



Revista de Comunicación

ISSN: 1684-0933

ISSN: 2227-1465

Universidad de Piura. Facultad de Comunicación

San José-De la Rosa, C.; Gil-Torres, A.; Miguel-Borrás, M.
El periodismo como protagonista esencial en la trama de la serie The Crown
Revista de Comunicación, vol. 21, núm. 2, 2022, pp. 263-283
Universidad de Piura. Facultad de Comunicación

DOI: <https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A13>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=589475507014>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UPEM 

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

El periodismo como protagonista esencial en la trama de la serie *The Crown*

Journalism as an essential protagonist in the plot of the series *The Crown*

San José-De la Rosa, C., Gil-Torres, A. y Miguel-Borrás, M.¹

Recibido: 7-02-2022 – Aceptado: 15-07-2022

<https://doi.org/10.26441/RC21.2-2022-A13>

RESUMEN: Los medios de comunicación desarrollan un papel clave en el guión de la exitosa serie de Netflix *The Crown* (Peter Morgan, 2016-2020), puesto que en sus 40 episodios aparecen multitud de acciones relacionadas con la información. El periodismo resulta esencial en la agenda diaria de la familia real y de los políticos y se convierte en protagonista indiscutible para unir la trama, incluso con algunos capítulos en los que ocupa más de la mitad del tiempo. Para cuantificar la presencia del periodismo en las cuatro temporadas, esta investigación utiliza un método estructuralista inspirado en el libro *Morfología del cuento* (1928), del ruso Vladimir Propp, que extrajo 31 funciones o acciones irreducibles tras analizar cien cuentos tradicionales. Este trabajo se sostiene en la plantilla de elaboración propia *Morfología del periodista en el cine*, con 70 funciones en tres esferas: con alto, medio y bajo impacto del periodismo. Entre las conclusiones destaca la presencia constante de periodismo desde los primeros minutos de cada episodio hasta el final, con lo que titulares, flashes, emisiones en radio o imágenes en televisión marcan el ritmo del hilo narrativo en cada capítulo y se convierten en el enlace entre familia real y políticos y la sociedad. Se observa además la supremacía del trabajo de los periódicos sobre la radio y la televisión y también se detecta el predominio de temas sensacionalistas vinculados a la vida personal de los miembros de la realeza y de los temas políticos trascendentales para el país. Esta investigación se convierte así en un testimonio nuevo de la fructífera unión entre periodismo y cine. Es además otro documento de la historia del periodismo británico y su decidida vinculación con la Corona y la vida política de Inglaterra durante varias décadas de la segunda mitad del siglo XX.

Palabras clave: periodismo y cine; política y cine; *The Crown*; Isabel II; Corona británica; narrativa audiovisual; Emmys; series; Netflix.

ABSTRACT: The media play a key role in the script of the successful Netflix series *The Crown* (Peter Morgan, 2016-2020), since a multitude of information-related actions appear in its 40 episodes. Journalism is essential in the daily agenda of the royal family and politicians and it becomes the undisputed protagonist to unite the plot, even with some chapters in which it occupies more than half the time. To quantify the presence of journalism in the four seasons, this research uses a structuralist method inspired by the book *Morphology of the story* (1928), by Russian Vladimir Propp, which extracted 31

¹ Cristina San José-De la Rosa es doctora en Periodismo, profesora en el Grado de Periodismo y en el Máster de Cine, Comunicación e Industria Audiovisual de la Universidad de Valladolid y periodista. Premio de Periodismo Provincia de Valladolid en 2006. Líneas de investigación relacionadas con la presencia del periodista en el cine y con el periodismo cinematográfico. cristina.sanjose@uva.es, <https://orcid.org/0000-0001-6891-3170>

Alicia Gil-Torres es doctora en Periodismo, profesora en el Grado de Periodismo de la Universidad de Valladolid y consultora de comunicación en el Gobierno de España. Su área de especialización es Comunicación Política y Electoral y sus líneas de investigación se centran en las campañas electorales, marketing político y grassroots (contacto directo con el votante). alicia.gil@uva.es, <https://orcid.org/0000-0002-8042-2208>

Mercedes Miguel-Borrás es doctora en Comunicación Audiovisual, profesora titular en el Grado de Periodismo de la Universidad de Valladolid, creadora y directora del Máster de Cine, Comunicación e Industria de la Universidad de Valladolid y miembro de la Academia de Cine. Investigadora de la historia del cine y de cineastas como Ken Loach, Mario Brenta, François Truffaut, Luis Buñuel o Víctor Erice. mercedes.miguel@uva.es.

<https://orcid.org/0000-0001-7736-1080>

irreducible functions or actions after analyzing one hundred traditional stories. This work is based on the template made by itself Morphology of the journalist in the cinema, with 70 functions in three spheres: with high, medium and low impact of journalism. Among the conclusions, the constant presence of journalism stands out from the first minutes of each episode to the end, with which headlines, flashes, radio broadcasts or television images mark the rhythm of the narrative thread in each chapter and become the link between royal family and politicians and society. In addition, the supremacy of the work of newspapers over radio and television is observed, and the prevalence of sensational themes linked to the personal lives of royals is also detected. This investigation thus becomes a new testimony of the fruitful union between journalism and cinema. It is also another document in the history of British journalism and its decisive link with the Crown and the political life of England during several decades of the second half of the 20th century.

Keywords: journalism and film; politics and film; The Crown; Elizabeth II; British Crown; audiovisual narrative; Emmys; series; Netflix.

1. Introducción

Sensacionalistas titulares de periódicos en la voz de un vendedor en plena calle en los años 50 sobre los romances de la princesa Margarita con el piloto Peter Townsend. Aparatos de radio desde los que se escucha un discurso de Isabel II o de Winston Churchill. Imágenes en blanco y negro en televisión de eventos como el viaje de la reina y su esposo por los países de la Commonwealth o el trascendental momento de su coronación. Los medios de comunicación juegan un papel protagonista en las cuatro temporadas de *The Crown* (Peter Morgan, 2016-2020) con su aparición constante en los 40 capítulos, en algunos con su presencia más de la mitad del tiempo. Son testigos directos de su día a día y el nexo de unión de los inaccesibles personajes con la sociedad. Por eso, esta investigación se detiene en la alabada serie situada en el olimpo de la narrativa audiovisual contemporánea, como demuestra su éxito en los Emmys 2021 (Mullor, 2021). Una historia que se adscribe al género cinematográfico de tipo histórico, biográfico y político.

Existe goteo de periodismo en todos los capítulos, pero hay episodios en los que surgen profesionales de la información con papel trascendental en la trama y relación directa con los personajes principales, como se explicará en las siguientes páginas. Para desentrañar de forma empírica los momentos informativos, esta investigación opta por una original aportación con la recuperación del libro *Morfología del cuento* (*Morfologuiya skazki*), reconocida obra del ruso Vladimir Propp (1895-1975), publicada en 1928, como base para crear una morfología del periodista. Su estudio de los 100 cuentos maravillosos del folclore de su país establece la matriz originaria de la que surgen el resto de relatos universales, con un conjunto de elementos narrativos irreductibles que denominó “funciones de los personajes”, 31 en total. Las teorías de Propp fueron después revisadas y ampliadas por autores como Roland Barthes, que establece tres niveles y, además de funciones propone acciones y narración, o Algirdas-Julien Greimas, que presta más atención a la sintaxis. Las profesoras San José, Miguel y Gil-Torres se han hecho eco de sus teorías en varios estudios de cine y periodismo (2019b, 2021). En este caso, esta investigación encuentra 70 funciones o acciones de los personajes periodistas en el cine, muchas de ellas frecuentes en *The Crown*.

1.1. Cine como reflejo de la sociedad

El estudio de la serie *The Crown* se considera fundamental puesto que aporta datos precisos sobre la unión de periodismo, poder y cine, muy útil para analizar el papel de los medios de comunicación en la historia. El cine expone secuencialmente la evolución humana, sus modas, sus necesidades y sus retos de los últimos cien años, y también su política e historia, como defiende este trabajo. Cede con lo que parecen “detalles intrascendentales” una información básica sobre usos y costumbres de la realidad social (Pérez, 2004: 11). El cine informa: cualquier producción cinematográfica da

noticia de asuntos, actuales o pasados, o simplemente transmite un modo de pensar por la forma en que se presenta el relato de ficción. “El filme es un espejo y toda forma de cine revela la sociedad en el seno de la cual se elabora” (Paz y Montero, 1999: 8).

Las películas se encargan de configurar “comunidades humanas” y acercarlas al gran público a través de la pantalla, en este caso los profesionales de la información durante las primeras décadas del reinado de Isabel II según el prisma del creador de la serie, Peter Morgan. “¿Cómo hubiésemos llegado a conocer la problemática del campesinado brasileño o la crisis de conciencia de la juventud de los países del Este europeo si no hubiera sido por las películas de tales cinematografías?”, se pregunta Caparrós (2007: 30). Los filmes se convirtieron en los sucesores de la pintura en las artes plásticas. Durante siglos, la pintura “trata de superar al tiempo con la perennidad de su forma” y de la misma manera la fotografía y el cine después, situados en esas perspectivas psicológicas, “explicarían con la mayor sencillez la gran crisis espiritual y técnica de la pintura moderna que comienza hacia la mitad del siglo pasado” (Bazin, 2001: 24).

Entre la cultura y el entretenimiento, el cine no puede desprenderse del panorama socio industrial en el que se crea. “Oportunamente interrogadas, las películas pueden transformarse en extraordinarios testimonios de la cultura del pasado” (Camporesi, 2014: 15). Jose María Caparrós insiste en que el arte cinematográfico es testimonio de la sociedad de su tiempo, una fuente de la ciencia histórica y de las mentalidades de los hombres. Recuerda las palabras del pionero en el estudio de la historia a través del cine, Marc Ferro, que utilizó el término “contra-análisis de la historia oficial” para referirse al reflejo que se encuentra en las películas no tanto del momento histórico que retratan sino de las pistas que aporta sobre la sociedad del momento (1994: 17). En nuestro caso, cabe preguntarse qué quiere transmitir el director de *The Crown* y por qué el éxito de una parte de la historia de la segunda mitad del siglo XX adaptada a la mirada del siglo XXI.

