

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

UNIVERSIDAD DE SEVILLA



ESTUDIO DEL TRATAMIENTO DE LAS CLÁUSULAS SUELO EN EL PAÍS Y CINCO DÍAS

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Tutora: Dra. Maritza Sobrados León

Departamento de Periodismo II

Facultad de Comunicación

Autora: Paula Torres Gavilán

2017

«Vaya un artículo profundo; hojeo el Say y el Smith; de economía política será.

-Grande artículo, me dice el editor, pero, amigo Fígaro, no vuelva usted a hacer otro. -¿Por qué?

-Porque esto es matarme el periódico. ¿Quién quiere usted que lo lea, si no es jocosos, ni mordaz, ni superficial?.

Larra, Ya soy redactor

ÍNDICE

1. RESUMEN	3
2. PALABRAS CLAVE	4
3. INTRODUCCIÓN	5
4. OBJETIVOS	7
5. METODOLOGÍA	7
6. MARCO TEÓRICO	10
6.1 Periodismo económico	10
6.1.1 Definición	10
6.1.2 Evolución del periodismo económico.....	11
6. 1.2.1 Periodismo económico en España	12
6.2 Divulgación en el periodismo económico	13
6.2.1 Dificultades en la redacción	13
6.2.2 El lenguaje económico	17
6.3. La economía en los medios analizados	20
6.3.1 El País	20
6.3.2 Cinco Días	21
6.4. Desinterés social economía y sociedad	22
6.5. Cláusulas suelo	24
6.5.1 Historia	24
7. ANÁLISIS Y RESULTADOS	27
7.1 Análisis formal	27
7.2 Análisis de contenido.....	30
8. CONCLUSIONES	36
9. BIBLIOGRAFÍA	38
10. ANEXO	41
10.1 Anexo 1.....	41
10.2 Anexo 2.....	42

1. RESUMEN

En los últimos años, la sociedad no ha parado de verse envuelta en polémicos casos de fraude que tienen como eje central la economía. Uno de los más sonados ha sido el de las cláusulas suelo, el cual fue declarado ilegal por falta de transparencia. A pesar de ser un hecho que comenzó a darse a finales de la década de los noventa, no ha sido hasta el 2016 cuando ha comenzado a tener más repercusión en los medios de comunicación, desde este punto de vista nos preguntamos ¿contribuye el periodismo a que la sociedad esté bien informada de los acontecimientos económicos? ¿Brinda la prensa una función de utilidad para la sociedad o se limita a complacer a las propias empresas que la financian? En este sentido, este estudio se centra en la realización de un análisis comparativo de las noticias publicadas sobre cláusulas suelo en el periódico especializado Cinco Días y el generalista El País, en un periodo de 20 días. El objetivo es conocer si ambos medios contribuyen a la cultura económica de la sociedad con la cobertura de las cláusulas suelo. Se concluye que el tratamiento que los medios analizados han dado al tema no ha sido relevante debido a la falta de emisiones en cada uno de los periódicos relacionados con el tema, así como el enfoque incompleto de cada noticia y su contenido.

Abstract

In recent years, society has not stopped being involved in controversial cases of fraud that have as central axis the economy. One of the most sound has been that of the floor clauses, which was declared illegal for lack of transparency. Despite being a fact that began to occur in the late 1990s, it has not been until 2016 when it has begun to have more impact on the media, from this point of view we wonder if journalism contributes to That the society is well informed of the economic events ?. In this sense, this study focuses on the performance of a comparative analysis of the news published on soil clauses in the specialized newspaper Cinco Días and the generalist El País, in a period of 20 days. The objective is to know if both media contribute to the economic culture of society with the coverage of soil clauses. It is concluded that the treatment that the analyzed media have given to the subject has not been relevant due to the lack of emissions in each of the newspapers related to the subject, as well as the approach of each publication and the content.

2. PALABRAS CLAVE

Periodismo económico, cultura económica, cláusulas suelo, lenguaje económico, divulgación

Key words

Economic journalism, soil clauses, economic language, disclosure

3. INTRODUCCIÓN

La economía es una materia diluida dentro de la sociedad, de manera que se postula como una de las disciplinas principales para conocer el desarrollo más básico de la vida en sociedad. Sin embargo, y a pesar de ser conscientes del gran peso que tiene esta ciencia en nuestro día a día, sigue siendo una gran desconocida. Es aquí donde emerge uno de los mayores restos del proceso comunicativo de esta materia: la competencia periodística necesaria para saber tratar aquella información verdaderamente relevante y saber adecuarla a los intereses y al nivel del público al que va dirigida.

El periodismo económico, a diferencia del resto de las ramas de periodismo, ha sido calificado como una disciplina técnica colmada de vocablos difíciles de entender. Por su parte, la materia troncal de esta especialización periodística, la economía, se ha visto envuelta en complicados casos de difícil comprensión para la población.

Actualmente, la sociedad ha sido víctima de uno de los casos de fraude más sonados en los últimos años: las cláusulas suelo. Con una cifra de afectados que ronda los más de 10 millones de personas, el Tribunal de Justicia dictaminó, en su última resolución publicada el 21 de diciembre del pasado año, que la principal causa de este fraude ha venido dada por una falta de transparencia, condición esencial establecida por la Orden Ministerial (OM) el 5 de mayo de 1994. Y aunque aparentemente, este caso parezca reciente, este año cumple ya 20 años.

Fue en 1997 cuando el término cláusula suelo fue usado por primera vez para designar a uno de los intereses adheridos a los contratos hipotecarios. Viviendo en un contexto de burbuja inmobiliaria, la bonanza y despreocupación social económica hicieron posible que las entidades supieran ver más allá, por lo que aprovechando este desconocimiento social, comenzaron a acordar con sus clientes hipotecas compuestas por diferentes intereses, entre los que se encuentra la cláusula suelo, que garantizaran un ingreso fijo al banco por parte de los arrendados.

En 2010 se registró la primera reclamación de esta cláusula, alegando que se trataba de un

interés ilegal acordado a través de una falta de claridad por parte de la entidad emisora.

2013 fue el año en el que el Tribunal Supremo declaró la nulidad y retroactividad de las cláusulas suelo a ser consideradas como abusivas, pero no fue hasta 2016 cuando esta retroactividad total se dictó por parte del Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

A pesar de que este caso cuente ya con la mayoría de edad, su discernimiento dentro de la sociedad es escaso. Ante este problema nos planteamos la siguiente pregunta, ¿está relacionado el periodismo económico con la falta de conocimiento de la materia?. En este sentido hemos decidido examinar y analizar la cobertura informativa sobre el caso con el fin de determinar, a través de los resultados extraídos del análisis, si el periodismo económico contribuye o no a la cultura económica en España. Se trabajará con los periódicos Cinco Días y El País en diferentes etapas: 09 de mayo de 2013-19 de mayo de 2013, 21 de diciembre de 2016-31 de diciembre de 2016. La investigación abarca un análisis de contenido. Se recogerán las noticias publicadas en cada etapa, y a raíz de la cantidad de noticias publicadas se determinará el interés que presenta cada medio por el caso. En segundo lugar, se procederá al estudio de cada noticia, examinando para ello tanto los aspectos formales como las cuestiones de fondo. En este sentido, elaboramos un cuadro categorizado, donde a cada categoría se le asignará un código de valor determinado. Una vez recogidos los resultados, serán expuestos en gráficos, separados por el tipo de medio, seguido de una comparación entre el tratamiento que cada medio ha ofrecido al caso.

Para concluir, se ratificaremos si cada medio posee el nivel de divulgación estimado para el perfil de su público.

4. OBJETIVOS

- I. Determinar las razones por las que el periodismo económico contribuye o no a la cultura económica en la sociedad.
- II. Analizar la información económica a través del caso de las cláusulas suelo. Éste se realizará mediante un estudio comparativo entre el diario El País y Cinco Días.
- III. Precisar si cada medio posee el grado de divulgación estimado según el perfil de su lector.

5. METODOLOGÍA

Al comenzar la investigación seleccionamos dos etapas de estudio las cuales comprenden años distintos. La primera etapa, desde el 09 de mayo de 2013 al 19 de mayo de 2013. En esta primera etapa se efectuó la primera sentencia del Tribunal Supremo catalogando las cláusulas suelo como ilegales. La segunda etapa abarca desde el 21 de diciembre de 2016 a 31 de diciembre de 2016. En este segundo periodo, el caso tuvo una mayor repercusión dentro de la sociedad, al mismo tiempo que se publicó la resolución definitiva del caso.

En total han sido veinte días analizados que sumaron un total de 33 relatos periodísticos. No incluimos los géneros de opinión ya que, según León Gross, mencionado por Moreno Espinosa (2001), se trata de un género de carácter persuasivo, es decir que intenta posicionar a la gente en la misma línea que defiende el artículo. Según Moreno Espinosa “el artículo se escribe con la intención de crear opinión en el público [...], es el periodista el que interpreta los acontecimientos expresando su punto de vista, y puede incluso solicitar un comportamiento concreto por parte del público”. De esta manera, nos centramos solo en aquellas noticias con fines informativos, explicativos y descriptivos.

El proceso de búsqueda lo efectuamos a través de la hemeroteca MyNews. En el buscador introducimos el término ‘cláusulas suelo’ y a raíz de los resultados seleccionamos aquellas noticias que incluían las palabras claves en todo el cuerpo del artículo. En esta investigación trabajamos con noticias publicadas dentro de la sección de economía.

Para comenzar, realizamos un análisis de contenido. Según García Ortega, el análisis de contenido es un análisis que se caracteriza por ser sistemático, objetivo y replicable, del mismo modo que afirma que éste se trata de un análisis con el que es posible abarcar un amplio volumen de información.

López Noguero (2002:167-179) detalla que “con esta técnica no es el estilo del texto lo que se pretende analizar, sino las ideas expresadas en él, siendo el significado de las palabras, temas o frases lo que intenta cuantificarse”. Siendo citado Bardin (1986:7) por López Noguero, se afirma que el análisis de contenido es un conjunto de “instrumentos metodológicos”, que se aplican a lo que Bardin denomina como “discursos” extremadamente diversificados, prosiguiendo con “el factor común de estas técnicas múltiples y multiplicadas es una hermenéutica controlada, basada en la deducción: la inferencia”.

El análisis de contenido nos permite examinar el contenido de los medios de comunicación a través de la deducción de sus resultados.

Dentro de este proceso de análisis seguimos las siguientes fases:

1. Determinación del objeto de estudio: Las informaciones sobre las cláusulas suelo en el El País y Cinco Días.
2. Selección de la muestra (ya indicada y justificada en el primer párrafo de la metodología).
3. La categorización. El sentido de esta fase reside en la elaboración de una serie de categorías o variables que hará posibles la producción del análisis. De esta manera, las categorías seleccionadas actuaron a modo de filtro a la hora de realizar el estudio (García Ortega, 2010).

