

COMMUNICATION & SOCIETY

Luis M. Romero-Rodríguez

lmiguel.rodriguez@alu.uhu.es
Profesor Invitado de
Epistemología de la
Comunicación y la Información.
Universidad de Huelva y
Universidad Internacional de
Andalucía. España.

Ignacio Aguaded

ignacio@aguaded.es
Catedrático de Universidad.
Facultad de Ciencias de la
Educación. Universidad de
Huelva. España.

Recibido

1 de agosto de 2015

Aprobado

13 de octubre de 2015

© 2016

Communication & Society

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.29.1.37-51

www.communication-society.com

2016 – Vol. 29(1),
pp. 37-51

Cómo citar este artículo:

Romero-Rodríguez, L.M. &
Aguaded, I. (2016). La
desinformación económica en
España. Análisis de caso BFA-
Bankia y su salida a bolsa.
Communication & Society 29(1), 37-
51.

La desinformación económica en España: análisis del caso BFA-Bankia y su salida a bolsa

Resumen

La investigación en la que se inscribe el presente trabajo parte de la convicción de que las características actuales del ecosistema comunicativo generan las condiciones idóneas para la aparición de estrategias de desinformación en razón de la insuficiencia y parcialidad informativa, el abuso de la fidelidad a la fuente, la ausencia de periodismo interpretativo y de investigación y la incomprendibilidad de las informaciones; siendo el objetivo principal determinar la relación entre el manejo periodístico como discurso formador de realidades socializadas y la desinformación, a partir del análisis semántico y de contenido de base interpretativa de las ediciones digitales de 3 medios impresos españoles de amplia rotación diaria (*El País*, *ABC* y *El Mundo*) en el rango de retrospectiva a la salida al parqué bursátil de BFA-Bankia (6 al 20 de julio de 2011) y en prospectiva, el intervalo posterior a 10 jornadas consecutivas de pérdidas (3 al 17 de mayo de 2012). Entre los principales resultados se extrae que en el caso de las acciones preferentes de Bankia existió desinformación endógena o un mal manejo periodístico de la información financiera que se hacía pública a través de los medios analizados, en razón de la creación de una expectativa positiva sobre la revalorización del *holding* financiero en el parqué bursátil. Por su parte, la ausencia de periodismo de investigación, la fidelidad a las fuentes oficiales y el lenguaje utilizado en la información financiera en los precitados medios, contribuyeron también a crear el escenario propicio para la desinformación.

Palabras clave

Desinformación, medios de comunicación, crisis bancaria, crisis de los medios, opinión pública.

1. Introducción

El lunes 15 de septiembre de 2008 se marcó un hito en la historia económica mundial, pues ese día se declararon en quiebra *Lehman Brothers* y su competidor *Merril Lynch*, cuarto y quinto banco de inversiones más grandes del mundo en número de colocaciones bursátiles en *Wall Street*. Ambas entidades financieras colapsaban

asfixiadas por la gran acumulación de créditos *subprime*¹, producto de una burbuja inmobiliaria que la misma banca de inversión estadounidense había propuesto como modelo de desarrollo económico, en la que los precios de los bienes inmuebles aumentaban de manera desproporcionada al valor real de los mismos, resultado de un abundante crédito hipotecario favorecido por políticas monetarias expansivas de la Reserva Federal de los Estados Unidos (FED) y un tipo de interés pasivo que se mantuvo en 1% de 2001 a 2004. Esta fue la primera pieza del dominó que generaría la caída más grande y estrepitosa del sistema financiero global e iba quedando en evidencia la gestión irracional de las deudas y los desmedidos riesgos asumidos; sin embargo, al irse dilucidando cada vez más la situación en retrospectiva, las actitudes asumidas por *Lehman Brothers* y *Merril Lynch* no significaron una excepción, sino por lo contrario, una regla del manejo del sistema financiero que daba inicio al nuevo milenio con una realidad inexistente fundamentada en la bonanza de créditos y gran flujo de capitales (Otte, 2010), aunque ambas situaciones no fueran más que una virtualidad solo tangible en el discurso económico, político y mediático.

Los riesgos financieros eran asumidos para generar mayor movilización de capital, elemento existencial de la propia actividad intermediadora financiera; todo lo anterior aunado a escasa vigilancia de los organismos estatales y un verdadero laberinto lingüístico que suponía comprender las pocas advertencias que los economistas y especialistas en banca y finanzas hacían sobre las consecuencias de la inestabilidad e insostenibilidad del modelo asumido, coincidiendo esta situación con un debilitamiento de los medios de comunicación como agentes controladores, a la vez de una impotencia e imprevisión de la clase política por sus propios marcos de intereses en los agentes económicos, por lo que no es baladí preguntarse ¿La crisis bancaria española fue resultado de dificultades económicas globales o consecuencia de la desinformación endógena de nuestros sistemas informativos?

En este artículo se pretende primeramente contextualizar con una narrativa histórica los acontecimientos que precedieron a la salida bursátil de Bankia, entidad filial del Banco Financiero y de Ahorros, con el fin de poder analizar posteriormente el tratamiento informativo que los tres principales medios impresos españoles de cobertura nacional y temática generalista dieron en retrospectiva y prospectiva a su salida al parqué bursátil. Este análisis permitirá determinar qué aspectos pudieron haber incidido en la desinformación, especialmente en lo que respecta al manejo informativo de la situación de la entidad financiera.

1.1. La génesis de Bankia y su conducción informativa

Diciembre de 2007 fue la fecha que le puso fin al anormal incremento de los precios de los suelos edificables e inmuebles que venían en elevación sostenida de 10–30% anual desde 1997 en España. Esta anomalía económico-especulativa era producto del ingente 30% de crecimiento del parque de viviendas, industria y comercio que le dio a su vez empleo directo al 13.3% de españoles, pero además a una intempestiva caída de las tasas de interés hipotecarias –tras la integración del euro– que pasó de 11% para 1995 al 3.5% a partir de 2003² (Banco de España, 2006), aunado a la competencia bancaria que facilitaba y mejoraba las condiciones de acceso a cualquier producto crediticio.

El informe titulado “El precio de la vivienda en España: ¿es robusta la evidencia de sobrevaloración”, emitido por el Banco de España en junio de 2006, negaba la existencia de una burbuja inmobiliaria, sino que hablaba de sobrevaloración de la vivienda compatible con

¹ Modalidad crediticia caracterizada por un mayor riesgo de impagos, generalmente respaldado por hipotecas de difícil cobro, también denominado “hipotecas basura”.