1.2. Periodista como personaje recurrente para marcar el ritmo

Los creadores de la exitosa serie de Netflix no dudan en apoyarse en los periodistas para construir su relato. Los mencionados profesionales de la información Lord Altrincham, Jonh Armstrong o Celin King son periodistas que se sitúan en primera línea de la actualidad. Personajes clave en la vida política y social de Gran Bretaña que son elegidos por los guionistas de *The Crown* por el atractivo que presentan. Como defienden las autoras San José, Miguel y Gil-Torres, el personaje del informador se convierte en un perfil fundamental para los directores, que optan por colocar a los profesionales de la prensa en el bando de los valientes que se atreven a contar la verdad o, como en este caso, convertirse en líderes de opinión. La sustancia dramática de la profesión hace que aparezca como hilo conductor en la narración fílmica para crear historias de valores fundamentales y compromiso (2019a, 2020). Entre los últimos trabajos también se encuentra el de Mollejo Pérez. “Esta fascinación por la profesión surgió cuando los medios de comunicación comenzaron a mostrar sin tapujos la realidad de la sociedad y del mundo en que vivimos (2016: 69).

La figura del periodista resulta atractiva para los cineastas dado que en el informador se aúnan varias características: es capaz de vivir experiencias inaccesibles para el resto de la sociedad con su presencia en acontecimientos importantes o entrevistas a personas interesantes para después escribir o contarlos; ejerce como contrapoder un contrapoder, tienen una autoridad que permite vigilar (y enfrentarse cuando es necesario) a los poderosos, y está a disposición de las exigencias de la profesión con sus noticias imprevistas y horarios imposibles que suelen tener consecuencias en su vida personal (Mera: 2008). Es más, un estudio realizado por Ángeles Pastor sobre las motivaciones de los alumnos de Periodismo a la hora de elegir su carrera profesional da la clave sobre el interés social de la profesión entre los jóvenes y su estrecha relación con el cine puesto que concluye que los adolescentes tienen las referencias de la profesión que absorben de la televisión o

el cine: “Las películas o las series sobre periodistas continúan proyectando una imagen divertida, heroica o degradada, pero en cualquier caso apasionante, intensa, libre de rutinas y dependencias” (Pastor, 2010: 191-200).

Las acciones relacionadas con el periodismo marcan el ritmo del relato narrativo en las cuatro temporadas y su tempo, que se puede comprimir o dilatar en cada capítulo en muchas ocasiones gracias a la ayuda de los medios de comunicación. Entendemos por ritmo la impresión creada por la duración de los planos, su intensidad dramática, los efectos del montaje con la secuencialidad provocada por la fragmentación y el movimiento interno, que incluye los recorridos de cámara y personajes, así como la banda sonora. Esta relación entre intensidad y duración que constituye el ritmo está determinada por el contenido y su movilidad épica, dramática o psicológica. No es, por tanto, una estructura abstracta que obedece a leyes formales (Aumont, Bergala, Marie y Vernet, 1996).

Según se suceden los acontecimientos, el ritmo puede ser denso, con mucha acción en poco tiempo. También existe la posibilidad de crear suspenso con dilatación temporal, suspensión del sentido. En definitiva, la intensidad de un plano depende de la cantidad de movimiento (físico, dramático, psicológico) y de la duración en la cual se produce, lo que cuenta en el ritmo no es la duración real sino la impresión de duración. Así, podemos hablar de dos clases de ritmo: de escenas, creado en el plano mediante el movimiento de los actores en el interior del escenario y el movimiento de cámara; del montaje, provocado por la unión de los planos mediante el montaje (Canet y Prósper, 2009; Gómez-Tarín y Marzal, 2015). Se pueden obtener efectos narrativos muy interesantes mezclando el ritmo de la escena con el ritmo del montaje, como se observa en las más de cien secuencias con periodismo que surgen en la serie *The Crown*.

La industria norteamericana se fija en los periodistas para hacer de ellos héroes y villanos, una constante en el cine de Hollywood. En su prólogo al libro de Núria Bou y Xavier Pérez *El tiempo del héroe. Épica y masculinidad en el cine de Hollywood*, Carlos García Gual recorre la figura del héroe que presenta este cine: “Desde el héroe acrobático hasta el melancólico y desencantado viajero sentimental, cabe todo un abanico de figuras heroicas” (2000:10).

Los autores anglosajones que se plantean a continuación son estudiosos del periodista en el cine. La dicotomía héroes o villanos se plasma en más de una ocasión en *Stop the presses! The newspaperman in American Films*, obra de Alex Barris (1976). La obra de Barris es un referente en la literatura sobre periodismo y cine y prueba de ello es que *Journalists in filme. Heroes and villains*, del profesor Brian McNair (2010), coincide en algunos perfiles. El profesor de la Universidad de Illinois (Chicago) Matthew C. Ehrlich de nuevo ofrece la dicotomía héroes y villanos en el periodismo retratado por el cine en *Journalism in the movies*. Considera que la labor de la prensa en la sociedad es destapar mentiras y servir a la democracia (2006 y 2010). Profesor de Periodismo en la Universidad de Nueva York, Howard Good es el autor más prolífico en la relación cine y periodista y arroja títulos de especial interés como son *Outcasts: The image of journalists in contemporary filme (1989)* y *Journalism Ethics goes to the movies (2008)*.

En España existen multitud de investigaciones de periodismo en el cine a la que se suma este análisis sobre la prensa en *The Crown*. La tesis *La imagen y la ética del periodista en el cine español (1896-2010)*, presentada en la Universidad Complutense de Madrid en 2011 por la profesora Lucía Tello Díaz, trabaja cine y periodismo. *La imagen de la periodista profesional en el cine de ficción de 1990 a 1999* es otra tesis de obligada mención presentada en octubre de 2009 en la Universidad de A Coruña por Olga Osorio.

Los investigadores de la Universidad del País Vasco Ofa Bezunartea, María José Cantalapiedra, César Coca, Aingeru Genaut, Simón Peña y Jesús Pérez se colocan entre los más productivos en los últimos años en materia de periodismo en el cine. Estudios publicados en revistas especializadas

como *Periodistas de cine y ética* o *Si hay sangre, hay noticia. Recetas cinematográficas para el éxito periodístico*, ambos en 2007, *Divismo y narcisismo de los periodistas en el cine* o *¿Y qué? Es periodista y además es guapa*, ambos de 2008, analizan modelos de comportamiento y el tratamiento cinematográfico de los periodistas. En 2010 publicaron *El perfil de los periodistas en el cine: tópicos agigantados*. El recorrido por libros divulgativos nacionales con periodistas comienza con *Los chicos de la prensa*, publicado por Juan Carlos Laviana. Como explica su autor, “está escrito con un criterio fundamentalmente caprichoso” (1996: XIII). Luis Mínguez Santos (2012) y Josep María Bunyol (2017) también tratan el tema.

El cine se convierte en una herramienta perfecta para reflejar la realidad y es el medio de comunicación de masas más influyente junto con la televisión. Las películas transmiten ideas y crean un contacto directo con la sociedad (Caparrós, 2007), con lo que establece un círculo completo: cineasta (emisor), película (mensaje connotado), espectador (receptor) y sociedad (contexto). Directores y guionistas forman parte del entramado social y se alimentan de sus historias. Con sus creaciones influyen en el público, a la vez que ellos mismos son influenciados por el contexto. Cine y sociedad se complementan aún más en las últimas décadas con la proliferación de series y plataformas digitales. Como analizan Fedele, Planells y Rey, los nuevos modelos narrativos adaptan los mitos originales a la sensibilidad contemporánea con representaciones más igualitarias (2021). Es el momento de comprobar cómo el guionista de *The Crown*, Peter Morgan, contribuye a ese imaginario colectivo de periodismo, poder y cine. Difícil tarea que se enfrenta incluso al Gobierno británico, puesto que exigió sin éxito al cineasta que dejara claro en cada capítulo que no es un documental y sus personajes no se basan en hechos reales (Roces, 2021).

2. Objetivos e hipótesis

Una vez justificada la necesidad de analizar la presencia del periodismo en la serie *The Crown*, esta investigación se plantea los siguientes objetivos:

1. Identificar las secuencias con acciones en las que el periodismo se puede considerar protagonista en la serie *The Crown*.
2. Describir las acciones para ubicarlas en nuestra plantilla *Morfología del periodismo en el cine*, con su distribución en diferentes esferas según el impacto alto, medio o bajo.
3. Cuantificar la presencia del periodismo a través del cálculo de los minutos que ocupan en la serie las acciones relacionadas con los medios de comunicación.

Los objetivos marcados se encaminan a comprobar las siguientes hipótesis:

- H1. Las acciones relacionadas con periodismo marcan el ritmo del relato narrativo en un número considerable de episodios de las cuatro temporadas de la serie *The Crown*, con decisiva y constante presencia de los medios de comunicación para unir la trama.
- H2. El protagonismo del periodismo en la serie *The Crown* oscila entre el alto impacto con profesionales reconocidos y el bajo impacto con la aparición de una masa anónima de periodistas, todos ellos como testigos de la agencia regia y política.

3. Metodología

El análisis de los medios de comunicación en *The Crown* cuenta con una metodología estructuralista basada en una plantilla de elaboración propia, *Morfología del periodismo en el cine*, que sirve para medir de forma pormenorizada la presencia de comunicación y confirmar su protagonismo. Se trata de

un procedimiento inspirado en el libro *Morfología del cuento* (1928), de Vladimir Propp. El autor ruso extrajo 31 acciones o funciones irreducibles tras analizar 100 cuentos tradicionales y este trabajo se sostiene en esta plantilla con 70 acciones o funciones en tres esferas: con alto, medio y bajo impacto del periodismo, como recoge la Tabla 1.