Dentro del análisis de contenido, se pueden encontrar dos tipos de categorías: formal y de contenido. La categoría formal hace referencia a los aspectos “externos de las unidades de análisis”, mientras que la categoría de contenido se centra más en un “contenido de fondo”.

A la hora de realizar nuestro análisis formal observamos en primer lugar, el interés mostrado por cada medio en relación con las noticias publicadas. Seguido de esto, analizamos: el espacio ocupado por la noticia, precisando si se le dedica una cara, más o menos; si la noticia posee elementos gráficos que faciliten la comprensión de esta; y por último el uso de color, tratando la información de una manera más atractiva y llamativa. A las variables anteriores les atribuimos un código de valores, de este modo elaboramos el siguiente libro de códigos:

Espacio	Elementos gráficos	Uso de color
1. Menos de una cara	1. Sí	1. Sí
2. Una cara	2. No	2. No
3. Más de una cara		

Una vez realizado el análisis formal, con el análisis de contenido trabajamos las cuestiones internas de las noticias. De este modo decidimos elaborar el análisis a raíz de las siguientes variables: lenguaje, comprobar si la redacción del texto posee vocablos que imposibiliten la comprensión de la unidad textual; grado de dificultad, determinar el grado de complejidad del texto; temática, agrupar las noticias según su tema central; grado de divulgación, la capacidad del periodista a la hora de redactar una noticia accesible para la mayor cantidad de público; utilidad de la información, si los datos aportados resultan de interés social. Al igual que en análisis formal, atribuimos unos códigos y para una mayor comprensión elaboramos este cuadro en el que aparecen las categorías:

Lenguaje	Grado de dificultad	Temática	Grado de divulgación	Utilidad de la información
1. Anglicismos	1. Bajo	1. Uso político	1. Alto	1. Alta
2. Tecnicismos	2. Medio	2. Resolución Judicial	2. Medio	2. Media
3. Préstamos	3. Alto	3. Servicio	3. Bajo	3. Baja
4. Profusión		4. Entidades bancarias		
5. No tiene		4. Otras		

Una vez elaborados los códigos, se puso en marcha la codificación, es decir la aplicación de los valores anteriores a la muestra previamente seleccionada.

A partir de los resultados obtenidos llegaremos a determinar si, tanto la cobertura como el tratamiento, destinado a las cláusulas suelo en cada periódico coopera con la construcción de una cultura económica. Por consiguiente, también se determinará si cada medio posee el nivel de divulgación que se le asocia.

6. MARCO TEÓRICO

6.1 Periodismo económico

6.1.1 Definición del término

La palabra economía, según el Diccionario etimológico de Economía, ancla sus orígenes en Grecia derivando de la locución “oikos”, el cual alude al patrimonio, a los bienes, y “nemó”, administrador de la casa. De esta manera, en la antigua cultura griega se formó la palabra “okomos”, que designa la administración de la casa, lo que años más tarde se transformará en lo que hoy en día se conoce como “economía”.

Según la Real Academia Española, economía es la ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, al mismo tiempo que adjunta otra definición que a efectos de esta investigación se relaciona directamente con el objeto de estudio: conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo.

En el periodismo, la economía se valora como una disciplina dentro del periodismo especializado.

Según Andrés Romero, profesor de la Universidad Complutense de Madrid, mencionado por Luis María Mirón López (1998: 71-72), acuña otra definición sobre el término. El periodismo económico “ha de entenderse por información económica toda noticia, opinión, documentación y bibliografía específicos, surgidos -producidos- periodísticamente en el triángulo formado por el capital, el trabajo y las actividades empresariales capaces de crear calidad de vida y bienestar social.”

En función de la tesis principal de la investigación, nos centraremos en la definición de Ángel Arrese y Alfonso Vara (2016: 49) sobre el periodismo económico:

Un periodismo que sigue esencialmente la agenda de los negocios y de los mercados, ignorando otros intereses; que lleve a cabo una cobertura estrechamente definida en su contenido por la necesidad de centrarse en la información sensible para los mercados, y que es la práctica excluye más que incluya las necesidades e intereses del público en general.

6.1.2 Evolución del periodismo económico

La economía siempre ha sido una rama esencial del periodismo. Este periodismo económico dio sus primeros pasos con las denominadas ‘Price-Current’, hojas sueltas publicadas en ciudades portuarias encargadas de desarrollar los datos y variaciones de los precios mercantiles.

Con la llegada del siglo XVIII, Europa se vio impregnada de una disposición hacia el hecho de conocer la realidad que rodeaba a la sociedad. Este deseo fue paralelo a la aparición de la figura del hombre burgués. Estas condiciones fueron esenciales para que, de manera sistemática, comenzarán a surgir los primeros semanarios de avisos, en los que a la ‘publicidad económica’ pasó a ser un vestigio directo de la historia. Ante este afán de la sociedad, la información comenzó a tener un gran poder, llegando a ser denominado como el cuarto poder, y ha ser un instrumento indispensable para la construcción de grandes imperios.

El Siglo XIX fue considerado el siglo de oro para la prensa económica. Las batallas napoleónicas fueron las responsables del desplazamiento de la actividad financiera desde Ámsterdam hasta Londres, haciendo de la capital inglesa la cuna del nacimiento de grandes publicaciones, que hoy en día siguen considerándose como la base del periodismo económico.

Este siglo finalizó con la Gran Depresión y su consecuente crisis industrial. En este contexto, el periodismo económico en vez de mermar, creció, emergiendo un sinfín de medios impresos especializados en distintos campos de la economía como las finanzas o la bolsa.

En Estado Unidos surgió The Wall Street Journal, teniendo como objetivo principal informar sobre los movimientos bursátiles, al mismo tiempo que también aparecen las grandes agencias informativas.

El ‘otro hito’ del periodismo económico The Washington Post, aflora en el siglo XX, mismo siglo en que la economía se vio golpeada por el Crash del 29. Este acontecimiento hizo que el periodismo económico tomará un cariz distinto, diera un giro de 360º comenzando a ser una materia que ofreciera una historia de los hechos mucho más ‘interpretativa’ y ‘analítica’.

6.1.2.1 Periodismo económico en España

Sevilla, en el siglo XVI, se convirtió en el punto neurálgico de España, siendo el puerto de la capital andaluza el principal enlace con América. Este hecho favoreció, según Coca y Diezhandino, mencionados por Rosa del Río (2008: 17) una profusión de “hojas económicas en forma de avisos, relaciones, hojas de volantes, cartas, hojas de noticias, manuscritas primero e impresas después”.

No obstante, fue el siglo XVIII el encargado de traer a España los primeros indicios del periodismo económico. El primer periódico económico publicado en España fue *Discursos Mercuriales, Económicos-Políticos* (1772), creación de J. Enrique de Graef, cuyo objetivo era producir un periódico parecido al *Journal Économique*. Con apenas un año de diferencia, surgió otro diario: *Diario Noticioso, Curioso-Erudito, Comercial, Público y Económico*. Este medio fue considerado como la primera publicación con contenidos esencialmente españoles.

Al igual que en el resto de Europa y América, el siglo XIX trajo consigo publicaciones que ha día de hoy se han convertido en pilares fundamentales y de referencia como el primer periódico editado en España, *Diario Mercantil y Económico de Cataluña*. También nacieron revistas especializadas como *El Economista* o la *Revista Económica y Financiera*.

En el siglo XX, el franquismo produjo una sucesión de controversias en relación con la prensa económica y la información en general. La prensa coexistió con las diversas restricciones por parte del franquismo y la constante demanda por parte de la sociedad. Esta situación se vio solventada con la llega de la transición y su consecuente democracia, gracias a la cual la prensa económica volvió a despegar.

6.2. Divulgación en el periodismo económico

La divulgación periodística tiene como fin principal la transmisión del mensaje esencial de una noticia a un público. Esta comunicación se hace posible a través de la simplificación y explicación del lenguaje. Hablar de divulgación económica es hablar de complejidad. Siendo la disciplina económica una de las materias más complejas dentro del periodismo, el grado de divulgación también presenta grandes dificultades a las que el periodista se tiene que enfrentar para conseguir una información elaborada y que sepa captar la atención del público.

6.2.1 El lenguaje económico

Alfredo Rodríguez-Berzosa, citado por Luis María Mirón López (1998: 225), expresa que los medios de comunicación escritos han sido y siguen siendo el soporte principal de la información económica. Siguiendo esta línea, en los años 80, la economía comienza a postularse como materia indispensable de la sociedad y en la prensa de calidad, haciendo posible de esta manera, en palabras de Arrese (2006: 42-49), que la especialización “alcanzará una mayor autonomía y unas extensas y complejas secciones”.

Hoy en día, los cambios vividos por el periodismo económico y los polémicos casos que la han acompañado, han desembocado en una consecuente exigencia periodística por parte de los lectores haciendo alusión a la competencia necesaria con la que deben contar, tanto los medios como los periodistas a la hora de trabajar con la complejidad que exige el periodismo económico.

El término noticia viene definido por la Real Academia Española como aquella información considerada como interesante para la actividad de la divulgación. Siendo definido por la RAE, el término divulgación se entiende como la acción de poner algo al alcance del público. Sobrados León (2013: 73) ratifica que el propio periodismo económico debe valerse de una buena divulgación para alejarse de la complejidad y centrarse en el lenguaje sencillo, al mismo tiempo que expresa que el periodismo económico debe alejarse “de las rutinas estandarizadas de trabajo del periodismo generalista y deje de convertir el lenguaje de la fuente en el lenguaje del mensaje periodístico”. En otras palabras, evitar que el testimonio de una fuente se convierta en el mensaje de la noticia sin pasar antes por un proceso de

divulgación. Sobrados León (2013: 74) enuncia que si hablamos de divulgación como acto de comunicación será esencial mantener una adecuada interacción entre el emisor y el receptor.

A la hora de poner en marcha la divulgación dentro del lenguaje económico se debe tener en cuenta una serie de pautas. En primer lugar, la claridad y sencillez a la hora de elaborar el mensaje. Sobrados León (2013: 76) expresa “hacer un texto más sencillo significa eliminar su complejidad utilizando una serie de recursos como la inserción de gráficos, cuadros o la sustitución de algunos términos por otros más sencillos”, Si una información viene acompañada de un elemento gráfico estará trabajando en la consolidación de la información en el lector. César Coca y M^a Pilar Diezhandino (1991: 130) sostienen el hecho de que:

Dejando a un lado a los teóricos, los libros de estilo de los diferentes medios apuntan siempre a la necesidad de escribir con claridad y en forma breve, sin perder de vista la corrección de la forma usada para narrar los acontecimientos o exponer las ideas.