² Tasa de interés que si se cotejaba con la creciente inflación, arrojaba ganancias en vez de pérdida al asumir un crédito. Entre 1995 y 1997 la tasa de inflación anual se mantenía en 1%, mientras que para 2003–2004 se colocaba en 18%.

una “absorción gradual de la discrepancia entre los precios y sus fundamentos a largo plazo”, documento oficial que además de ser excesivo en el uso de eufemismos y recursos lingüístico-anestésicos, presentaba evidentes contradicciones. Para la época, toda documentación oficial y financiera se caracterizaba por la dispersión y asistematismo, muchas veces incompatibles en sí mismos, divulgados íntegramente por los medios de comunicación, fieles a la fuente, pero con ausencia analítica. El cambio del modelo económico parecía también acompañar una morfosis del periodismo, el cual aceptaba las contradicciones de los datos sin objeción alguna y sin indagar en las verdaderas razones del aumento del precio de las viviendas.

Producto de la debilidad económica en la que quedaban las instituciones financieras por los impagos hipotecarios y el estancamiento del mercado de la construcción, el Banco de España plantea la necesidad de ejecutar un modelo financiero, conocido como Sistema Institucional de Protección (SIP), que consiste en fusionar y reestructurar algunas entidades bancarias con otras para asegurar su mutua autoprotección (Romero-Rodríguez, 2012: 105, 2014: 66). El modelo de “fusión en frío” planteado por el BCE era *sui generis*, ya que por lo general cuando un banco se encuentra debilitado, otro mayor lo adquiere (Robles, 2010). Sin embargo, las cajas de ahorro españolas, al estar muy vinculadas a sus comunidades de origen –tanto económica como políticamente– se opta por la creación, el 3 de diciembre de 2010, de un *holding* que agrupe las entidades más perjudicadas bajo el nombre “Banco Financiero y de Ahorros” (BFA), aun cuando podían seguir manteniendo su marca, obras sociales y cierto grado de independencia en sus operaciones.

El BFA, estaba integrado por siete cajas de ahorros españolas: Caja Madrid, Bancaja, La Caja de Canarias, Caja Ávila, Caixa Laietana, Caja Segovia y Caja Rioja; las cuales serían accionistas de la nueva entidad según sus aportes de capital en la fusión, quedando así el *holding* liderado por Caja Madrid (52,06%) y Bancaja (37,7%), mientras que los demás componentes tenían 12,25% en conjunto. Por la decisión de fusión, la nueva entidad recibió en concepto de participaciones preferentes 4.465 millones de euros provenientes del Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria (FROB), creado para reforzar con dinero público, procedente en su mayoría de los presupuestos generales del Estado, a los bancos que se integren al nuevo modelo propuesto.

El 1 de enero de 2011 comienzan las operaciones formales del BFA, aun cuando el naciente *holding* no contaba con la suficiente liquidez exigida por la legislación española sobre provisión de fondos y reserva de capital para hacer frente a los problemas económicos que venían ocurriendo a consecuencia del nuevo escenario financiero. De esta manera, se comenzaba a plantear una hipotética salida a bolsa con el fin de captar el capital necesario para paliar los «activos tóxicos» –generalmente deudas de difícil cobro y alto riesgo de morosidad del sector de la construcción– y hacer frente a la inminente crisis que recién iniciaba. Sin embargo, las acciones serían vistas con poco atractivo bursátil debido a la merma constante del sector ladrillo y sus secuelas más directas como el impago, el crecimiento de los índices de desempleo y la caída de los precios de los activos inmobiliarios.

Dada la situación dibujada con anterioridad, se crea un nuevo banco comercial que llevaría por nombre «Bankia», vinculado con su matriz BFA, pero desvinculado de los activos tóxicos. Esta estrategia, conocida en el argot del *branding* como “Ley de Extensión de las Marcas” (Aaker, 2011), busca obtener una nueva percepción social, alejando quizás las valoraciones negativas de su propia matriz. De hecho, Bankia asumía el negocio bancario minorista y los activos interesantes, tales como red de oficinas, cartera de clientes, depósitos, capital y pasivos de fácil cobro; mientras el BFA se quedaba con todos los activos tóxicos que acumulaban las cajas antes de la integración, creándose, al menos perceptivamente, una filial virtualmente limpia y saneada, preparándose para competir en los principales mercados bursátiles.

A la par con el refrescamiento de la imagen, Bankia inicia la campaña publicitaria «Quiero ser Bankero» la segunda semana de julio de 2011, en la que se invitaba a cualquier persona con el eslogan “hazte bankero a partir de 1.000 euros” a apostar por su oferta pública de acciones que se estimaba iniciaría a finales de julio de 2011 en el IBEX35, principal índice bursátil español. Para el momento, la entidad financiera necesitaba captar inicialmente 3.092 millones de euros para hacer frente a los déficits de su matriz con créditos por el orden de 179.133 millones de euros, créditos de dudoso cobro de 7.877 millones de euros, créditos sub-estándar de 4.654 millones de euros y provisionados 2.912 millones de euros (De Barrón, 2012). Ante este escenario, la junta directiva del *holding* decide ofertar en el parqué bursátil el 55% de las acciones de Bankia –manteniendo el BFA el 45% restante– con un precio inicial de 3,75 euros por acción. A diferencia de lo estimado, la oferta pública de acciones (OPV/OPS) no logró el objetivo de captación de capital necesario, por lo que arreciaba aún más la campaña publicitaria para conseguir mayor inversión doméstica particular.

Bankia solo había podido obtener 1.100 millones de los 3.092 millones de euros esperados. Nueve días más tarde de su salida bursátil, el 29 de julio de 2011, el ex ministro de Trabajo, Valeriano Gómez, acusaba a la junta directiva del *holding*, en especial a Rodrigo de Rato y Juan José Olivas, vicepresidente de la entidad, de recibir sueldos anuales mayores a los 10,5 millones de euros, aun cuando la crisis del BFA-Bankia había asumido un rescate parcial a través del FROB con recursos públicos. De hecho, según el documento de la OPS, remitido a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), la remuneración total para los 32 directivos de la institución financiera ascendía a los 24,9 millones de euros al año. El ocultamiento de la realidad de Bankia comenzaba así a implosionar las bases del *holding* a la vez de estar expuesta a la inquisición de credibilidad por los propios movimientos del mercado bursátil.

El lunes 7 de mayo de 2012, el gobierno español muestra el interés de inyectar fondos públicos a algunas instituciones financieras, bajo el eufemismo constante de «sanear» (Romero-Rodríguez, 2015), mientras paralelamente Rodrigo de Rato dimitía a la presidencia del *holding* a través de una carta dirigida a los medios de comunicación. Ambos acontecimientos conjuntos generaron repercusiones en los medios de comunicación, sobre todo en espacios de opinión.

Con un escenario revuelto por un aluvión de informaciones y rumores, el Ministerio de Economía anunciaba para mediados de mayo de 2012 una nueva ayuda con fondos públicos a Bankia por el orden de los 7 mil 500 millones de euros en forma de bonos convertibles contingentes, para llegar así a una suma acumulada, hasta ese momento, de 10.000 millones de euros contando los 4 mil 465 millones que recibiera Bankia en 2010 por la fusión en frío y el FROB. Más que un problema de activos y depósitos, Bankia asumía una crisis de marca, reputación, solidez y confianza. Así quedaba demostrado el 17 de mayo de 2012, cuando tras diez jornadas consecutivas de pérdidas en el parqué bursátil, las acciones habían perdido un 60,45% de su valor inicial. Quienes habían apostado en invertir en el *holding* financiero a través del IBEX35 la suma mínima de 1.000 euros ofrecida por la publicidad y las promociones, habrían perdido un total de 395,5 euros.

