encuentra en

la “cima” de su poder. También se menciona el resultado del referéndum y se afirma que la “alegría” de Tsipras puede no durar mucho, todo depende de las siguientes negociaciones con los acreedores. Toda esta información de la noticia se ha escrito teniendo en cuenta las publicaciones del diario alemán *Der Spiegel*, además, el título de la noticia supone una declaración de este medio.

Esta noticia es sensacionalista debido a que el periódico está manipulando de alguna manera lo que se dice de Tsipras y del resultado del referéndum en el extranjero, se hace ver que se le percibe como un héroe cuando la realidad no es así, puesto que hay muchos otros que no tienen esa visión. Un claro ejemplo es el caso del periódico *Bild* estudiado con anterioridad, puesto que no se mencionan las informaciones negativas de este medio; en cambio, sí se tienen en cuenta las positivas de otros. Por otro lado, la imagen no es sensacionalista, únicamente se muestra a Alexis Tsipras.

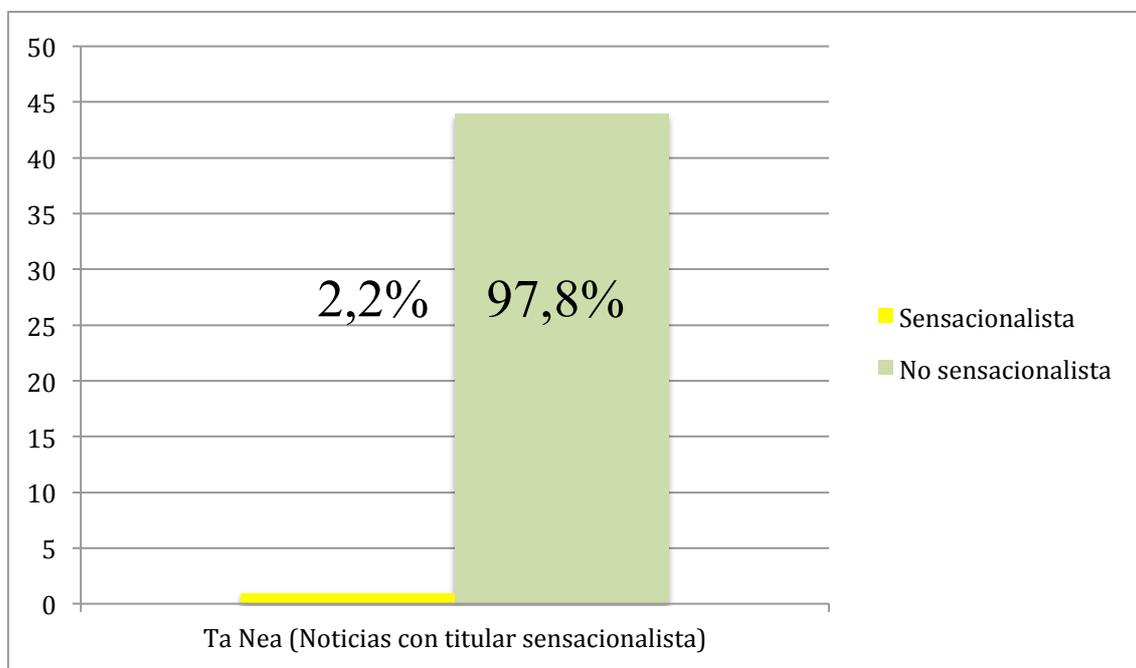
La segunda noticia que ha sido considerada sensacionalista de este medio es una publicada el 9 de julio de 2015. Esta se titula: “¿Desaire de Alexis Tsipras a Pablo Iglesias en el Parlamento Europeo?”. Se trata de una breve noticia acompañada por una foto de Alexis Tsipras (Foto 9) y por un vídeo en el que se muestra a Tsipras entrando en el Parlamento Europeo y saludando a varios líderes, entre ellos Pablo Iglesias, al que, según afirma este medio, parece ignorar cuando está estrechándole la mano a los demás presentes.

En este caso, en el vídeo no se puede apreciar del todo si realmente se ha negado a estrecharle la mano al español. Tampoco él ha declarado que tenga algún problema con Pablo Iglesias, por lo que esta noticia se basa simplemente en suposiciones del diario que pueden influir en la opinión general sobre las relaciones del Primer Ministro griego con el líder del partido político español *Podemos*.

Estas son las únicas noticias que podrían incluir algún tipo de sensacionalismo o manipulación en su contenido. Por un lado, en la primera de ellas, se manipula de alguna manera no mostrando la mayoría de las opiniones de los periódicos extranjeros por el resultado del referéndum, ya que, aunque la opinión del periódico alemán que se muestra es positiva, no es así en todos los casos. Por otro lado, la segunda, se basa en

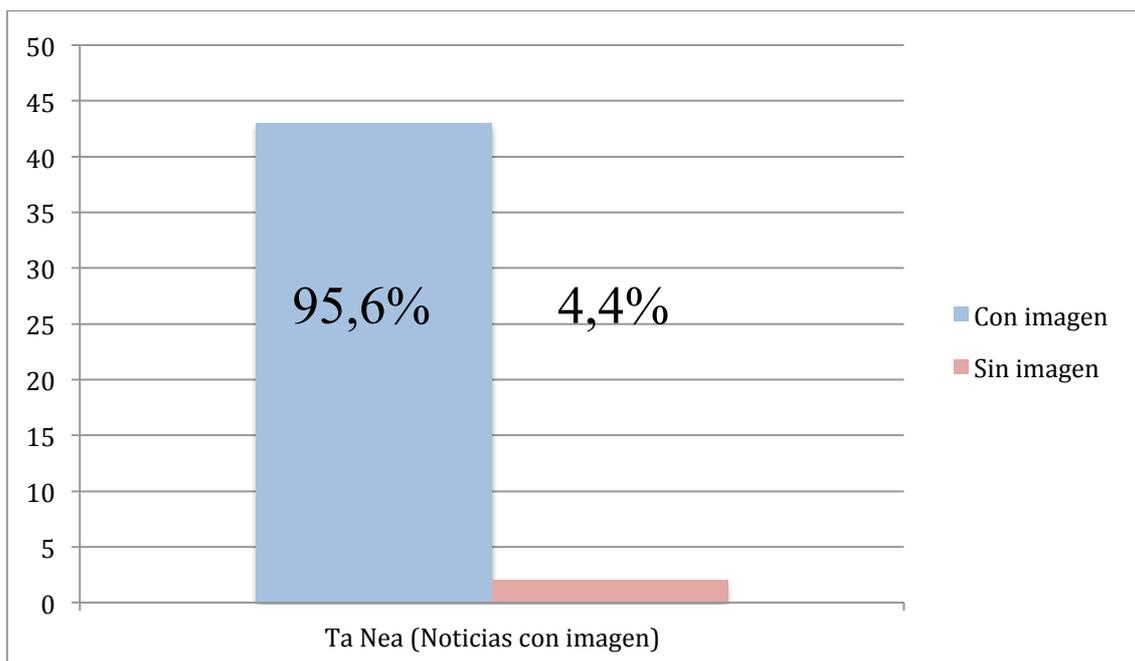
simples suposiciones del medio y no en hechos contrastados, por lo que no están cumpliendo, en este caso, la labor informativa del periódico con profesionalidad.

