

# La información económica ante los cambios de ciclo. Sesgos profesionales y editoriales de la prensa nacional durante las Legislaturas VIII, IX y X

Iván Soto San Andrés (UCM)<sup>1</sup>

Antón Rodríguez Castromil (UCM)<sup>2</sup>

## Palabras clave

*Agenda setting*, voto económico, recesión, crisis económica, negativismo

## Resumen

Los trabajos enmarcados en la Teoría del Voto Económico siguen obviando en muchas ocasiones el poder de los medios de comunicación. Sin embargo, tanto desde las escasas pero señeras investigaciones que ha habido en esta tradición como desde la *Agenda Setting* se han aportado evidencias de que la actividad periodística puede influir en las opiniones sobre el estado presente y futuro de la economía y con ello el comportamiento electoral. La presente ponencia pone de relieve que las dinámicas informativas seguidas por la prensa española entre abril de 2004 y diciembre de 2015 han sido muy sensibles a los importantes cambios del ciclo económico acontecidos. Modulados por sesgos profesionales y editoriales, tono y volumen han contribuido a hacer visible no tanto la situación de la coyuntura como la dirección hacia la que evolucionaba. Lo cual ha podido perjudicar al partido en el poder en contextos recesivos y a favorecerlo en los de recuperación.

---

<sup>1</sup> Licenciado en Ciencias Políticas y graduado en Periodismo. Coordinador de programas executive y proyectos de investigación en Deusto Business School (Universidad de Deusto). Doctorando en Opinión Pública en UCM.

<sup>2</sup> Doctor en Ciencias de la Comunicación y Licenciado en Ciencias Políticas. Profesor de Opinión Pública en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. Coordinador del Master en Estudios Avanzados en Comunicación Política.

## I. INTRODUCCIÓN

No es lo mismo temperatura que sensación térmica. De igual forma que los meteorólogos tienen asumido que se trata de dos variables muy diferentes por las numerosas circunstancias que influyen en la forma en que cada cuerpo percibe la realidad objetivada por los termómetros, los estudiosos del fenómeno del Voto Económico han aprendido a disociar los indicadores macroeconómicos de los juicios que sobre su estado presente o futuro hacen los ciudadanos. Aunque esta distinción entre objeto y sujeto abre la puerta a considerar la información mediática como un factor modulador de las bases sobre las que descansa el Voto Económico apenas si han estudiado los efectos de dicha información en las opiniones sobre la coyuntura (Lewis-Beck y Stegmaier, 2000; Lewis-Beck y Paldam, 2000).

Concretamente Lewis-Beck y Stegmaier (2000) concluyen de la revisión de la profusa literatura publicada desde las ideas germinales de (Downs, 1957) hasta el cambio de siglo que al menos desde los años 80 existe una tendencia creciente en el recurso a las percepciones subjetivas en sustitución de los indicadores de coyuntura para explicar los resultados electorales en clave económica. La falacia ecológica derivada de asumir un impacto uniforme de dichas variables en un electorado heterogéneo en parte explica por qué la abundante literatura sobre el Voto Económico es contradictoria en torno a si los comportamientos ante las urnas se rigen principalmente por patrones *pocketbook*, o si por el contrario priman los sociotrópicos (Kramer, 1983), no existiendo tampoco consenso en cuanto a la naturaleza retrospectiva o prospectiva de los juicios valorativos sobre el estado de la economía personal o nacional (Gómez y Wilson, 2006).

Los expertos han recurrido a distintas variables en sus intentos por segmentar la población en función de su forma de evaluar la gestión económica del gobierno, como las finanzas personales (Kinder and Kiewiet, 1979), la cualificación profesional (Dorussen y Taylor, 2002), la afinidad hacia el partido en el poder (Evans y Andersen, 2004) o el grado de sofisticación política (Delli Carpini y Keeter, 1996; Fiorina, 1981; Krause, 1997).

Aunque se deduce que el consumo mediático, en conexión con el nivel formativo o el activismo político, debe influir en las percepciones sobre la coyuntura económica, y por tanto en el sentido del voto, la literatura del Voto Económico que directamente tengan en cuenta este factor es muy escasa. Mackuen et al (1992) fueron pioneros en dar a los medios de comunicación un papel preeminente aunque no autónomo como correa de transmisión entre las previsiones económicas elaboradas por las élites y el público, haciendo posible que prime el voto prospectivo. También cabe resaltar en este sentido las investigaciones de Diana Mutz (1992, 1994) sobre el efecto de las noticias acerca del mercado laboral en la generación de patrones electorales sociotrópicos, así como el de Hetherington (1996) sobre el poder de la prensa para alterar la percepción del electorado sobre la situación económica y con ella el voto.

Donde sí ha habido avances sobre el grado en que los medios de comunicación inciden en la construcción del sentimiento económico ha sido en el campo de los efectos de la Comunicación Social, en particular desde la Teoría de *Agenda Setting*. Behr y Iyengar (1985),

Goidel y Langley (1995), Haller y Norpoth (1997) y Soroka (2006) son solo algunos de los autores que han puesto de relieve la gran capacidad que tiene la actividad periodística para modular la opinión que el público tiene sobre la economía.<sup>3</sup> Hay que señalar, además, que en línea con los ejemplos citados esta influencia no solo se materializa mediante la fijación de los temas que son considerados prioritarios para los los ciudadanos -primer nivel de la Teoría de la Agenda inaugurada por McCombs y Shaw (1972)- sino también a través de la generación de sentimientos positivos o negativos en torno a dichos temas -segundo nivel de *Agenda Setting* (McCombs y Evatt, 1995)- y de la orientación de los subsiguientes juicios valorativos mediante la puesta a disposición de la información que servirá de base para los mismos -*priming* (Iyengar y Kinder, 1987).

La particular evolución de la economía durante el periodo 2004-2015, en el que se han sucedido una época de bonanza, dos recesiones y una recuperación, junto a la alternancia de gobierno y la erosión del bipartidismo, constituyen un complejo escenario que los científicos sociales deben esforzarse por desentrañar. De hecho, ya han sido publicadas las primeras evidencias en el marco de la literatura del Voto Económico que confirman el decisivo papel que en España ha jugado la economía en las urnas con ocasión de las Elecciones Generales de 2008 y sobre todo 2011 (Fraile y Lewis-Beck, 2013).

Pese a las importantes conexiones que se han establecido en otras latitudes -destacan sobre todo los trabajos realizados en Alemania- entre la confianza económica del público y la actividad mediática durante los convulsos años de crisis (Lischka, 2015; Garz, 2012) así como entre esta y la popularidad del gobierno (Shehata,2014), hasta la fecha poca atención se ha prestado a cómo los medios de comunicación han reaccionado ante los cambios en el ciclo económico que han acontecido. Con este trabajo se pretende facilitar el acercamiento de la tradición del Voto Económico y de la Teoría del Agenda poniendo de relieve los patrones que ha seguido la prensa nacional en España, como medio de comunicación de referencia en la fijación de temas y *frames* asociados, a la hora de informar sobre la economía.

De este modo, se podrá valorar hasta qué punto las noticias publicadas en las portadas de los principales diarios nacionales de nuestro país -El Mundo, El País y el ABC-, han reflejado entre abril de 2004 y diciembre de 2015 fielmente la realidad económica en cada momento, comprobando para ello si han existido distorsiones motivadas por los sesgos propios de las organizaciones informativas y del panorama mediático polarizado. Se trata, en definitiva, de responder a preguntas tales como ¿Alertó la prensa de la crisis económica? ¿Han contribuido los periodistas a intensificar la gravedad de la recesión o la han atenuado?¿Han anticipado la recuperación económica o la han retrasado?

Son cuestiones claves a la hora de desentrañar los posibles efectos de la información mediática en la modulación de las "sensaciones" que el público tiene sobre la situación económica y que complementan a las que extrae de su propia experiencia y la comunicación interpersonal. Su

---

<sup>3</sup> Lo que supone la superación definitiva de la tradicional noción de la economía como un tema obstrusive (Zucker, 1978), esto es, poco influenciado por la acción mediática debido a la experiencia directa que los individuos tienen con el desempleo, la inflación o los salarios.

estudio abrirá las puertas para valorar la conveniencia de su inclusión en la valoración de los estudios sobre el voto económico en España durante este periodo.

## II. MARCO TEÓRICO: SESGOS PERIODÍSTICOS Y PATRONES INFORMATIVOS

Es algo asentado en los estudios de la comunicación que la labor mediadora que la actividad periodística lleva a cabo entre los acontecimientos y el público está forzosamente condicionada por las estructuras profesionales y técnicas encargadas de la producción de las noticias, por lo que la imagen que reflejen de la economía los diarios vendrá condicionada por las rutinas, prácticas y orientaciones propias de estas organizaciones (McQuail, 1985).

En la medida en que los periódicos son organizaciones de profesionales de la comunicación que se rigen por criterios de noticiabilidad ampliamente compartidos (Galtung and Ruge, 1965) cabe esperar un alto grado de coherencia en la selección de los temas que componen las agendas informativas de la prensa. De hecho, Bonafont et al. (2015) demuestran que la economía es uno de los temas en los que hay mayor correspondencia en el grado de cobertura entre El País y El Mundo. Asimismo, ya sea por temor de las empresas periodísticas a quedarse descolgadas o por falta de contacto con las audiencias la atención mediática tiende a reforzarse entre sí incrementando el valor noticia del acontecimiento (Vliegenthart y Walgrave, 2008). Esta transferencia de temas se corresponde con lo que viene conociéndose como *intermedia agenda setting* (Danielian y Reese, 1989; McCombs y Shaw, 1993). El considerable protagonismo que tiene la iniciativa gubernamental en el terreno económico no deja de reforzar la consonancia en el tratamiento de este tema entre los diferentes medios, ya sea por el consenso tácito en torno a la relevancia de las actuaciones del Ejecutivo (Bennet, 1990) o por el subsidio informativo que supone su fácil acceso (Gandy, 1982).

La mayor parte de las investigaciones en el ámbito de la Teoría de la Agenda se han centrado en la transferencia de temas y *frames* de los medios de comunicación al público, siendo relativamente escasas las que han tratado la forma en que la prensa refleja la situación de la economía real.

En todo caso, estos trabajos coinciden en apuntar que la prensa es propensa a distorsionar la coyuntura, casi siempre en un sentido negativo en cuanto a volumen de noticias (Shah et al, 1999) y tono (Nadeau et al., 1996; Lowry, 2008). La razón que se han dado para este fenómeno es que en la práctica periodística es moneda común que los elementos desfavorables o desestabilizantes de un acontecimiento constituyan un criterio de noticiabilidad (Haller y Norpoth, 1997). Estos hallazgos sobre el efecto distorsionador de los medios de comunicación entran en parte en contradicción con otras investigaciones que revelan la capacidad de los periodistas para ajustar sus informaciones a los cambios de ciclo económico (Behr y Iyengar, 1985; Soroka et al, 2015).

En una postura intermedia se encuentran Wu et al (2002), quienes demuestran que por lo general la información económica se adapta a la coyuntura de cada momento, si bien cuando se produce una recesión el negativismo prevalece. Sin contradecir lo anterior, Fogarty (2005) distingue entre el volumen de cobertura, que sí va en consonancia a los cambios de la

economía, aunque con un ajuste más lento en las fases de crecimiento que en las de recesión, y el tono que apenas si es sensible a la evolución de los indicadores macro.