La primera esfera registra el impacto alto puesto que existe presencia de diálogo con conversaciones en las que hay contenido informativo relevante que resulta trascendental para el desarrollo de la acción. Se trata de la esfera con el listado de acciones o funciones más extenso puesto que se quieren recoger todos los matices posibles para crear una plantilla que pueda resultar de utilidad en la investigación del periodismo en el cine en futuros trabajos académicos. El orden de funciones sigue la línea cronológica de la evolución de los medios de comunicación, desde los periódicos impresos hasta las redes sociales y podcasts. Aunque nuestra investigación no abarca la era digital, se ha optado por incluir estas funciones puesto que se pretende que esta metodología se convierta en una plantilla universal, útil para series ambientadas también en la etapa actual digitalizada. Cuando las funciones incluyen conversaciones sobre periodismo, se especifican tres posibles casos: periodista mujer, periodista hombre y sin periodista.

La segunda esfera muestra un impacto medio, con el periodismo en momentos fundamentales de la trama, aunque sin diálogo, solo con titulares, emisiones de radio o imágenes en televisión. Por último, la tercera esfera cuenta con un impacto bajo, con periodistas anónimos, también sin diálogo, que sirven para aportar el ambiente de acto público con el sonido de flashes y sus destellos. También en las esferas segunda y tercera se distingue la transición del periodismo tradicional a las nuevas formas que llegan a los medios de comunicación con el siglo XXI.

Los 40 episodios que comprenden las 4 temporadas de *The Crown* presentan acciones o funciones que se recogen en un exhaustivo listado con el minuto en el que aparecen, una breve descripción y el tiempo de duración (Anexo 1: *Presencia cronológica de las funciones de los medios de comunicación en The Crown*). Los cálculos con el tiempo dedicado al periodismo se reflejan en esquemas con los minutos, segundos y porcentajes (Anexo 2: *Medición del tiempo de periodismo en The Crown*), esquemas que siguen el siguiente formato:

Tiempo total: 00:00 — 0000

Periodismo: 00:00 — 000 — %

E1: 0:00 — 00 — %

E2: 0:00 — 000 — %

E3: 0:00 — 000 — %

La clasificación con los colores (verde, azul y rojo para posibles artículos en color) o fuentes (negrita, normal y cursiva para artículos en blanco y negro) cuenta con un cometido importante en nuestra investigación. Sirve para distinguir las tres esferas en la morfología general: verde o negrita en la esfera 1 (E1), azul o normal en la esfera 2 (E2) y rojo o cursiva en la esfera 3 (E3). Los mismos colores y fuentes, que se repiten en el listado de las funciones de los 40 episodios (Anexo 1) y en los esquemas numéricos (Anexo 2), resultan muy útiles para el mejor análisis de contenido y posterior redacción de los resultados de la muestra. A continuación, se presenta la Morfología del periodismo en el cine con las 42 funciones de la esfera 1 (E1), las 16 funciones de la esfera 2 (E2) y las 12 de la esfera 3 (E3).

Tabla 1. Morfología del periodismo en el cine

FUNCIONES DE LA PRIMERA ESFERA IMPACTO ALTO: PRESENCIA CON DIÁLOGO	
E1F1. Conversación sobre contenido polémico sin periodista concreto en periódico o revista	
E1F2. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreta en periódico o revista	
E1F3. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreto en periódico o revista	
E1F4. Conversación sobre contenido polémico sin periodista concreto en radio	
E1F5. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreta en radio	
E1F6. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreto en radio	
E1F7. Conversación sobre contenido polémico sin periodista concreto en televisión	
E1F8. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreta en televisión	
E1F9. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreto en televisión	
E1F10. Conversación sobre contenido polémico sin periodista concreto en agencia de noticias	
E1F11. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreta en agencia de noticias	
E1F12. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreto en agencia de noticias	
E1F13. Conversación sobre contenido polémico sin periodista concreto en medio sin identificar	
E1F14. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreta en medio sin identificar	
E1F14. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreto en medio sin identificar	
E1F16. Conversación sobre contenido polémico sin periodista concreto en comunicación organizacional	
E1F17. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreta en comunicación organizacional	
E1F18. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreto en comunicación organizacional	
E1F19. Rueda de prensa multitudinaria con medios de comunicación tradicionales con preguntas	
E1F20. Rueda de prensa no multitudinaria con medios de comunicación tradicionales con preguntas	
E1F21. Canutazo multitudinaria con medios de comunicación tradicionales	
E1F22. Canutazo no multitudinaria con medios de comunicación tradicionales	
E1F23. Directo o falso directo de televisión sin periodista concreto.	
E1F24. Directo o falso directo de televisión con periodista concreta.	
E1F25. Directo o falso directo de televisión con periodista concreto.	
E1F26. Directo o grabación de radio sin periodista concreto.	
E1F27. Directo o grabación de radio con periodista concreta.	
E1F28. Directo o grabación de radio con periodista concreto.	
..... ERA DIGITAL	
E1F29. Conversación sobre contenido polémico sin periodista concreto en medios digitales	
E1F30. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreta en medios digitales	
E1F31. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreto en medios digitales	
E1F32. Conversación sobre contenido polémico sin periodista concreto en redes sociales	
E1F33. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreta en redes sociales	
E1F34. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreto en redes sociales	
E1F35. Rueda de prensa multitudinaria con medios de comunicación tradicionales y digitales con preguntas	
E1F36. Rueda de prensa no multitudinaria con medios de comunicación tradicionales y digitales con preguntas	
E1F37. Canutazo multitudinaria con medios de comunicación tradicionales y digitales	
E1F38. Canutazo no multitudinaria con medios de comunicación tradicionales y digitales	
E1F39. Directo o falso directo en redes sociales sin periodista concreto.	
E1F40. Directo o falso directo en redes sociales con periodista concreta.	
E1F41. Directo o falso directo en redes sociales con periodista concreto.	
E1F42. Podcast sin periodista concreto.	
E1F43. Podcast con periodista concreta.	
E1F44. Podcast con periodista concreto.	

FUNCIONES DE LA SEGUNDA ESFERA
IMPACTO MEDIO: PRESENCIA SIN DIÁLOGO (MEDIOS DE COMUNICACIÓN)

E2F1. Medio de comunicación: periódico o revista
 E2F2. Medio de comunicación: redacción de periódico
 E2F3. Medio de comunicación: radio
 E2F4. Medio de comunicación: emisora de radio
 E2F5. Medio de comunicación: radio desde un lugar oficial
 E2F6. Medio de comunicación: televisión
 E2F7. Medio de comunicación: interior de la televisión
 E2F8. Medio de comunicación: televisión desde un lugar oficial

..... ERA DIGITAL

E2F9. Medio de comunicación: periódico en internet
 E2F10. Medio de comunicación: radio en internet
 E2F11. Medio de comunicación: televisión en internet
 E2F12. Medio de comunicación: agencia de noticias
 E2F13. Medio de comunicación: medio en internet sin identificar
 E2F14. Sitio web para compartir videos

FUNCIONES DE LA TERCERA ESFERA
IMPACTO BAJO: PRESENCIA SIN DIÁLOGO (PERIODISTAS)

E3F1. Sonido de flashes y destellos en un exterior, sin periodistas
 E3F2. Sonido de flashes y destellos en torno a un vehículo, sin periodistas
 E3F3. Sonido de flashes y destellos con aparición fugaz de periodistas en un exterior
 E3F4. Sonido de flashes y destellos con aparición fugaz de periodistas en torno a un coche
 E3F5. Sonido de flashes y destellos con aparición fugaz de periodistas a la carrera
 E3F6. Sonido de flashes y destellos con aparición fugaz de periodistas a la carrera y retransmisiones en directo
 E3F7. Sonido de flashes y destellos con aparición organizada de periodistas que atienden el discurso o evento
 E3F8. Grupo de periodistas a la espera
 E3F9. Rueda de prensa multitudinaria con medios de comunicación tradicionales sin preguntas
 E3F10. Rueda de prensa no multitudinaria con medios de comunicación tradicionales sin preguntas

..... ERA DIGITAL

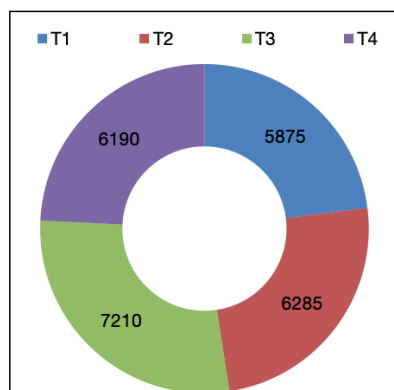
E3F11. Rueda de prensa multitudinaria con medios de comunicación tradicionales y digitales sin preguntas
 E3F12. Rueda de prensa no multitudinaria con medios de comunicación tradicionales y digitales sin preguntas

4. Resultados

4.1. Presencia constante de medios de comunicación

Los medios de comunicación aparecen de forma reiterada en cada capítulo de la serie *The Crown* con una presencia similar en las cuatro temporadas, como indica Gráfico 1. Desde los primeros minutos hasta el final de cada episodio, se pueden localizar flashes de cámaras de un grupo de periodistas, un titular de un periódico, una noticia en radio o en televisión o una polémica conversación de la reina Isabel II con su secretario o su marido sobre reacciones mediáticas.