Lo siguiente que analizaremos de este medio es la cantidad de noticias sensacionalistas que lo han sido también, no solo por su contenido sino por el titular que presentan.



En esta gráfica podemos observar que solamente una de las dos noticias sensacionalistas encontradas en el periódico griego contiene un titular que podríamos calificar como sensacionalista. Esta noticia es la primera de las analizadas con anterioridad y la consideramos de alguna manera sensacionalista ya que, aunque la información haya sido publicada por otro periódico, se eligen deliberadamente esas declaraciones del medio para el titular. En este caso, aunque las palabras sean atribuidas a otro medio, el periódico griego *Ta Nea* elige estas declaraciones para sus propios intereses, influenciando a la población y haciéndoles creer que el líder griego se percibe como un héroe en el resto de países debido al resultado del referéndum. Por otro lado, no consideramos el titular de la segunda noticia analizada como sensacionalista puesto que, aunque no es del todo correcto, no se está afirmando nada en concreto sino simplemente se están preguntando si el hecho ha ocurrido realmente o no. El sensacionalismo aquí se encuentra tanto en el contenido como en el vídeo, más que en el titular, ya que se afirma que en el vídeo parece evitar darse la mano con Pablo Iglesias.

La tercera gráfica que tendremos en cuenta del periódico *Ta Nea* es la siguiente:



Esta gráfica muestra, como en los casos anteriores, la cantidad de noticias del periódico que han incluido algunas imágenes en sus informaciones. Nos encontramos con que únicamente han sido dos las noticias que no han incluido ningún tipo de imagen, es decir, un 95,56 % de las noticias analizadas incluyeron imágenes en sus publicaciones.

Aunque el periódico incluya esta cantidad de recursos visuales, ninguna de las noticias ha superado la cantidad de una imagen, por lo que no abusarían de este recurso para informar. Una de las características del periodismo sensacionalista es la excesiva inclusión de recursos visuales en las informaciones y, además, de carácter impactante o manipulado en algún sentido, circunstancia que no coincide con la manera de informar del *Ta Nea*.

En general, este periódico no podría considerarse sensacionalista en el periodo de tiempo analizado. Debido a la delicada situación del país y a las múltiples opiniones al respecto en la población, este medio se mantiene neutral la mayor parte del tiempo. En cuanto a la realización del referéndum y, posteriormente, la elección del “sí” o del “no”, dividió a la población y generó numerosas manifestaciones tanto en contra como a favor.

En esta situación, el periódico se dedicó a publicar noticias a favor tanto de un lado como del otro. En ningún momento se aprecia una posición clara respecto a una respuesta en el referéndum, precisamente por lo delicado de la situación y la división de la opinión pública.

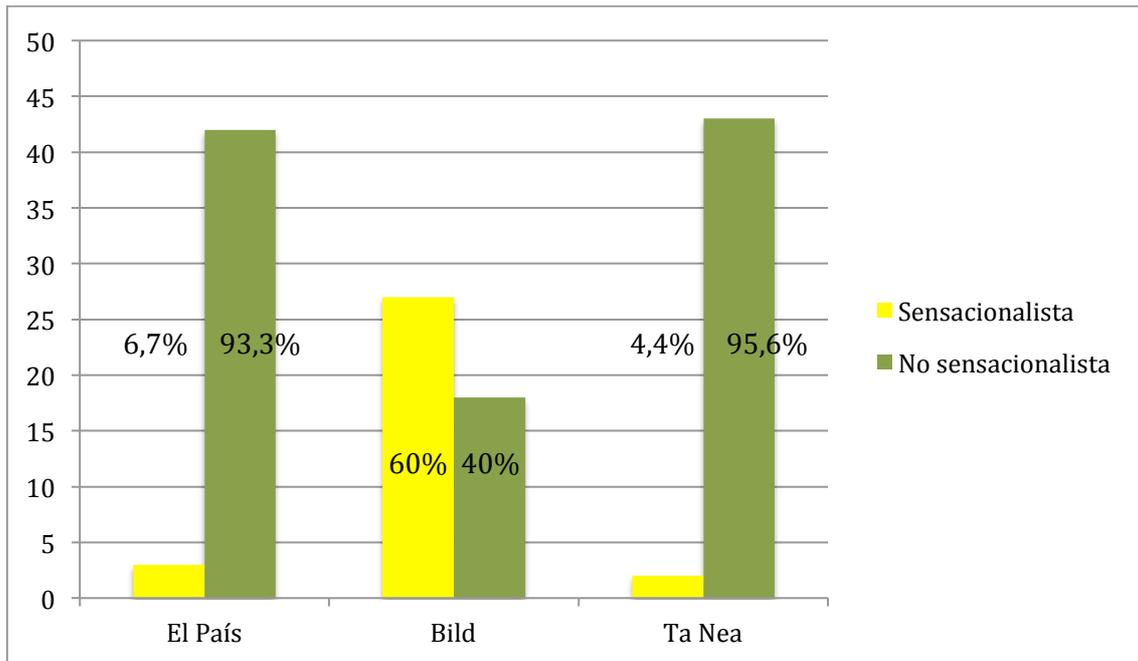
En este periódico, además de informar de la actualidad de las negociaciones y del referéndum, se encargan de publicar información de interés a sus ciudadanos. Se informa sobre los nuevos dispositivos policiales para velar por la seguridad por las diferentes manifestaciones y se muestran informaciones relativas a la situación de Grecia y el referéndum de especial interés para la población. Un ejemplo sería el descuento en el billete de barco para las personas que tengan que usarlo para desplazarse para ejercer su derecho al voto.