En España ha habido muy pocos trabajos en este sentido. Cabe citar a Arrese y Vara-Miguel (2014) quienes han hecho un análisis exhaustivo sobre el papel que jugaron los medios de comunicación a la hora de advertir sobre la debacle del sector inmobiliaria que intensificó en España los estragos de la crisis internacional. Al hilo de esta burbuja y de la asociada a las puntocom en el cambio de siglo Arrese concluye que los periodistas tienden a magnificar el ciclo económico, dejándose llevar por la euforia en momentos de bonanza y por el "desconcierto exagerado y la resaca posterior en etapas de recesión" (2010). Otros autores han investigado cómo la multiplicación de noticias referidas a la crisis económica a partir de 2008 ha podido intensificar la caída experimentada en las tasas de ahorro y consumo de los hogares españoles (Fernández-Martínez et al. 2012).

Comoquiera, en un país con un sistema mediático de corte mediterráneo (Hallin y Mancini, 2004) hay un factor al margen de la forma en que las prácticas periodísticas traducen los acontecimientos económicos en noticias que hay que analizar de manera ineludible; esto es, su línea editorial. Chavero (2015), de hecho, demuestra que con la irrupción de la crisis de 2008 los temas económicos pasan a ser muy recurrentes en las portadas de los principales diarios del país convirtiéndose en un elemento desde el que cada cabecera interviene activamente en el debate político y la lucha partidista.

En base a todo lo expuesto, de cara a explicar posibles distorsiones acerca del momento económico por parte de la prensa nacional hemos decidido distinguir dos fuentes de sesgos: los de índole profesional, que son comunes a todas las publicaciones, y los que se derivan de la línea editorial particular de cada cabecera.

## **2. 1 Sesgos profesionales**

Los sesgos profesionales son aquellos nacidos de las rutinas, culturas profesionales y modelos organizativos propios de la actividad periodística y que, por observarse sistemáticamente en los estudios que se han elaborado sobre los patrones de información económica en otras latitudes (Bennett 2016; Meyrowitz 1994), y que son coherentes con lo Bouza (2012) llama factores noticia<sup>4</sup>, podrían ser comunes a las tres cabeceras. En particular, los sesgos sobre los que nos vamos a centrar son los que se derivan de los criterios de noticiabilidad más utilizados en el estudio de la información económica en contextos de crisis: la novedad y el negativismo.

La novedad entendida como cambio o ruptura de lo cotidiano es uno de los criterios de noticiabilidad que más entroncan con la esencia de la actividad periodística (Martini, 2000). Soroka (2015) constata en el plano económico que el tono y volumen de la cobertura mediática no responde a la situación de la economía en cada momento, sino a los cambios que se producen en ella. La evidencia de otros estudios longitudinales de la agenda mediática

---

<sup>4</sup> Para Bouza los factores noticia responsables de la "democracia centrada en los medios" son: negativismo, sorpresa, tematización y personalización.

durante la Gran Recesión en Alemania (Gartz, 2012; Lischka, 2015) y Estados Unidos (Van Dalen et al, 2017) parece corroborar esta idea, al vincular el sentido más positivo o negativo del conjunto de las informaciones a la evolución de los indicadores económicos y mientras que el número de noticias publicadas estaría ligado a la inestabilidad del periodo económico del que dan cuenta los medios. Se trata de un factor a tener en cuenta para explicar los resultados electorales en contextos de transición cíclica, ya que la prensa puede contribuir a cambiar las percepciones sobre el estado de la economía a un ritmo superior al que marcaría la evolución de la propia coyuntura y, por ende, afectar los juicios retrospectivos y prospectivos que orientan el voto económico (Hetherington, 1996; Shah et al., 1999).

Junto al interés por lo novedoso, se observa otra tendencia generalizada en los medios de comunicación a primar los acontecimientos negativos en la función de *gatekeeping* que periodistas y redacciones practican con independencia de su línea ideológica (ej. Robinson y Levy, 1985; Altheide, 1997). Respecto a la explicación que hay detrás por esta preferencia hacia las malas noticias por parte de los periodistas algunos la encuentran en la Psicología y consideran que los profesionales de la información se ponen en la piel del público conscientes de que lo negativo crea una impresión más honda en la mente de las personas que lo positivo (Ronis y Lipinski, 1985). Conectando la Psicología con la Ciencia Económica, encontramos la Teoría de la Perspectiva (Kahneman y Tversky, 1979) que ha observado cómo la aversión al riesgo más allá de lo racional guía el comportamiento de los individuos.

En el plano de la información económica, son varios los autores que han observado el tratamiento periodístico asimétrico que reciben los hechos del mundo real en función de si pueden ser interpretados favorable o desfavorablemente (Soroka 2006a; 2006b; Harrington, 1989). Por su parte, Fogarty (2005) y Van Dalen et al (2015) ponen el énfasis en la inclinación que tienen los medios a incrementar el volumen de informaciones negativas en periodo de recesión de manera desproporcionada al deterioro macroeconómico. Lischka (2015) prueba que esta tendencia común hacia la sobrerrepresentación de las noticias negativas durante las crisis reduce la disparidad en el tono informativo que existe habitualmente en la interpretación de la coyuntura económica entre medios de comunicación con diferentes estructuras y alineamientos.

## **2.2 Sesgos políticos**

El origen de los sesgos en la información periodística puede encontrarse en el lado de la demanda; los medios de comunicación buscan maximizar sus beneficios ofreciendo a su público objetivo los contenidos que espera. De hecho, Gentzkow y Shapiro (2006) demuestran que las audiencias tienden a evaluar la calidad de los contenidos periodísticos si estos se ajustan a sus ideas preconcebidas, y, bajo esa misma premisa Mullainathan y Shleifer (2005), observan que los medios intensifican los sesgos ideológicos como estrategia para diferenciarse entre sí en un mercado cada vez más competitivo. No obstante, las diferencias entre las líneas editoriales pueden surgir del lado de la oferta, ya se deriven de la estructura accionarial de los grupos, la orientación de los editores o de los propios periodistas ya sea por los procesos de reclutamiento o los incentivos positivos o negativos que reciban (Baron, 2006; Djankov et al., 2003). La doctrina académica ha desarrollado distintas vías para cuantificar la orientación ideológica de los medios de comunicación. Groseclose y Milyo (2005) utilizan un método

basado en el número de veces que determinados *think tanks* actúan de fuente periodística y Gentzkow and Shapiro (2007) contrastan el lenguaje empleado por los congresistas y el reproducido por cada medio. Los votantes suelen ser conscientes de que la información económica que reciben puede estar sesgada, especialmente en el caso de los periódicos (Chiang y Knight, 2011; Ladd y Lenz, 2009).

El sistema de medios español, y más concretamente la prensa, se ajusta como se ha señalado al modelo que Hallin y Mancini (2004) denominan Mediterráneo y que se caracteriza, entre otras cosas, por presentar un elevado nivel de paralelismo político; los periodistas tienen un especial interés por temas de la vida política y sus medios no permanecen neutrales ante la lucha partidista; al contrario, aunque se acepte la imparcialidad como principio es habitual que tomen partido por una determinada opción política. A veces de manera más sutil asociando líderes y formaciones políticas con determinados temas y otras de manera indisimulada a través de editoriales en los que enjuician las actuaciones de aquellos (Chavero, 2015).

La escasa autonomía y el deterioro de las condiciones laborales de los periodistas favorecen la polarización a través de presiones directas e indirectas. En el último informe publicado por la Asociación Profesional de la Prensa (APM, 2016) se indica que las presiones han aumentado, y si en 2012 había un 25,1% de profesionales que manifestaban no haber sido nunca presionados para alterar partes significativas de su trabajo, en 2016 ese porcentaje había descendido 4 puntos. Según dicho informe, el 74,8% de los periodistas cede a las presiones por temor al despido, a ser relegado en la asignación de trabajos y otras consecuencias adversas para su carrera profesional.

### **III CONTEXTO ECONÓMICO Y POLÍTICO**

A continuación se incluye una breve descripción de la evolución de la economía española a lo largo de las tres legislaturas comprendidas en este estudio:

*VIII Legislatura -PSOE (abril de 2004- febrero de 2008):* se trata de un periodo de crecimiento económico sostenido que se apoya en las tendencias que venían dándose desde finales de los 90: dinamismo de la demanda interna y auge del sector de la construcción motivados por una serie de factores monetarios -bajos tipos de interés- y demográficos -llegada masiva de inmigrantes, poder adquisitivo de los *babyboomers*- (Rocha y Aragón, 2012). Sin embargo también en esta etapa se ponen de manifiesto progresivamente los importantes desequilibrios macroeconómicos que arrastra el país, como la fuerte inflación, la pérdida de competitividad y el excesivo endeudamiento de las familias. A medida que transcurre 2007 los síntomas de desaceleración son van haciendo más evidentes debido a la contracción del crédito, el sobreendeudamiento de las familias y la fuerte inflación. Aunque el PP centró parte de su campaña electoral en denunciar las crecientes dificultades económicas que experimentaba el país y sobre todo el sector de la construcción, el Gobierno logró trasladar a la ciudadanía un mensaje de confianza en las posibilidades de España para capear los problemas y mantener altos los niveles de empleo, lo que le ayudaría a revalidar su mandato, perdiendo, eso sí, la mayoría absoluta.

*XI Legislatura -PSOE (abril de 2008- noviembre de 2011):* desde los primeros meses de la legislatura se evidenció el estancamiento y posterior retroceso de las ventas en el sector inmobiliario, la restricción del crédito y la falta de confianza en una recuperación. En julio de 2008 el presidente Zapatero reconoce por primera vez la crisis, lo que dio vía libre para que muchos medios de comunicación que hasta entonces se habían resistido a utilizar la palabra para mantenerse neutrales comenzaran a calificar así el progresivo deterioro macroeconómico (Zancajo, 2016). A la crisis interior se sumó la de los mercados internacionales a raíz de la caída en septiembre de 2008 de Lehman Brothers. La falta de confianza supuso la contracción del crédito y la escalada del euríbor, lo que a su vez acabó estrangulando aún más al sector de la construcción. Ya en el tercer trimestre de 2008 España entra oficialmente en recesión de acuerdo con la definición clásica, al encadenar dos trimestres de crecimiento negativo del PIB.<sup>5</sup> En un contexto de rápida destrucción de empleo y caída de la economía, el Gobierno intentó impulsar la actividad a través de una serie de medidas, entre las que destacó el Plan E. Sin embargo, sus efectos fueron limitados y temporales suponiendo su implementación, unida a la caída de los ingresos fiscales y el aumento de las prestaciones sociales, un fuerte incremento del déficit público. A partir de octubre de 2009, el ligero repunte de la actividad que volvió a llevar al PIB a números negros entrando en 2010 -los 'brotes verdes' de los que hablaría Zapatero- fue precario e insuficiente para invertir la tendencia al alza en el paro mientras que el endeudamiento público seguía creciendo. Forzado por las circunstancias, el Gobierno acometió impopulares medidas de ajuste como un aumento progresivo de la edad de jubilación hasta los 67 años, la bajada del sueldo de los funcionarios, recortes del gasto social y una reforma del mercado laboral. En 2011 España se embarca en el periodo recesivo más prolongado de su historia democrática. Aparte de la continua destrucción de empleo, el problema más acuciante del país es la amenaza de rescate. La falta de confianza de los mercados internacionales en la capacidad de la economía española provoca una escalada en la prima de riesgo que acerca la posibilidad de una intervención por parte del FMI y la Unión Europea similar a la realizada en Grecia, Portugal e Irlanda. El desgaste del gobierno del PSOE durante toda la legislatura es ya muy acusado sin que el cambio de candidato en la campaña de 2011 pueda frenar la debacle electoral. El PP capitaliza el malestar de la ciudadanía y la pérdida de credibilidad del partido socialista como gestor económico haciendo del paro y la crisis su caballo de batalla, produciéndose finalmente la alternancia de gobierno.