Este duro golpe para pequeños inversionistas y en sí, para la entidad financiera en pleno auge de la desconfianza y debilitamiento de su reputación ponía de manifiesto que lo que había sido una gestión financiera de control de daños y crisis al hacer pública la oferta de acciones de la institución bancaria, paralelamente estaba ocasionando una vertiginosa caída de los valores bursátiles en las acciones nominativas a consecuencia de la inestabilidad institucional, el descenso de su reputación y sobre todo la expectativa generada por el manejo informativo sobre la entidad, en la cual era reincidente remarcar su solidez y sus activos intangibles de percepción de marca.

2. Marco conceptual

2.1. El discurso mediático como creador de realidades

La realidad, o al menos aquello que se socializa como realidad, no es más que un constructo discursivo institucionalizado (Searle, 1997; van Dijk, 1997, 2006; Watzlawick, 1979), compartido por nodos sociales, generalmente a partir del discurso divulgado por los medios de comunicación como canales de difusión masiva de dichas construcciones, a través de la elaboración, enfoque y profundidad de los acontecimientos de los que se hacen eco (Gieber, 1964: 173), estando esta selección a cargo, al menos inicialmente, de periodistas y editores (Cohen, 1973: 97; Fishman, 1980: 14).

De esta forma, la creación del constructo lingüístico-discursivo está bajo la potestad inicial del procesamiento y decodificación del individuo intermediario –periodista– que lo transmuta en productos de consumo masivo, ya que los acontecimientos por sí mismos no se convierten mágicamente en lenguaje sin que intervenga la acción humana (Schudson, 1989: 264), preexistiendo en el proceso de traslación hecho-discurso un componente de cargas subjetivas (Weber, 2009) en el que irrumpen, a veces sin desearlo, presiones extra e intraindividuales de elementos ideológicos, políticos e intereses económicos en la información.

La realidad, que se asume colectivamente como una entidad objetiva, viene desde su génesis abarrotada de cargas subjetivas y de intereses, así como de cuantiosos procesos de recodificación dentro de la dinámica del ecosistema comunicacional (Romero-Rodríguez, 2015), lo que imposibilita en gran medida que exista una sola realidad y mucho menos una verdad absoluta. De hecho, los periodistas y editores tienen la facultad de ampliar, disminuir, modificar y hasta omitir las informaciones, sea por razones de espacio, tiempo, valoración, evaluación o filtrado, basado en inferencias sobre lo que desea saber la ciudadanía, hasta la omisión volitiva por razones de Estado, económicas o políticas –del individuo o del medio/empresa–, asignándose un papel de *gatekeeper*³ que podría estar alejándose cada vez más de su rol social de contrapoder.

El periodismo, así, no puede interpretarse como variable independiente respecto del sistema económico, político o social donde se inserta, sino que al contrario influye notablemente y es parte y víctima en este último, por lo que los medios dejan de considerarse como mero reflejo de la sociedad, para convertirse en protagonistas activos de su propia configuración (Hallin & Mancini, 2004). Ya Walter Lippman, en su obra *Public Opinion* (1922), había notado la complejidad de subsistencia de los medios tradicionales con respecto a las instituciones e intereses del ecosistema, trayendo a colación lo siguiente:

La calidad de las noticias sobre la sociedad moderna es un índice de su organización social. Cuanto mejores sean las instituciones, y más numerosos los intereses en juego que estén formalmente representados, las cuestiones de principio que se resuelvan, y los criterios objetivos que se introduzcan, tanto más perfectamente un asunto será presentado como información. En el mejor de los casos, la prensa es sirviente y guardián de las instituciones; en el peor, es un medio gracias al cual unos pocos explotan la desorganización social para fines propios. En la medida en que las instituciones no logran funcionar, el periodista sin escrúpulos puede pescar a río revuelto y el periodista consciente ha de aventurarse con incertidumbres.

Esta situación estructural por su naturaleza, y coyuntural por los cambios en el ecosistema comunicativo, afecta directa e indirectamente la calidad informativa como producto de los medios pues, al existir cambios en los modelos informacionales *ergo*

³ Nombre anglosajón que se refiere metafóricamente al rol editor de evaluación y omisión de informaciones en los medios de comunicación.

reducción de personal por la situación económica, menos periodistas deben hacer frente a una maximización cualitativa de información, a la vez de tener que competir los medios tradicionales con el imperio de la actualidad e inmediatez de los medios digitales y las redes de interconexión social, generando una sobrecarga laboral que reduce la profundidad, la interpretación y la investigación de los acontecimientos y aumentando la “fidelidad de la fuente”, en términos de suscribir casi íntegramente lo que se emite desde las fuentes oficiales.

2.2. La lógica del periodismo y de los medios de comunicación

El tratamiento que se le da a las informaciones a través de los medios de comunicación en esta coyuntura de mediamorfosis y cambios en el propio ecosistema comunicativo, viene a coexistir con un modelo de periodismo banalizado, un círculo vicioso de oferta y demanda informativa, de prelación del entretenimiento sobre el objetivo de informar o, incluso más importante, de educar, de carencias de pluralismo, de aumento del interés opinativo sobre la propia necesidad investigativa o interpretativa, y lo hace recaer en un “periodismo de la no información” (Ortega, 2006: 17), lo que influye la capacidad de “inventar, falsear o tergiversar acontecimientos” (Ortega, 2006: 15-18) y da origen a un modelo profesional que responde a la demanda de esta pseudo-información que muchas veces sustituye a la propia información (Galdón, 2006: 27-42; Mas-de-Xaxás, 2005: 42).

Chomsky y Herman (1990: 69) profundizan sobre la pregnancia de activos propagandísticos en los medios de comunicación a través de varios filtros: 1) el tamaño, la concentración de propiedad y orientación de las empresas dominantes-; 2) la publicidad como fuente de ingresos; 3) la dependencia de los medios hacia el gobierno y/o las empresas y 4) la acción de los grupos de presión sobre los periodistas. A este respecto, es menester relacionar lo dispuesto con la realidad de los medios, que en su mayoría –sobre todo en países industrializados o en vías de desarrollo– pertenecen a grupos multimedia, sociedades mercantiles internacionales, cuyo producto en oferta es la información.