Este medio en línea también publica gran cantidad de noticias informando de la opinión de diferentes personalidades en relación al referéndum. Publica, por ejemplo, que el Premio Nobel en economía Paul Krugman está a favor del referéndum o, también, la opinión del alcalde de Atenas, según el cual la consulta popular es un trágico error. Además de la opinión de diferentes personas destacadas sobre el referéndum, este periódico también elabora noticias informando sobre lo que se dice en otros países sobre la situación de Grecia y sobre la realización de la consulta.

Se preocupan mucho de informar de lo que se dice en otros medios internacionales sobre ellos. Sin embargo, aunque se mantienen neutrales y publican informaciones de todo tipo, la mayoría de estas no son tan negativas como las que hemos demostrado que aparecen. Uno de los medios de comunicación más importantes de Alemania, *Bild*, critica a Grecia en casi todas las publicaciones sobre este país. El país germano es uno de los más importantes en las negociaciones y, no obstante, el periódico *Ta Nea* no informa sobre lo que se dice en él sobre los griegos. Quizás sea porque el periódico alemán no es considerado como un medio de comunicación con seriedad por *Ta Nea* y, por ello, no creen relevante que la información que publican deba conocerse. También puede ser que su intención no sea la de hacerle ver a la población la opinión mayoritaria y negativa que promulga el medio más importante del país con más relevancia en las negociaciones con Grecia.

5.4 Análisis comparativo

Tras el análisis por separado de los resultados de cada medio es conveniente, a su vez, realizar un estudio comparativo para determinar las diferencias y similitudes existentes entre los periódicos estudiados. En primer lugar, se tendrá en cuenta el carácter sensacionalista de las noticias.

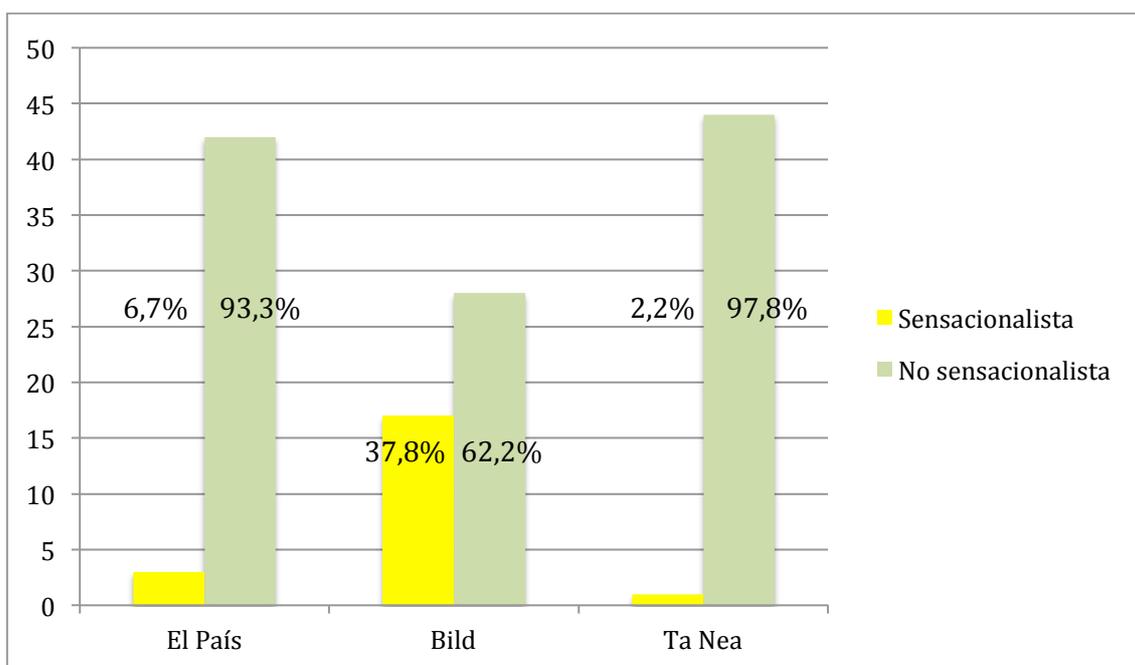


En esta gráfica podemos observar los datos obtenidos previamente y mostrados con anterioridad en los resultados cuantitativos de cada medio por separado. Se puede apreciar aquí la cantidad de noticias sensacionalistas sobre Grecia que aparecieron en cada medio de comunicación en el periodo de 15 días estudiado. De las 135 noticias analizadas en total, únicamente 3 son las sensacionalistas de *El País* y 2 del periódico griego *Ta Nea*, es decir, un 2,22 % y un 1,5 % del total. No obstante, el periódico alemán *Bild* contiene un total de 27 noticias sensacionalistas, que componen un 20 % del total, una cifra mucho mayor que los anteriores medios analizados.

Estudiando los porcentajes de manera individual, de las 45 noticias analizadas en cada medio digital, el periódico *El País* tendría un 6,7 % de contenido sensacionalista, el griego *Ta Nea* un 4,44% y el *Bild* un alarmante 60 %.

Tras la comparativa de estas gráficas, se podría afirmar que el periódico alemán ha resultado ser el más sensacionalista de todos. Mientras que en el periódico español y en el griego, las noticias que surgieron de este tipo resultaban ser puntuales, el *Bild* parecía seguir un patrón. Este medio criticaba abiertamente a Grecia y a sus ciudadanos y, además del contenido publicado, su formato llamativo y lleno de publicidad, titulares grandes e imágenes impactantes, delataban su carácter sensacionalista.