*X Legislatura - PP (Diciembre 2011 -diciembre 2015).* El cambio de Ejecutivo no significó logró apaciguar a los mercados financieros llevando la prima de riesgo a una situación límite en los meses siguientes. En cuanto a la economía real, las macromagnitudes estaban todavía lejos de mejorar; todavía pasaría casi año y medio hasta que empezó a generarse empleo neto y el PIB empezara a crecer. Finalmente ante los problemas de la banca se produjo una intervención del Eurogrupo que aportaría la financiación necesaria para recapitalizar las entidades financieras más débiles a través del FROB. De manera paralela, el Ejecutivo subió la carga fiscal, acordó nuevos recortes salariales para los empleados público y flexibilizó aún más la legislación laboral. Tras el primer trimestre de 2013 en el que el desempleo alcanzó su máximo, un 26,94%, la tasa de paro empezó a caer de manera sostenida hasta el final del periodo. De igual

---

<sup>5</sup> Las sucesivas revisiones de la Contabilidad Nacional han llevado al Banco de España a adelantar el inicio de la primera recesión al 2º trimestre de 2008 y la segunda al 1er trimestre de 2011 (Ortega y Peñalosa, 2013).



forma, el inicio del programa de compra de deuda por parte del BCE, alivia la presión sobre el diferencial de los títulos españoles respecto al bono alemán. La actividad económica se endereza de manera gradual hasta que el PIB vuelve a registrar tasas de crecimiento positivas en el tercer trimestre. Pese a que todavía la situación de la economía española era débil, el Gobierno no quiso desaprovechar la baza de presentar la buena evolución de los principales indicadores macroeconómicos como señal de su buena gestión e insistir en la necesidad de dar continuidad a las políticas emprendidas para seguir generando confianza en los mercados.

#### IV. LA PRENSA NACIONAL DE REFERENCIA

El País, El Mundo y el ABC se caracterizan no solo por ser los periódicos nacionales de mayor difusión de nuestro país, sino que también son claros exponentes del pluralismo polarizado que caracteriza el sistema español de medios.

Tabla 4.1: Difusión de los principales diarios (miles de lectores)

Edición	2004		2008		2012		2015	
	escrita	digital	escrita	digital	escrita	digital	escrita	digital
<b>El País</b>	2.155	n.d.	2.218	2.088	1.480	3.886	1.453	5.167
<b>El Mundo</b>	1.314	n.d.	1.348	n.d.	1.181	n.d.	901	n.d.
<b>ABC</b>	903	n.d.	701	259	648	994	497	1.414

Fuente: AIMC. Estudio General de Medios (3er año móvil) y elaboración propia

La influencia de estos medios en la opinión pública va más allá de sus cifras de lectores - menguantes en la edición escrita y crecientes en la digital- debido a los fenómenos de *intermedia agenda setting* que suelen observarse desde la prensa de referencia a los medios audiovisuales,<sup>6</sup> así como la capacidad que tiene la comunicación mediática de llegar a sectores no expuestos, tal y como postula la Teoría de Dos Pasos (Katz y Lazarsfeld, 1955) y otras manifestaciones de la comunicación interpersonal.

Las tres cabeceras se erigen en estandartes de los grandes grupos empresariales a los que pertenecen, los cuales concentran, además de otros títulos editoriales, importantes emisoras de radio y canales de televisión, en los que el cruce de intereses políticos y económicos es inevitable (Serrano, 2010). El estudio llevado a cabo por Castromil y Rodríguez (2011) en relación con los encuadres de la prensa sobre el terrorismo es un ejemplo de esa transferencia entre los medios escritos y los audiovisuales de un mismo grupo mediático.

Como se ha señalado antes, los diarios seleccionados tienen un posicionamiento editorial muy propio del sistema mediterráneo de medios. El alto grado de paralelismo político de El Mundo,

<sup>6</sup> Aunque existen algunas evidencias en sentido opuesto, la mayor parte de los trabajos sobre la denominada *intermedia agenda setting* pone de relieve que los periódicos siguen siendo el medio más influyente en el resto del panorama mediático incluso en un contexto de caída de ingresos publicitarios y de imparable desarrollo de la cultura digital (Vliegenthart y Walgrave's, 2008), especialmente en el plano económico (Cushion et al. 2016).

El País y el ABC ha sido estudiado desde diversas ópticas: la tendencia a la editorialización de las noticias a través de la selección de temas y la inclusión titulares valorativos (Canel, 1999); la confección de la agenda mediática, el *framing* y la tematización a lo largo de la legislatura (Chavero et al, 2013; Chavero, 2015), y el negativismo hacia las opciones políticas rivales en campañas electorales (Castromil, 2012; Castromil et al, 2017).

Tabla 4.2: Clasificación de los lectores de El País, El Mundo y el ABC según voto/simpatía política en las Elecciones Generales

Edición	2008			2011			2015		
	PSOE	PP	IU	PSOE	PP	IU	PSOE	PP	Podemos
El País	60,3%	8,6%	10,7%	44,2%	11,7%	14,1%	24,8%	6,4%	15,9%
El Mundo	9,6%	67,2%	0,6%	6,0%	65,8%	3,2%	3,9%	37,5%	4,6%
ABC	13,8%	61,9%	0%	7,5%	65,8%	1,9%	5,5%	65,7%	4,1%

Fuente: Barómetros poselectorales del CIS y elaboración propia

El ABC y El Mundo son dos diarios de tradición conservadora, cuyos lectores, como muestra la tabla 4.2, son principalmente personas que simpatizan con el Partido Popular. Por su línea editorial y de acuerdo con una encuesta realizada por un grupo de investigación de la UPV (Mediaflows, 2015), los profesionales de la comunicación situarían en una escala de ubicación ideológica del 0 (extrema izquierda) al 10 (extrema derecha) a El Mundo en el 6,4 y al ABC en el 7,9. En cuanto a El País, hay más diversidad entre los lectores si bien en todos los años el grupo más números es el de las personas afines al PSOE. La citada encuesta asigna un 4,7 a esta publicación en el espectro ideológico.

## V METODOLOGÍA

### 5.1 Preguntas e hipótesis

El propósito de este trabajo es describir los patrones que sigue la prensa de referencia en España en la difusión de la información económica como primer paso para evaluar el impacto que ha podido tener en la conformación de la percepción de los ciudadanos sobre la situación económica presente y futura ante las citas electorales de 2008, 2011 y 2015.

P: La pregunta con la que arranca esta investigación es:

*¿Con qué fidelidad la prensa nacional ha reflejado en sus portadas el estado de la coyuntura económica durante el periodo de referencia?*

Teniendo en cuenta la posible interferencia de los sesgos profesionales y editoriales que se han visto en el apartado II, las hipótesis que servirán para articular la parte empírica son las que se recogen abajo.

H1.1 Presencia de sesgos profesionales asociados a la novedad:

*La prensa no refleja a través de sus informaciones la situación en que se encuentra la economía en cada momento sino los cambios que se producen en ella.*

H1.2. Presencia de sesgos profesionales asociados al negativismo:

*Existe un tratamiento asimétrico y tendente al negativismo en el seguimiento informativo de la evolución económica*

H.2 Presencia de sesgos editoriales asociados al paralelismo político:

*El posicionamiento editorial respecto al Gobierno del momento influye en los patrones que siguen los diarios a la hora de informar sobre la economía, de forma que las noticias tenderán a ser más negativas cuanto mayor sea el distanciamiento respecto al Ejecutivo y viceversa.*

## 5.2. Datos empleados

### La prensa nacional

La agenda de la prensa ha sido codificada manualmente mediante el análisis de las noticias publicadas en las portadas de los tres diarios seleccionados durante el periodo de referencia con arreglo al criterio de volumen y tono.<sup>7</sup> El objetivo es no solo capturar la relevancia (*salience*) de la economía en la información periodística, sino también el sentimiento que estas noticias pueden despertar en el público en base al segundo nivel de la Teoría de la Agenda (McCombs et al, 1997; McCombs y Ghanem, 2001) de manera que cada artículo ha sido clasificado como positivo, negativo o neutro desde el punto de vista económico.<sup>8</sup>

De este modo, a través de los archivos digitales de las ediciones impresas de los respectivos periódicos y a partir de una serie de términos de búsqueda se ha procedido a codificar la primera página de aquellos números que trataban la economía<sup>9</sup>. Posteriormente se han agregado para calcular índices mensuales de volumen y tono.

$$\text{Prensa vol}_{\text{mes}} = \sum (\text{Noticias positivas} + \text{Noticias negativas} + \text{Noticias neutrales})$$

$$\text{Prensa tono}_{\text{mes}} = \sum (\text{Noticias positivas} - \text{Noticias negativas})$$

---

<sup>7</sup> Nos hemos centrado solo en las portadas porque son un reflejo de lo que cada periódico considera relevante más allá de la cobertura ordinaria y continua de la economía en las secciones correspondientes de las publicaciones y porque sus contenidos que tienden a trascender a la opinión pública más allá de sus volúmenes de difusión vía *intermedia agenda setting*, además de ser los contenidos que llegan a todos los lectores con independencia de sus intereses (Fogarty, 2005).

<sup>8</sup> Ejemplos de informaciones positivas son la bajada del paro, el aumento del PIB, el desendeudamiento de las familias, la reducción del déficit, recortes sociales etc. Las tendencias opuestas se interpretan como noticias negativas. Las noticias neutrales son aquellas en las que no cabe una interpretación económica directa para el gran público: nombramientos de ministros de Economía, acuerdos comerciales, modificaciones normativas, declaraciones de índole política, etc. Si el periódico ha incluido en la misma noticia elementos positivos y negativos sin que uno predomine se ha clasificado como neutral.

<sup>9</sup> El buscador utilizado para los tres diarios ha sido Mynews, el cual muestra los titulares y leads de las noticias y de manera subsidiaria las hemerotecas digitales de los respectivos periódicos. Con la inclusión de los términos de búsqueda se ha pretendido ser exhaustivo incluyendo los siguientes: 'economía', 'paro', 'inflación', 'crisis', 'desempleo', 'deuda' y 'déficit'.

Esas mismas noticias que componen el corpus de estudio han sido clasificadas también como favorables, desfavorables y neutrales en función del tono político empleado hacia el Gobierno de la Nación modificando convenientemente el esquema de codificación empleado en otros estudios sobre el negativismo mediático en España (Castromil,2012; Castromil y Chavero, 2012; Chavero, 2015).<sup>10</sup>

### Las variables económicas

El PIB y la tasa de paro de la Encuesta de Población Adulta son los indicadores de referencia de la actividad económica general y el paro respectivamente. Sin embargo, su publicación trimestral hace inviable su empleo en este estudio, habida cuenta de que tres meses es un plazo demasiado dilatado para estudiar la conexión entre los patrones informativos de la prensa y las variaciones del entorno real. La unidad de análisis se ha fijado en el mes debido a la identificación de las dos variables proxies para la tasa de paro y el PIB que se describen a continuación:

*Número de desempleados:* se ha recurrido a las estadísticas que ofrece el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) previamente desestacionalizadas.

*Índice Sintético Coincidente* (Composite of Coincident Indicators - CCI): Aunque se propone a menudo el empleo del Índice de Precios Industriales (IPI) como alternativa al PIB por su carácter mensual, la escasa proporción que representa la producción industrial sobre el conjunto de actividades económicas en España y su dependencia relativa respecto a la demanda exterior, hace desaconsejable utilizar únicamente este indicador como proxy del PIB por lo que hemos optado por recurrir a un Índice Sintético Coincidente para estudiar las variaciones de la economía y delimitar así las diferentes etapas comprendidas en el marco temporal. Concretamente, el CCI empleado es el calculado mensualmente por el Departamento de Economía Cuantitativa de la Universidad Autónoma de Madrid a partir de una serie de indicadores que tienen la particularidad de compartir ciclo-tendencia y evolucionar de manera sincrónica respecto al PIB (García-Ferrer, 2015; Bujosa et al, 2013).