Lo que viene a ocurrir entonces con la concentración multimedia es una derivación desinformativa, transversal al ecosistema comunicativo actual, con el denominado “efecto ventrílocuo”: “Un solo dueño, múltiples voces” (Arráez, 1998). Esto podría dar lugar a la unificación de criterios informativos y de programación, aun cuando las líneas editoriales parecieran disímiles, por lo que la multiplicidad de canales u opciones no precisamente son un factor determinante del pluralismo informativo, ideológico o de la libertad de expresión, sino que pudiera ser reflejo directo de una mayor concentración empresarial de la titularidad –o acreencia– de esos medios, aunado a que lejos de ofrecerse diversas reinterpretaciones de las realidades oficiales, se opta por ser simple difusores de éstas. Más aún, el conflicto de la mediamorfosis viene acompañado de un problema semiótico –por reinterpretación– en el que aun cuando se ofrezcan informaciones contrastadas, la audiencia no la capta porque los medios han llegado a desarrollar, y sus usuarios a interiorizar, un sistema informativo el cual asimila la contradicción sin inmutarse (López-García, 2004: 22), por lo que se trata de fondo no de un problema únicamente de producción informativa, sino de cognición, anomia o pasividad generalizada, siendo las audiencias víctimas propiciatorias de su propia desinformación (Aguaded & Romero-Rodríguez, 2015).

3. Objeto y metodología

El objeto del presente artículo es analizar cuanti-cualitativamente el contenido y tendencia informativa de los medios impresos con mayor rotación en España, comparando en retrospectiva las informaciones de las que se hicieron eco antes de la salida a la bolsa de Bankia con respecto a aquellas que se dieron posterior al anuncio de su nacionalización, con el fin de revisar las tendencias informativas y el papel controlador que ejercieron los

medios, así como la posibilidad que dieron a sus audiencias de interpretar la realidad bursátil del *holding* antes de su salida a bolsa.

El análisis de discurso comparativo de contenido interpretativo entre dos rangos de tiempo –retrospectiva y prospectiva– en unidades informativas, a pesar de no ser muy común en la literatura académica, permite verificar cambios de agendas y discursos de los medios de comunicación y evidenciar, con cierta claridad, la variación de las posiciones o sesgos editoriales dependiendo de los acontecimientos. De esta manera, no se seleccionará una metodología comparativa simple (en un mismo rango temporal), ya que el objeto de la presente investigación radica en revisar precisamente la diferencia cuanti-cualitativa en el enfoque periodístico de los medios españoles en dos espacios de tiempo determinados.

Este sistema de valoración y evaluación de posiciones editoriales busca analizar la cobertura de los hechos en relación al interés o conjunto de intereses que puedan presentar los medios de comunicación con respecto a las empresas, organizaciones e instituciones públicas y ha sido aplicado en áreas tan diferentes como el análisis comparativo de la cobertura de la IV Conferencia de Mujeres por la prensa china (Akhavan-Majid & Ramaprasad, 1998); las informaciones de riesgo sobre el impacto en la salud de las energías renovables en medios de comunicación canadienses (Deignana, Harveyb & Hoffman-Goetz, 2013); o en la prensa internacional y su diversidad noticiosa antes y después de la invasión de Irak (Choi, 2009).

Como hipótesis de partida (H1) se prevé que la información previa a la salida al parque bursátil fue insuficiente y parcializada en beneficio a la entidad bancaria, perjudicando al inversionista en su proceso de toma de decisión para la adquisición de acciones. Como segunda suposición (H2), dependiente enteramente de la primera (H1), se cree que se verificará que la fidelidad a la fuente y la ausencia de periodismo de investigación técnico-económica son las causantes principales de la ausencia de elementos de contrapoder informativo. En tercer lugar (H3), se parte de la idea que la información financiera del *holding*, incluso en medios generalistas, es de difícil comprensión para aquellos que no tienen competencias suficientes en materia económica, por lo que aunque los medios pudieran advertir sobre los riesgos de la inversión en acciones de Bankia, los mismos no pudieron ser decodificados por la mayoría de su audiencia.

3.1. Estrategias metodológicas

Para dar respuesta a estas cuestiones, como marco muestral se realizará el análisis semántico y de contenido de base interpretativa, entendiendo este tipo de método como que “involucra la interpretación de los resultados entre los estudios para generar nuevos conocimientos inductivos de los fenómenos, acontecimientos o experiencias” (Saini & Shlonsky, 2012: 31). Para ello se utilizará el *software* de análisis cualitativo *AtlasTi*® (v.6), a las versiones digitales de 3 medios impresos españoles de amplia rotación diaria (*El País*, *ABC* y *El Mundo*), sobre aquellas informaciones y opiniones sobre el *holding* financiero divulgadas en retrospectiva las dos semanas anteriores a su salida a bolsa (del 06 al 20 de julio de 2011), con el fin de identificar la posible insuficiencia o parcialidad en el comportamiento informacional de los medios citados con respecto a la contribución que pudieron haber tenido en crear una realidad discursiva de apoyo a la entidad para la toma de decisiones de los prospectos inversionistas domésticos.

A continuación se compararán con aquellas que se producen las dos semanas anteriores al anuncio de su nacionalización parcial y diez jornadas consecutivas de pérdidas en el parque bursátil (del 3 al 17 de mayo de 2012), con la teleología de precisar los códigos y familias discursivas más prominentes para conocer si los medios habían profundizado acerca de la crisis que sufría la entidad antes del anuncio oficial de su “rescate”. De esta forma, se podrá verificar si los medios en referencia cumplieron un papel contralor, de

investigación y contrapoder o si por el contrario, fungieron como simples divulgadores atañidos a la fidelidad de las fuentes oficiales.

Para la elaboración de la criba informativa, se asumieron todas aquellas informaciones de los medios en referencia, en ambos intervalos, que incluyeran algunas de las palabras “Bankia”, “BFA”, “Ibex35”, “bolsa de valores”, “nacionalización”, “rescate”, “intervención”, “Comisión Nacional de Mercado de Valores”, “CNMV” y “Rodrigo Rato”, filtrándose aquellas que solo tuvieran relación directa con el caso de marras explicado.

Como unidades muestrales del primer intervalo (i^1), correspondiente del 6 al 20 de julio de 2011, fueron encontradas un total de 18 informaciones, repartidas entre los diarios *El País* con 8 frecuencias (44,4%), *El Mundo* con 6 (33,33%) y *ABC* con 4 (22,22%); mientras que sobre el segundo hito (i^2), entre el 3 y el 17 de mayo de 2012, la cifra total alcanza 81 apariciones informativas porcentualmente equitativas (33,33%) entre *El País* con 27 espacios, *El Mundo* con 26 y *ABC* con 28. En total serán analizadas 99 unidades muestrales-informativas, obtenidas tras búsqueda hemerográfica digital entre el 30 de octubre y el 7 de noviembre de 2014, repartidas de la siguiente manera:

Tabla 1. Distribución de las unidades muestrales informativas

Diario	i^1	i^2	Total Diario
<i>El País</i>	8	27	35
<i>El Mundo</i>	6	26	32
<i>ABC</i>	4	28	32

Los textos resultantes de la extracción del contenido, que incluyen –en caso de estar presentes– antetítulo, título, sumario, intertitulaciones, y la redacción del género, fueron catalogados en dos familias: perspectiva positiva y perspectiva negativa, cada una ordenada en unidades hermenéuticas de los intervalos en revisión.