Las siguientes gráficas que se han comparado han sido la de la cantidad de titulares sensacionalistas que surgieron en cada medio, ya que no todas las noticias sensacionalistas contenían un titular llamativo. En algunos casos, la información de este tipo se encontraba en el contenido de la noticia. Vamos a observar cuántas de las noticias sensacionalistas contenían un titular del mismo tipo.



En esta gráfica comparativa podemos observar que, de nuevo, el periódico alemán supera a los anteriores, esto es debido a que es el que más noticias sensacionalistas contenía. Podemos apreciar, sin embargo, que en el *Bild* la barra amarilla, que determina el contenido “amarillista” ha disminuido considerablemente. Esto es debido a que en el periódico alemán la mayoría de noticias eran sensacionalistas, pero, en muchos de los casos, este contenido estaba dentro de la noticia y no en el titular. En *El País* la barra sensacionalista se mantiene igual, en el *Ta Nea* disminuyó un 2,2 % y en el

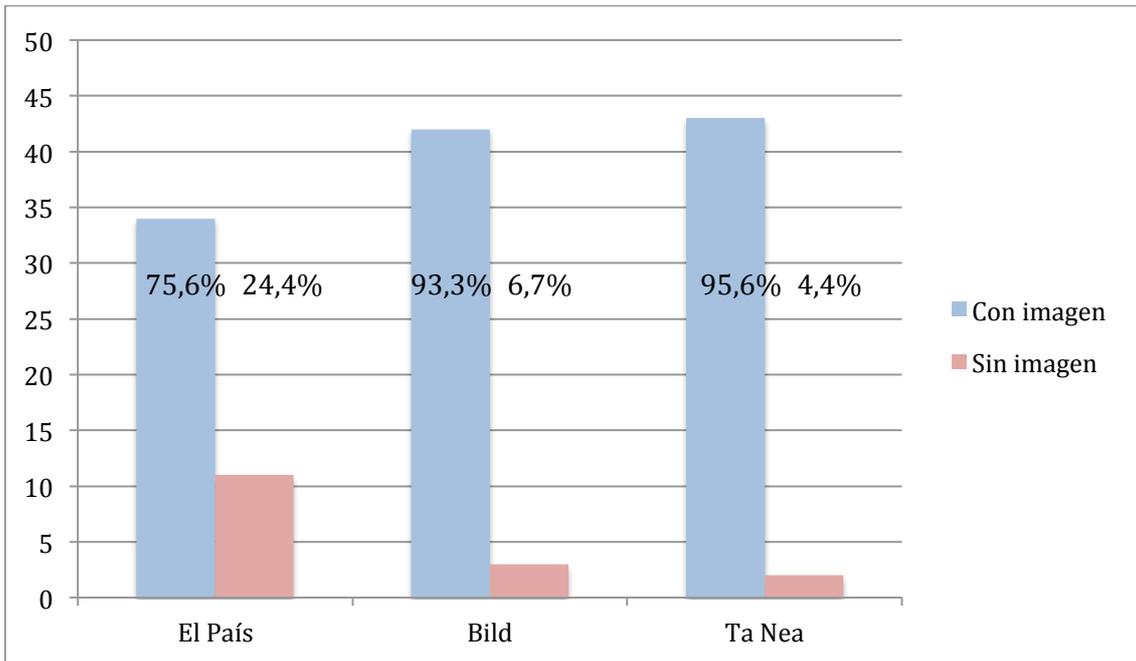
Bild disminuyó un 22,2 %. Esto demuestra que en los medios español y griego el contenido sensacionalista está, de alguna manera, relacionado con los titulares que se presentan. No obstante, en el *Bild* no parece existir esta relación porque del 60 % de las noticias analizadas, únicamente un 37,2 % poseían un titular sensacionalista. Esto demuestra, también, que las noticias de carácter sensacionalista están tan arraigadas a la metodología de trabajo de este medio que, en muchas ocasiones, no necesariamente se refleja en sus titulares. Cualquier noticia en el *Bild* puede tener contenido amarillista, sin ser delatado en el título.

En cuanto al contenido de estos titulares, en *El País* estos contenían información sobre el sufrimiento de los ciudadanos griegos debido a la crisis. Se utilizaban, además, testimonios como titulares en los que se apreciaban las dificultades que se viven en el país. En el caso del periódico alemán, los titulares sensacionalistas destacaban por incluir críticas, exclamaciones, adjetivos descalificativos o afirmaciones negativas hacia Grecia y los griegos. Por último, en el *Ta Nea*, se consideró un titular como inadecuado debido a que se usaba la declaración de un periódico para alcanzar ciertos intereses, como mostrar a la población que en el extranjero se apreciaba una buena imagen del Primer Ministro Alexis Tsipras.

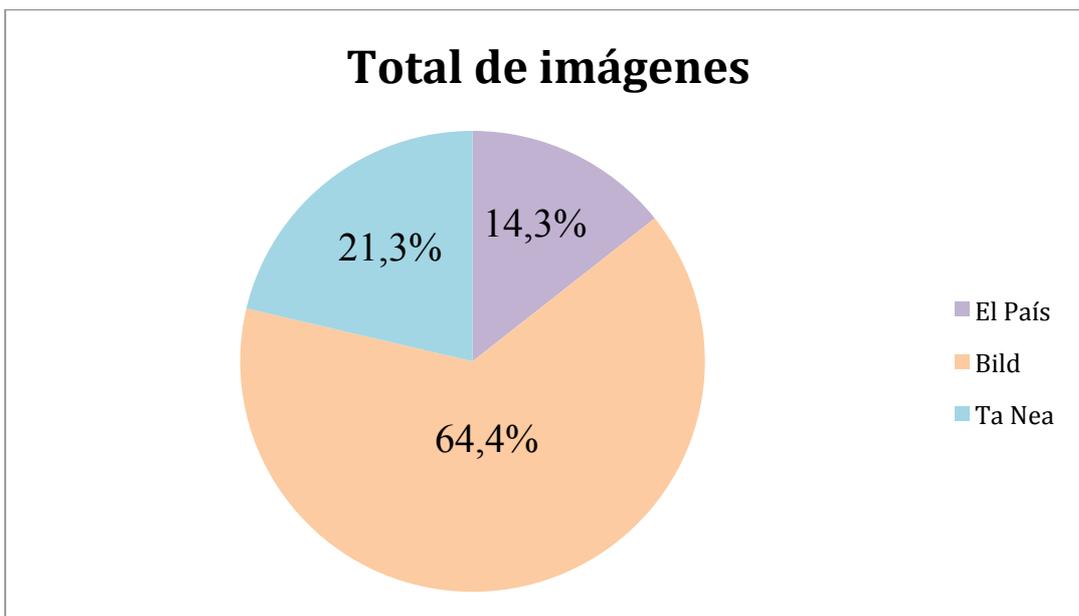
También hay otros casos parecidos en el medio alemán: con anterioridad afirmábamos que el periódico *Bild* había publicado titulares con las declaraciones de algunos medios que a ellos les interesaban. Un ejemplo de esto es: “Salvar a Grecia o al euro” del periódico francés *Le Figaro* y con el que el *Bild* creó un titular. En este caso, el medio alemán utilizó las palabras negativas de otros diarios para servir a su causa y mostrar que había muchos más en contra del país heleno. Sin embargo, no informaban de aquellos que publicaban información mucho más positiva.