Los indicadores que conforman el CCI son:

- Número de pasajeros de tráfico aéreo
- Consumo de electricidad
- Número de trabajadores de alta en la Seguridad Social
- Índice de Producción Industrial

---

<sup>10</sup> Estos autores miden la afinidad de la prensa española hacia determinadas opciones políticas a partir del cómputo de las noticias y editoriales que son favorables, desfavorables y neutrales a cada partido en las distintas cabeceras durante un determinado periodo. Asumiendo que el negativismo hacia el principal rival político es la vía más habitual en la prensa para favorecer a un partido, a nuestros efectos se han asimilado las noticias desfavorables al principal partido de la oposición a aquellas que son favorables al Gobierno y viceversa, clasificando aquellas que hacían referencia a otros partidos como neutrales. La asimilación descrita halla su justificación en la necesidad de obtener un número suficiente de noticias favorables, desfavorables y neutras en cada cabecera y subperiodo de análisis que posibilite una prueba de chi cuadrado con un nivel de fiabilidad aceptable.

Al igual que otras variables económicas, como el PIB o el IPI, el CCI puede expresarse tanto en niveles como en diferencias. Los niveles hacen referencia a los valores originales que alcanzan las variables en el periodo de referencia -mensual en nuestro caso- y vienen a mostrar el estado de la parcela de la realidad económica que condensan dichas variables. Su evolución tiende a ser lenta en la medida en que la variación mensual representa un porcentaje reducido sobre el *stock* de la variable en el periodo anterior. Por el contrario, las diferencias no reflejan la situación en que se encuentran las variables como los cambios que estas experimentan mes a mes, siendo por este motivo mucho más sensibles a las variaciones que se produzcan.

Por todo lo anterior, el funcionamiento del CCI en niveles se comporta como una variable proxy de la actividad económica generada cada mes mientras que el CCI en diferencias vendría a indicar cómo cambia mes a mes esa actividad económica. Los puntos de inflexión resultantes del CCI en diferencias constituyen un indicador temprano del cambio de ciclo económico, algo que se confirma una vez que la nueva tendencia se haya mantenido durante seis meses para las recesiones y nueve meses para las recuperaciones (García-Ferrer, 2000). Se trata, por consiguiente, de un método que presenta importantes ventajas en términos de precisión y anticipación respecto al análisis del comportamiento del PIB trimestral.

### **5.3. Método de análisis**

Las hipótesis H1 y H2 se contrastarán a partir del análisis gráfico del CCI en niveles y diferencias con el indicador del tono y el volumen de cada periódico, así como de tablas de correlación de Pearson entre unos y otros.

Para verificar la hipótesis H3 se ha optado por dividir el horizonte temporal en función de los puntos de inflexión observados en el CCI y construir tablas de contingencia que relacionen el número de noticias económicas positivas, negativas y neutras publicadas en cada subperiodo con las cabeceras que son objeto de análisis. De cara a medir la afinidad de la línea editorial con el Gobierno se ha procedido de igual manera sustituyendo la clasificación en función del tono económico por la del tono político.

La significatividad estadística de las diferencias entre diarios en cuanto al tono político y el tono económico se contrastará a través de la prueba de Chi Cuadrado. Por otra parte, para facilitar la comparación del tono económico dominante con el tono político para cada cabecera se ha recurrido al cálculo de los residuos estandarizados corregidos (Haberman, 1978), esperándose un alto grado de correspondencia en los signos de ambos tonos en los distintos diarios.

## **VI. RESULTADOS**

*H1.1 La prensa no refleja a través de sus informaciones la situación en que se encuentra la economía en cada momento sino los cambios que se producen en ella.*

Las correlaciones de los indicadores de la prensa incluidas en la tabla 6.1 muestran en todos los casos, salvo en el del tono del ABC en relación con el CCI, coeficientes muy significativos ( $p < 0,01$ ) y más altos cuando se emplea la variable económica en diferencias que cuando se contrasta esta en niveles. Las correlaciones son, de hecho, de moderadas a fuertes entre los indicadores de El País y El Mundo y el CCI, y de débiles a moderadas en el caso del desempleo y los tres diarios.

El tono del ABC se aparta del resto de los diarios mostrando una correlación más alta con las variaciones que experimenta el paro que con las del CCI –y a decir verdad está más correlacionado con esta variable en niveles que en cambios–.

Cabe destacar que la correlación del tono informativo es directa con el CCI e inversa con el desempleo en los tres periódicos, tal y como es de esperar debido a que la interpretación que de su evolución hacen los periodistas y el público lleva necesariamente signos opuestos.

Las dinámicas en cuanto al número de noticias que mensualmente se publican no se apartan en esencia de los patrones observados en el tono, con la salvedad de que la sensibilidad al estado de la variable no es significativa –excepción hecha del paro en El País– y sí lo es a sus variaciones, si bien las correlaciones no pasan de ser moderadas.

Tabla 6.1 Correlaciones entre el tono/volumen de la prensa y las variables del mundo real

(En negrita se marcan las correlaciones Pearson significativas al 0,01 [dos colas])

	<i>Desempleo</i>	<i>ΔDesempleo</i>	<i>CCI</i>	<i>ΔCCI</i>
El País tono	-0,10	<b>-0,34</b>	-0,13	<b>0,71</b>
El Mundo tono	0,04	<b>-0,35</b>	-0,32	<b>0,62</b>
ABC tono	0,09	<b>-0,51</b>	<b>-0,37</b>	<b>0,34</b>
El País vol	<b>0,32</b>	<b>0,37</b>	0,00	<b>-0,55</b>
El Mundo vol	0,26	0,28	0,08	<b>-0,55</b>
ABC vol	0,21	<b>0,35</b>	-0,17	<b>-0,42</b>

Fuente: elaboración propia

Lo que indican los datos anteriores es similar a lo que se desprende de las gráficas 1 a 6 recogidas en los anexos, esto es; que el tono y volumen de la información económica que la prensa traslada a la ciudadanía está estrechamente ligado no tanto al estado de actividad económica, como a los cambios que se producen en esta en el corto plazo. Esto se puede apreciar claramente en la fase de bonanza (entre mayo de 2004 y diciembre de 2006), ya que, pese a registrarse sostenidamente tasas positivas de CCI, el tono de la prensa tiende a ser estacionario. Algo similar ocurre al final del periodo de análisis cuando el tono vuelve a

estabilizase una vez que se consolida la tendencia de la economía a crecer. En cambio, debido a la inestabilidad de todo el periodo de crisis el tono sí tiende a reflejar bien la evolución de la economía entre 2007 y 2013. En cuanto al desempleo, la falta de correspondencia entre el número de desempleados que hay en cada momento y el tono la prensa es todavía más evidente, siendo los cambios mensuales los que muestran una evolución paralela aunque de signo opuesto.

Confirmando lo indicado en la tabla de correlaciones, el número de noticias también varía principalmente con los cambios en el CCI y el desempleo. En este último caso, es reseñable que el volumen de informaciones que se muestran en las portadas durante la etapa de bonanza es más bien escaso si se compara con el que seguirá al resto del periodo analizado incluida la recuperación.

### *H1.2. Existe un tratamiento asimétrico y tendente al negativismo en el seguimiento informativo de la evolución económica*

Los resultados que arroja la tabla 6.2 muestran que existe una importante diferencia entre la sensibilidad del volumen de noticias positivas y el de negativas en relación con la evolución de las variables económicas. Aparte de confirmar la atención de la agenda periodística a los cambios frente al estado de la economía y el empleo como reflejaba el apartado anterior, solo la correlación del número de noticias negativas con las variaciones mensuales de ambos indicadores es significativa ( $p < 0,01$ ) en los tres diarios. La intensidad de noticias positivas solo tiene significatividad estadística en el caso de El País con los cambios en el CCI y el ABC con esta misma variable en niveles. El signo de la correlación de las informaciones favorables con los indicadores del mundo real es positivo y el de las desfavorables negativo, tal y como se puede desprender de las hipótesis de partida.

Tabla 6.2 Correlaciones entre el tono/volumen de la prensa y las variables del mundo real

*(En negrita se marcan las correlaciones Pearson significativas al 0,01 [dos colas])*

	<i>Desempleo</i>	<i>ΔDesempleo</i>	<i>CCI</i>	<i>ΔCCI</i>
El País vol (+)	-0,19	0,14	-0,23	<b>0,34</b>
El País vol (-)	0,23	<b>0,39</b>	0,05	<b>-0,73</b>
El Mundo vol(+)	0,21	-0,18	-0,24	-0,02
El Mundo vol(-)	0,09	<b>0,42</b>	0,24	<b>-0,67</b>
ABC vol (+)	0,22	-0,22	<b>-0,49</b>	0,03
ABC vol (-)	0,01	<b>0,40</b>	0,21	<b>-0,44</b>

*Fuente: elaboración propia*

Las gráficas 6-12 de los anexios confirman la asimetría en los patrones informativos mostrando una sensibilidad mucho mayor y sistemática las noticias negativas con los cambios en el mundo real que las positivas, especialmente en el caso del CCI. Por otra parte, el volumen de noticias negativas tiende a incrementarse de manera desproporcionada ante los descensos del CCI y el aumento del paro mientras que no ocurre lo mismo con el volumen de noticias positivas cuando se produce la situación inversa.

*H.2 El posicionamiento editorial respecto al Gobierno del momento influye en los patrones que siguen los diarios a la hora de informar sobre la economía, de forma que las noticias tenderán a ser más negativas cuanto mayor sea el distanciamiento respecto al Ejecutivo y viceversa.*

La tabla 6.3 recoge los resultados de la prueba de Chi Cuadrado aplicada a las tablas de contingencia creadas a partir del desglose de noticias de los tres periódicos en función de su tono económico y político para cada subperiodo (ver Anexo). Como se puede apreciar, la significatividad en todos los subperiodos de este test no paramétrico revela que cada diario tiene una orientación editorial particular, con la única excepción del tono con que se valora la coyuntura económica en la última etapa del PSOE -periodo en el que las informaciones se vuelven eminentemente negativas sin que haya discrepancias relevantes entre las tres publicaciones.

*Tabla 6.3 Resultado de las pruebas de Chi cuadrado de las noticias clasificadas según tono económico y político*

	<b>Tono económico</b>	<b>Tono político</b>
Crecimiento (may04-dic06)	X <sup>2</sup> =27,377 (gl=4) sig. 0,000	X <sup>2</sup> =60,908 (gl=4) sig.0,000
Desaceleración/1ªrecesión (ene07-oct08)	X <sup>2</sup> =15,721 (gl=4) sig. 0,003	X <sup>2</sup> =47,074 (gl=4) sig. 0,000
Atonía (nov08-ago10)	X <sup>2</sup> =59,510 (gl=4) sig 0,000	X <sup>2</sup> =59,701 (gl=4) sig. 0,000
2ª recesión PSOE (sep10-nov11)	X <sup>2</sup> =3,640 (gl=4) sig. 0,457	X <sup>2</sup> =62,694 (gl=4) sig. 0,000
2ª recesión PP (dic11-sep12)	X <sup>2</sup> =30,158 (gl=4) sig. 0,000	X <sup>2</sup> =23,989 (gl=4) sig. 0,000
Recuperación (oct12-dic15)	X <sup>2</sup> =58,731 (gl=4) sig. 0,000	X <sup>2</sup> =112,226 (gl=4) sig. 0,000

*Fuente: elaboración propia*

Por otra parte, a partir de las tablas de contingencia anteriores se han calculado los residuos tipificados corregidos resultantes de la comparación de las frecuencias observadas y esperadas. En la tabla 6.4 se recoge para cada subperiodo y cabecera el signo correspondiente así como su significatividad de acuerdo con el criterio de Haberman (1978). Como se puede apreciar de la coincidencia de signos en 71 de las 72 casillas, la sobrerrepresentación (signo positivo) relativa de las noticias económicas positivas y negativas en un periódico está asociada a una sobrerrepresentación de noticias favorables y desfavorables hacia el Gobierno respectivamente. Cuando lo que se da es infrarrepresentación relativa (signo negativo) de



informaciones positivas y negativas, esta se relaciona a su vez con una infrarrepresentación de noticias favorables y desfavorables hacia el Ejecutivo nacional.<sup>11</sup>

Como se puede observar, la proximidad de El País al gobierno de Zapatero acaba traducándose en una sobrerrepresentación de las noticias positivas en la fase de crecimiento, de primera recesión y estancamiento. Por el contrario, en el periodo de la segunda recesión que se desarrolla con la legislatura de Rajoy las noticias positivas están infrarrepresentadas mientras que el negativismo se hace más acusado que en el resto de diarios.