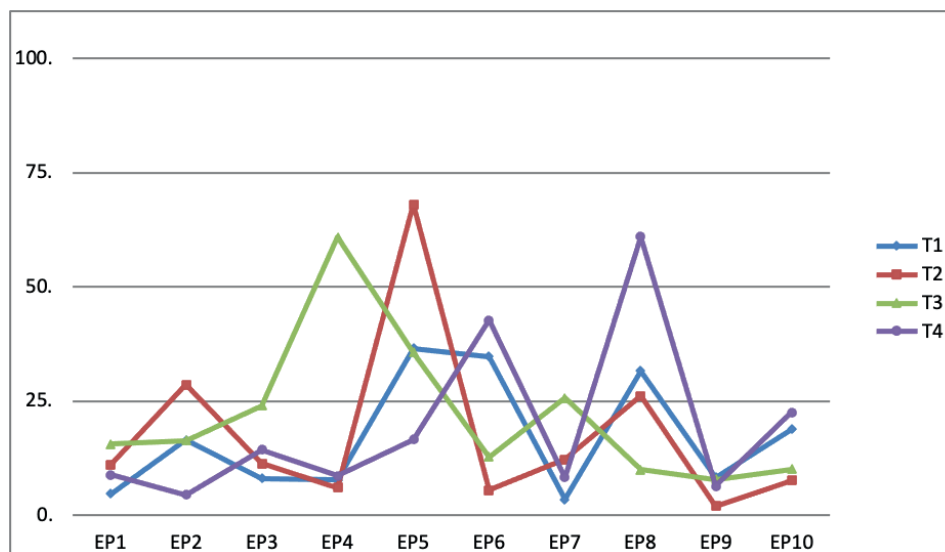
Gráfico 1. Presencia en segundos de periodismo en las 4 temporadas de *The Crown*



Los medios de comunicación ocupan, por tanto, casi 6.000 segundos en la primera temporada, cerca de 6.300 en la segunda, 7.200 de la tercera y se aproximan a los 6.200 en la cuarta. O lo que es lo mismo, en torno a 1:40 horas en los 10 capítulos de la temporada primera, 1:45 en los de la segunda temporada, 2:00 horas en la tercera y 1:43 en la cuarta.

A continuación, en Gráfico 2, las líneas permiten deducir que la presencia es similar en las cuatro temporadas y a la vez configurar una idea de cómo es la evolución en cada temporada, con esa presencia constante de la que ya se ha hablado y además con picos en determinados episodios con más de la mitad de su tiempo destinado al periodismo.

Gráfico 2. Evolución por episodios de la presencia del periodismo en las 4 temporadas de *The Crown*



Las acciones relacionadas con periodismo marcan el ritmo del relato narrativo en un número considerable de episodios en las cuatro temporadas, con decisiva y constante aparición de los medios de comunicación como intersección entre secuencias. Prueba de ello es su distribución a lo largo de los episodios, con su presencia entre 1 y 27 veces por episodio. Por citar algunos casos, comentamos por ejemplo lo que sucede en el 2º capítulo de cada temporada. En el caso de la primera, de las 11 acciones del episodio 2º, la primera se produce en el minuto 1:00. Hay un salto y la siguiente es en el minuto 22:30. Después 27:30, 27:35, 29:00, 33:40, 39:30, 50:50, 53:40, 53:52 y 55:00. En la temporada segunda, comienzan las 9 funciones que hay en el minuto 4:40, le suceden 10:10, 10:20, 11:00, 12:10, 13:10 y en el minuto 22:50 hay una conversación periodística de 5:30 minutos. Finalizan los momentos 45:50 y 48:50. En la temporada tercera, el capítulo 2º también presenta ese goteo de prensa: 3:00, 9:50, 10:00, 19:30, 22:10 y 35:10. Por último, en la temporada cuarta: 27:10, 49:10 y 53:30.

Es solo un ejemplo para que se perciba esa sensación de periodismo siempre presente, a veces con 4 funciones y otras con más de 20, pero siempre ahí para vigilar la actualidad y ser el nexo entre personajes de la realeza y políticos y la sociedad británica y mundial. Todas las funciones detalladas con su momento de aparición, duración y descripción se recogen en el Anexo 1: *Presencia cronológica de las funciones de los medios de comunicación en The Crown*. En la siguiente Tabla 2 se muestra el número de acciones o funciones con periodismo por cada episodio:

Tabla 2. Número de funciones por episodio en las 4 temporadas de *The Crown*

	EP 1	EP2	EP3	EP4	EP5	EP6	EP7	EP8	EP9	EP10	TOTAL
T1	8	11	6	4	6	16	1	12	4	11	79
T2	4	9	9	3	21	5	5	12	5	9	82
T3	7	6	10	24	17	7	10	6	5	7	99
T4	8	3	11	6	8	25	2	20	7	16	106

De la misma forma, resulta relevante comentar las funciones más frecuentes según nuestra morfología, lo que ayuda a analizar qué tipo de periodismo se esconde tras los números.

Observamos en la Tabla 3 que la función ‘E1F3. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreto en periódico o revista’ es la más frecuente de la esfera 1, de alto impacto. En la esfera 2, de impacto medio, la función más abundante es ‘E2F6. Medio de comunicación: televisión’. En la esfera 3, impacto bajo, es ‘E3F3. Sonido de flashes y destellos con aparición fugaz de periodistas en un exterior’.

Tabla 3. Funciones más frecuentes por episodio en las 4 temporadas de *The Crown*

	E1F1	E1F2	E1F3	E1F7	E1F8	E1F9	E2F1	E2F3	E2F6	E2F7	E2F8	E3F3	E3F4	E3F5	E3F6	E3F7
T1	1	1	5	2	0	0	11	5	14	0	3	8	11	3	2	7
T2	0	2	7	0	0	2	14	7	16	1	1	15	1	4	2	10
T3	1	0	13	7	0	1	15	6	26	0	9	7	3	1	1	10
T4	11	0	13	0	0	0	9	14	34	2	0	18	3	5	4	9

4.2. Del profesional reconocido al grupo anónimo de periodistas

Las tres esferas con impacto alto, bajo y medio marcan las diferencias del protagonismo de la prensa en la serie *The Crown*. Las funciones oscilan entre el profesional reconocido en la prensa británica a la masa anónima de periodistas. Es decir, a veces lo que aparecen son comunicadores de prestigio que acaparan el rol de personaje principal en el episodio y otras veces la presencia es de un grupo anónimo de informadores con sus cámaras y sus libretas que observan desde la primera fila a los personajes reales y a los políticos para controlar su trabajo y dar cuenta a la sociedad.

A continuación, presentamos en Gráfico 3, Gráfico 4, Gráfico 5 y Gráfico 6 los porcentajes que ocupan las esferas en cada episodio, lo que nos permite observar su repercusión casi constante con picos importantes que se registran en capítulos concretos que comentamos tras los gráficos:

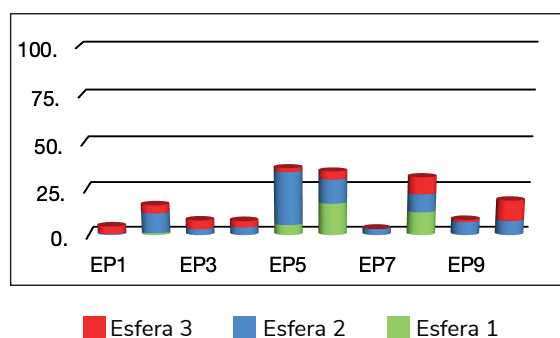
Gráfico 3. Las esferas de impacto(%) en la Temporada 1 de *The Crown*

Gráfico 4. Las esferas de impacto(%) en la Temporada 2 de *The Crown*

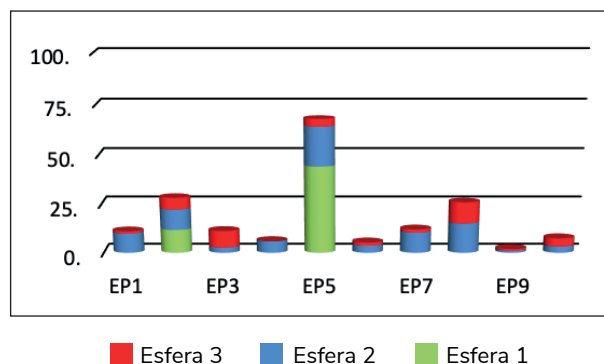


Gráfico 5. Las esferas de impacto(%) en la Temporada 3 de *The Crown*

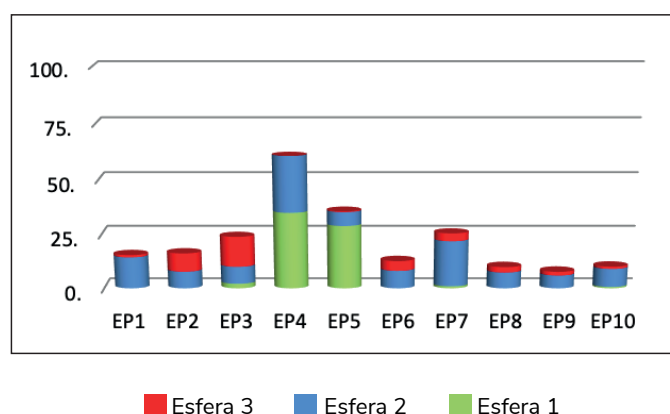
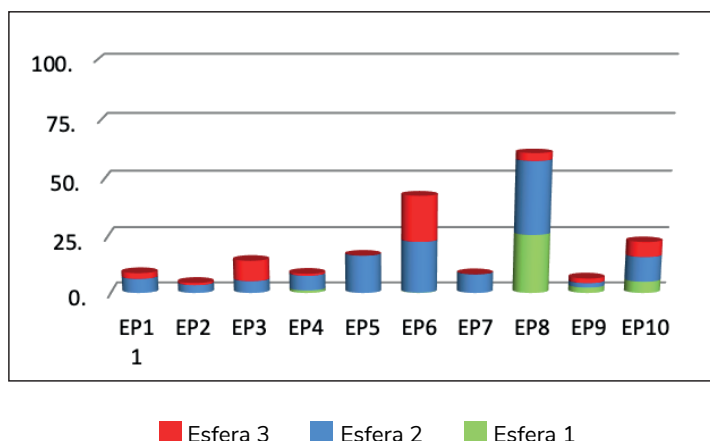


Gráfico 6. Las esferas de impacto(%) en la Temporada 4 de *The Crown*



Ya desde el episodio 1º de la **primera temporada**, se detecta que el sonido de flashes y cámaras marca el ritmo de la serie, con una ligera pero persistente presencia de medios de comunicación a lo largo de sus 57 minutos de duración. Cerca del minuto 10 se encuentra la primera aparición de prensa. Se trata de los flashes y destellos en la puerta de la iglesia cuando el primer ministro Winston Churchill se baja del coche para asistir a la boda de Isabel II con el duque de Edimburgo. La misma función se repite cuando llega el rey Jorge. A lo largo del capítulo se producirán escenas similares con Churchill como foco de atención para los medios.