Para Manuel De Ramón Carrión (2013: 91), “existen una serie de exigencias de sencillez, claridad y concisión, cuyo objetivo principal es que no decaiga el interés del lector”.

Muchos autores han mencionado el oscurantismo presente en el lenguaje económico. Según la RAE, el término oscurantismo se entiende como la oposición a la difusión de la cultura. Aplicado a la economía, se hace referencia a la compleja escritura que se expone en las informaciones. César Coca y Pilar Diezhandino (1991:31) ratificaron esta proposición señalando que la información económica está escrita para los entendidos, formando así un círculo restringido para los demás lectores, finalizan afirmando que “no es que ésta (economía) trate asuntos sumamente complejos, sino simplemente que utiliza un lenguaje deliberadamente oscuro”. Manuel de Ramón Carrión (2003: 91) expresa que:

Frente al lenguaje técnico y oscurantista que normalmente caracteriza a la información económica, el mejor remedio es la explicación. Hay que explicar y explicar, y a continuación, hay que seguir explicando. Cuando hay un lector le colocamos términos como split, stagflation o golden share, todo seguido y sin decirle lo que son, podemos temernos que tendremos un lector menos. Casi con toda seguridad, es un lector que no llegará al final de la información porque no estará entendiendo el significado global de la noticia.

El lenguaje económico está repleto de tecnicismos que requieren de una precisa explicación

para que el sentido general del mensaje tenga valor. Manuel de Ramón Carrión (2003: 92) señala que existen dos formas básicas para explicar “los términos técnicos”. Distingue entre una descripción directa, de modo que los tecnicismos irán acompañados por un breve paréntesis o coma que incluya la explicación, y un modo indirecto, el cual consiste en “aludir unas líneas más abajo al término empleado”.

A parte de los tecnicismos económicos también podemos discernir entre otros elementos que dificultan la lectura, son: barbarismos¹, eufemismos², préstamos³ y anglicismos⁴.

César Coca y M^a Pilar Diezhandino (1991: 142) subrayan que el lenguaje económico necesita de una “notable depuración”, haciendo alusión a los barbarismos y los tecnicismos. El mensaje debe presentarse con coherencia. A diferencia de una información con menos complejidad, la información económica no sólo puede valerse de la objetividad, sino que también debe estar expuesta a interpretaciones o explicaciones argumentadas por parte del autor. A través de estas explicaciones se facilita el entendimiento del mensaje, llegando a un público más amplio y por consiguiente ejerciendo una buena labor divulgativa. Las propias interpretaciones se deben hacer siempre a través de unos argumentos consistentes, ya que se puede dar el caso de lanzar conclusiones que no sean verdaderamente ciertas y confundir al público.

A la hora de publicar una información concreta dentro de una noticia se debe tener en cuenta si se trata de una información de interés para el público. Las noticias son intrínsecas a la selección. En función de la selección general, la información económica se rige por dos principios fundamentales: la novedad y la actualidad. Rosa del Río (2016: 141), afirma que, dentro de un medio de comunicación, el éxito es indispensable de la información “bien hecha, bien elegida, bien contrastada y, sobre todo, novedosa”. A su vez, prosigue añadiendo que cuanto más capacidad de extensión, investigación y contrastación pueda tener una noticia, más “enriquecida” será, por lo que reitera que si un medio es capaz de conseguir las pautas anteriores, éste se hará con las mejores noticias del mercado por lo que sostiene que “cada

¹ Todas las explicaciones de los términos han sido sacadas del diccionario de la Real Academia Española.

Barbarismo m. Empleo de vocablos o giros ingleses en distintos idiomas.

² **Eufemismo** m. Manifestación suave o decorosa de ideas cuya recta y franca expresión sería dura o malsonante.

³ **Préstamo** m. Ling. Elemento, generalmente léxico, que una lengua toma de otra.

⁴ **Anglicismo** m. Empleo de vocablos o giros ingleses en distintos idiomas.

medio debe conocer bien el perfil de su público si quiere satisfacer sus necesidades informativas con eficacia”. En cuanto a la selección de la información, para Rosa del Río (2008: 47-48) “los resultados económicos de las empresas y entidades financieras siempre serán noticias económicas prioritarias”, también considera que “las alianzas estratégicas, empresariales o comerciales también son noticias de interés porque afectan a la estructura, dimensión y negocio de las empresas”, por último añade que “la obra social y la obra cultural son fuentes de noticias si de dotaciones económicas, inversión, objetivos, realizaciones, exposiciones y eventos culturales y sociales de interés común trata la información”. Mientras que, determina que no será considerado noticia aquellas informaciones que “sin interés alguno, se vierten para estimular la vanidad, la autoestima o la egolatría de personas o instituciones” argumentando que “hay vehículos de comunicación más adecuados para difundirlas que los medios de comunicación”. Prosigue añadiendo que tampoco deben ser consideradas noticias aquella “información institucional” que oculta tras ella “propaganda de imagen o producto”.

La exactitud de los datos también está considerada como una de las claves más importantes dentro de la divulgación económica. En este sentido, Sobrados León (2013: 79) añade que “una de las dificultades añadidas a la divulgación de la economía es que el dato debe aparecer de forma exacta, no vale el redondeo o la aproximación”. Sobrados León (2013) cita a Rosa del Río (2004: 32), afirmando que el periodismo económico “es la única especialidad informativa que permite sistemáticamente titular con el dato exacto” ya que ese dato se trata de “la noticia en sí”. Arrese (2006) aboga por el rigor a la hora de trabajar en con el periodismo económico, exigiendo entre otras cosas, la máxima exactitud en el empleo de a la los datos necesarios para la elaboración de informaciones. Manuel de Ramón Carrión (2003: 92) habla sobre las cifras, añadiendo que:

En cuanto a las cifras, habría que decir que, al igual que el exceso de tecnicismos, la abundancia de números también marea al lector, porque hace más árido el texto y termina por convertirlo en un bosque de dígitos. En una información periodística, siempre será preferible dar menos cifras, pero bien explicadas.

Para un público generalista la información económica es indispensable de la divulgación, pero para un público especializado existe un amplio abanico de opciones con el que tratar la

materia. En referente a esto, Maritza Sobrados (2013: 80) recuerda que:

Finalmente, necesario destacar que la información económica no se debe limitar a desarrollar un periodismo informativo, la economía es un campo amplio y propicio para desarrollar la investigación, el análisis y la denuncia hechos con rigor, exactitud y veracidad.

6.2.2 Dificultades dentro de la comunicación

Según Howard Davis, citado por Maritza Sobrados (2016), en su trabajo *The Financial Crisis. Who Is To Blame?* (2014) afirma que una de las principales consecuencias de la crisis económica viene dada por la falta de responsabilidad desde los medios. Conforme a las palabras de Howard Davis existen una serie de razones que tratar de argumentar esta falta de responsabilidad por parte de los medios: la influencia de los estados hacia los propios periodistas, al mismo tiempo que la ejercida por las relaciones públicas financieras sobre los medios; la reducción de los recursos redaccionales de los medios; la falta de formación por parte de los periodistas hacia una extrema complejidad; y por último, la influencia de los anunciantes.

Según Ignacio Ramonet (2011: 1) el nacimiento del periodismo vino dotado de tres esferas principales que conformaban lo que era la actividad en el momento. Estas tres esferas eran la cultura, la comunicación y la información. Ramonet, declara que, en estos últimos años, la sociedad ha asistido a un proceso por el cual la comunicación ha tendido a absorber a la cultura y a la información siendo traducido este fenómeno como una comunicación dirigida esencialmente a grandes rasgos, es decir una comunicación de masas.

En palabras de Fernando J. Ruiz (2014) declara que para que una sociedad pueda funcionar, la sociedad debe contar con un sector destinado al conocimiento, experiencias y valores compartidos. En consecuencia de esta afirmación, Otfried Jarren (2008), ratificó que los medios de comunicación debían catalogarse como unas "instituciones irrenunciables" que actuarán como "operadores" de comunicación apoyándose en una confianza referida a la credibilidad y neutralidad.

Sin embargo, el periodismo, a grandes rasgos siempre se ha visto influenciado por otras empresas mayores. Particularmente, dentro del periodismo económico las grandes empresas

de comunicación ejercen un poder comunicativo que, en ocasiones, se vuelve en contra de ellos mismos. De esta manera, según Manuel Conthe en *Periodismo económico: viejos y nuevos desafíos* (2010: 113), la ‘industria comunicativa presenta algunas características que hace que sea una industria singular’.

Conthe atribuye al periodismo algunas pautas, que en su juicio, desfavorece a la actividad comunicativa. En primer lugar habla de la asimetría informativa:

El consumidor, cuando consume el producto, a priori, no sabe la calidad que tiene ese producto que está consumiendo. No sabe si le están engañando o lo que lee es cierto. [...] Realmente, el lector de periódico no ve la realidad, sino que ve las sombras que a través de los medios de comunicación, con mayor o menor fiabilidad, se le transmiten. Y ahí está ese gran problema básico. [...] Cuando la calidad no se conoce con absoluta certeza, puede haber periodistas o puede haber productores que sobrevivan y que estén dando gato por liebre.

Continuando con la asimetría informativa, Carlos Monasterio Escudero (63-78), atestigua que “el problema no es tanto la carencia de información completa sobre el producto, sino el hecho de que dicha información está asimétricamente distribuida entre los participantes”. Para ello emplea el término ‘conflicto de intereses’, es decir cuando el participante que tiene el poder y actúa en consecuencia a sus beneficios ofreciendo la información más sensacionalista y ocultando la información práctica y eficaz. Monasterio Escudero amplía su interpretación argumentando que “el conflicto de interés puede surgir aquí porque la rentabilidad y comisiones percibidos por la entidad financiera pueden ser mayores en activos”.

Por otro lado, y retomando a Conthe, otra de las pautas hace alusión a la ‘carrera’ por sacar una noticia antes de que la saque otro medio, obteniendo así una información a medio camino de considerarse como tal, y dejando a su paso datos que imposibilitan una exactitud adecuada. Monasterio Escudero ratifica esta idea señalando que la complejidad y globalización financiera suponen ‘mayores obstáculos’ a la hora de disponer de una información completa y relevante.

En función de la tercera característica enunciada por Manuel Conthe, Ángel Arrese y Alfonso Vara (51-52) que:

Como han señalado Grünberg y Pallas (2013), se produce una “mediación recursiva”, por la que la

producción de noticias es “continuamente reconstruida en interacciones altamente formalizadas entre los actores interesados en la actualidad” (229). El resultado de esa reflexividad, como pone de manifiesto Manning (2012) al analizar la cobertura de la crisis bancaria en Gran Bretaña, es la dificultad de los periodistas especializados para desarrollar perspectivas informativas holísticas y críticas.