La inclinación del ABC y El Mundo a modular las informaciones económicas según su grado de combatividad hacia el Ejecutivo socialista se aprecia en El Mundo sobre todo en la etapa de bonanza -en forma de menor incidencia de las informaciones positivas- y en el ABC en los periodos de recesión y estancamiento principalmente. Por el contrario, el cambio de gobierno trae consigo también un cambio inmediato en la interpretación del momento económico en las portadas del ABC, ganando peso las noticias esperanzadoras y mitigando el de las desfavorables en términos comparativos. En la etapa de recuperación, el tono favorable económico y político se mantiene en el ABC y también acaba llegando a El Mundo.

*Tabla 6.4 Signo y significatividad de los residuos estandarizados corregidos*

*(\*\* marcan los residuos que superan el umbral de significatividad >1,96)*

	El País		El Mundo		ABC	
	Tono eco.	Tono pol.	Tono eco.	Tono pol.	Tono eco.	Tono pol.
<i>Crecimiento (may04-dic06)</i>						
Negativo	(-)	**(-)	(+)	**(+)	(+)	(+)
Positivo	**(+)	**(+)	**(-)	**(-)	(-)	(-)
<i>1ª crisis (ene07-oct08)</i>						
Negativo	(-)	(-)	(+)	(+)	**(+)	(+)
Positivo	**(+)	(+)	(+)	(+)	**(-)	**(-)
<i>Atonía (nov08-ago10)</i>						
Negativo	(+)	**(-)	(-)	(+)	**(+)	**(+)
Positivo	**(+)	**(+)	(-)	(-)	**(-)	**(-)
<i>2ª crisis PSOE (sep10-nov11)</i>						
Negativo	(-)	**(-)	(+)	(+)	(+)	**(+)
Positivo	(+)	**(+)	(+)	(-)	(-)	**(-)
<i>2ª crisis PP (dic11-sep12)</i>						
Negativo	**(+)	**(+)	(-)	(-)	**(-)	**(-)
Positivo	**(-)	**(-)	(-)	(-)	**(+)	**(+)
<i>Recuperación (oct12-dic15)</i>						
Negativo	**(+)	(+)	**(+)	**(+)	**(-)	**(-)
Positivo	(-)	**(-)	**(-)	**(-)	**(+)	**(+)

*Fuente: Elaboración propia*

<sup>11</sup> Bien es cierto que atendiendo a la significatividad de los residuos de Haberman no se puede descartar la hipótesis nula en muchos casos, pero ello no invalida las conclusiones puesto que hay que tener en cuenta que la gran proximidad de la línea editorial del ABC y El Mundo resta robustez a la prueba.

## VII CONCLUSIONES

Una vez examinados los patrones de información económica que ha seguido la prensa española, estamos en condiciones de afirmar que en los tres diarios estudiados se ha constatado la presencia de los sesgos de índole profesional y política contemplados: el peso de lo novedoso y lo negativo dentro de las rutinas de *gatekeeping* es común al ABC, El Mundo y El País a juzgar tanto por el volumen total de las informaciones como por la menor correlación de las noticias positivas con la realidad en comparación con las negativas. En los tres diarios también se aprecia la proximidad o lejanía de la línea editorial con el Gobierno de turno como un factor modulador del número de noticias positivas, negativas y neutrales.<sup>12</sup>

Sin embargo, lo anterior no quiere decir en absoluto que los rotativos hayan sido ajenos a la propia realidad en la selección y orientación de sus informaciones, pues, una vez se asume que es la variación experimentada por la economía o el empleo y no su estado actual lo que reflejan sus páginas –consecuencia como se ha visto del peso de lo novedoso los criterios de noticiabilidad –, sorprende el alto grado de correspondencia entre el tono informativo y la evolución de las macromagnitudes subyacentes.

En línea con otros estudios (Lischka, 2015), se puede concluir que, si bien hay diferencias relevantes en cuanto al volumen total y distribución de noticias positivas, neutrales y negativas entre cabeceras a lo largo del periodo analizado, los patrones informativos se comportan como si estuvieran cointegrados tanto entre sí como en relación con las variables económicas en diferencias; esto es, su tono y volumen evoluciona de manera paralela tendiéndose a corregir en los meses sucesivos las desviaciones que a corto plazo se producen.

Por todo lo anterior, la prensa ha contribuido a hacer más perceptibles para el público los cambios que ha experimentado la economía durante el periodo a través del tono de las noticias, especialmente a través de incremento de las noticias negativas en las fases recesivas y su disminución en las expansivas con la excepción de la recuperación en que las noticias positivas sí muestran una mayor sensibilidad a los cambios. Debido a esto último los resultados de Van Dalen et al. (2017) acerca de los efectos amplificadores que ejerce la prensa sobre la evolución de la economía solo son válidos en los primeros momentos del cambio de tendencia, ya que enseguida el volumen

Esta conexión de la prensa con las variaciones mensuales en la tendencia de los indicadores de coyuntura viene a reforzar los argumentos a favor de la alarma frente al alarmismo de los que se hacía eco Arrese y Vara Miguel (2014) al hilo del debate sobre la responsabilidad de los periodistas en la crisis.

Aunque queda para futuras investigaciones la constatación empírica de la influencia ejercida por los patrones informativos descritos sobre la opinión pública, cabe conjeturar desde el punto de vista de la Teoría del Voto Económico que, independientemente de su línea editorial, los medios contribuyen a perjudicar al partido en el gobierno en periodos de

---

<sup>12</sup> Coherente con los resultados de Lischka (2015), se aprecia mayor disparidad en las etapas de crecimiento –el tono neto en este subperiodo es positivo en El País y negativo en ABC y El Mundo- y recuperación que en las demás - tono neto positivo en ABC y negativo en El País y El Mundo-.

desaceleración y a favorecerlo en épocas de recuperación. Cuando la economía se estabiliza y el crecimiento es sostenido el tono neto de la información económica tendería a ser neutral con mayor o menor negativismo en función del posicionamiento de la publicación hacia el Ejecutivo nacional.

Trasladado al periodo aquí estudiado, la prensa habría hecho más visible la desaceleración económica en los meses previos a las Elecciones Generales de 2008, a pesar de que los niveles de actividad y empleo se mantenían elevados. Lo cual hace esperar que la exposición mediática de los votantes habría restado apoyo en esta cita electoral al gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero. De igual forma, la profusa y preocupante información económica difundida por la prensa durante todo 2011 también presumiblemente perjudicó las opciones que tenía el PSOE para revalidar su mandato, esta vez con Pérez Rubalcaba como candidato, en los comicios de noviembre. El PP, en cambio, se habría beneficiado de ese comportamiento tendente al negativismo de los medios en las Elecciones de 2011. Durante la X Legislatura el patrón anticipatorio de la información mediática también habría favorecido al PP al permitirle capitalizar el progresivo enderezamiento de la economía una vez alejado el fantasma de rescate. Algo que le sería especialmente útil para reforzar sus argumentos sobre los logros de su gestión en las Elecciones Generales de diciembre de 2015 pese a que la mayoría de los indicadores mostraban todavía que la economía estaba lejos de haberse recuperado.

## VIII BIBLIOGRAFÍA

Altheide, David L. 1997. "The news media, the problem frame, and the production of fear." *The sociological quarterly* 38.4: 647-668.

Arrese, A. 2007. "Periodismo económico, entre el boom y el crash". *Economic and Business Journalism. XXII International Conference of Communication*. Navarra, Pamplona.

Arrese, Ángel, and Alfonso Vara-Miguel. 2014. "Alarma y alarmismo: medios de comunicación y crisis económica/" Alarm" and "alarmism": media coverage of the economic crisis." *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 20.2: 933.

Asociación Profesional de la Prensa. 2016. *Informe Anual de la Profesión Periodística*.

Bennett, W. Lance. 1990. "Toward a theory of press-state relations in the United States." *Journal of communication* 40.2: 103-127.

Bennett, W. Lance. 2016. *News: The politics of illusion*. University of Chicago Press.

Behr, Roy L., and Shanto Iyengar. 1985. "Television news, real-world cues, and changes in the public agenda." *Public Opinion Quarterly* 49.1: 38-57.

Bonafont, Laura Chaqués, Frank R. Baumgartner, y Anna Palau. 2015. *Agenda dynamics in Spain*. Springer, 2015.

Bouza, Fermín. 2012. "Las metodologías de agenda en el estudio de la opinión pública como base de la comunicación política." *Revista Digital de Marketing Aplicado* 8: 41-54.

Bujosa, Marcos, Antonio García-Ferrer, and Aránzazu Juan.2013. "Predicting recessions with factor linear dynamic harmonic regressions." *Journal of Forecasting* 32.6: 481-499.

Calvo, Elvira .2010. *La información económica en televisión. Los canales temáticos*. Mariano Cebrían Herreros (dir.). Universidad Complutense de Madrid. Madrid.

Canel, María José.1999. "Comunicación política." *Técnicas y estrategias para la sociedad de la información. Madrid: Tecnos*.

Carpini, Michael X. Delli y Scott Keeter.1996. *What Americans know about politics and why it matters*. Yale University Press.

Castromil, Antón R..2012. "Negativismo mediático y campaña electoral en las Elecciones Generales de 2008." *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)* 139.1: 163-174.

Castromil, Antón R., y Palmira Chavero.2012. "Polarización política y negativismo mediático. Similitudes y diferencias en la prensa de derecha y la de izquierda en las elecciones autonómicas y municipales de 2011." *Redmarka*. 5 de junio. Accesible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4125393.pdf>

Castromil, Antón R. y Raquel Rodríguez. 2011. Terrorismo con y sin tregua. Políticos, ciudadanos y medios de comunicación. *Telos, Revista de Pensamiento sobre Comunicación*. 87 abril-junio.

Chavero, Palmira. 2015. *Prensa y política en tiempos de crisis: estudio de la legislatura 2008-2011*. Vol. 288. CIS-Centro de Investigaciones Sociológicas.

Chavero, Palmira, et al. 2013. "La mediatización de la agenda política: la discusión del pacto social como conflicto de agendas, 2009-2011." *Revista Latina de Comunicación Social* 68.

Chiang, Chun-Fang, and Brian Knight.2011. "Media bias and influence: Evidence from newspaper endorsements." *The Review of Economic Studies* 78.3: 795-820.

Danielian, Lucig H., and Stephen D. Reese.1989. "A closer look at intermedia influences on agenda setting: The cocaine issue of 1986." *Communication campaigns about drugs: Government, media, and the public*: 47-66.