Tras ese llamativo espacio reservado para el cuarto poder en el episodio 1º, con un 4,7% de periodismo, se observa que en el resto de capítulos también hay un interesante escenario para reflejar a los medios de comunicación en la imagen. El tiempo es similar en los capítulos 1º, 3º, 4º, 7º y 9º y sube considerablemente en el resto de episodios.

Vayamos al análisis de esos episodios con más impacto periodístico. La serie cuenta en su primera temporada con tres capítulos con elevada presencia de periodismo: episodios 5º (36,5%), 6º (34,7%) y 8º (31,6%). De los tres, es el 6º el que concentra mayor protagonismo de la labor periodística puesto que casi la mitad de ese tiempo, exactamente un 17,2%, está ocupado por las funciones de la Esfera 1 (E1), que son aquellas con alto impacto por incluir personajes periodistas. También en el episodio 8º hay un dominio de la Esfera 1 (E1), un 12,4%.

En el episodio 6º se refleja la repercusión en la opinión pública de la relación sentimental entre la princesa Margarita y el piloto Peter Townsend. Ya en la introducción del capítulo, hay una larga conversación de casi dos minutos entre el periodista encargado de publicar el romance con el director de su periódico. Le asegura que, durante la coronación de Isabel II, ha visto un gesto cariñoso de Margarita con Peter, lo que le lleva a escribir el reportaje que llegó a todos los rincones de Inglaterra a través de su diario. Las reacciones a esa publicación ocupan varios momentos importantes de este episodio.

En el capítulo 8º existen dos momentos con funciones fundamentales de la Esfera 1 (E1). Hay una primera conversación importante sobre contenido polémico con periodistas en el viaje de la reina y el duque por los países de la Commonwealth cuando los cámaras, que prácticamente están de guardia siempre para grabar sus movimientos, captan una discusión entre la reina y su esposo, cintas que de forma educada entregan a la reina. El segundo momento destacado con el periodismo como protagonista se produce cuando Isabel reprocha a Margarita su comportamiento indebido como representante de la Corona en Inglaterra mientras ella ha permanecido de viaje por la Commonwealth. Lamenta que haya levantado varias polémicas durante su ausencia solo para salir en las portadas de los periódicos, por lo que le exige que pida disculpas públicamente.

En el caso del episodio 5º, la elevada presencia de la prensa se produce sobre todo en la Esfera 2 (E2), que se lleva un 29% del 36,5% del tiempo con periodismo en la pantalla. A lo largo del capítulo son varias las referencias a la retransmisión de la coronación de Isabel que llevará a cabo la BBC, un hecho histórico que permitirá a Isabel II llegar a las casas de los ciudadanos, una estrategia de comunicación ideada por su esposo, el duque de Edimburgo, hasta ahora nunca vista y que resultó un éxito. En la parte final del capítulo hay hasta 11 minutos con la televisión como protagonista con imágenes compartidas entre la propia coronación, la labor de los periodistas y técnicos detrás de las cámaras y el hermano del rey Jorge, duque de Windsor, viendo y burlándose, aunque con nostalgia, de la ceremonia desde su casa en el exilio en Francia.

Por último, los siguientes episodios con presencia de periodismo son el 10º (18,8%) y el 2º (16,4%). En el 10º se debe de nuevo a la repercusión mediática de Peter Townsend, que ha acompañado a la reina en un viaje oficial y ha acaparado toda la atención de los periodistas, por lo que son las funciones de la Esfera 3 (E3) las que dominan. En el caso del capítulo 2º, la muerte del rey Jorge cuando Isabel visitaba los países de la Commonwealth se refleja en los medios de comunicación, con lo que la Esfera 2 (E2) es la que se lleva más minutos.

Si tenemos en cuenta las etiquetas temáticas de nuestra metodología ('Política y economía', 'Sucesos y tribunales' y 'Sociedad y Entretenimiento'), se detecta como 'Sociedad y Entretenimiento' prima en los momentos destacados de periodismo en la primera temporada. En cuanto a las etiquetas morales ('Héroes' y 'Villanos'), en este caso los periodistas se hallan más cerca de los villanos sensacionalistas preocupados por captar un buen titular.

En la **temporada segunda**, se repite la aparición de periodistas y medios de comunicación en los 10 episodios con el récord de la serie *The Crown* en el capítulo 5º, con un 68% del tiempo con el periodismo como parte indispensable de la trama, en un 44,2% en la esfera 1. Las otras dos esferas se dividen el 20% (E2) y el 3,8% (E3).

Del 68%, el 44,2% de presencia de alto impacto tiene que ver con la llegada a la vida de la reina Isabel de uno de los periodistas más influyentes, Lord Altrincham, que a través de su semanario *National and English Review* critica la gestión anticuada de la Corona, comentarios que al final convertirán al comunicador en un héroe porque la reina solicita conocerlo y se convierte en un asesor fundamental para la modernización de la institución.

El episodio comienza con las portadas de periódicos en la calle y un vendedor que anuncia en voz alta los titulares. “El crítico de la reina vuelve a la carga. Un noble ataca a la reina”. Por tanto, desde los primeros minutos del capítulo 5º se deja claro que los medios de comunicación y la opinión pública se hacen eco de cada movimiento de Lord Altrincham. Es en el minuto 19:00 cuando se dispone a escribir un artículo de opinión atacando el discurso “ridículo” de la reina en la factoría de Jaguar. Aproximadamente diez minutos después, se muestra su participación en el programa de televisión Impacto para una entrevista en la que opina con dureza y realismo el papel de la Corona. Poco después, el secretario comenta a la reina que las declaraciones de Altrincham y las reacciones en los periódicos de apoyo al periodista han provocado una crisis constitucional y avisa de la reunión con el primer ministro para tratar el tema.

Como conclusión al episodio 5º de la segunda temporada, fundamental en esta investigación, se recuperan las palabras de la reina madre al final del episodio en una conversación con su hija:

La historia de nuestra monarquía es una calle de un solo sentido llena de sacrificios, humillaciones y concesiones para sobrevivir. Primero fueron los barones, luego los mercaderes y ahora los periodistas. Por eso nos importan tanto el protocolo, las reverencias y las costumbres. Es todo lo que nos queda, los últimos restos de la armadura. Pasamos de gobernar a reinar y de reinar a... a no ser nada. Marionetas (TC: 56:20).

El siguiente paso será el encuentro entre la reina y el polémico personaje, momento en el que “un periodista desconocido”, como dice Isabel II, le tiene que decirle cómo hacer su trabajo. El paso con un peso importante de los medios de comunicación se producirá cuando la monarca decide acceder a la retransmisión por televisión de su mensaje navideño, una idea de Altrincham que es un éxito y confirma el triunfo del espontáneo crítico y ahora gran asesor indispensable ya para la reina.

En esta segunda temporada se visualiza un tipo de periodismo con tintes sensacionalistas, con momentos en los que se percibe a los profesionales como “paparazzis” incluso a la carrera detrás de los personajes que ocupan las portadas. Ocurre al inicio del capítulo 7º, cuando acuden a la exposición de fotografía del nuevo novio de la princesa de Margarita no por las obras de arte, sino por captar la instantánea de la nueva pareja, a la que persiguen incluso con motos (TC: 8:00) También en el último capítulo de la temporada, los periodistas corren tras la bailarina Keeler cuando sale de su domicilio arrestada como presunta integrante de una red de espionaje (TC: 10:20)

El capítulo 2º, con un 28,5% de periodismo, cerca de un 12% en la esfera 1, y el capítulo 8º, con un 26%, la mayoría en la esfera 2, son los dos otros episodios con importante aparición de medios de comunicación. En el 2º, el espacio periodístico está relacionado con la entrevista de Helen King, del periódico *The Age*, al marido de la reina, el duque de Edimburgo, que se encuentra de gira por Australia (TC: 12:10). Lo que comienza como un juego de seducción para Felipe, termina en una incómoda y sensacionalista entrevista que busca titulares relacionados con los traumas infantiles del duque. En el 8º, la visita de los Kennedy y la expectación creada por Jacqueline Kennedy, así como el viaje de Isabel II a Ghana y el protagonismo mediático de un baile de la reina con su líder político,

ocupan el tiempo informativo. En el resto de episodios, la muestra es constante y decisiva, pero se mueve en cifras más bajas que oscilan sobre todo entre el 5% y 12%.

En definitiva, en esta ocasión se percibe la presencia de la etiqueta temática ‘Política y economía’, puesto que hay relaciones internacionales, pero de nuevo existe la etiqueta ‘Sociedad y Entretenimiento’ porque el tratamiento de la información se une al espectáculo, como se puede comprobar en la definición de las funciones, Anexo 1. Se repiten los villanos de la prensa sensacionalista y hay un claro héroe, el periodista Lord Altrincham y su buena influencia para la modernización de la Corona británica.

En la **temporada tercera** es el capítulo 4º el que registra la mayor presencia periodística, un 60,8% del tiempo de los 59 minutos de la entrega, más de la mitad de ese porcentaje en la esfera 1. Se trata del episodio en el que el periodista John Armstrong escribe un artículo en su diario *The Guardian* en el que critica la entrevista del duque de Edimburgo en el programa *Meet the press* en la que el marido de la reina se lamenta de los recortes de privilegios que sufre la Corona debido a problemas económicos. Toda una provocación en un país en crisis social que el informador aprovecha para arremeter contra los excesos de los monarcas.