El caso contrario se pudo ver en el periódico *Ta Nea*: el titular que se consideró sensacionalista en este medio fue: “*Der Spiegel*: Después de su victoria en el referéndum el primer ministro griego, Alexis Tsipras, aparece ahora como un líder”. En este caso, utilizan las palabras del medio alemán *Der Spiegel* para hacer ver a la población griega las opiniones positivas en el extranjero sobre su líder. Sin embargo, no muestran otras como las negativas del *Bild*, el periódico más vendido en Alemania y, por lo tanto, uno de los más influyentes en la creación de opinión pública de este país.

La siguiente gráfica compara la cantidad de noticias que contenía alguna imagen.



De las 135 noticias analizadas, el 88,1 % contenía alguna imagen. De este porcentaje, el 25,1 % pertenece a *El País*, el 31,1 % al *Bild* y el 31,9 % al *Ta Nea*. Es decir, el medio que más noticias tenía con algún complemento visual es el *Ta Nea*, seguido por el periódico alemán y, finalmente, por *El País*. Sin embargo, esta es la cantidad de noticias que contenían alguna imagen, no la totalidad de imágenes de cada medio en el estudio en general. Para esto también se ha realizado otra gráfica comparativa.



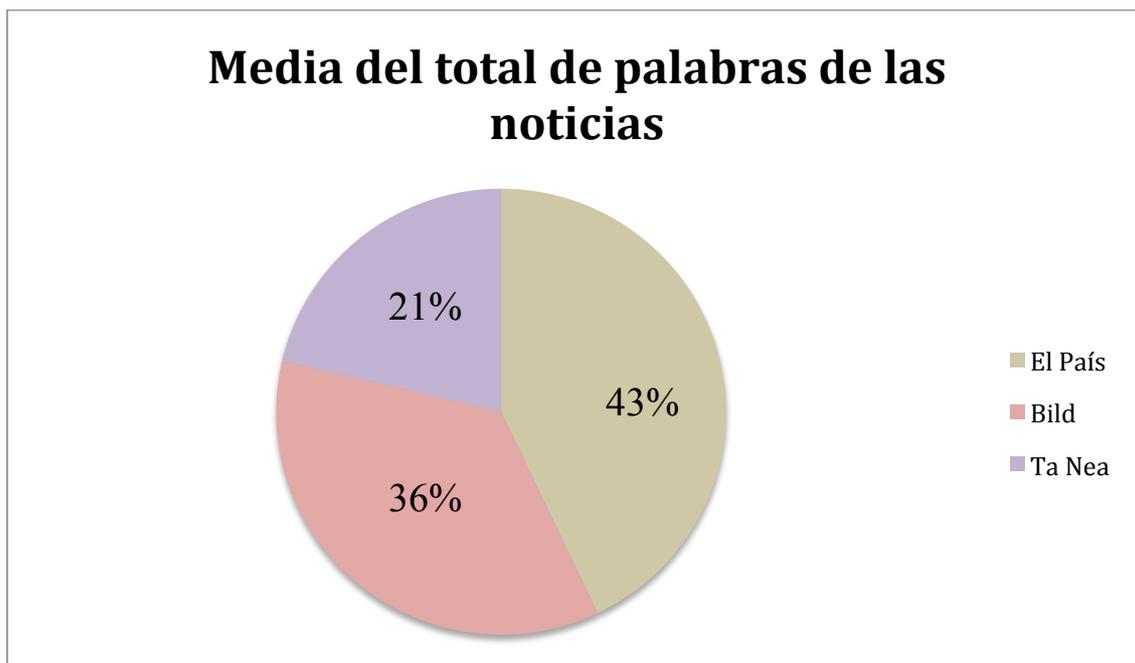
La cantidad de imágenes en las noticias también es una característica del periodismo sensacionalista, ya que este publica una gran cantidad de contenido visual para llamar la atención y para acompañar a una información muchas veces poco profesional. En la gráfica anterior, se puede observar que el periódico alemán, el que hasta ahora se ha acercado más al periodismo amarillista, es el que más cantidad de imágenes ha utilizado en sus publicaciones. En las 45 noticias que se han estudiado en este medio, se han utilizado un total de 157 imágenes, es decir, una media de 3,49 imágenes por noticia, una cantidad posiblemente desmesurada de contenido visual.

Por otro lado, los dos periódicos restantes han utilizado este recurso de forma más comedida. El siguiente es el griego *Ta Nea*, que ha empleado una cantidad de 52 imágenes en las 45 noticias, es decir, 1,15 imágenes por noticia. Por último, se encuentra *El País* con la cantidad de 35 imágenes, un número menor que el de noticias analizadas, creando un promedio de menos de una imagen por noticia. Aquí se demuestra que el medio que más noticias sensacionalistas ha publicado, ha sido también el que más imágenes ha utilizado, muchas veces de manera excesiva.