Djankov, Simeon, McLiesh, C., Nenova, T., y Shleifer, A. 2003. "Who owns the media?." *The Journal of Law and Economics*, 46.2: 341-382.

Downs, Anthony. 1957. "An economic theory of political action in a democracy". *Journal of Political Economy*, 65(2): 135-150.

Dorussen, Han., y Michael Taylor. 2002. "Group economic voting: A comparison of the Netherlands y Germany" en Han Dorussen, y Michael Taylor (eds). *Economic Voting*. Londres: Routledge.

Evans, Geoffrey, y Robert Andersen. 2006. "The political conditioning of economic perceptions." *Journal of Politics*, 68.1: 194-207.

Fernández, Alejandro Martínez, Óscar Juanatey y Carmen Costa. 2012. "Agenda setting y crisis económica: influencia de la prensa en el comportamiento de consumo y ahorro" *Estudios sobre el mensaje periodístico* 18.1: 147-156.

Fiorina, Morris P. 1981. *Retrospective voting in American national elections*. Yale University Press.

Fogarty, Brian J. "Determining economic news coverage." *International Journal of Public Opinion Research* 17.2 (2005): 149-172.

Fraile, Marta, y Michael S. Lewis-Beck. 2014. "Economic vote instability: Endogeneity or restricted variance? Spanish panel evidence from 2008 and 2011." *European Journal of Political Research* 53.1: 160-179.

García-Ferrer (2015) "Forecasting with leading indicators". *Encuentro Forecasting in a changing environment*. Universidad Internacional Menéndez Pelayo, Santander.

García-Ferrer, Antonio y Marcos Bujosa. 2000. "Forecasting OECD industrial turning points using unobserved components models with business survey data". *International Journal of Forecasting*, 16(2), 207–227.

Galtung, Johan, y Mari Holmboe Ruge. 1965. "The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers." *Journal of peace research* 2.1: 64-90.

Gandy, Oscar H. 1982 *Beyond agenda setting: Information subsidies and public policy*. Ablex Publishing Corporation.

Garz, Marcel. 2013. "Unemployment expectations, excessive pessimism, and news coverage." *Journal of Economic Psychology* 34: 156-168.

Gentzkow, Matthew, y Jesse M. Shapiro. "Market Forces and News Media in Muslim Countries." *Information and Public Choice* (2007): 107.

Goidel, Robert K., y Ronald E. Langley. 1995. "Media coverage of the economy and aggregate economic evaluations: Uncovering evidence of indirect media effects." *Political Research Quarterly* 48.2: 313-328.

Gomez, Brad. T., y Matthew Wilson, J.. 2006. "Cognitive heterogeneity and economic voting: A comparative analysis of four democratic electorates". *American Journal of Political Science*, 50(1), 127-145.

Groseclose, Tim, y Jeffrey Milyo. 2005. "A measure of media bias." *The Quarterly Journal of Economics* 120.4:1191-1237.

Haberman, Shelby. 1978. *Analysis of Qualitative Data: Introductory topics*. Front Cover. Academic Press, Jan 1.

Haller, H. Brandon, y Helmut Norpoth. 1997. "Reality bites: News exposure and economic opinion." *Public Opinion Quarterly*.555-575.

Hallin, Daniel C., y Paolo Mancini. 2004 *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge university press.

Hetherington, Marc J .1996. "The media's role in forming voters' national economic evaluations in 1992." *American Journal of Political Science*:372-395.

Iyengar, Shanto, y Donald R. Kinder. 1987. "News that matters: Agenda-setting and priming in a television age." *News that Matters: Agenda-Setting and Priming in a Television Age*.

Kahneman, Daniel, y Amos Tversky. 1979. "Prospect theory: An analysis of decision under risk." *Econometrica: Journal of the econometric society*: 263-291.

Katz, Elihu, y F. Paul. Lazarsfeld. 1955, "Personal Influence." *The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*. New York.

Kinder, Donald R., y Roderick Kiewiet, D. 1979. "Economic discontent and political behavior: The role of personal grievances and collective economic judgments in congressional voting". *American Journal of Political Science*, 495-527.

Kramer, Gerald. H.1983. "The ecological fallacy revisited: Aggregate-versus individual-level findings on economics and elections, and sociotropic voting". *American political science review*, 77(1), 92-111.

Krause, George A. 1997. "Voters, information heterogeneity, and the dynamics of aggregate economic expectations." *American Journal of Political Science*. 1170-1200.

Ladd, Jonathan McDonald, y Gabriel S. Lenz. 2009. "Exploiting a rare communication shift to document the persuasive power of the news media." *American Journal of Political Science* 53.2: 394-410.

Lewis-Beck, Michael y Martin Paldam. 2000. "Economic voting: an introduction". *Electoral Studies* 19: 113-121.

Lewis-Beck, Michael y Mary Stegmaier, 2000. "Economic determinants of electoral outcomes". *Annual Review Political Science*, 2: 183-219.

Lischka, Juliane A.2015. *Economic News, Sentiment, and Behavior: How Economic and Business News Affects the Economy*. Springer.

Lowry, Dennis T. 2008. "Network TV news framing of good vs. bad economic news under democrat and republican presidents: A lexical analysis of political bias." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 85.3: 483-498.

Mackuen, Michael, Robert Erikson y James Stimson. 1992."Peasants or Bankers? The American Electorate and the U.S. Economy". *American Political Science Review*, 83(3):597-611.

Martini, Stella. 2000. *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Vol. 4. Editorial Norma.

McCombs, Maxwell E., y Donald L. Shaw. 1972 "The agenda-setting function of mass media." *Public opinion quarterly* 36.2: 176-187.

- McCombs, Maxwell, y David Evatt.1995. "Issues and attributes: Exploring a new dimension in agenda setting." *Comunicacion y Sociedad* 8.1: 7-32.
- McCombs, Maxwell, y Salma Ghanem. 2001."The convergence of agenda setting and framing." *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world.* 67-81.
- McCombs, Maxwell E., y Donald L. Shaw. 1993. "The evolution of agenda-setting research: twenty-five years in the marketplace of ideas." *Journal of communication* 43.2: 58-67.
- McCombs, Maxwell, Juan Pablo Llamas, Esteban Lopez-Escobar y Fernando Rey.1997. "Candidate images in Spanish elections: Second-level agenda-setting effects." *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74.4 (1997): 703-717.
- McQuail, Dennis.1985. *Introducción a la teoría de comunicación de masas*. Paidós Ibérica.
- Mediaflows.2015. Percepción ciudadana sobre medios y periodistas relevantes. Accesible en [http://www.uv.es/pavia/Informe\\_Encuesta\\_Medios.pdf](http://www.uv.es/pavia/Informe_Encuesta_Medios.pdf)
- Meyrowitz, Joshua.1994. "Medium theory." *Communication theory today*: 50-77.
- Mullainathan, Sendhil, y Andrei Shleifer.2005. "The market for news." *The American Economic Review* 95.4:1031-1053.
- Mutz, Diana C.1992. "Mass media and the depoliticization of personal experience." *American Journal of Political Science*: 483-508.
- Mutz, Diana C. 1994. "Contextualizing personal experience: The role of mass media." *The Journal of Politics* 56.3: 689-714.
- Nadeau, Richard., Richard. G. Niemi, y Timothy Amato. 1996. "Elite economic forecasts, economic news, mass economic expectations, and presidential." *Annual Meeting of the Midwest Political Science Association, Chicago*.
- Ortega, Eloísa, y Juan Peñalosa.2013. "Algunas reflexiones sobre la economía española tras cinco años de crisis." *Documento ocasional 1304. Banco de España*.
- Robinson, John P., y Mark R. Levy. 1986. "Interpersonal communication and news comprehension." *Public Opinion Quarterly* 50.2:160-175.
- Rocha, Fernando, y Jorge Aragon. 2012 "La crisis económica y sus efectos sobre el empleo en España." *Gaceta Sindical* 19: 67-90.
- Ronis, David L., y Edmund R. Lipinski.1985. "Value and uncertainty as weighting factors in impression formation." *Journal of Experimental Social Psychology*21.1: 47-60.
- Serrano, Pascual. *Traficantes de información: la historia oculta de los grupos de comunicación españoles*. Vol. 113. Ediciones AKAL, 2010.

Shah, D. V., Watts, M. D., Domke, D., Fan, D. P. y Fibison, M. 1999. "News Coverage, Economic Cues, and the Public's Presidential Performance", 1984-1996. *Journal of Politics*, 61, 914-943.

Shehata.2014. "Priming effects during the financial crisis: accesibility and applicability mechanisms behind government approval". Accesible en <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:689250/FULLTEXT01.pdf>

Soroka, Stuart N. 2006. "Good news and bad news: Asymmetric responses to economic information." *Journal of Politics*, 68.2: 372-385.

Soroka, Stuart N., Dominik A. Stecula, y Christopher Wlezien. 2015. "It's (change in) the (future) economy, stupid: economic indicators, the media, and public opinion." *American Journal of Political Science*, 59.2: 457-474.

Van Dalen, Arjen, Claes de Vreese, y Erik Albæk.2017. "Economic news through the magnifying glass: How the media cover economic boom and bust." *Journalism Studies* 18.7: 890-909.

Vliegthart, Rens, y Stefaan Walgrave. 2008. "The contingency of intermedia agenda setting: A longitudinal study in Belgium." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 85.4: 860-877.

Wu, H. Denis., Stevenson, R. L., Chen, H. C., y Güner, Z. N. .2002. "The Conditioned Impact of Recession News: A Time-Series Analysis of Economic Communication in the United States, 1987–1996". *International Journal of Public Opinion Research*, 14(1), 19-36.

Zancajo, Álvaro. 2016. Inauguración de programas focus de Deusto Business School 2016-2017. 22 de septiembre.



## IX APÉNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

Todos los gráficos y tablas incluidos en esta sección son de elaboración propia. Las variables del mundo real se han obtenido del proyecto de Índice Sintético de Indicadores (CCI UAM) y del SEPE (número de parados).

Las gráficas se han confeccionado a partir de datos estandarizados con objeto de facilitar la comparación de la evolución de las variables medidas en escalas muy diferentes.