Para mejorar su imagen tras este percance, el duque programa elaborar una película documental con la BBC, que entra en palacio para grabar el día a día de la familia. Las conversaciones entre periodistas, técnicos y mientras de la Casa Real ocupan este episodio trascendental para nuestra investigación.

El resultado final no es el esperado puesto que los medios de comunicación responden con dureza tras la emisión de la película y surgen titulares como el de *The Guardian*: “La televisión entra en palacio y acaba con su majestuosidad”.

Cuesta imaginar en qué estarían pensando al acceder a abrir sus puertas a las cámaras de televisión para que, desnudos de todo ceremonial y misterio, pudiésemos maravillarnos de lo normales que son, de los asombrosamente parecidos a nosotros que son, para que al verlos viajar de castillo en castillo, de palacio en palacio, en yates y aviones que nosotros pagamos, cazando en tierras que son de su propiedad, pescando en ríos de su propiedad y haciendo barbacoas en bosques de su propiedad, pudiésemos reflexionar sobre su incansable trabajo, sobre lo rentables que resultan, y que así les aumentemos la asignación que les pagamos. Hasta el más ardiente monárquico debe conceder que la armadura más fuerte en el arsenal de la monarquía es esa sensación de misterio de la que se deriva su aire de majestuosidad. Lo único que inspira asombro en esta pandilla es el tamaño de su hiperinflado egocentrismo y una capacidad para la charla trivial que haría que los pacientes en coma supliquen que los desconecten (TC: 36:50).

La crisis de la familia ocupa incluso conversaciones entre la reina y el primer ministro, que también tiene claro el poder de la televisión e incluso asegura que él ha aprovechado el poder del medio televisivo.

Primer ministro: Yo le debo mi carrera política a la televisión y solo porque he aprendido con el tiempo cómo se hace, cómo conseguir que favorezca. Tal vez la familia real no esté preparada para eso. La televisión es buena para la gente normal.

Reina: Pero de eso se trataba, que todos vieran que tras las puertas de palacio somos gente normal.

Primer ministro: No, señora, no son normales. El pueblo no cree que lo sean y, si me permite, aquí la cosa se complica, ellos no quieren que sean normales. Queremos que sean extraordinarios, un ideal (TC: 38:40).

El duque de Edimburgo propone a su hija Ana que protagonice un reportaje en profundidad con este diario en otro intento de salvar su imagen pública tras el mal resultado del documental puesto que ella es la más austera y menos pretenciosa de la familia. “Si alguien puede salvar esto, eres tú” (TC: 41:20).

El capítulo 5º es otra de las entregas con presencia contundente de periodismo con la intención de derrocar al Gobierno socialista con la unión de los militares, los empresarios y el Grupo Editorial *Daily Mirror*.

Llama la atención que en el inicio del capítulo aparecen los tres medios: radio, televisión y prensa, una secuencia en la que se suceden los titulares negativos para la economía británica que finaliza con la frase “Ya está bien”, que pronuncia Cecil King. Es el presidente ejecutivo *Daily Mirror* e impulsor de la rebelión contra el Gobierno socialista que, según los responsables del fallido golpe de Estado, estaba arruinando a Gran Bretaña. Las reuniones entre ellos y las tensas conversaciones lideradas por el magnate de la prensa, ocupan un 29% del tiempo del capítulo (E1) mientras que las noticias en varios medios de comunicación un 6,4% (E2).

Si en las temporadas primera y segunda Margarita y su presencia en los medios ocupa un lugar destacado, también en la tercera tiene un espacio polémico con la historia que los periodistas llaman ‘La dama y el vagabundo’, con las fotos de la princesa con un joven al que acaba de conocer y con el que pretende olvidar sus continuas peleas e infidelidades de su marido. La foto en la playa captada por un paparazzi escondido abre de nuevo el camino de la princesa en los medios de comunicación y el sensacionalismo, con un 10% del tiempo de periodismo en el capítulo 10º.

Pero además los detalles interesantes para entender la relación prensa y poder se suceden continuamente en la tercera temporada. Por ejemplo, en el capítulo 2º, el secretario Martin le comenta a Isabel que la gira de su hermana por EEUU es un éxito. “Tiene buenas críticas en todos los periódicos”. Incluso la prensa se ha inventado el término “margaritólogos”, asegura. En el episodio 3º, se aprovecha desde el punto de vista mediático la visita de la reina a una mina derrumbada que ha sepultado un colegio con decenas de niños fallecidos.

Por tanto, esta vez la etiqueta temática ‘Política y economía’ parece evidente, con temas comprometidos para la historia británica. Aunque siempre con el toque sensacionalista que caracteriza la relación política y prensa en Inglaterra, esta vez se puede considerar a los informadores héroes valientes que se enfrentan a la Corona en defensa de la sociedad.

La **temporada cuarta** también presenta puntos álgidos de protagonismo del periodismo, concretamente y por este orden de mayor presencia se encuentran el capítulo 8º (61%), el 6º (42,7%) y el 10º (22,5%). En el caso del episodio 8º, las disputas entre la reina y Margaret Thatcher en torno a la política en la Commonwealth y el Apartheid y su reflejo en los medios de comunicación de todo tipo ocupan la mayor parte del tiempo, casi la mitad del destinado a periodismo, un 32%, mientras que un 25,7% es para conversaciones importantes sobre la prensa.

Comienza el análisis más exhaustivo por el capítulo 6º, fundamental para esta investigación porque contiene un 61% de periodismo y además aparece un profesional menos frecuente en la narrativa audiovisual de periodistas en el cine: el secretario de prensa. Es una persona de total confianza de la reina Isabel II y con él se inicia el capítulo en una entrevista en una editorial porque le van a publicar su primera novela, ya que en su tiempo libre se dedica a escribir ficción.

Aunque, como en el resto de episodios, el Anexo 1 deja clara en un listado la presencia de periodismo con el minuto exacto, duración de la función y descripción, nos detenemos en la parte central del capítulo para observar el protagonismo de los medios. El secretario de prensa, Michael, y el secretario de la reina, Martin, hablan con ella de la intención del diario *Today* de plantear las diferencias entre Isabel y Thatcher sobre la Commonwealth. “¿Puedo dejarlo en tus manos, Michael? Tú eres el experto”. Le dice la reina, que quiere que salga a la luz la polémica, pero en otro periódico más influyente, en *The Sunday Times*. (TC: 28:20). Se muestra después la venta con el titular esperado: “La reina, consternada por una Thatcher ‘insensible’” “La reina de África discrepa con

Downing Street”. Multitud de periódicos por mesas de desayuno y ambientes, entre esas personas varios miembros de la familia real en sus diferentes lugares, se hacen eco de la información. La primera ministra llega a su audiencia con la reina tras esa publicación. Mientras la reina lee los titulares en las portadas de los periódicos y espera que Thatcher llegue al Palacio, se escucha la noticia de las desavenencias entre ambas líderes (TC: 35:30).

La audiencia entre Thatcher e Isabel es larga y hablan de la polémica, a la que la reina intenta restar importancia, además de recomendar a la primera ministra que no lea los periódicos. “Mienten, manipulan y malinterpretan. Y luego se rasgan las vestiduras”. Thatcher insiste en que su secretario de prensa sí los lee y que se han asegurado que es una fuente muy fiable. La reina se justifica y promete que publicará una aclaración (TC: 37:19). El secretario de prensa de la reina habla por teléfono con otros medios que quieren también la información, pero se desentiende y dice que no sabe cómo ha surgido esa polémica. A lo que atiende asombrada la compañera de despacho, que sabe que todo ha sido diseñado por él y la reina para dar un toque a Thatcher (TC: 42:40).

Mientras se suceden las intrigas políticas y periodísticas, también el resto de la familia real se centra en los periódicos y los cuatro hijos hablan de las portadas. Andrés está enfadado con el egoísmo de su madre porque, el día de su boda, ocupa ella los titulares con la polémica con la primera ministra (TC: 43:29). Aun así, en este episodio hay retransmisión de la boda, pero la reina está más centrada en escuchar la radio y seguir la disputa mediática que ocupa todo el capítulo. La secuencia comienza con la sala de prensa de Palacio con Michael y el resto viendo en televisión la boda, mientras Michael a la vez ojea las portadas de los periódicos y, antes de cambiar la imagen al despacho de la reina, con la misma imagen de Michael en su mesa rodeado de prensa se escucha la voz de la emisora que tiene sintonizada Isabel II. Se puede concluir que hay un momento en el que confluyen los tres medios con la imagen de Michael: el televisor que tiene enfrente y que atienden sus compañeros de despacho, los periódicos que él observa y la voz de la radio de la reina que se anticipa ya en la secuencia. Intenso capítulo, por tanto, por la tensión entre poder y prensa.

En el capítulo 6º (42,7%) se reparten el protagonismo las esferas 2 y 3. Hay hasta 26 funciones con periodismo, lo que corrobora la idea que ya comentamos desde el episodio 1 de la primera temporada: las apariciones de periodistas o medios de comunicación marcan el ritmo de la narración y sirven de transición entre secuencias. En este capítulo además se observa un nuevo periodismo con ruedas de prensa organizadas, que hasta ahora no se habían visto en la serie, y con la presencia de mujeres. Así se detecta en dicha rueda de prensa durante la Gira de Carlos y Diana por Australia. Se trata de un encuentro multitudinario de los príncipes con los comunicadores y da un paso más hacia la modernidad: el hecho de tres mujeres en la primera fila y dos en la segunda, ocupan casi todo el plano de frente, podría hacer pensar que la mujer pisa fuerte en el periodismo. (TC: 12:40)

Cierra la cuarta temporada y, por tanto, esta investigación, el capítulo 10º (33,5%), en el que la política ocupa el primer plano de la actualidad. Comienza con el ministro de la Dama de Hierro Geoffrey Howe que se levanta, se viste y desayuna mientras escucha las noticias en la radio, entre ellas que en las próximas horas se va a proceder a su dimisión por la mala imagen de Gran Bretaña en Europa con las políticas de Thatcher (TC: 01:00). Es noviembre de 1990 y la dimisión del ministro Howe, uno de los pesos pesados del Gabinete de Thatcher, traerá el caos al país. Mientras se resuelve esta batalla política a lo largo del episodio, también parte importante de la trama se centra en la gira de Carlos y Diana por EEUU, con varios movimientos que captan la atención de las cámaras y uno especialmente, cuando visita el lugar de atención social Henry Street Settlement y un hospital de niños en Nueva York con un abrazo a uno de los niños enfermos con Sida que fue captado por muchos fotógrafos (TC: 26:00).