De esta manera, el avance de la economía y su consecuente rapidez a la hora de la realización de las noticias puede verse directamente relacionado a la falta de actitudes críticas por parte de los periodistas especializados. Ignacio Ramonet (2011: 6) trata la exigencia de la rapidez afirmando que:

La instantaneidad se ha convertido en el ritmo normal de la información. Un periodista ya no debería llamarse periodista hoy en día. Debería llamarse instantaneísta. Pero todavía no sabemos analizar al instante. Por tanto, no hay análisis, ya que no hay distancia. Al final, el periodista tiene cada vez mayor tendencia a convertirse en un simple vehículo. Es el canal que enlaza el suceso y su difusión. No tiene tiempo de filtrar, ni de comparar, porque si pierde mucho tiempo haciéndolo sus colegas le ganarían la partida. Y por supuesto, alguien se lo reprocharía. Estamos en un sistema que poco a poco considera que hay valores importantes (instantaneidad, masificación) y valores menos importantes, es decir menos rentables (los criterios de la verdad).

Por último, tanto Conthe como Monasterio Escudero aplican la economía al propio periodismo. Conthe afirma que “la industria del periodismo es una industria típica donde hay economía de escala. Una vez elaborada una información, cuantos más te la lean más barata te sale por unidad producida”, mientras que Monasterio Escudero añade “el problema viene dado porque el conocimiento completo del producto obliga a incurrir en gastos cuantiosos”. Ambos manejan la idea de que al ser el periodismo económico una especialización compleja dirigida a un público culto y reducido, la industria periodística se centra en otro tipo de información que pueda resultar más rentable y favorezca la prosperidad monetaria dentro de las grandes empresas de comunicación.

6.3. La economía en los medios analizados

6.3.1 El País

De acuerdo con el libro de estilo del medio, “EL PAÍS se define estatutariamente como un periódico independiente, nacional y de información general”. El medio pertenece al grupo Prisa, compañía líder en la creación y distribución de contenidos culturales, educativos, de información y entretenimiento en los mercados de habla española y portuguesa, según la propia página web de la empresa.

El País publicó su primer número el 4 de mayo de 1976, coincidiendo con el inicio de la transición española. Actualmente, no solo es considerado como el periódico líder en España, sino que también es el que más lectores cosecha dentro de la lengua española según ComScore.

De acuerdo con la definición aportada en su libro de estilo, el diario El País se corresponde con un medio del “primer nivel” o de información general. Según la clasificación de niveles de divulgación de Chimeno (1997: 45-46), citado por Sobrados (2013) este medio se corresponde con una máxima divulgación al mismo tiempo que carece de tecnicismos, siendo destinado a un amplio público sin tener en cuenta su formación.

El País cuenta con dos suplementos donde la economía, parcialmente, es la protagonista. Domingo, según el corporativo de la página web del medio :

Cuadernillo que se publica todos los domingos encartado en el diario y que realiza un análisis exhaustivo y crítico de los temas de actualidad de la semana. Entre sus contenidos figuran entrevistas a personajes de reconocido prestigio y amplios reportajes sobre otros asuntos de interés.

Este suplemento no es esencialmente económico, pero al ser la economía uno de los temas más candentes de la sociedad suele estar presente en algunas de sus páginas. En segundo lugar está Negocios:

Cada domingo la actualidad económica y la información acerca de la situación de las empresas, sus decisiones estratégicas y el entorno general de la economía en el que se mueven los empresarios. Además, informa a los inversores de las oportunidades y riesgos del dinero en los mercados financieros.

6.3.2 Cinco Días

Cinco Días fue el primer diario económico consolidado en España. Este data del 11 de marzo de 1978. El medio, fue un proyecto con el que ya había fracasado anteriormente otros dos grupos, sin embargo cuando éste llegó a las manos de Diesa, Cinco Días se aventuró hasta llegar a convertirse en uno de los mayores éxitos de la historia del periodismo económico en España.

En la actualidad, Cinco Días está compuesto por dos grandes grupos como son el francés Expansion y Prisa. Al mismo tiempo, el diario mantiene un convenio con el The Wall Street Journal.

Cinco Días ofrece un contenido especializado en el que profundiza en grandes asuntos de índole económica al mismo tiempo que realiza un seguimiento de los temas más generales. Su público se centra en un perfil claramente culto con una clara formación en materia económica.

Siguiendo con la clasificación de Chimeno (1997) el diario económico Cinco Días es un medio de “segundo nivel” o divulgativo especializado. Este tipo de medio se caracteriza por una “divulgación importante y bastantes tecnicismos, dirigidos al público interesados en ellos en el tema y con cierto grado de especialización”.

Aparte de centrar sus páginas en asuntos meramente económicos, también es propenso a mantener una serie de “encuentros en el espacio de debate e ideas “Foro Cinco Días”, uno de los foros empresariales y políticos de referencia”, según la página web de Prisa. Además, el medio lleva convocando desde 2008 los Premios a la Innovación Empresarial, a través de los cuales “busca incentivar y destacar las mejores iniciativas en el campo de las nuevas tecnologías y la RSE⁵”.

⁵ RSE: Responsabilidad social empresarial (también conocida como RSC, responsabilidad social corporativa)

6.4. Desinterés social

Muchos son los estudios que han catalogado el periodismo económico como una disciplina de alta complejidad, pero a pesar de estar atestado de ella, el proceso comunicativo no deja de ser una interacción entre dos sujetos, por lo que requiere algo de las dos partes. Esta idea ha sido secundada por Ignacio Ramonet (2011: 13), el cual señala que “el ciudadano tiene dos posibilidades: o bien se quiere informar o bien sólo quiere vagamente lo que pasa [...] No sólo existen los periódicos, también hay revistas y libros. Sin embargo, hay que tener la voluntad de hacerlo. Eso significa trabajo”.

La economía no se limita a una mera transmisión de información económica compleja, antes de estos periódicos existía libros divulgativos y revistas dinámicas y de información más asequible, además de contar con una cantidad ingente de expertos dedicados a la investigación de la materia. Para Ramonet (2011: 14), la sociedad exige un periodismo dispuesto a la crítica, que nazca en un medio de comunicación exigente y que cuente con trabajadores que estén a la altura, pero, asegura el periodista, “¿por qué no lo son con ellos mismos?”

Afirman Coca y Diezhandino (1991: 117) que “existen muchos compradores de diarios que saltan la sección (economía)”, prosiguen señalando que muchos de estos lectores que pasan de sección justifican este hecho mediante la “complejidad de muchos asuntos tratados”, sin embargo señalan que “otras secciones, aunque son más leídas, no son contempladas como tan interesantes o importantes”.

Coca y Diezhandino (1991: 125) señalan que el principal problema del desinterés económico reside en la falta de credibilidad por parte de los receptores hacia el medio. Ambos afirman que la escasa credibilidad de la sección económica viene dada por:

En tan alta proporción, los lectores piensan que están mediatizados por los grandes poderes económicos, lo que a su vez revela que la mayor parte de la población sostiene serias dudas sobre la independencia de los medios de comunicación social.

Por su parte, Arrese y Vara (2011: 143) recuerdan que, en antaño, la economía era “un componente importante del bagaje cultural de una persona ilustrada” pero, a medida que la sociedad ha ido avanzando este factor cultural se ha perdido. En este sentido expresan que, a

través de los “avances en la extensión de la educación”, los medios de comunicación y la activa participación en el mundo político, la mayor parte de la población deberían mantener aquella idea de antaño, sin embargo señalan que:

A pesar de todo el desarrollo de los medios de divulgación de información económica, y de los progresos en la incorporación de contenidos sobre economía en los sistemas educativos, la familiaridad de la ciudadanía con los conocimientos económicos elementales es muy precaria.

El diario generalista El País publicó el 20 de noviembre de 2015 “España se queda por debajo de la media europea en cuanto a alfabetización financiera: solo el 49% de la población tiene conocimientos suficientes en materia, frente al 52% de la Unión Europea”⁶, artículo donde se ponía en evidencia la falta de cultura económica de la sociedad a la que aluden Arrese y Vara.

Para los autores anteriormente citados el “analfabetismo económico” no solo se encuentra en aquellas clases sociales más pobres o que han presenciado una falta de formación de la materia, sino que también “se extiende en aquellas capas de la población que, en principio, cabría esperar que tuvieran más competencia de ellas.”

⁶ Encuesta publicada en el diario El País a raíz de los datos desprendidos por Global Financial Literacy Survey.

6.5. Cláusulas suelo

A medida que la sociedad ha ido avanzando, la adquisición de determinados bienes ha tomado un valor inalcanzable para algunos segmentos de la sociedad. Este desequilibrio económico es el desencadenante de la aparición de entidades que garantizan la financiación de un bien a través de un préstamo mercantil, o como se conoce actualmente, hipoteca.

Estas hipotecas, a su vez, conllevan una serie de intereses pactados, entre los que destacan económicamente las cláusulas y popularmente una de ellas, la cláusula suelo.

Actualmente el término cláusula suelo atormenta los oídos de la sociedad, pero a pesar del estridente ruido que tiene el caso, este interés se originó en la economía española de finales de los 90, y escondiéndose entre cifras interminables y falta de transparencia consiguió crecer año tras año.

6.5.1 Historia

A partir de mediados de los años 90 España vivió un largo periodo de bonanza económica que se sostuvo, en gran parte, por la burbuja inmobiliaria que se fraguó por la excesiva inversión en la compra de viviendas, en la que los bancos tuvieron mucho que ver. Según Arellano y Bentolila (2009: 2) “una burbuja se caracteriza por la presencia de altos volúmenes de transacciones a precios muy distintos del valor económico fundamental”, afirman que se trata de un “colapso brusco de los precios” y que “en el mercado inmobiliario, por su escasa liquidez, ese colapso es más lento”.

Los bancos incluyeron una nueva cláusula, conocida como cláusula suelo, dentro de las hipotecas ofrecidas y concertadas a través de la adquisición de un bien. Esta cláusula consistía en el pago de un interés mínimo fijo por parte del prestatario. Pero, ¿a qué se debió la imposición de este interés? A raíz de la inflación que se estaba produciendo en el mercado inmobiliario, los bancos esperaban que el Euríbor se precipitara, tal y como aconteció (el Euríbor mermó de un 3,5 por ciento a un 2,9 por ciento en apenas un año), de manera que este interés fijo actuaba como un seguro de alta rentabilidad para las entidades financieras. Mientras tanto, los clientes, sin ser conscientes de estos hechos, debido a una baja cultura económica y la falta de asesoría por parte del banco, abonaron como media 2.400 euros más

cada año.