Gráfico 1

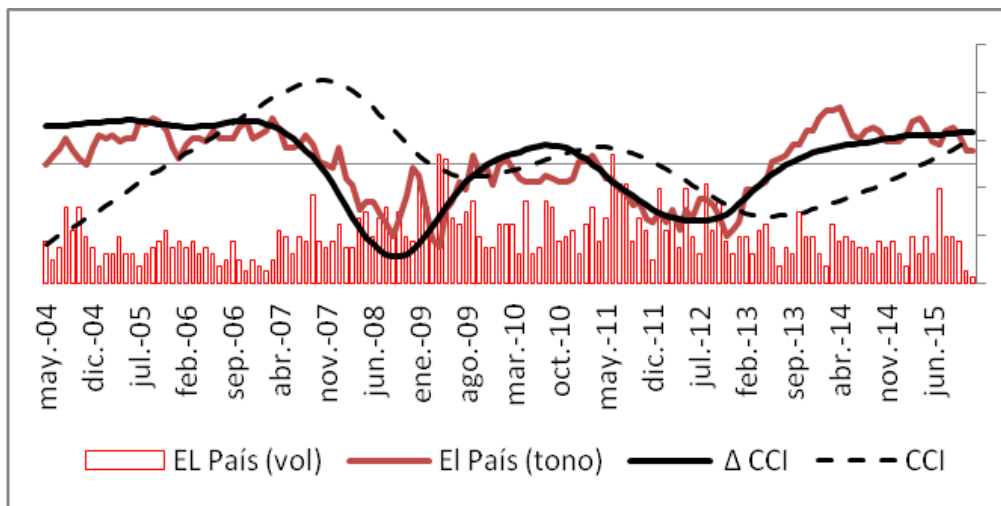


Gráfico 2

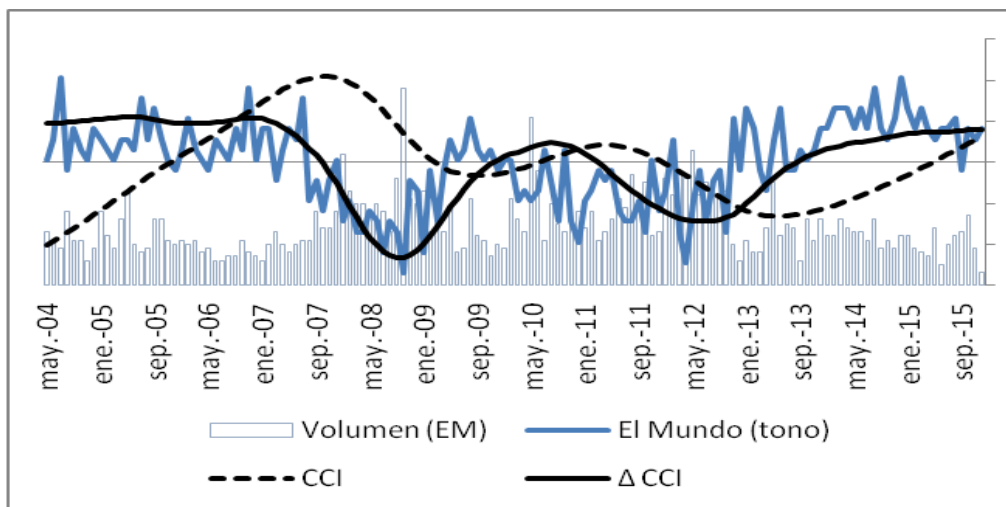


Gráfico 3

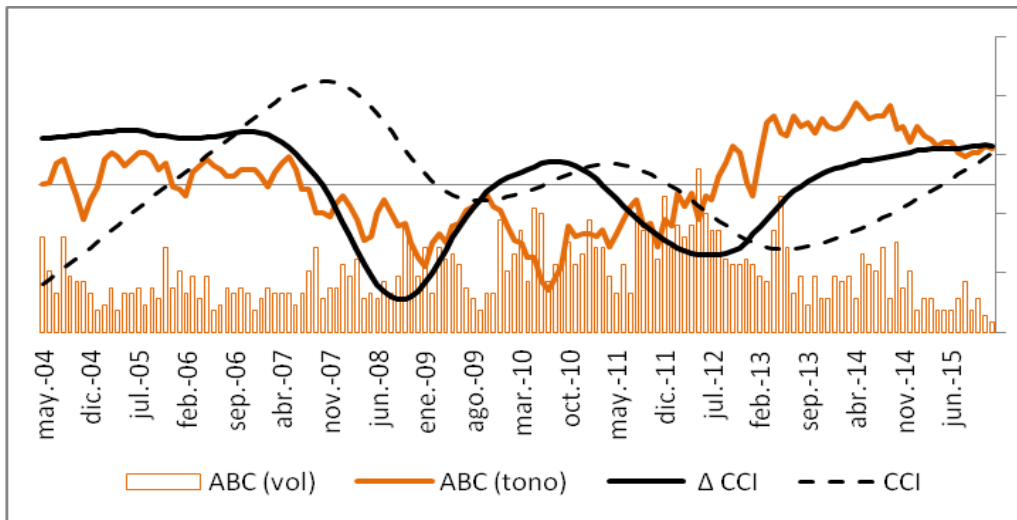


Gráfico 4

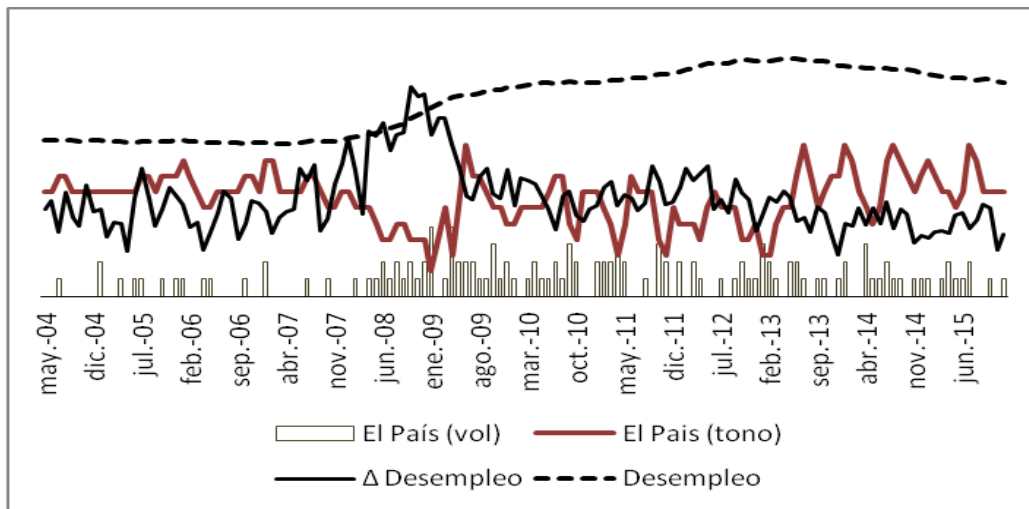


Gráfico 5

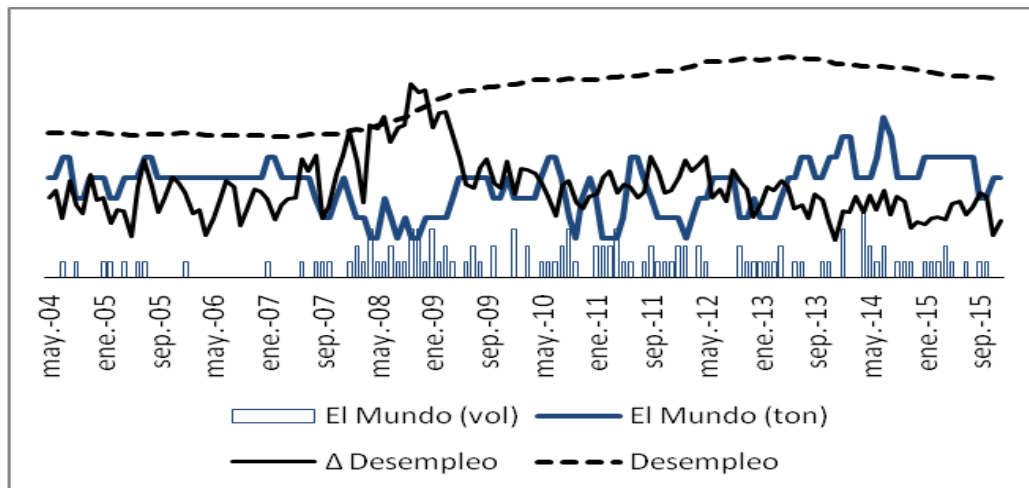


Gráfico 6

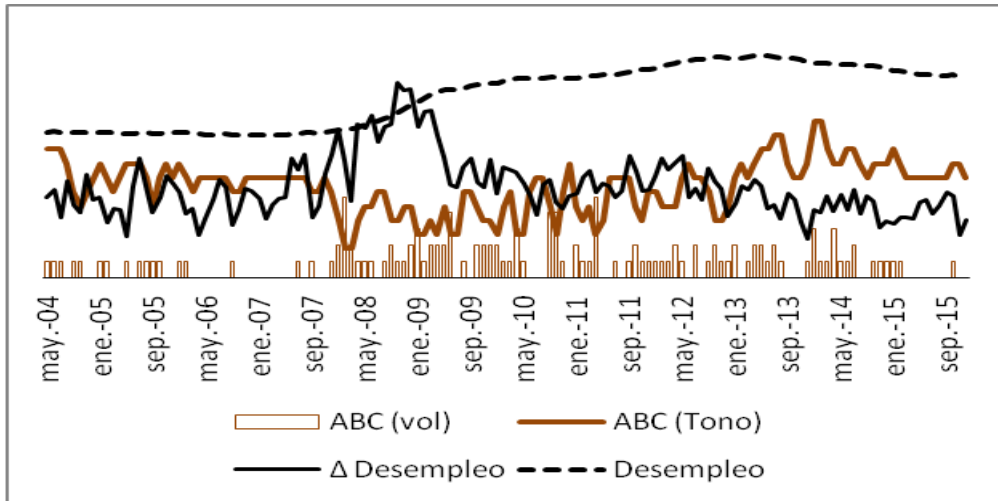


Gráfico 7

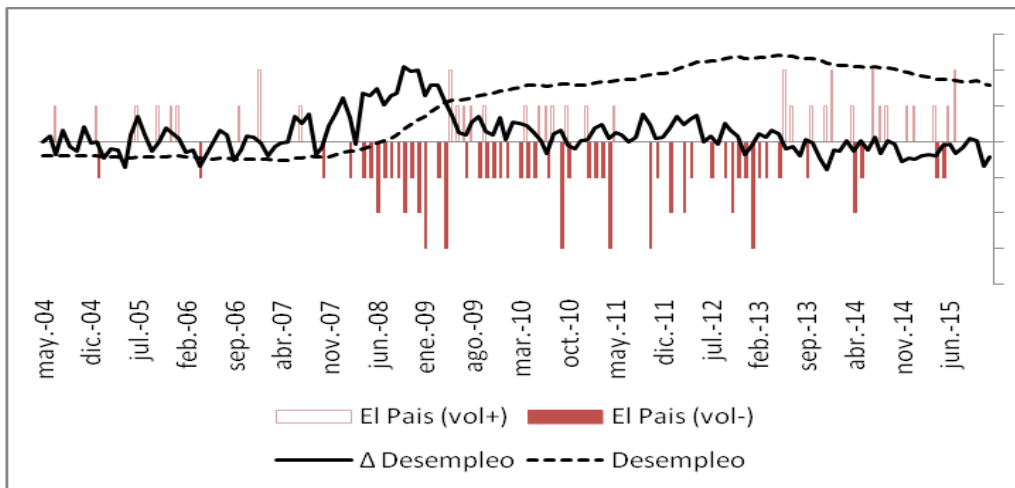


Gráfico 8

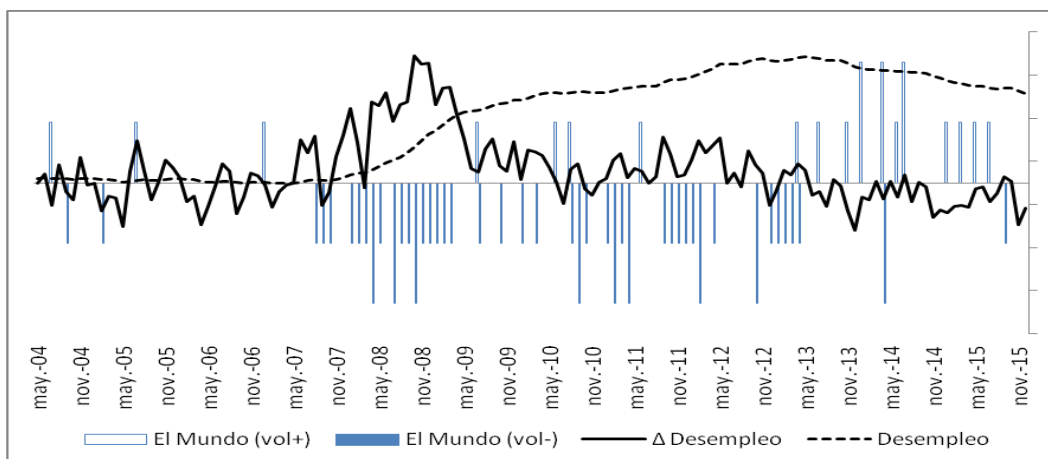


Gráfico 9

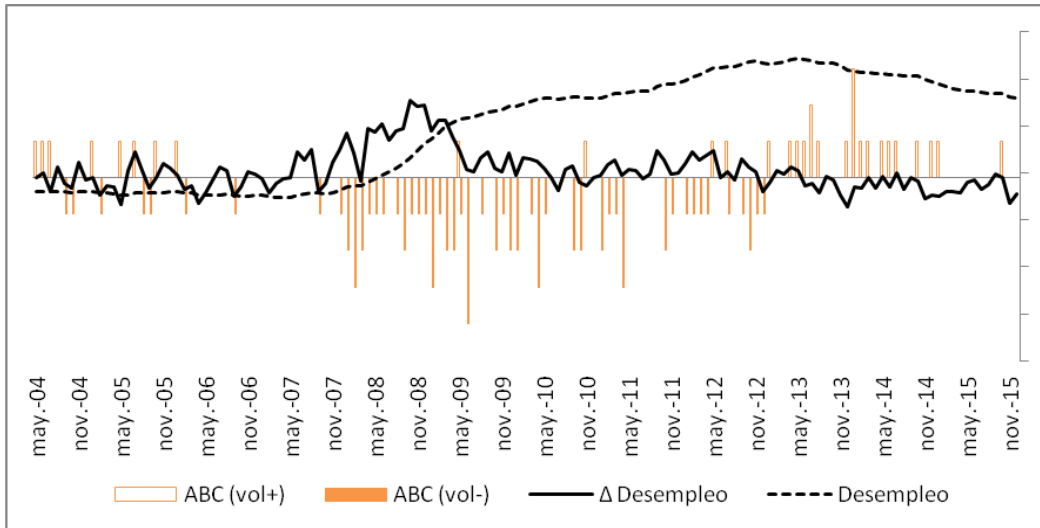


Gráfico 10

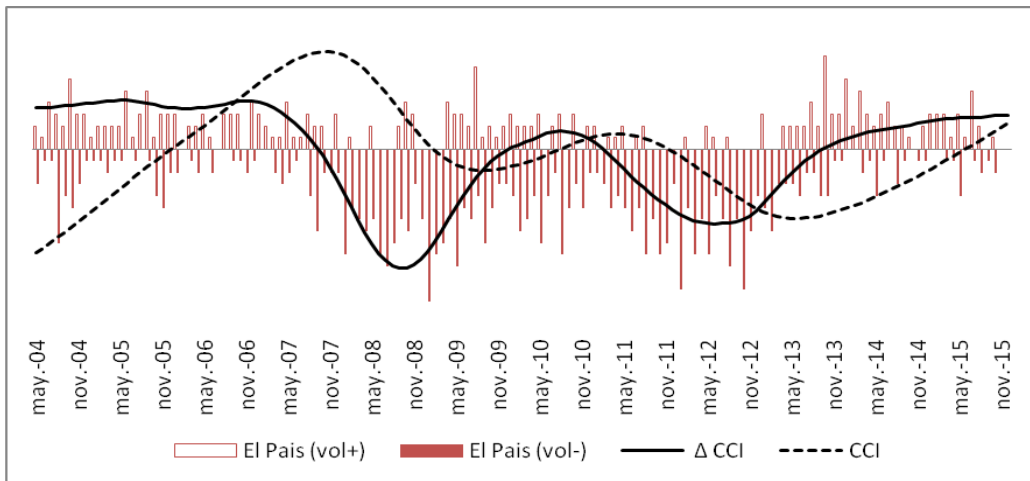


Gráfico 11

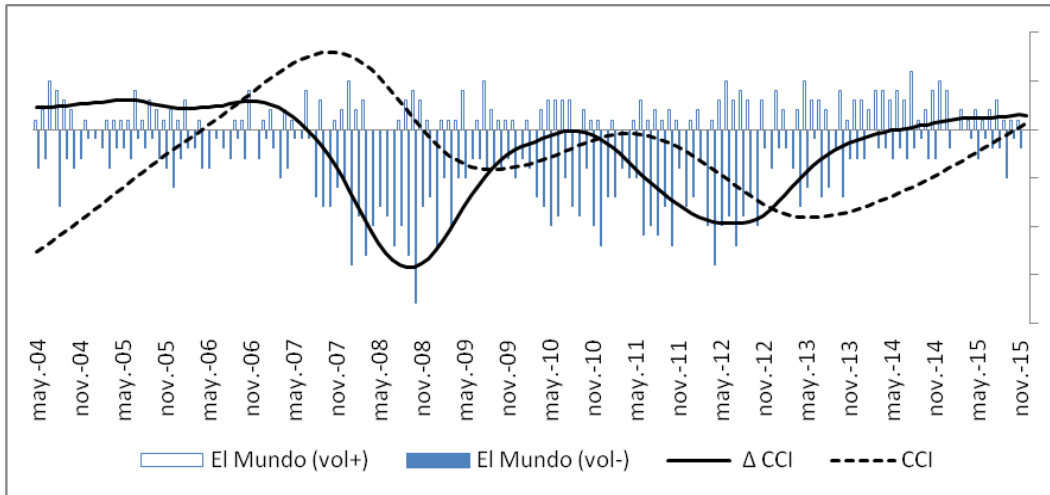


Gráfico 12

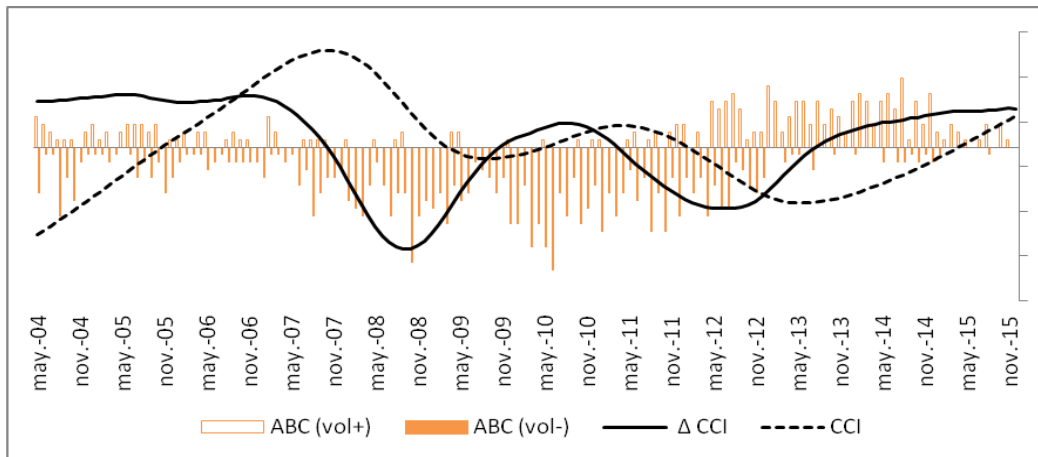


Tabla A.1: Crecimiento (mayo 2004- diciembre 2006)

	El País		El Mundo		ABC	
	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>
<b>Negativo</b>	55-	***5-	82+	***69+	77+	35+
	22%	2,0%	24,2%	20,4%	27,1%	12,3%
<b>Neutral</b>	**121-	**228+	**212+	**267-	158-	244+
	48,4%	91,2%	62,5%	78,8%	55,6%	85,9%
<b>Positivo</b>	**74+	***17+	**45-	**3-	49-	5-
	29,6%	6,8%	13,3%	0,9%	17,3%	1,8%
<b>Total (100%)</b>	250	250	339	339	284	284

*Tono eco X2=27,377 (gl4) 0,000*

*Tono pol X2=60,908 (gl4) 0,000*

Tabla A.2: Desaceleración y 1ª recesión (enero 2007-octubre 2008)

	El País		El Mundo		ABC	
	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>
<b>Negativo</b>	98-	16-	167+	68+	**117-	69+
	43,2%	7,0%	43,2%	17,6%	52,7%	31,1%
<b>Neutral</b>	93-	***203+	185+	307+	90-	**152-
	41,%	89,4%	47,8%	79,3%	40,5%	68,5%
<b>Positivo</b>	**30+	8+	35+	12+	**15-	**1-
	15,9%	3,5%	9%	3,1%	6,8%	0,5%
<b>Total (100%)</b>	227	227	387	387	222	222

*Tono eco X2=15,721 (gl4) 0,003*

*Tono pol X2=47,074 (gl4) 0,000*

Tabla A.3: Atonía de crecimiento (noviembre 2008-agosto 2010)

	El País		El Mundo		ABC	
	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>
<b>Negativo</b>	135	***22-	***133-	90	***169+	***92+