El periódico alemán incluía todas las imágenes posibles en sus noticias, aunque no tuvieran ninguna finalidad informativa y no complementaran adecuadamente al contenido. De hecho, en algunas ocasiones, las imágenes mostraban varias perspectivas de una misma escena. También, a veces, se repetían estos recursos y, así, se mostraban varias noticias con imágenes coincidentes. En el caso del medio griego, se mostraban las imágenes justas. Casi todas las noticias de este medio contenían una imagen, que acompañaba perfectamente a la información. El caso de *El País* es parecido: en algunas ocasiones no mostraba ninguna imagen y, cuando lo hacía, acompañaba a la información de manera que lo importante seguía siendo el contenido escrito, no como en el *Bild*, en el que parecían darle más importancia a las imágenes y al titular.

Esto no quiere decir que el periódico griego y el español carezcan de información visual. Sin embargo, son mucho más profesionales a la hora de usarla. Por ejemplo, en el caso del periódico español, este genera galerías de imágenes de determinados sucesos a las que el lector puede acceder para conocer lo que ocurre de manera visual. No obstante, no bombardea con imágenes al lector en las noticias escritas, ya que aquí prima la lectura y la información de calidad.

La última gráfica que se ha decidido realizar y que debemos tener en cuenta es aquella que muestra la media de palabras escritas en las noticias analizadas de cada medio. Esto se ha decidido investigar ya que es otra característica del periodismo sensacionalista, debido a que, en este tipo de publicaciones, prevalece la información visual sobre la escrita. Además de esto, la información de calidad siempre se ha relacionado con una mayor extensión en la noticia para explicar y desarrollar mejor la información.



Podemos observar cómo el periódico español es el que más palabras por noticias tiene, seguido del alemán y, por último, del griego. *El País* posee el 43 % de las palabras escritas, es decir, una media de 750, 49 palabras por noticia. Por otro lado, el periódico alemán tiene una media de 624, 87 palabras por noticia, es decir, un 36 %. Por último, el periódico griego *Ta Nea* posee un 21 %, es decir, una media de 372, 67 palabras por noticia. De esta gráfica no se puede determinar con claridad si un medio ha sido sensacionalista o no en cuanto a la cantidad de palabras por noticia, puesto que entre los periódicos griego y español, por un lado y el alemán, por otro, no hay una clara diferencia, cuando sí la ha habido en otros aspectos como en la imagen. Por lo tanto, en este caso no se puede determinar si es sensacionalista o no por la cantidad de palabras, aunque sí por la información que contienen, ya que, en la mayoría de los casos, la información del *Bild* no era de tanta calidad como en los otros dos y era mucho más subjetiva, llena de críticas y valoraciones.

Tras todos los datos cuantitativos y cualitativos mostrados con anterioridad en este análisis, se puede determinar que el periódico alemán se muestra como el más sensacionalista de los tres y ha criticado a Grecia y a sus ciudadanos cuando debería mostrarse neutral. Además de esto, ha empleado una cantidad desmesurada de imágenes para acompañar a la información, otorgando así más importancia al contenido visual que al escrito.

Por otro lado, el periódico griego no ha tenido este carácter sensacionalista: ha publicado informaciones sobre las negociaciones y sobre referéndum como los otros dos y, además de noticias de importancia para los ciudadanos sobre el tema, ha informado sobre lo que los demás medios internacionales dicen de ellos, aunque solo publicaciones positivas en la mayoría de los casos.

Por último, el periódico *El País* ha actuado con mayor profesionalidad en las noticias que ha publicado, ciñéndose a los hechos y sin mostrar opiniones que puedan influir de una manera u otra en la opinión de la población. Sin embargo, sí que ha publicado algunas noticias en las que se muestra el sufrimiento de los ciudadanos griegos en los difíciles momentos que viven, noticias que pretenden llamar la atención del lector sin acudir al interés informativo, más bien recurriendo a la pena que suscita en los lectores este tipo de vivencias.

6. CONCLUSIONES

A continuación se enumerarán diferentes conclusiones que se han podido obtener a raíz de los resultados obtenidos. Estas verificarán o no las hipótesis que planteábamos al inicio de este estudio.

1. En el periodo establecido para el estudio, los tres medios de comunicación han publicado noticias sensacionalistas sobre Grecia, aunque no de la misma manera ni con la misma finalidad. Por lo tanto podríamos afirmar que la hipótesis nº 1 se confirma.
2. Los periódicos *El País* y *Ta Nea* pueden considerarse como “no sensacionalistas” en este tema debido a la baja cantidad de informaciones de este tipo que publicaron.
3. En el caso del periódico español, el sensacionalismo estaba destinado a sensibilizar al lector, apelando a su interés morboso, sobre la situación de pobreza que se vive en Grecia. No obstante, en general, destaca por su profesionalidad y por la transparencia y calidad de sus informaciones. Se podría decir que la hipótesis nº 3 se confirma.
4. Las noticias sensacionalistas del periódico griego fueron puntuales. Sin embargo, este medio publicó con frecuencia noticias informando de lo que se afirmaba sobre ellos en otros medios internacionales. La mayoría de publicaciones de otros medios que muestran son positivas. De aquí se podría deducir que este medio no está informando de las opiniones negativas sobre Grecia de manera deliberada, ya que no informa de lo negativo que ha publicado el periódico más vendido en Alemania, el *Bild*. En este caso la hipótesis nº 2 no se confirma, ya que no se han publicado noticias extremadamente favorables para su país en cuanto a la situación.
5. El periódico alemán, *Bild*, es, con diferencia, el más sensacionalista de los tres ya que más de la mitad de sus publicaciones se consideraron de este tipo.
6. El *Bild* critica abiertamente a Grecia, a su gobierno y a sus ciudadanos de manera sensacionalista. Esto lo lleva a la práctica con titulares escandalosos, con el uso incorrecto de las imágenes y con el contenido de las informaciones. Tras estas conclusiones se puede afirmar que la hipótesis nº 4 se confirma.

7. Al ser estos los tres periódicos más vendidos en sus respectivos países, se puede intuir la naturaleza de la opinión pública mayoritaria sobre Grecia en cada uno. Se podría determinar así que la mayoría de la población alemana tiene una mala imagen sobre los griegos.
8. Estas críticas y esta mala imagen no están fundamentadas, como se demostrará a continuación en la discusión.

7. DISCUSIÓN

Es innegable el poder que los medios de comunicación ejercen en la sociedad, así como los beneficios y los perjuicios que pueden llegar a causar. Esta influencia se ha demostrado y se ha podido ver reflejada en el estudio del periodismo sensacionalista desde sus inicios, así como también la podemos demostrar ahora.