Con más de diez años de diferencia, no fue hasta el 30 de septiembre de 2010 cuando se publicó la primera resolución judicial que suprimió un caso de cláusula suelo. Este primer caso tuvo lugar en Sevilla, en el juzgado número 2 de lo Mercantil. La sentencia exigió la anulación de las cláusulas suelo a las entidades bancarias de BBVA, Caja de Ahorros de Galicia, Cajamar y Cajamar Caja Rural, alegando el carácter abusivo que presentaba este tipo de interés. Los afectados comenzaron una pugna llegando a conseguir la eliminación de un total de 13 cláusulas a través del Tribunal Supremo, sin embargo, la constante lucha era en vano ya que la cláusula siguió siendo incluida en las hipotecas.

La OCU (Organización de Consumidores y Usuarios) demandó la adhesión de las cláusulas suelo en el Artículo 87 de la Ley General de Consumidores y Usuarios aduciendo que “son abusivas las cláusulas que determinen la falta de reciprocidad en el contrato, contraria a la buena fe, en perjuicio del consumidor y usuario”.

El 9 de mayo de 2013, el Tribunal Supremo volvió a dictar sentencia clasificándolas como nulas, debido a la falta de transparencia. Esta nueva sentencia tuvo lugar en el Tribunal Supremo, Sala de lo Civil de Madrid. En esta se afirmó que:

1 - Declare la nulidad, por tener el carácter de cláusulas abusivas, de las condiciones generales de la contratación descritas en los Hechos Primero, Segundo y Tercero de la presente demanda, es decir, de las cláusulas de los contratos de préstamos a interés variable, celebrados con consumidores o usuarios, que establecen o un tipo mínimo de interés o un tipo mínimo de referencia.

El Supremo ordenó la eliminación de este interés a tres entidades financieras, de modo que prohibió su uso para los contratos hipotecarios futuros. Sin embargo, el Juzgado también declara la irretroactividad, principio por el cual según la plataforma Gerencie (2013) “significa que esta no debe tener efectos hacia atrás en el tiempo; sus efectos solo operan después de la fecha de su promulgación”.

El pasado 21 de diciembre de 2016, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea volvió a dictar sentencia, a raíz de la incansable lucha por parte de los afectados, en el caso de la

cláusulas suelo y declaró la retroactividad total, obligando a las entidades financieras a la devolución total de la cantidad monetaria ilegal abonada por parte de los clientes, rectificando de esta manera el principio de irretroactividad sujeto a la anterior sentencia. El TJUE (Tribunal de Justicia de la Unión Europea) declaró:

El artículo 6, apartado 1, de la Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores, debe interpretarse en el sentido de que se opone a una jurisprudencia nacional que limita en el tiempo los efectos restitutorios vinculados a la declaración del carácter abusivo, en el sentido del artículo 3, apartado 1, de dicha Directiva, de una cláusula contenida en un contrato celebrado con un consumidor por un profesional, circunscribiendo tales efectos restitutorios exclusivamente a las cantidades pagadas indebidamente en aplicación de tal cláusula con posterioridad al pronunciamiento de la resolución judicial mediante la que se declaró el carácter abusivo de la cláusula en cuestión.

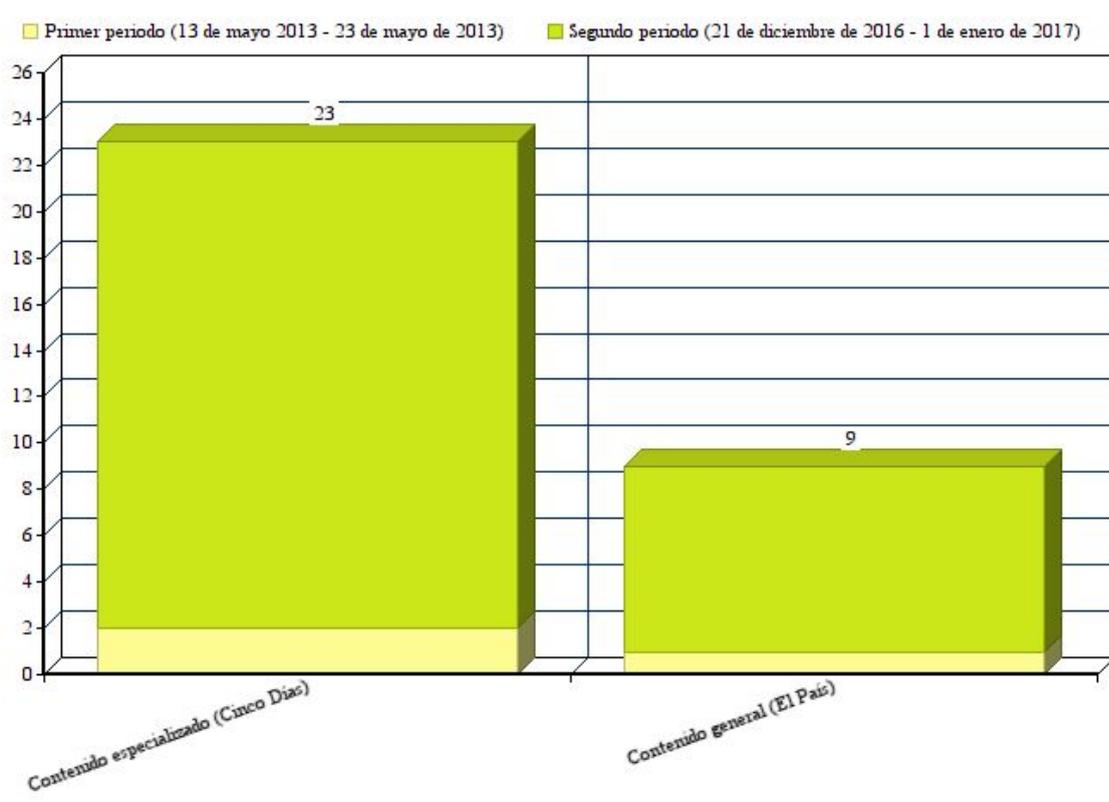
La última resolución expuso información directamente relacionada con aquellos casos que hayan sido juzgados antes de diciembre de 2016. Esta resolución mantuvo que aquellos casos fueron juzgados antes del 21 de diciembre de 2016 y ya tuvieran una sentencia firme no volvería a ser juzgados. En palabras del Alto Tribunal:

La aplicación de los principios de efectividad y equivalencia no determina en estos casos la revisión de las sentencias firmes por el hecho de que con posterioridad se haya dictado una sentencia por el TJUE que sienta una doctrina incompatible con la de la sentencia firme del tribunal nacional.

7. ANÁLISIS Y RESULTADOS

7.1 Análisis formal

GRÁFICO 1. NÚMERO DE PUBLICACIONES EN CADA ETAPA POR CADA PERIÓDICO



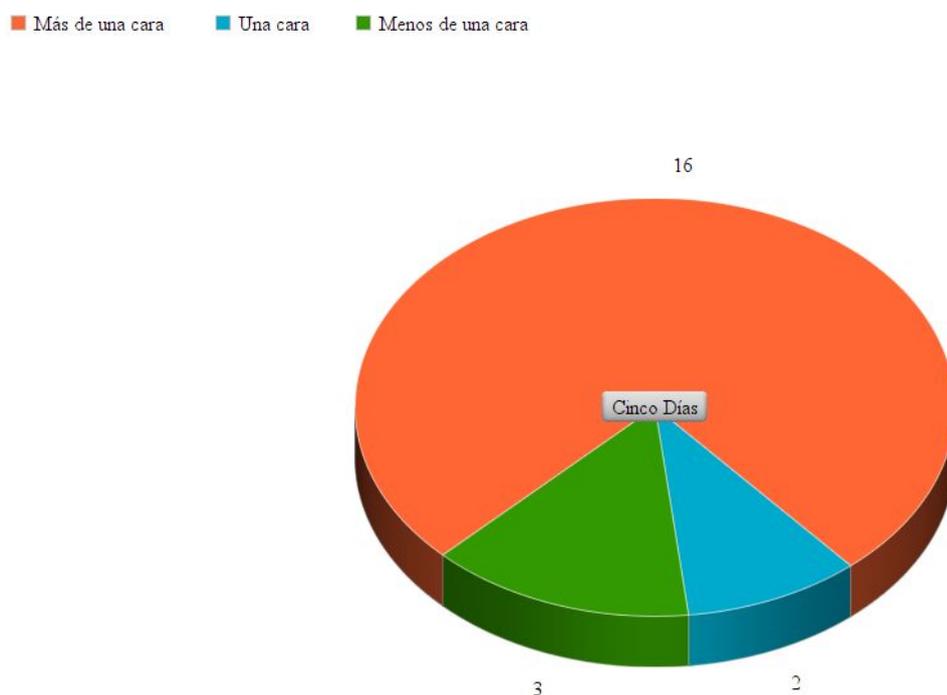
Tras la compilación de noticias de las distintas etapas a través de la hemeroteca MyNews, observamos que en una primera etapa el interés, por parte de ambos medios, ha sido exiguo y casi inexistente, ya que, a lo largo de 10 días, Cinco Días sólo ha publicado 2 noticias, mientras que por parte de El País este número se ha visto aún más reducido mostrando a sus lectores una única noticia sobre el tema. Tanto como uno como otro publicaron una noticia -en el caso de El País su única noticia- el mismo día que fue emitida la resolución del 10 de mayo de 2013, y la segunda en el fin de semana, 18 y 19 de mayo de 2013. Las tres noticias se centran en desarrollar el hecho ocurrido el 10 de mayo de 2013 con la resolución emitida por el Tribunal Supremo, pero no pone el caso en contexto u ofrece algún tipo de servicio para aquellos lectores que estén pasando por el mismo trance.

En una segunda etapa, Cinco Días publicó 21 noticias y El País 8. En este periodo, Cinco Días ha mostrado un mayor aliciente hacia el caso, llegando incluso a dedicarle seis noticias el 22 de diciembre de 2013. Las noticias emitidas por el medio presentan una proporción

justa a lo largo de los diez días, es decir, no solo son publicadas en los días más cercanos al desarrollo del acontecimiento, sino que se sigue tratando el tema tras haber pasado varios días, como el día 30 de diciembre de 2016, que publicó dos noticias sobre el fraude. Por su parte el País, aunque incrementó el número de noticias, esta cifra siguió siendo escasa, ocho noticias en diez días. El País publicó la información de una manera más irregular, 3 noticias el 22 de diciembre de 2016, 1 el 24 de diciembre, 2 el 26 y otras 2 el 28. En esta segunda etapa se emitió la sentencia definitiva sobre el caso, de mano del Tribunal de Justicia de la Unión Europea; el caso alcanzó una mayor repercusión social y este interés fue reflejado en los medios.