Posteriormente se analizarán las fuentes de donde se extrae la información divulgada para cumplir con la segunda hipótesis (H2) planteada en el marco investigativo. Para ello se revisarán las 99 muestras totales, catalogando si provienen de fuentes oficiales⁴, fuentes anónimas/investigación, opinión u otros medios de comunicación. A los fines de mayor completitud científica, también se contabilizarán aquellas unidades que presentan al menos dos (2) fuentes de contraste, es decir, aquellas que muestren dos o más posiciones sobre la temática.

Finalmente, se ha propuesto una matriz de análisis cualitativo que evaluará las siguientes dimensiones del lenguaje de los contenidos: calidad expresiva, comprensibilidad, pragmalingüística desinformativa y elementos del género informativo; esto con el fin de verificar la claridad de los códigos empleados en las informaciones analizadas y dar cumplimiento a la tercera hipótesis (H3) de la presente investigación.

4. Resultados

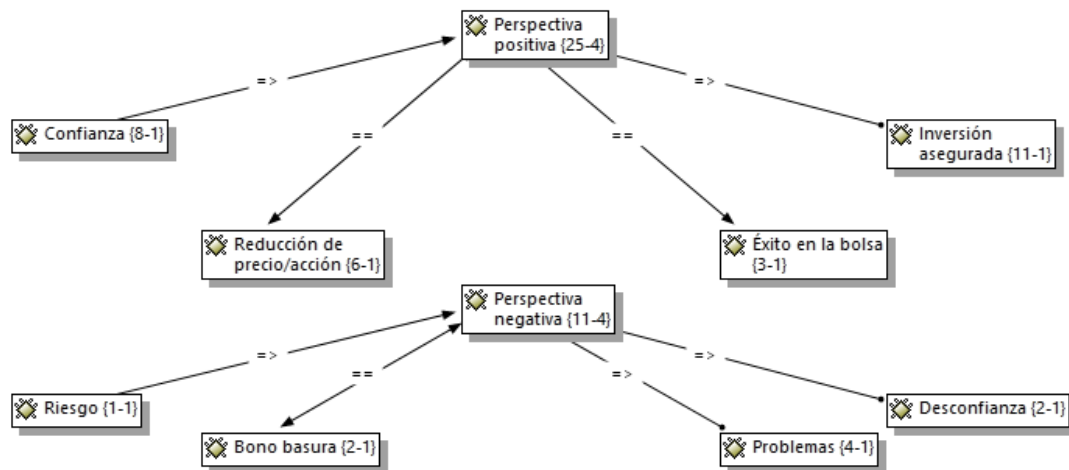
Del análisis de contenido por unidad hermenéutica a i^1 , se catalogaron en dos familias los códigos que emergieron a partir del análisis de contenido. La primera categoría de análisis revisa la información que daba perspectiva positiva, tanto al futuro del *holding* como a su salida en bolsa, totalizándose 53 menciones dentro de esta familia de esta manera:

⁴ Se toma como fuente oficial aquellas que son divulgadas institucionalmente por BFA-Bankia, los resultados del IBEX35, la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), personeros y partidos políticos, entidades y organismos oficiales, la directiva de la entidad bancaria, las agencias de riesgo y las auditoras externas.

Perspectiva positiva (25), confianza (8), reducción del precio de la acción (6), éxito en la bolsa (3) e inversión asegurada en prospectiva (11).

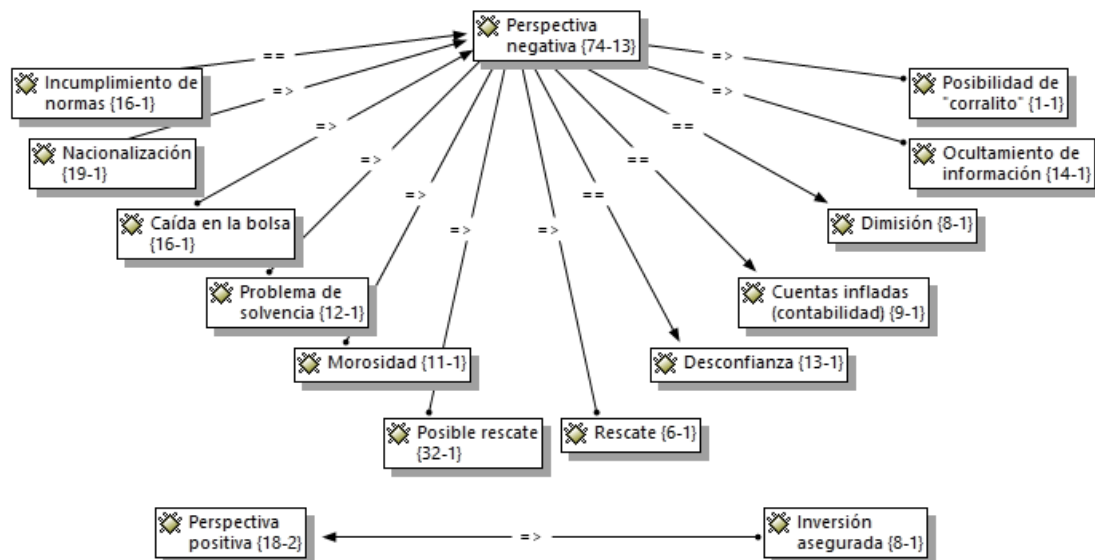
Por el contrario, la segunda categoría de análisis que evaluaba las apreciaciones negativas totalizaron 20 contenidos, distribuidos de la siguiente forma: Perspectiva negativa (11), riesgo (1), bono basura (2), problemas (4) y desconfianza (2).

Gráfico 1. Árbol de relación informativa i^1



Si observamos las relaciones porcentuales diferenciales entre ambas familias analizadas, de un total de 73 códigos emergentes, 72,60% reflejaban valoración positiva frente a la situación de Bankia y su decisión de salir a bolsa, mientras el restante 27,40% advertía de los riesgos que suponía la inversión en los bonos de la entidad financiera o manifestaban los problemas que enfrentaba la institución bancaria.