Domina entonces, sin duda, en la última temporada la etiqueta temática ‘Política y economía’ con la reina y Margaret Thatcher enfrentadas ante temas trascendentales de la historia reciente británica. También se muestra la etiqueta ‘Sociedad y entretenimiento’ con Diana de Gales y sus emblemáticas portadas en la prensa mundial con su apoyo a los más desfavorecidos. Si hay que situar en un bando a los periodistas y optar entre héroes y villanos, no estaría claro puesto que su papel moral no aparece reflejado, solo son transmisores de lo que trasciende desde la Casa Real o Downing Street. En todo caso, encontraríamos al villano Michael, secretario de la reina, que ha manipulado a la prensa con la filtración del posible enfrentamiento entre la reina y la Dama de Hierro porque a la primera le convenía esa polémica para salirse con la suya en el caso del Apartheid. Entre las heroínas, parece que se abre una nueva etapa del periodismo en el que la mujer irrumpe en la prensa, puesto que en las tres primeras temporadas no hay mujeres en ninguna. Por primera vez, hay secuencias en las que en el grupo de periodistas se ven y se perciben voces de mujeres, aunque sigue dominando el género masculino (TC: 35:25)

5. Conclusiones

El análisis pormenorizado de la presencia de periodismo en las cuatro temporadas permite concluir que los medios de comunicación aparecen de forma reiterada en cada capítulo de la serie *The Crown*. Desde los primeros minutos hasta el final de cada episodio, surgen flashes de cámaras de un grupo de periodistas, un titular en la prensa o una polémica conversación de la reina Isabel II con su secretario o su marido sobre reacciones mediáticas. En definitiva, los medios de comunicación ocupan en torno a 1:40 horas en los 10 capítulos de la temporada primera, 1:45 en los de la segunda temporada, 2:00 horas en la tercera y 1:43 en la cuarta. Un tiempo que hemos conseguido controlar y estructurar para así demostrar que se cumple **H1**: “Las acciones relacionadas con periodismo marcan el ritmo del relato narrativo en un número considerable de episodios en las cuatro temporadas de la serie *The Crown*, con decisiva y constante presencia de los medios de comunicación para unir la trama”.

Como recoge el marco teórico, entendemos por ritmo la impresión creada por la duración de los planos, su intensidad dramática. Así, podemos hablar de dos clases de ritmo: de escenas y de montaje. Se pueden obtener efectos narrativos muy interesantes mezclando el ritmo de las escenas con el ritmo del montaje, como se observa en las más de siete horas relacionadas con el periodismo que surgen en la serie *The Crown*. Desde el inicio del primer capítulo, el sonido de los flashes y sus destellos marcan el ritmo de la trama de la serie de Netflix. El día de la boda de la reina, en la puerta de la iglesia, a la llegada de Churchill, se escuchan los primeros clics de las cámaras, aunque sin periodistas (TC: 9:57). Por supuesto, se repite ese sonido ambiente a la llegada de Isabel con su padre, el rey Jorge (TC: 11:33). Avanza el guion y el siguiente momento comunicativo se produce con las primeras palabras de Churchill en la pantalla del televisor tras ser elegido primer ministro (TC: 25:20). Acto seguido, el primer ministro se enfrenta en su discurso ante el público y en esta ocasión de nuevo se escucha el sonido de flashes, se perciben los destellos y esta vez hay aparición fugaz de periodistas (TC: 25:35). De nuevo aparece un grupo de informadores en torno al coche cuando Churchill llega al Palacio de Buckingham para ver al rey Jorge (TC: 28:10). Veinte segundos más tarde, se muestra un periódico con el siguiente titular: “El país se regocija con la recuperación del rey” (TC: 28:30).

Para presentar a los personajes, para mostrar más datos de un hecho concreto, para situar al espectador con el resumen de información pasada o para avanzar el contenido futuro, los medios de comunicación siempre están ahí. Como hemos analizado en el párrafo anterior, apenas media hora del primer episodio y se producen varias acciones con el periodismo como protagonista. Es una descripción cronológica que permite imaginar un frenético guion a ritmo de prensa, radio, televisión y conversaciones sobre los efectos de los medios de comunicación en la vida regia y política.

Pautan el ritmo del relato narrativo en los 40 episodios, con permanente aparición de los medios de comunicación como intersección entre secuencias. Prueba de ello es su distribución a lo largo de las entregas, puesto que surgen entre 4 y hasta 27 veces por capítulo, como se puede constatar en el Anexo 1: Presencia cronológica de las funciones de los medios de comunicación en *The Crown*.

Siempre permanecen como testigos, para vigilar la actualidad y ser el nexo entre personajes de la realeza y políticos y la sociedad británica y mundial. De esta forma nos encontramos con 79 funciones o acciones de prensa en la primera temporada, 82 en la segunda, 99 en la tercera y 106 en la última. Si nos detenemos en las más frecuentes según nuestra morfología, se detecta que la función 'E1F3. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreto en periódico o revista' es la más abundante de la esfera 1, de alto impacto. En la esfera 2, de impacto medio, es 'E2F6. Medio de comunicación: televisión'. En la esfera 3, impacto bajo, es 'E3F3. Sonido de flashes y destellos con aparición fugaz de periodistas en un exterior'.

Este hallazgo corrobora la supremacía del trabajo de los periódicos tradicionales sobre la radio y la televisión con la elevada y fundamental presencia de la función E1F3. Conversación sobre contenido polémico con periodista concreto en periódico o revista'. Aunque es cierto que las continuas emisiones de radio y la televisión comparten protagonismo en las 4 temporadas. En el caso de la televisión ('E2F6. Medio de comunicación: televisión'), el versátil medio permite elaborar cine dentro del cine y desde las imágenes del televisor se asiste a acontecimientos importantes sin necesidad de verlos en el escenario de la serie, solo en la pantalla, como así ocurre, por citar algún ejemplo, en la inauguración de Felipe de Edimburgo de los Juegos Olímpicos de Melbourne o varios momentos de los frecuentes eventos sociales de Diana de Gales, que el espectador solo ve en la pequeña imagen del televisor. Son muchos los acontecimientos de este tipo, como se recoge en el Anexo 1: Presencia cronológica de las funciones de los medios de comunicación en *The Crown*. Por último, la abundancia de la función 'E3F3. Sonido de flashes y destellos con aparición fugaz de periodistas en un exterior' es la que proporciona la percepción de aparición constante de medios de comunicación en las 4 temporadas como testigos de los acontecimientos relevantes de la realeza y de la política británicas.

Las tres esferas con impacto alto, bajo y medio marcan las diferencias del protagonismo de la prensa en la serie *The Crown*. Las funciones varían desde el profesional con nombre propio en la prensa británica hasta la masa anónima de periodistas. Es decir, a veces lo que aparecen son comunicadores de prestigio que acaparan el rol de personaje principal en el episodio y otras veces la presencia es de un grupo anónimo de informadores con sus cámaras y sus libretas que observan desde la primera fila a los personajes reales y a los políticos para controlar su trabajo y dar cuenta a la sociedad. Por lo que también se cumple **H2**. "El protagonismo del periodismo en la serie *The Crown* oscila entre el alto impacto con profesionales reconocidos y el bajo impacto con la presencia de una masa anónima de periodistas, todos ellos como testigos de la agencia regia y política".

Para ir más allá de los hallazgos empíricos y llevar a cabo una mejor interpretación y lectura de índole narrativa, histórica o sociológica, el Anexo 1: Presencia cronológica de las funciones de los medios de comunicación en *The Crown* es una valiosa fuente con la explicación de todos esos momentos decisivos. De forma cronológica como ocurre en la serie, observamos los sensacionalistas titulares de periódicos en la voz de un vendedor en plena calle en los años 50 sobre los romances de la princesa Margarita con el piloto Peter Townsend, también la radio con discursos de Isabel II o de Winston Churchill y, ya en televisión, las imágenes en blanco y negro de eventos como el viaje de la reina y su esposo por los países de la Commonwealth o el trascendental momento de su coronación. Innumerables eventos que confirman así que el cine es reflejo de la sociedad, como se explica en el apartado teórico de la investigación.

El director de *The Crown* ofrece una parte de la historia de la segunda mitad del siglo XX adaptada a la mirada del siglo XXI y consigue un gran éxito de audiencia, una sugerente trama que cuenta con periodistas como interesantes personajes, con lo que se confirma nuestro planteamiento inicial: el periodista como personaje recurrente, como figura atractiva para la ficción por las funciones sociales que puede ejercer: actuar como contrapoder, ser autoridad que permite vigilar y enfrentarse de ser necesario a los poderosos, vivir experiencias inaccesibles para el resto de la sociedad... Una serie de características que aparecen de forma reiterada en las funciones explicadas.

Existe goteo de periodismo en todos los capítulos, pero hay episodios en los que surgen profesionales de la información con papel trascendental en la trama y relación directa con los personajes principales. Así ocurre en el 5º de la segunda temporada, el que ocupa el récord entre los 40 episodios, con un 68% del tiempo vinculado al periodismo. Se debe a la figura de Lord Altrincham, director del semanario *National and English Review*, revista en la que publica una crítica al “ridículo” discurso de la reina en su visita a la fábrica de coches Jaguar, una opinión de la que se hacen eco la mayoría de los periódicos. Su repercusión en la opinión pública se multiplica aún más cuando es invitado por la televisión ITN para una entrevista, palabras que con su reproducción en más medios llevan a una crisis institucional. La reina opta por reunirse con el polémico periodista y sigue algunos de sus consejos, entre ellos la retransmisión por televisión del discurso navideño con el fin de adentrarse en los hogares de los ingleses.