El espacio ocupado por cada noticia se clasificó según si está ocupaba más de una cara de un periódico, menos o justo una. En este sentido, en una primera etapa las tres noticias publicadas no llegaron a abarcar una cara, es decir las tres fueron tratadas en menos de una cara. El escaso espacio dedicado tiene una relación directa con el desinterés mostrado por ambos medios a la hora de publicar noticias sobre el tema⁷. En la segunda etapa, este resultado estuvo más dicotomizado por parte del Cinco Días:

GRÁFICO 4. ESPACIO OCUPADO POR LAS NOTICIAS PUBLICADAS EN CINCO DÍAS. SEGUNDA ETAPA



⁷ GRÁFICO 2 Y 3. ESPACIO OCUPADO POR LAS NOTICIAS DE LA PRIMERA ETAPA. CINCO DÍAS Y EL PAÍS (VÉASE Anexo N°2)

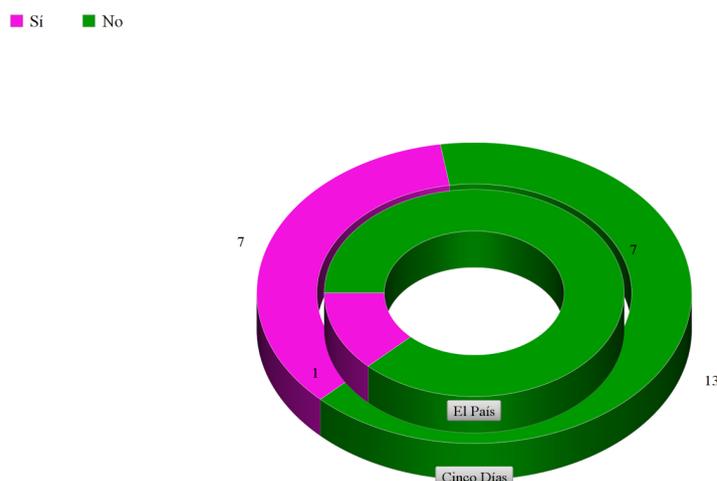
Aunque la mayoría de las noticias solo ocuparon, según los resultados, la mitad de una página del periódico, Cinco Días destinó en esta segunda etapa más de cinco páginas completas al tema,. Por su parte, El País se limitó a tratar sus ocho noticias recogidas en esta etapa en menos de una cara ⁸.

Los elementos gráficos y el uso de color (incluyéndose dentro de esta categorización el uso de fotos) fueron otras de las categorías establecidas, ya que, tanto la presencia de piezas que muestran datos sobre el tema como el tratamiento del color captan la atención del lector, y por consiguiente consigue que se detenga y comience a leer la información publicada.

Desde el 10/05/2013 hasta el 20/05/2013, los elementos gráficos solo se observaron en la noticia publicada por El País el 10/05/2013. Esta noticia llega a mostrar hasta seis tipos de gráficos, en los cuales aborda las cláusulas suelo a través de los distintos límites que pueden alcanzar los intereses según el año de concesión de la hipoteca, los créditos hipotecarios con intereses variables y el euríbor a 12 meses. Estos complementan la información aportada y facilitan la divulgación para el público. En cuanto al color todas emplearon este proceso ⁹.

En la segunda etapa, los resultados se observaron de la siguiente manera:

GRÁFICO 8. ELEMENTOS GRÁFICOS EN EL PAÍS Y CINCO DÍAS. SEGUNDA ETAPA

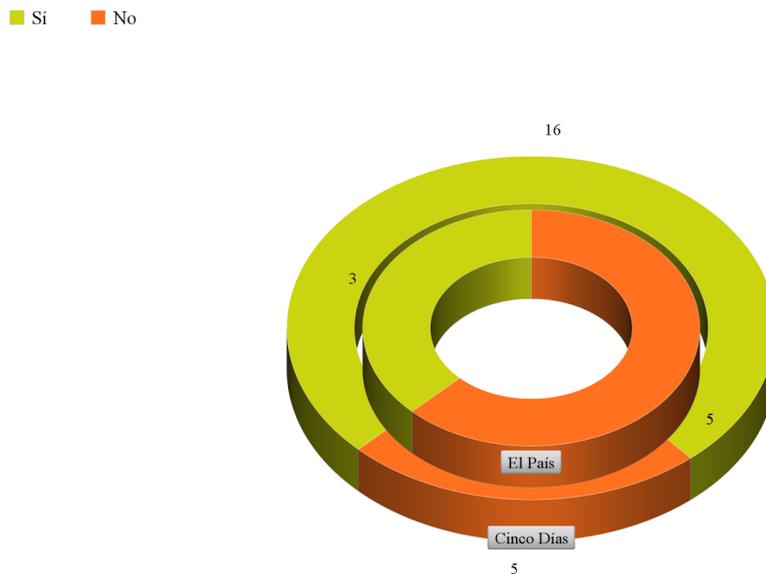


⁸ GRÁFICO 5. ESPACIO OCUPADO POR LAS NOTICIAS PUBLICADAS EN EL PAÍS. SEGUNDA ETAPA (VÉASE Anexo N° 2)

⁹ GRÁFICO 6 Y 7. USO DE GRÁFICOS Y COLOR EN CINCO DÍAS Y EL PAÍS. PRIMERA ETAPA (VÉASE Anexo N°2)

El uso de gráficos presentaron grandes diferencias entre el sí y el no, superando casi dos veces el sí en el caso del Cinco Días, y casi llevándose el total por parte de El País.

GRÁFICO 9. USO DE COLOR EN EL PAÍS Y CINCO DÍAS. SEGUNDA ETAPA



En cuanto al uso de color, Cinco Días sigue mostrando un mejor tratamiento de la información con el que pretende abarcar más público que El País.

Los gráficos como el uso del color son dos elementos esenciales de los aspectos formales de las noticias, ya que indirectamente hacen que la información te resulte más atractiva y te detengas a leerla. Los gráficos también son indispensables para la divulgación económica, ya que es una manera dinámica para trabajar con cifras y datos que la mayor parte de los lectores no logran comprender.

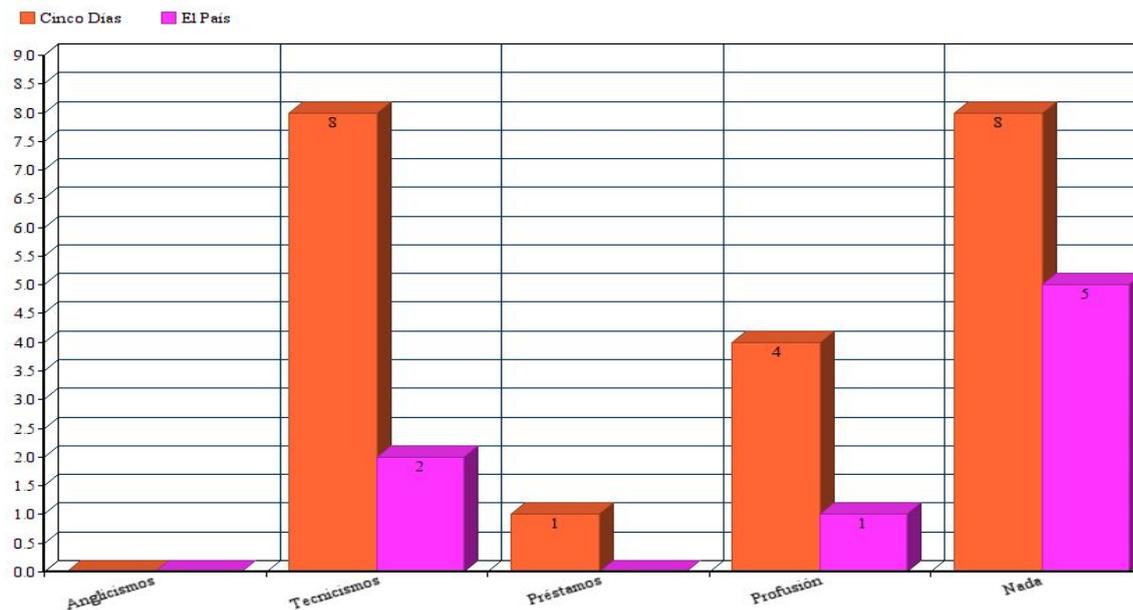
7.2. Análisis de contenido

Recogimos dentro de un cuadro de códigos aquellos problemas que se más atañen al lenguaje utilizado en las noticias económicas. Según los anglicismos usados, los tecnicismos que en ocasiones imposibilitan una comprensión del texto, los préstamos tomados de otras lenguas, la profusión, en referencia al contenido numérico y estadístico y por último la ausencia de todo lo mencionado con anterioridad.

Con unos resultados desiguales, la primera etapa presentó una noticia con tecnicismos, otra

con una información exhaustiva y otra sin presencia de algún elemento que pudiese alterar la comprensión lectora ¹⁰. Desde el 21/12/2016 hasta el 01/01/2017 el lenguaje arrojó la siguiente información:

GRÁFICO 11. USO DE LENGUAJE EN CINCO DÍAS Y EL PAÍS. SEGUNDA ETAPA.



De esta manera se aprecia que el lenguaje del Cinco Días se corresponde con un mayor uso de tecnicismos, al tratarse de un periódico especializado, pero que este lenguaje técnico se ve compensado con noticias con ausencia de tecnicismos, y por deducción fácil de comprender. Por su parte, El País trabaja con una información más simplificada, encontrando sólo dos noticias con presencia de tecnicismos. Algunos de los tecnicismos que se han recogido han sido: préstamo de interés fijo variable solo al alza, tipo mínimo de referencia, articulado contractual, política de dividendos o blindaje de la banca española.

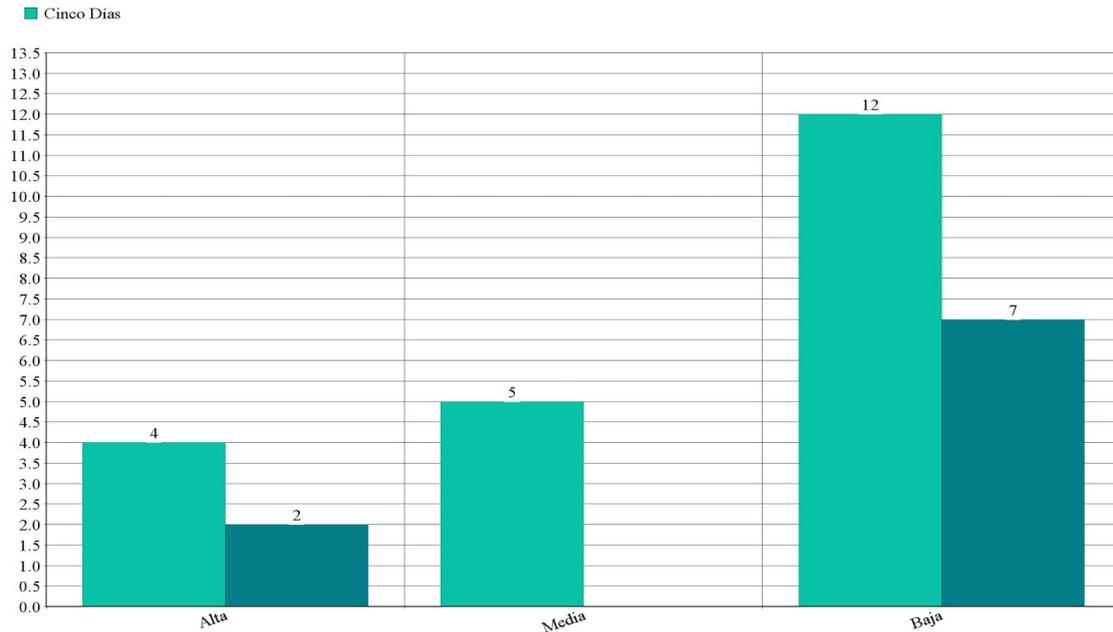
En cuanto a la profusión, vemos que ninguno de los periódicos presentan unos datos concretos y absolutos, lo que también influiría en el sentido completo del texto, ya que el sentido económico necesita de datos precisos para poder reflejar una realidad clara y concreta.