En la realización de este estudio hemos podido observar que el periódico alemán *Bild* ha sido el sensacionalista por excelencia de los medio elegidos, mientras que los otros dos no se pueden considerar como tales. Podemos determinar que la opinión popular de España sobre los griegos no es la misma que en Alemania, donde el sentimiento de rechazo está generalizado. Esto se puede intuir a raíz del estudio del medio, ya que la mayoría de noticias sobre Grecia eran negativas y es el periódico más vendido del país, por lo que es la información que alcanza a más población.

El hecho de que la opinión predominante en Alemania sobre Grecia sea negativa y que tanto esta como las críticas hacia los griegos no están fundamentadas, se puede demostrar con el libro titulado *¡Vended vuestras islas griegas arruinados!* De Stephan Kauffman e Ingo Stütze, del que se ha hablado con anterioridad. En él, los autores afirman que los alemanes consideran a los griegos perezosos y los culpables de su desgracia. Se encargan, también, de desmentir diferentes afirmaciones negativas que se han hecho sobre los griegos y que, en realidad, no tienen razón de ser.

Desmienten afirmaciones como “Grecia tiene una deuda excesiva”, “Los griegos tienen muchas vacaciones”, “Los griegos han llevado una buena vida” o “Estamos pagando las pensiones de lujo de los griegos”. En el caso de “Los griegos son unos vagos”, la creencia más extendida, afirman que en Grecia se trabaja mucho. Muestran así como, según datos de Eurostat, la media de trabajo en Grecia de antes de la crisis era de 44, 3 horas semanales, mientras que en Alemania era de 41 horas. Los datos que contrastan con las otras declaraciones se han mencionado con anterioridad en la realización de este trabajo. Es aquí donde podemos observar el poder que tienen los medios de comunicación. Hemos observado cómo las noticias predominantes en el *Bild* hacia Grecia eran negativas y, a través del libro mencionado anteriormente, podemos intuir

que la opinión mayoritaria en Alemania sobre los griegos es, de hecho, negativa y no es del todo correcta.

A raíz de las conclusiones y de los resultados obtenidos debemos estar alerta y ser críticos a la hora de consumir la información ya que, si no cuestionamos lo que leemos o vemos no podremos tener una opinión propia y lógica sobre los sucesos que nos rodean. El *Bild* ha ayudado a construir una opinión pública en su país que en nada ayuda a las relaciones actuales de la UE con Grecia. La UE debe estar formada por países que se apoyan y se ayudan para poder fortalecerse, una idea de futuro a la que no contribuye este medio de comunicación sensacionalista.

Para terminar podemos concluir que esta investigación es susceptible de ser continuada. En muchas ocasiones nos hemos referido a la posibilidad de la formación de una opinión pública determinada a raíz de las noticias de estos medios de comunicación. A pesar de esto ha resultado imposible conocer a ciencia cierta las opiniones reales de la sociedad de cada país al respecto. Se podría continuar esta investigación realizando un estudio sociológico con un sondeo de opinión para poder estudiar en profundidad cómo afectan estos tres medios de comunicación en la formación de la opinión pública.

8. BIBLIOGRAFÍA

1. LIBROS

BOLADO ARGÜELLO, Nieves. (1991): *La independencia de Cuba y la prensa: Apuntes para la Historia*. Cantabria: Excmo. Ayuntamiento de Torrelavega.

STEPHAN, K y STÜTZLE, I. (2014): *¡Vended vuestras islas, griegos arruinados!*. Asturias: Hoja de Lata.

2. ARTÍCULOS

ALONSO, Belén. (2007): “Entre lo popular y lo masivo. Aproximaciones a la prensa moderna”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 62.

Disponible en:

http://www.ull.es/publicaciones/latina/200707Alonso_B.htm

BILBAO, Javier. (n.d.): “La propaganda de Goebbels durante la Segunda Guerra Mundial”, en *Jotdown contemporary culture mag*.

Disponible en:

<http://www.jotdown.es/2013/02/la-propaganda-de-goebbels-durante-la-segunda-guerra-mundial/>

CEREZAL, Pablo. (2015): “Seis años de inestabilidad por la constante crisis griega”, en *Expansión*, economía, 13/07/2015.

Disponible en:

<http://www.expansion.com/economia/2015/07/13/55a3ae1e46163fdb298b4597.html>

CURROS, O y LEITE, N. (n.d.): “La propaganda de guerra”, en *ATI*.

Disponible en:

<http://www.ati.es/spip.php?article161>

El País. (2011): “Las claves de la crisis griega”, en *El País Internacional*, 16/06/2011.

Disponible en:

http://internacional.elpais.com/internacional/2011/06/16/actualidad/1308175211_850215.html

ESCOLAR, Ignacio. (2015): “El no de Grecia en nueve claves”, en *El Diario*, blog *Escolar.net*, 05/07/2015.

Disponible en:

http://www.eldiario.es/escolar/Grecia-claves_6_406019417.html

GONZÁLEZ, Álvaro. (2014): “¡Vended vuestras islas!: Alemania y su sensacionalismo contra Grecia”, en *Valencia Plaza*, cultura y sociedad, 15/12/2014.

Disponible en:

<http://www.valenciaplaza.com/ver/145562/vended-vuestras-islas-griegos-libro-critica.html>

GONZÁLEZ, Felipe. (2015): “Grecia: y ahora, ¿qué?”, en *El País*, opinión, 07/07/2015.

Disponible en:

http://elpais.com/elpais/2015/07/06/opinion/1436207209_847762.html

GROS, Daniel. (2015): “Por qué Grecia es diferente”, en *El economista*, opinión y blogs, 23/05/2015.

Disponible en:

<http://www.economista.es/opinion-blogs/noticias/6733745/05/15/Por-que-Grecia-es-diferente.html#.Kku8hkMZCGfIVpi>

KONSTANTAKOPOULOS, Dimitris. (2015): “La <<crisis griega>>, vista desde Grecia”, en *Voltairenet.org*, 11/07/2015.