	47,9%	7,8%	36,2%	24,5%	58,1%	31,6%
<b>Neutral</b>	***102-	***240+	***197+	266	116	**195-
	36,2%	85,1%	53,7%	72,5%	39,9%	67,0%
<b>Positivo</b>	***45+	**20+	37	11	***6-	**4-
	16%	7,1%	10,1%	3,0%	2,1%	1,4%
<b>Total (100%)</b>	282	282	367	367	291	291

*Tono eco X2=59,510 (gl=4) 0,000*

*Tono pol X2=59,701 (gl=4) 0,000*

Tabla A.4 2ª recesión etapa PSOE (septiembre 2010-noviembre 2011)

	El País		El Mundo		ABC	
	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>
<b>Negativo</b>	78	***11-	118	65	105	***70+
	39,6%	5,6%	46,3%	25,5%	46,7%	31,1%
<b>Neutral</b>	105	167	121	183	110	154
	53,3%	84,8%	47,5%	71,8%	48,9%	68,4%
<b>Positivo</b>	14	***19+	16	7	10	**1-
	7,1%	9,6%	6,3%	2,7%	4,4%	0,4%
<b>Total (100%)</b>	197	197	255	255	225	225

*Tono eco X2=3,640 (gl=4) 0,457*  
*Tono pol X2=62,694 (gl=4) 0,000*

Tabla A.5: 2ª recesión etapa PP (Diciembre 2011-septiembre 2012)

	El País		El Mundo		ABC	
	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>
<b>Negativo</b>	***62+	**8+	82	10	**56-	**3-
	56,9%	7,3%	37,8%	4,6%	29,3%	1,6%
<b>Neutral</b>	**42-	**97+	117	173	102	**144-
	38,5%	89,0%	53,9%	79,7%	53,4%	75,4%
<b>Positivo</b>	**5-	**4-	18	34	**33+	**44+
	4,6%	3,7%	8,3%	15,7%	17,3%	23,0%
<b>Total (100%)</b>	109	109	217	217	191	191

*Tono eco X2=30,158 (gl=4) 0,000*  
*Tono pol X2=23,989 (gl=4) 0,000*

Tabla A.6: Recuperación (octubre 2012-Diciembre 2015)

	El País		El Mundo		ABC	
	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>	<i>Tono eco.</i>	<i>Tono pol.</i>
<b>Negativo</b>	**96+	22	**118+	***42+	***41-	***4-
	26,8%	6,1%	24,3%	8,7%	10,0%	1,0%
<b>Neutral</b>	**177-	**326+	272	413	220	314
	49,4%	91,1%	56,1%	85,2%	53,8%	76,8%
<b>Positivo</b>	85	***10-	***95-	**30-	***148+	***91+
	23,7%	2,8%	19,6%	6,2%	36,2%	22,2%
<b>Total (100%)</b>	358	358	485	485	409	409

*Tono eco X2=58,731 (gl=4) 0,000*  
*Tono pol X2=112,226 (gl=4) 0,000*