En relación con el lenguaje, decidimos aplicar estas variables para obtener un resultado más global, refiriéndonos a la dificultad del lenguaje.

¹⁰ GRÁFICO 10. USO DE LENGUAJE EN CINCO DÍAS Y EL PAÍS. PRIMERA ETAPA (VÉASE Anexo N°2)

En la primera etapa ¹¹, solo hubo una noticia con una clara dificultad, las otras dos presentaban una complejidad media. En la segunda se elaboraron los siguientes resultados:

GRÁFICO 13. DIFICULTAD EN CINCO DÍAS Y EL PAÍS. SEGUNDA ETAPA



Tanto para El País como para el Cinco Días la complejidad de sus noticias es baja. Esta dificultad está relacionada con el perfil de sus lectores. Contemplando el cuadro del lenguaje se observa que la ausencia de lo mencionado se vincula con una falta de complejidad en las informaciones.

La temática de las noticias se categorizaron según el objeto protagonista que se daba en la noticia. De esta manera las dividimos en: uso político, cuando las noticias tenían como eje central lo que un partido político opinaba o hacía con respecto a las resoluciones judiciales; resolución judicial, cuando el fin principal de la noticia era reproducir los hechos acontecidos en los juicios; servicios, cuando la información aporta pautas de ayuda hacia las víctimas del fraude o cuando relata algún hecho acontecido a algún denunciante del caso; entidades bancarias, como iban a afectar las resoluciones al capital monetario de cada entidad bancaria; y otros, que en este caso se trata de como las cláusulas suelo han afectado al Ibex 35.

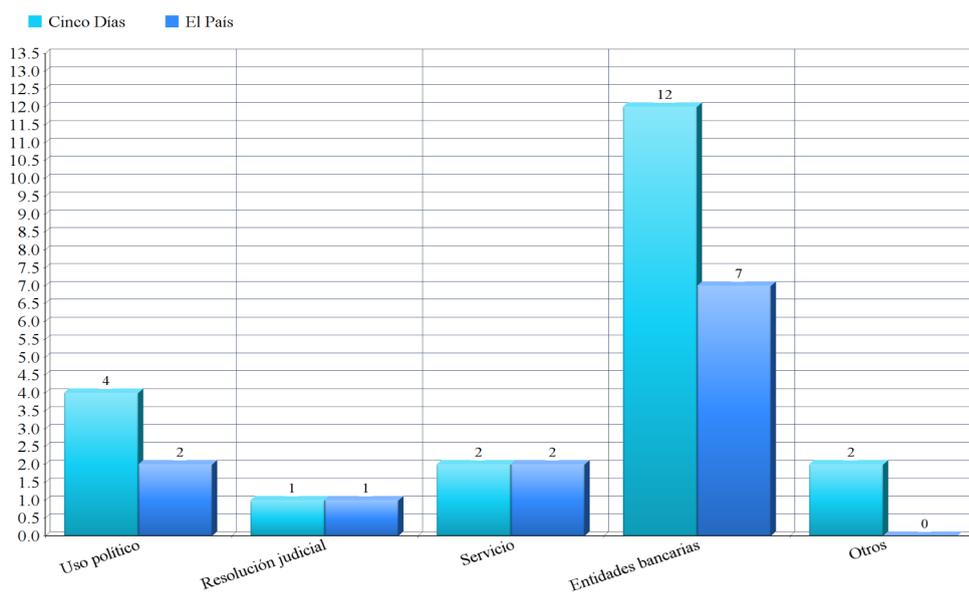
En la primer periodo, ambos medios se limitaron a emitir los acontecimientos de los juicios

¹¹ GRÁFICO 12. DIFICULTAD EN CINCO DÍAS Y EL PAÍS. PRIMERA ETAPA (VÉASE Anexo N°2)

teniendo como centro de estudio de cada noticia las resoluciones emitidas el 9 de mayo de 2013 y otra en función de las grandes empresas bancarias ¹².

En el segundo periodo, los resultados siguieron el mismo recorrido, obteniendo por parte de los dos periódicos una mayoría en noticias dedicadas a las entidades bancarias. A pesar de tratarse de dos periódicos con público diferente, ninguno de los dos ofrece informaciones de servicio que puedan guiar al público o que pongan en contexto un tema tan complejo. Los resultados se observan de la siguiente manera:

GRÁFICO 15. TEMÁTICA EN CINCO DÍAS Y EL PAÍS. SEGUNDA ETAPA



El País limita la temática informativa, mientras que Cinco Días presenta unos análisis más equilibrados llegando a aplicarlos a otros ámbitos económicos - en referencia a las noticias tratadas en *otros*, las cuales trabajan las cláusulas suelo desde el Ibex 35-.

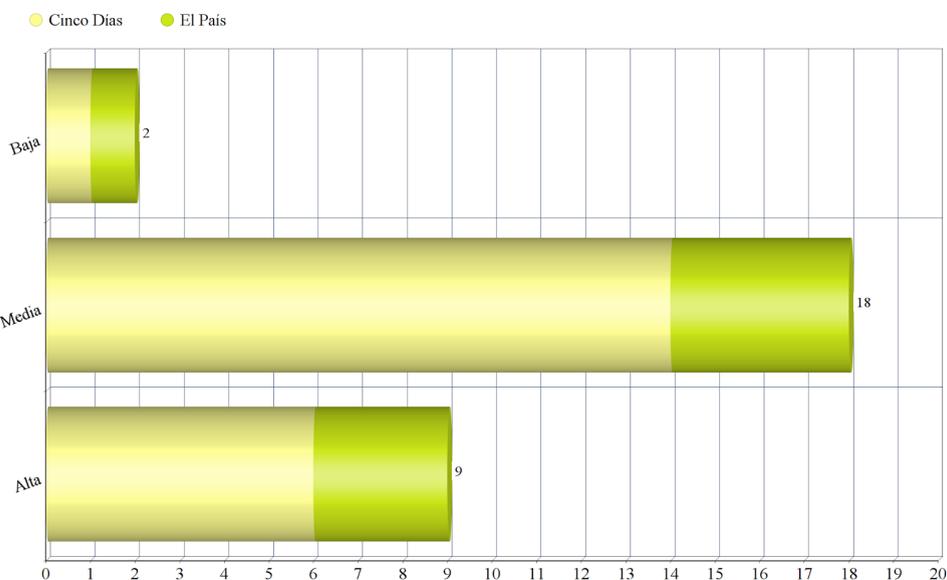
La divulgación y la utilidad las analizamos conjuntamente ya que se pueden relacionar. De esta manera obtuvimos que en la primera etapa, cada una de las tres noticias eran de una alta utilidad (ya que solo fueron publicadas tres y era altamente necesarias para el conocimiento social), y a cada una se le atribuyó un nivel de divulgación correspondiendo la publicada por El País *Golpe del Supremo a las 'cláusulas suelo'*, el 10 de Mayo de 2013, con un nivel

¹² Gráfico 14. TEMÁTICAS EN CINCO DÍA Y EL PAÍS. PRIMERA ETAPA (Véase Anexo N°2)

intermedio, la publicada el mismo día por el Cinco Días *El Supremo autoriza las cláusulas suelo de las hipotecas si son transparentes* con un nivel bajo de divulgación siendo la primera noticia publicada por el medio tras la resolución. Por último la publicada por el medio especializado el fin de semana del 18 y 19 de mayo *Hipotecas a contracorriente* con un alto nivel de divulgación -esta coincide con un análisis del tema-¹³.

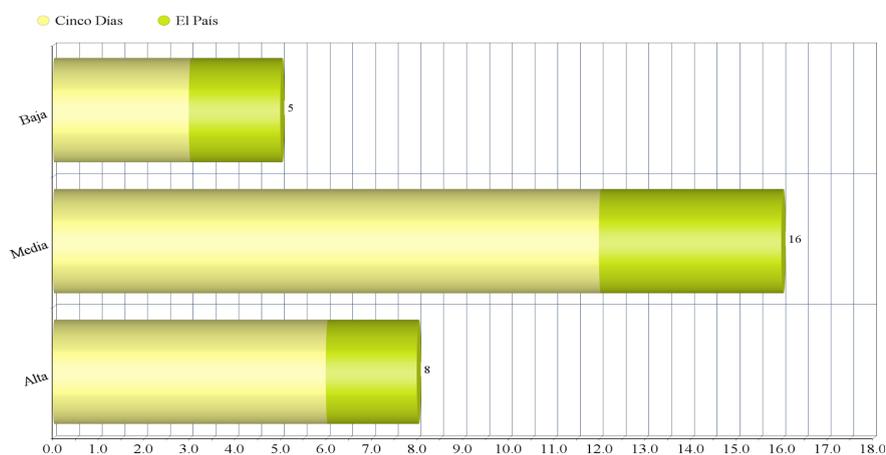
En cuando a la segunda etapa, el grado de divulgación se muestra así:

GRÁFICO 18. DIVULGACIÓN EN CINCO DÍAS Y EL PAÍS. SEGUNDA ETAPA.



Ambos periódicos presumen de una divulgación media, entendiéndose esto como una necesidad de tener unos conocimientos básicos para poder entender la noticia.

GRÁFICO 19. UTILIDAD CINCO DÍAS Y EL PAÍS. SEGUNDA ETAPA



¹³ GRÁFICO 16 Y 17. DIVULGACIÓN Y UTILIDAD EN CINCO DÍAS Y EL PAÍS. PRIMERA ETAPA (VÉASE Anexo N°2)

En relación con la utilidad, cada periódico tiene repartidas sus noticias, sin embargo el Cinco Días al darle más voz al asunto contiene informaciones más útiles para el público, mientras que El País solo posee dos. Se puede entender que la utilidad también reside en la pluralidad temática, de esta manera al compartir la mayoría de las informaciones la misma temáticas, algunos datos y noticias en sí pueden resultar redundante y por tanto menos útiles al reproducir una información que ya había sido dada.