Gráfico 2. Árbol de relación informativa i^2

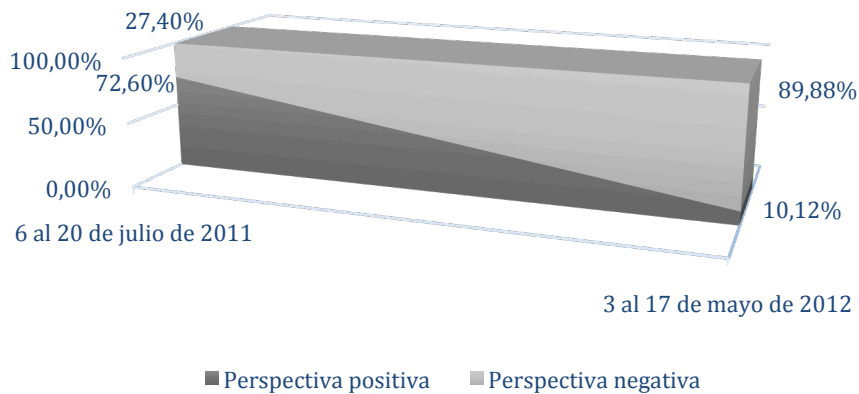


En el caso del análisis de contenido por unidad hermenéutica a i^2 , fueron catalogados los códigos en las dos familias de la unidad hermenéutica i^1 . Con respecto a aquellas informaciones que dan una aproximación discursiva positiva sobre la entidad, solo fueron evidenciadas 18 menciones con perspectiva positiva y 8 que aseguraban que la inversión y los depósitos estaban asegurados. Mientras que en relación a las apreciaciones negativas se contabilizaron los siguientes códigos catalogados: Perspectiva negativa (74), incumplimiento de normas (16), nacionalización (19), caída en la bolsa (16), problema de solvencia – insolencia– (12), morosidad (11), posible rescate (32), rescate (6), desconfianza (13), cuentas infladas –contabilidad paralela– (9), dimisión (8), ocultamiento de información (14) y posibilidad de “corralito” (1).

En cuanto a las relaciones porcentuales entre ambas familias de los resultados de i^2 , de un total de 257 códigos emergentes, los relacionados con perspectiva negativa se contabilizaron en 231 oportunidades, equivalentes al 89,88%; mientras que aquellos que otorgaban buena lid a la situación del *holding* aparecieron en solo 26 oportunidades, correspondientes al 10,12% restante.

A los fines de cotejar las diferencias discursivas en ambos períodos estudiados, es menester contraponer los resultados de $i^1 - i^2$, para obtener la cuantificación y cualificación total de las categorías tanto en retrospectiva como en prospectiva de la situación de Bankia y revisar cómo el manejo informativo pudo haber ser insuficiente, parcializado o totalmente dependiente de fuentes oficiales:

Gráfico 3. Cuantificación de atributos $i^1 - i^2$



En el gráfico anterior se revisa con meridiana claridad cómo la percepción del discurso de los medios cambia radicalmente con respecto a la coyuntura temporal de Bankia, prácticamente inversamente proporcional entre sí. Para poder analizar correctamente estos resultados, es necesario acotar no solo que entre el 3 y el 17 de mayo de 2012 (i^2) ya se encontraban matrices informativas de rumores sobre la posible nacionalización del *holding*, se había producido la dimisión de Rodrigo de Rato y Juan José Olivas, las acciones de la entidad habían perdido en promedio 40% de su valor bursátil y la CNMV iniciaba las acusaciones sobre la presunta sobrevaloración de las acciones; sino también hay que indicar que con respecto al período comprendido entre el 6 y el 20 de julio de 2011 (i^1), la mayoría de los esfuerzos informativos de los diarios analizados se encontraban en los debates políticos en las cortes generales, previos a las venideras elecciones generales españolas. Aunque la comparativa que precede se hace en porcentajes, es de suma importancia comprender que

la totalidad de la muestra de (i^1) fue de 18 informaciones, frente al aluvión informativo de (i^2) con 81 objetos muestrales.

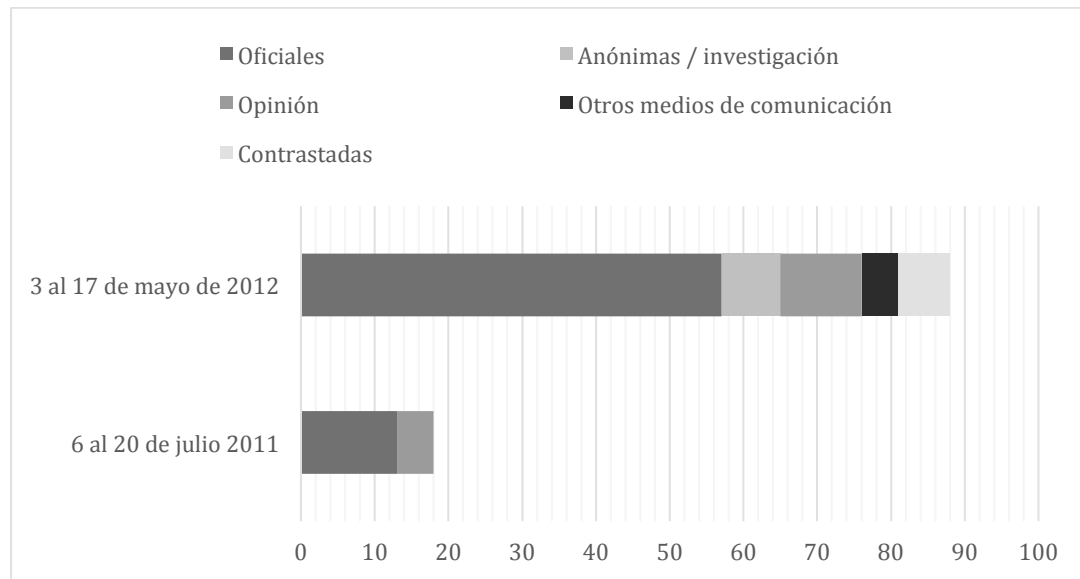
Con respecto a la verificación del contraste informativo de las 99 muestras totales analizadas, según las fuentes primarias de la data y aquellos objetos muestrales que presenten dos o más posiciones sobre la temática de la unidad informativa, se recogen los siguientes resultados:

Tabla 2. Distribución de las fuentes primarias e informaciones contrastadas en (i^1) (i^2)

Fuentes	i^1	i^2	Total
Oficiales	13	57	70
Anónimas / investigación	0	8	8
Opinión	5	11	16
Otros medios de comunicación	0	5	5
Contrastadas	0	7	7

Como se puede observar, del total de las muestras analizadas predominan con diferencia aquellas cuyas fuentes oficiales son primarias (70,70%), seguidas por los espacios de opinión (16,16%), las fuentes anónimas o periodismo de investigación (8,08%) y aquellas que citan como fuente a otros medios (5,05%). De todas estas, solo 7 espacios informativos mostraban contraste –divergencia–, alcanzando el 7,07% de toda la data recogida.

Gráfico 4. Distribución de fuentes primarias e informaciones contrastadas en (i^1) e (i^2)



Con el gráfico que precede, se demuestra con mayor claridad que el aluvión informativo ocurrido sobre la situación de la entidad financiera y su fracaso en el parque bursátil (i^2) acaparó 81,81% de la muestra total estudiada, siendo 70,37% proveniente de fuentes oficiales/institucionales y tan solo 7,07% con evidencia de contraste; mientras que en el intervalo de (i^1), aunque se mantiene la misma proporción porcentual de fuentes oficiales, reflejaba una casi nula aparición en el ecosistema comunicativo estudiado (18,19% de la muestra comparada).