En el episodio 4º de la tercera temporada, con el 60,8% de tiempo con periodismo de fondo, el foco informativo llega con la intervención del duque de Edimburgo en el programa *Meet the press* durante su gira por EEUU, encuentro en el que se lamenta de las dificultades de la Corona para mantener sus gastos. Las declaraciones son aprovechadas por el periodista John Armstrong para arremeter con un artículo de opinión en *The Guardian* contra la familia real por sus quejas a pesar de los excesivos privilegios. Para salvar su imagen, el duque planea grabar un documental para la BBC con el día a día de la monarquía, un material audiovisual que, lejos de cumplir su objetivo de beneficiarla, hunde más aún la imagen de la Corona.

El capítulo 5º de la tercera temporada también, con 35,6% del tiempo, es de nuevo muy periodístico gracias a Cecil King, responsable del grupo *Daily Mirror*, que propone a Lord Mountbatten una reunión con él, sus colegas ejecutivos de prensa y con los responsables del Banco de Inglaterra para buscar nuevo rumbo a la crisis de Gran Bretaña a través de un golpe de Estado. Conversaciones tensas de unos y otros y la intervención de Isabel II para detener las conspiraciones convierten este capítulo en otro de los fundamentales de *The Crown* para investigar la unión entre cine, poder y periodismo.

En la temporada cuarta se hallan el capítulo 6º, con un 42,7%, y el capítulo 8º, con un 61% del tiempo dedicado al periodismo, porcentajes elevados, aunque en ambos casos con predominio de las esferas 2 y 3 y, por tanto, sin periodistas concretos. En el primer caso son los enfrentamientos de Margaret Thatcher e Isabel II por las diferencias en la política sobre la Commonwealth los que se llevan el protagonismo en los medios de comunicación. En el capítulo 8º, el viaje de Carlos y Diana por Australia acapara la atención mundial y así se refleja en la serie, con la pareja siempre envuelta en una multitud de ciudadanos para ofrecerles su admiración y cariño y, entre esa masa de gente, los informadores de todo el planeta.

Culmina así una investigación que se convierte en un testimonio nuevo de la interesante relación entre periodismo y cine y un documento más de la historia del periodismo británico y su decidida vinculación con la Corona y la vida política de Inglaterra durante varias décadas de la segunda mitad del siglo XX. Nuevas interpretaciones futuras de carácter más histórico podrían centrarse en confirmar que la presencia de periodistas en la serie está absolutamente ligada al cambio adoptado

por la monarquía británica a lo largo del reinado de Isabel II para adaptarse a los tiempos, puesto que es sabido que los medios de comunicación son un elemento imprescindible para conectar a la monarquía con el pueblo y hay bibliografía abundante que documenta esta realidad. Por el momento, se cierra así este estudio sobre *The Crown*, la exitosa serie de Netflix que se adscribe al género cinematográfico histórico, biográfico y político.

Bibliografía

Aumont, J.; Bergala, A.; M., Michel y V. Marc (1996). *Estética del cine. Espacio filmico, montaje, narración, lenguaje*. Barcelona: Paidós.

Barris, A. (1976). *Stop the presses! The newspaperman in American Films*. Cranbury, New Jersey: A.S.Barnes and Co.

Bazin, A. (2001). *¿Qué es el cine?* Madrid: Libros de Cine Rialp.

Bezuntea, O.; Cantalapiedra, M.J.; Coca, C.; Genaut, A.; Peña, S. y Pérez, J.A. (2007). Periodistas de cine y ética. *Ámbitos*, revista internacional de comunicacion, número 16, páginas 369-393.

Bezuntea, O.; Cantalapiedra, M.J.; Coca, C.; Genaut, A.; Peña, S. y Pérez, J.A. (2007). Si hay sangre, hay noticia: recetas cinematográficas para el éxito periodístico. *Palabra Clave*, volumen 10, número 2, páginas 61-74.

Bezuntea, O.; Cantalapiedra, M.J.; Coca, C.; Genaut, A.; Peña, S. y Pérez, J.A. (2008). ¿Y qué? Es periodista y además es guapa. *Mujeres periodistas en el cine*. Zer, volumen 13, número 25, páginas 221-242.

Bezuntea, O.; Cantalapiedra, M.J.; Coca, C.; Genaut, A.; Peña, S. y Pérez, J.A. (2008). Divismo y narcisismo de los periodistas en el cine. *Textual&VisualMedia: revista de la Sociedad Española de Periodística*, número 1, páginas 107-120.

Bezuntea, O.; Cantalapiedra, M.J.; Coca, C.; Genaut, A.; Peña, S. y Pérez, J.A. (2010). El perfil de los periodistas en el cine: tópicos agigantados. *Intercom-Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. Volumen 33, número 1, página 145.

Bunyol, J.M. (2017). *Historias de portada. 50 películas esenciales sobre periodismo*. Barcelona: Editorial UOC.

Camporesi, V. (2014). *Pensar la historia del cine*. Madrid: Cátedra.

Canet, F. y Prósper, J. (2009). *Narrativa audiovisual. Estrategias y recursos*. Madrid: Síntesis.

Caparrós Lera, J.M. (1994). *Persona y sociedad en el cine de los 90*. Navarra: Eunsa.

Caparrós Lera, J.M. (2007). *Guía del espectador de cine*. Madrid: Alianza Editorial.

Ehrlich, M C. (2006): *Journalism in the movies*. Illinois (EEUU): University of Illinois Press.

Ehrlich, M.C. y Saltzman, J. (2015). *Heroes and Scoundrels: The Image of the Journalist in Popular Culture*. Chicago: University of Illinois Press.

Fedele, M., Planells-de-la-Maza, A.-J., & Rey, E. (2021). La ficción seriada desde el mitoanálisis: aproximación cualitativa a los argumentos universales en Netflix, Prime Video y HBO. *Profesional de la Información*, 30 (2). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.21>.

García Gual, Carlos (2000). Prólogo. En Bou, N. y Pérez, X. (2000). *El tiempo del héroe. Épica y masculinidad en el cine de Hollywood*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Gómez-Tarín, F.J.; Marzal, J.J. (Coord.) (2015). *Diccionario de conceptos y términos audiovisuales*. Madrid, Cátedra, Signo e Imagen.

Good, Howard (1989): *Outcasts: The image of the journalists in contemporary filme*. London: The Scarecrow Press.

Good, Howard (2008): *Journalism ethics goes to the movies*. Maryland (EEUU): Rowman and Littlefield.

- Laviana, J. C. (1996): Los chicos de la prensa. Madrid: Nickel Odeón Dos.
- McNair, B. (2010). Journalists in filme. Heroes and Villains. Edinburgh: Edinburgh University Press Ltd.
- Mera Fernández, M. (2008): Periodistas de película. La imagen de la profesión periodística a través del cine. Revista Estudios sobre el mensaje periodístico, número 14, pp. 505-525. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0808110505A/11987>
- Mínguez Santos, L. (2012): Periodistas de cine. El cuarto poder en el séptimo arte. Madrid: T&B Editores.
- Mollejo Pérez, V. (2016). Trabajo Fin de Grado: Figura del periodista en la ficción televisiva: un análisis mixto de los rasgos distintivos profesionales. Murcia: Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.
- Mullor, M. (20 de septiembre de 2021). Los Emmys 2021: Netflix arrasa (por fin) con The Crown y Gambito de Dama. fotogramas.es. Recuperado en <https://www.fotogramas.es/premios-emmy/a37654569/emmys-2021-cronica-netflix-crown-gambito-lasso/>
- Osorio Iglesias, O. (2009). La imagen de la periodista profesional en el cine de ficción de 1990 a 1999. Tesis en la Universidad de A Coruña.
- Pastor, Á. (2010). “Quiero ser periodista: tras las motivaciones de la profesión periodística”. Comunicar. Revista Científica de Educomunicación. Número 34, volumen XVII, 191-200. Recuperado de [Dialnet-QuieroSerPeriodista-3167093.pdf](http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3167093).
- Paz, M.A. y Montero, J. (1999). Creando la realidad. El cine informativo (1895-1945). Barcelona: Ariel Comunicación.
- Pérez Adán, J. (ed). (2004). Cine y sociedad. Prácticas de Ciencias Sociales. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.
- Roces, Pablo R. (20 de septiembre de 2021). Peter Morgan, el incisivo retratista de la Corona que alumbró ‘The Crown’ y se enfrentó a Boris Johnson. elmundo.es. Recuperado en <https://www.elmundo.es/television/series/2021/09/20/61485cbce4d4d88d4f8b45d1.html>
- San José de la Rosa, C. y Gil-Torres, A. (2019a). Héroes de la noticia: periodismo, política e historia en el cine español desde ‘El sótano’ (1949) hasta ‘23-F’ (2011). Ogigia, Revista electrónica de estudios hispánicos, 27: 235-258. <https://doi.org/10.24197/ogigia.27.2020.235-258>
- San José de la Rosa, C. y Gil-Torres, A. (2019b). Cine para aprender: de los cuentos de Vladimir Propp a las películas españolas con periodistas. Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital, Vol. 8 (2), 2019: 42-66 ISSN: 2254-4496 <http://revistacaracteres.net>
- San José de la Rosa, C., Miguel Borrás, M., & Gil-Torres, A. (2020). Periodistas en el cine español: héroes comprometidos con la verdad. Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 26 (1), 317-326. <https://doi.org/10.5209/esmp.67310>
- San José de la Rosa, C. (2021). Estructuralismo de Propp en los periodistas héroes y villanos del cine español. Vivat Academia, 154, 245-262. <https://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1350>
- Tello Díaz, L. (2011). La imagen y la ética del periodista en el cine español (1896-2010). Tesis doctoral presentada en la Universidad Complutense de Madrid.