Disponible en:

<http://www.voltairenet.org/article188115.html>

KRUGMAN, Paul. (2015): “Ending Greece’s Bleeding”, en *The New York Times*, The Opinion Pages, 5/07/2015.

Disponible en:

http://www.nytimes.com/2015/07/06/opinion/paul-krugman-ending-greeces-bleeding.html?rref=collection%2Fcolumn%2Fpaul-krugman&action=click&contentCollection=opinion®ion=stream&module=stream_unit&contentPlacement=3&pgtype=collection

KRUGMAN, Paul. (2015): “Europe’s Many Economic Disasters”, en *The New York Times*, The Opinion Pages, 03/07/2015.

Disponible en:

http://www.nytimes.com/2015/07/03/opinion/paul-krugman-europes-many-disasters.html?rref=collection%2Fcolumn%2Fpaul-krugman&action=click&contentCollection=opinion®ion=stream&module=stream_unit&contentPlacement=4&pgtype=collection

KRUGMAN, Paul. (2015): “Greece Over the Brink”, en *The New York Times*, The Opinion Pages. 29/06/2015.

Disponible en:

http://www.nytimes.com/2015/06/29/opinion/paul-krugman-greece-over-the-brink.html?rref=collection%2Fcolumn%2Fpaul-krugman&action=click&contentCollection=opinion®ion=stream&module=stream_unit&contentPlacement=5&pgtype=collection

La Información. (2015): “El sensacionalista ‘Bild’ carga contra Grecia, “país de defraudadores y vagos”, en *La Información*, noticias, 16/07/2015.

Disponible en:

http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/el-sensacionalista-bild-carga-contra-grecia-pais-de-defraudadores-y-vagos_n34SqnH7Fp7VKQHF16gGL5/

LAMET, Juan M. (2010): “Sangre por la economía griega”, en *Expansión*, blog *Al pie de la crisis*, 05/05/2010.

Disponible en:

<http://www.expansion.com/blogs/grecia/2010/05/05/sangre-por-la-economia-griega.html>

LÓPEZ, M, RODRÍGUEZ, A y AGUDELO, J.P. (2010): “Crisis de deuda soberana en la Eurozona”, artículo, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Antioquia.

MÁRQUEZ, E. (2008): “Amarillismo en prensa inglesa”, en *Blog de un emprendedor e inversor*, *emiliomarquez.com*.

Disponible en:

<http://emiliomarquez.com/2008/11/04/amarillismo-en-prensa-inglesa/>

MAYDANA, Rodrigo, (2008): “CNN y la Guerra del Golfo: la histórica cobertura periodística de una guerra”, en *Linkeados*.

Disponible en:

<http://www.linkeados.com.ar/cnn-y-la-guerra-del-golfo-la-historica-cobertura-periodistica-de-una-guerra/>

Reuters/EP. (2015): “El “corralito” deja sin papel a los periódicos en Grecia”, en *Europa Press*, Internacional, 09/07/2015.

Disponible en:

<http://www.europapress.es/internacional/noticia-corralito-deja-papel-periodicos-grecia-20150709204509.html>

ROIG, Miquel. (2012): “¿Estamos realmente con Grecia? 12 razones para reflexionar”, en *Expansión*, blog *El valor del dinero*, 13/02/2012.

Disponible en:

<http://www.expansion.com/blogs/roig/2012/02/13/estamos-realmente-con-grecia-12-razones.html>

REYES GUZMÁN, G Y MOSLARES GARCÍA, C. (2010): “La Unión Europea en Crisis”, en *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*.

ROIG, Miquel. (2012): “¿Estamos realmente con Grecia? 12 razones para reflexionar”, en *Expansión*, blog *El valor del dinero*, 13/02/2012.

Disponible en:

<http://www.expansion.com/blogs/roig/2012/02/13/estamos-realmente-con-grecia-12-razones.html>

SAAD, Anuar. (2012): “El sensacionalismo o la “insurrección” de las masas”, en *Razón y Palabra* (Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación).

VAQUERO, Iñiqui. (2012). “De cómo la prensa provocó una guerra”, en *Cine historia*.

WAGENER, V, DICK, W y ROMERO-CASTILLO, E. (2012): “”Bild”: sesenta años polarizando a Alemania”, en *Deutsche Welle*, política, 23/06/2012.

Disponible en:

<http://www.dw.com/es/bild-sesenta-años-polarizando-a-alemania/a-16046148>

WOLF, Martin. (2015): “A deal to bring modernity to Greece”, en *Financial Times*, Columnists, 03/02/2015.

Disponible en:

<http://www.ft.com/intl/cms/s/0/f81e0b82-aad9-11e4-91d2-00144feab7de.html#axzz3g0Fq4qoo>

3. PUBLICACIONES INÉDITAS

REDONDO GARCÍA, Marta (2013): *El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español*. (Tesis doctoral). Facultad de Filosofía y Letras. Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y de América, Periodismo y Comunicación Audiovisual y Publicidad. Universidad de Valladolid.

4. PERIÓDICOS ANALIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

Bild. Periódico alemán.

Disponible en:

www.Bild.de

El País. Periódico español.

Disponible en:

www.elpais.com

Tanea. Periódico griego.

Disponible en:

www.tanea.gr

ANEXO

En este anexo se han añadido las imágenes que se han utilizado para la realización del trabajo y la explicación de ciertos aspectos en el análisis cuantitativo y cualitativo.

Foto 1

“Si suben el IVA, tendremos que dejar de comer” (26/06/2015) *El País*



Foto 2

“Nos lanzan al vacío, a partir del referéndum será el abismo” (27/06/2015) *El País*



Foto 3

La historia detrás de esta trágica foto de un pensionista griego (05/07/2015) *El País*



Foto 4

¡Grecia chantajea a Europa! (27/06/2015) *Bild*



Foto 5

Tsipras habla de una declaración de guerra (28/06/2015) *Bild*



Foto 6

Horas amargas de Merkel (30/06/2015) *Bild*



Foto 7

Chica (10 años) regala a sus padres su dinero de bolsillo (03/07/2015) *Bild*



Foto 8

La vida al borde del colapso (08/07/2015) *Bild*



Foto 9

¿Desaire de Alexis Tsipras a Pablo Iglesias en el Parlamento Europeo? (09/07/2015)
Ta Nea