Por último, con respecto al lenguaje utilizado, se ha realizado una evaluación cualitativa del total de la muestra, tanto para (i^1) como para (i^2) sobre una matriz de análisis de contenido que cuenta con las dimensiones de calidad expresiva, comprensibilidad,

pragmalingüística desinformativa y elementos del género informativo, cuyos resultados son los siguientes:

Tabla 3. Evaluación cualitativa del contenido de los géneros de (*i*¹) (*i*²)

Dimensión	Evaluación
Calidad expresiva	<ul style="list-style-type: none"> - Correspondencia con el sentido del mensaje: Los contenidos presentan el reflejo del mensaje que se desea exponer. - Cohesión lógica de las expresiones: La redacción es compleja, aunque se presentan en párrafos diferenciados coherentes con el fin del mensaje. - Corrección de los usos terminológicos: Conocimiento del lenguaje técnico-económico y de los términos que se manejan. - Interpretación semicompleta: Carencia en parte importante de la muestra de simplificación o “traducción” de los términos. Es necesaria mayor ejercicio interpretativo. - Fluidez escrita: Continuidad expresiva en todos los contenidos, salvo ciertas excepciones debido a la naturaleza de algunos géneros como crónicas o reseñas. Cohesión lógica y correspondencia del mensaje. - Corrección gramatical: Evidencia de todos los elementos de las oraciones (sujeto, verbo, complementos del predicado) y concordancia en género y número. - Estilo periodístico: Generalmente siguiendo la estructura infra titular de entradilla, cuerpo y remate, salvo excepciones como géneros de opinión o mixtos (crónica y reseña).
Comprensibilidad	<p>El grueso de las informaciones –aproximadamente $\frac{3}{4}$ partes– están casi enteramente redactadas con lenguaje técnico-económico muy específico de las áreas financieras (banca, riesgo, bolsa de valores). Esto imposibilita la comprensión general de los contenidos.</p>
Pragmalingüística desinformativa	<ul style="list-style-type: none"> - Exagerado uso de eufemismos: para aclarar la situación de Bankia y el rescate. Entre ellos se pudieron evidenciar: “crecimiento negativo” (decrecimiento), “saneamiento” y “rescate” (inyección de fondos públicos), “jornada de decrecimiento neutral” (descenso del Ibex35). - Adjetivos disuasivos y <i>soundbytes</i>: para referirse al rescate como “imperiosa necesidad”, “evitar el <i>crash</i> económico español”, “medidas urgentes”. - Se evidencia uso de globosondas para tomar la decisión de nacionalizar el <i>holding</i>. - Falacia <i>Ad Misericordiam</i>: Se sustituyen los argumentos razonales sobre la necesidad de nacionalización parcial por el “bien común”. - Anfibología (disemia): Utilización de los <i>soundbytes</i> en los titulares, por lo que los hechos discursivos son imprecisos y de múltiple interpretación. - Pretérito exonerativo: Declaraciones en voz pasiva para alejarse de la responsabilidad (Olivas, de Rato, CNMV, portavoces políticos).
Elementos del género	<ul style="list-style-type: none"> - Géneros informativos: Noticias, entrevistas y reportajes. En su mayoría cuentan con antetítulo, título, sumario, entradilla, cuerpo y remate y en el caso de los reportajes con intertítulos y extractos. - Géneros de opinión: Casi enteramente editoriales y artículos en formato libre. - Géneros interpretativos: Inexistentes.

La tabla anterior pone de manifiesto dos circunstancias claves que pueden afectar la reinterpretación de los contenidos por parte de las audiencias:

1. El uso de lenguaje técnico-económico, en su mayoría sin interpretación, dificulta o imposibilita la comprensión, por parte de la audiencia, de las informaciones que se dieron en ambos intervalos acerca de la situación real de la entidad bancaria.
2. Tanto por la fidelidad a la fuente, en términos de transpolar idénticamente las declaraciones de personeros políticos y del *holding*, como por la propia dinámica de las informaciones y su vertiginosa aceleración, los medios se hicieron eco de diversas formulaciones pragmalingüísticas desinformativas como el uso de

eufemismos, adjetivos disuasivos, *soundbytes*, globosondas, pretéritos exonerativos, anfibología y argumentos falaces.

5. Conclusiones y discusión

Los resultados obtenidos en el presente estudio nos permiten constatar en primer orden que los medios de comunicación analizados seguían la propia agenda marcada por los acontecimientos y fuentes oficiales, siendo incapaces de prever los riesgos que suponía la salida al parqué bursátil del *holding*, aun cuando habían existido en predios estadounidenses antecedentes similares. Esta circunstancia se denota por la diferencia cuantitativa del interés material cuantitativo entre i^1 (18,18%) e i^2 (81,81%) y la evidencia de que en el primer intervalo se asumen como mayoría las informaciones de carácter político-electoral, en el marco de las elecciones generales de 2011, quedando solapadas en la *agenda setting*, otras informaciones de carácter económico.

Sobre el mismo análisis en retrospectiva a la crisis (i^1), de las 18 informaciones recogidas en el intervalo, 72,60% de los códigos emergentes reflejaban valoraciones positivas sobre la situación de Bankia, por lo que se crea discursivamente un contexto base de credibilidad, confianza y seguridad de la inversión, fungiendo los medios en cuestión como institucionalizadores intermediarios de la realidad oficial. Una vez quedaba demostrado el fracaso de la intención de la institución bancaria, acompañadas por polémicas sobre los antecedentes de su directiva y declaraciones sobre su posible “rescate”, los medios en referencia vuelven a incluirse en la pregnancia de la propia agenda, sirviendo como intermediarios no-interpretativos con casi inexistente investigación (8,08%) al divulgar las declaraciones oficiales del gobierno español y las notas de prensa de la institución bancaria y la CNMV (70,70%), con poca manifestación de pluralismo de fuentes o reinterpretaciones de profesionales del sector (7,07%).

La situación expuesta comprueba que los medios actuaron bajo el “efecto ventrílocuo” acuñado por Arráez (1998), pero más que a consecuencia de la propia naturaleza empresarial-transnacional, fue por efecto de la “fidelidad a la fuente” fundamentada en difundir, casi de idéntica forma, lo que las fuentes oficiales ponían en la palestra pública, por lo que las informaciones de los tres diarios analizados, aunque parafraseadas, presentaban la misma información de fondo.

Este resultado también puede leerse con meridiana claridad en los cambios de interrelación informativa pregnancia (P) – saliencia (S) (López-García, 2004), desdibujando los sesgos editoriales y convirtiéndose en órganos difusores de información oficial, por lo que se verifica una estandarización informativa, posiblemente producto de las propias limitaciones actuales que tienen los medios fríos frente a sus competidores audiovisuales y digitales, que en consecuencia deja a los medios de lado en la conformación de la agenda pública, para solo ser divulgadores de lo que en ella sucede.

Con respecto a la evaluación cualitativa del contenido de la muestra, queda demostrado que la comprensibilidad de las informaciones está comprometida para aquellas audiencias que no dominen competencias en materia económica, financiera y/o bancaria, pues el lenguaje y los términos empleados en la redacción de las notas, lejos de ser asumibles cognitivamente por la audiencia natural de los medios generalistas, parecieren ser información en bruto o redactada para medios especializados. Así, el discurso mediático crea realidades parciales, medianamente claras para aquellos que conozcan acerca de la temática pero inabarcables para el grueso de su audiencia, escotomizando la comprensión e institucionalización social de la realidad del *holding*, verificable en la relación coetánea (i^1) – (i^2).

Todas las circunstancias expuestas concurrieron como caldo de cultivo para la aparición de estratagemas de desinformación, volitivas o no (*misinformation*), emitidas por

las fuentes primarias sin el debido control de contrapoder de los medios como *gatekeepers*. Pragmáticas lingüísticas como eufemismos, adjetivos disuasivos, pretéritos exonerativos y argumentos falaces, no fueron debidamente filtrados y/o reinterpretados por los medios; mientras que la anfibología y los *soundbytes* eran reiterativos en la titulación de las informaciones por razones de género, espacio o inmediatez. Esta situación trae a colación las conclusiones a las que Otte (2010) llegaba al referir que la crisis bancaria y económica mundial, lejos de ser una situación financiera era una crisis de la no-información.

Para evitar este fenómeno es menester comprender que cada medio debe asumir su rol específico en el ecosistema comunicacional, por lo que si bien las redes sociales, los medios digitales, e incluso los audiovisuales, por sus propias características de producción, prosumo y circulación son más tendientes a exponer la actualidad con inmediatez, el papel de la prensa debe enfocarse en profundizar las informaciones, a la vez de generar discusión desde distintas ópticas y líneas de pensamiento, en donde el contraste informativo, la reinterpretación y el debate juega un papel determinante en el discurso y en consecuencia, en la creación de la realidad social sobre los acontecimientos pasados y futuros.

Referencias

- Aguaded, I., Romero-Rodríguez, L. (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. *Education in the Knowledge Society* 16(1), 44-57. (DOI: <http://doi.org/3nq>)
- Aaker, D. (2011). *Estrategia de la cartera de marcas*. Barcelona: Planeta.
- Akhavan-Majid, R., Ramaprasad, J. (1998). Framing and Ideology: A Comparative Analysis of U.S. and Chinese Newspaper Coverage of the Fourth United Nations Conference on Women and the NGO Forum. *Mass Communication and Society* 1(3-4). 131-152. (DOI: <http://doi.org/b49tdx>)
- Arráez, R., (1998). La comunicación para el desarrollo. Su aplicación para el medio radio. *Revista Latina de Comunicación Social* 9(1).
- Banco de España. (2006). "El precio de la vivienda en España: ¿es robusta la evidencia de sobrevaloración?". Retrieved from: <http://goo.gl/At56tP> (14-04-2014).
- Choi, J. (2009). Diversity in Foreign News in US Newspapers Before and After the Invasion of Iraq. *International Communication Gazette* 71(6), 525-542. (DOI: <http://doi.org/fsvnxd>)
- Chomsky, N., Herman, E., (1990). *Los guardianes de la libertad*. (C. Castells, Trad.). Barcelona: Grijalbo.
- Cohen, B.C. (1973). *The Manufacture of News: A Reader*. Beverly Hills: Sage.
- De Barrón, I. (2012). Rato dimite como presidente de Bankia. *El País*. Retrieved from: <http://goo.gl/zaDLev> (14-06-2012).
- Deignana, B., Harvey, E. & Hoffman-Goetz, L. (2013). Fright factors about wind turbines and health in Ontario newspapers before and after the Green Energy Act. *Health, Risk & Society*, 15(3), 234-250. (DOI: <http://doi.org/7xv>)
- Fishman, M. (1980). *Manufacturing the news*. Austin: University of Texas Press.

- Galdón, G. (2006). *Desinformación: Métodos, aspectos y soluciones*. Pamplona: Eunsa.
- Gieber, W. (1964). News is what newspapermen make it. In L.A. Dexter, D. Manning, *White, People, Society and Mass Communications* (pp. 173-178). New York: Free Press.
- Hallin, D.C., & Mancini, P. (2004). *Modelli di giornalismo: Mass media e politica nelle democrazie occidentali*. Roma: Laterza.
- Instituto Nacional de Estadística (2007). Índice de precios de vivienda. Retrieved from: <http://goo.gl/xOFHht> (16-10-2014).
- Lippman, W. (1922). *Public Opinion*. New York: McMillan.
- López-García, Á. (2004). La desinformación en la aldea global como forma de conocimiento. *Ágora Revista de Ciencias Sociales* 10, 19-30.
- Mas de Xáxas, X. (2005). *Mentiras: Viaje de un periodista a la desinformación*. Barcelona: Destino.
- Ortega, F. (2006). El Modelo de la No-Información. In F. Ortega et al., *Periodismo sin Información* (pp. 15-50). Madrid: Tecnos.
- Otte, M. (2010). *El crash de la información*. Madrid: Ariel.
- Robles, J.F. (2010). ¿Qué es un Sistema Institucional de Protección o Fusión Fría? Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancarias. Retrieved from: <http://goo.gl/ry6QHH> (22-05-2012).
- Rodrigo-Alsina, M. (1995). *Los modelos de comunicación*. Madrid: Tecnos.
- Romero-Rodríguez, L. (2012). *Aplicabilidad de técnicas de desinformación en la Gestión Comunicacional de la Crisis. Estudio de caso BFA-Bankia*. Trabajo Fin de Máster. Almería: Repositorio Biblioteca Nicolás Salmerón Acosta-UAL.
- (2014). *Pragmática de la desinformación: Estratagemas e incidencia de la calidad informativa de los medios*. Tesis Doctoral. Huelva: Repositorio Biblioteca Universidad de Huelva.
- Saini, M., Shlonsky, A. (2012). *Systematic synthesis of qualitative research*. New York: Oxford University Press.
- Searle, J. (1997). *La construcción de la realidad social*. Barcelona: Paidós.
- Schudson, M. (1989). The sociology of news production. *Media, Culture & Society* 11, 263-282. (DOI: <http://doi.org/dr4n74>)
- Thom, R (1992). *Pouvoirs de la forme*. Aarhus: Aarhus University.
- Van Dijk, T. (1997). Discurso, Cognición y Sociedad. *Signos* 22, 66-74.
- Van Dijk, T. (1997). (2006) Discurso y Manipulación: discusión teórica y algunas aplicaciones. *Signos* 39(60), 49-74.
- Watzlawick, P. (1979). *¿Es real la realidad? Confusión, Desinformación, Comunicación*. Barcelona: Herder.
- Weber, M. (2009). *La "objetividad" del conocimiento en la ciencia social y en la política social*. Madrid: Alianza.