8. CONCLUSIONES

Del análisis realizado a los periódicos Cinco Días y El País en estas diferentes etapas, se concluye que:

1. En la etapa seleccionada en 2013, los medios no supieron darle la cobertura requerida al tema, mientras que en la segunda etapa se ha incrementado el número de noticias a raíz de la repercusión en la sociedad, no obstante, según los resultados obtenidos, El País se limita a unos niveles de difusión escasos. Este medio tampoco ha realizado un estudio equilibrado del caso, sino que las noticias publicadas se han visto aglomeradas en los días más cercanos a la emisión de la resolución judicial, por consiguiente, no se sigue un tratamiento informativo sistemático. En este sentido, manifestamos que, independientemente del grado de especialización de cada periódico, el interés por tratar el tema ha sido insuficiente.
2. Si bien el relato de los acontecimientos es importante para poner en contexto el tema, también lo es que estos hechos puedan aplicarse y reflejarse en la vida cotidiana. La temática periodística se ha centrado en las repercusiones que las cláusulas suelo extrapolan a los bancos y a los propios partidos políticos. Esto propicia una falta de confianza, ya mencionada en el marco teórico ¹⁴, por parte del público, el cual considera que las noticias hablan de las propias instituciones que las financian.
3. En cuanto a las noticias publicadas, sólo se han recogido dos que hayan cumplido con todos los requisitos estipulados en los cuadros, es decir, presencia de gráficos, uso de color, un lenguaje correcto, alto nivel de divulgación, etc... El resto han presentado desequilibrios y falta de coherencia en sus aspectos, ya que si las noticias contenían un alto nivel de profusión (cifras y datos), éstas carecían de gráficos que consiguieran generar una mayor comprensibilidad final en los lectores. El lenguaje en sí no presentaba un problema aislado, es decir que la complejidad no reside en él como tal, sino que no éste no se ve complementado por los otros aspectos formales.
4. Las noticias seleccionadas tampoco se han visto afectadas por un alto nivel de

¹⁴ Véase en la página 18

dificultad, ya que, a excepción de unas pocas, su contenido ha sido de fácil aprehensión. Este hecho, también se debe a la tenaz repetición de la misma temática noticiosa, ya que un alto porcentaje de artículos se han centrado en la política o entidades bancarias. En este sentido, el uso de utilidad asignado se relaciona directamente con la repetición temática, propiciando un cierto desuso al contar con datos que, aportados previamente, se vuelven a repetir.

5. Por separado y según los resultados obtenidos, la divulgación puesta en marcha por el periódico especializado Cinco Días presenta un grado que se puede adaptar a un público que tenga un conocimiento general, es decir que se puede prescindir de una mayor especialización sobre la materia. Por su parte, El País presenta un nivel de divulgación adecuado para la formación de sus lectores. Por tanto, se puede ratificar que ambos periódicos son similares, concluyendo que El País se corresponde con el grado de divulgación que se le atribuye mientras que Cinco Días aspira a un nivel de formación y especialización que no encaja con la divulgación ofrecida en sus artículos.
6. La ausencia de una información continuada y completa acaba repercutiendo en una falta de interés económico y por tanto menos esfuerzo a la hora de entender la materia, por parte del público. El tratamiento informativo ejercido desde ambos medios sobre el caso analizado de las cláusulas suelo, no contribuye a la cultura económica.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Moreno Espinosa, P. (2001): Géneros para la persuasión en prensa: los artículos de opinión del diario El País. Ámbitos (nº6) p. 107-121.
- García Ortega, C. (2010): Tipologías de métodos de investigación aplicados a un proyecto. El EEES y el proyecto final en los grados de comunicación. p. 73-89. Sevilla.
- López Noguero, Fernando. (2002): El análisis de contenido como método de investigación. Revista de Educación (nº4) p. 167-179.
- Laurence, B. (2002): El análisis de contenido. Akal, Madrid.
- Santamaría Suárez, L. (1997): Géneros para la persuasión en periodismo. Fragua, Madrid.
- Definición de método cualitativo. (2014). Lugar de publicación: Conceptodefinición.de. Recuperado de: <http://conceptodefinicion.de/metodo-cualitativo/>
- Economía. (2001-2017). Lugar de publicación: Etimología de ECONOMÍA. Recuperado de: <http://etimologias.dechile.net/?economy.a>
- Economía. Lugar de publicación: Real Academia Española. Recuperado de: <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=ELVW605>
- Mirón López, L.M (1998): La información económica: concepto, características y marco (tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Sobrados León, M. (2016): Estudios de periodismo político y económico. Fragua, Madrid.
- Coca García, C. y Diezhandino Nieto, Mª P. (1991). Periodismo económico: Paraninfo. Madrid.
- Arrese, A. (2010): Periodismo económico: viejos y nuevos desafíos, Actas del XXII Congreso Internacional de Comunicación (CICOM 2007). Eunsa, Pamplona.
- Del Río, R (2004): Periodismo económico y financiero. Síntesis, Madrid.
- Arrese, A. y Vara, A. (2011): Fundamentos de periodismo económico : temas y lecturas. Eunsa, Pamplona.
- Coca García, C. y Diezhandino Nieto, Mª P. (1997): Información económica: teórica y práctica. CIMS, Barcelona.
- Arrese, A. (2002): Prensa económica: de la Lloyd's list al wsj.com. Eunsa, Pamplona.

- Sobrados León , M. (2013): Presente y futuro en el periodismo especializado. Fragua, Madrid.
- De Ramón Carrión, M. (2003): 10 lecciones de periodismo especializado. Fragua, Madrid,
- Arrese, A. y Vara, A. (2011): Fundamentos de periodismo económico: temas y lecturas. Eunsa, Pamplona.
- Camacho Markina, I. (2010): La especialización en el periodismo: formarse para informar. Comunicación Social, Sevilla y Zamora.
- Garrido, L. (1993): Prensa económica (1800-1939): aproximación para una guía de prensa económica en España. Cámara Oficial de Comercio e Industria de la Provincia, Jaén.
- Hermida, J.M^a. (1995): Cómo leer y entender la prensa económica. Temas de Hoy, Madrid.
- El TJUE ha dictado sentencia sobre las cláusulas suelo: pierde la banca. (21 de diciembre de 2016). Noticias Jurídicas. Recuperado de: <http://noticias.juridicas.com>
- Monasterio Escudero, C. (2016): Problemas informativos y transparencia financiera: análisis del caso de las cláusulas suelo. Cuadernos de información económica, p. 63-78.
- Ramonet, I. (2011): El periodismo del nuevo siglo.
- Aguilar Moreno, J.L. (2016): Cláusulas suelo: Historia del triunfo de la gente frente al latrocinio de los bancos y la complicidad de los gobiernos. Kaosenlared. Recuperado de: <http://kaosenlared.net/clausulas-suelo-historia-del-triunfo-de-la-gente-frente-al-latrocino-de-los-bancos-y-la-complicidad-de-los-gobiernos/>
- La historia del fin de las cláusulas suelo. (16 de enero de 2017).dirigentesdigital.com. Recuperado de: <https://dirigentesdigital.com/articulo/economia-y-empresas/43219/historia-fin-clausulas-suelo.html>
- Cómo surgieron y evolucionaron las cláusulas suelo. (30 de septiembre de 2015). Visible en: VAbogados. Recuperado de: <http://vabogados.com/como-surgieron-evolucionado-clausulas-suelo/>
- Cadenas de Gea, C. Pareja Sánchez, M. y Casasola Díaz, J.M. (2013): Cláusulas suelo

en préstamos hipotecarios: mire bien por donde pisa. eXtoikos, (nº9) p.27-32.

- Cohen Benchetrit, A. (2015). Cláusulas suelo: a la vuelta con la devolución de las cantidades. Revista Lex Mercatoria, (nº1) p. 13-17.
- Oscurantismo. Real Academia Española. Recuperado de:
<http://dle.rae.es/srv/fetch?id=RHZ4Orw>

10. ANEXOS

10.1 Anexo 1. Noticias sobre cláusulas suelo.

EL PAÍS

Fecha	Nº Not	Espacio	E. gráficos	Color	Lenguaje	Dificultad	Temática	Divulgación	Utilidad
10/05/2013	01	1	1	1	2	2	2	2	1
28/12/2016	02	1	2	2	5	3	1	1	3
28/12/2016	03	1	2	2	5	1	2	2	2
26/12/2016	04	1	2	1	4	3	3	1	1
26/12/2016	05	1	2	2	5	3	3	2	2
24/12/2016	06	1	2	2	2	3	1	2	2
22/12/2016	07	1	1	1	5	3	4	2	2
22/12/2016	08	1	2	2	5	3	4	1	3
22/12/2016	09	1	2	1	2	1	4	3	1

CINCO DÍAS

Fecha	Nº Not	Espacio	E. gráficos	Color	Lenguaje	Dificultad	Temática	Divulgación	Utilidad
10/05/2013	10	1	2	1	5	2	2	3	1
18,19/05/2013	11	1	1	1	4	1	4	1	1
31/12/2016	12	1	2	1	5	2	1	2	3
30/12/2016	13	1	2	2	2	1	5	3	3
30/12/2016	14	1	1	1	2	3	4	2	1
28/12/2016	15	1	2	1	5	3	2	2	1
23/12/2016	16	1	1	1	4	2	4	2	2
23/12/2016	17	3	1	1	4	2	2	2	1
22/12/2016	18	1	1	2	4	3	4	1	1
30/12/2016	19	1	2	1	2	1	4	2	2
27/12/2016	20	1	2	1	3	3	1	2	2

24,26/12/2016	21	3	1	1	2	3	5	2	2
24,26/12/2016	22	1	1	1	5	3	1	1	2
22/12/2016	23	1	2	1	5	1	4	1	2
23/12/2016	24	1	2	1	5	3	4	2	2
22/12/2016	25	1	2	1	5	3	1	1	2
22/12/2016	26	1	2	2	4	3	2	2	2
22/12/2016	27	2	1	1	2	2	3	1	1
22/12/2016	28	2	2	2	5	3	2	2	2
22/10/2016	29	1	1	1	2	1	4	2	1
22/12/2017	30	2	2	2	5	3	2	2	2
22/12/2016	31	1	1	1	2	1	4	2	1
22/12/2016	32	3	2	1	2	2	4	2	2
21/12/2016	33	1	2	2	5	3	4	1	3

La línea azul actúa como diferenciador de las distintas etapas.

10.2 Anexo 2. Gráficos de las publicaciones de la primera etapa

GRÁFICO 2 Y 3 ESPACIO OCUPADO POR LAS NOTICIAS DE LA PRIMERA ETAPA. CINCO DÍAS Y EL PAÍS

■ Menos de una cara ■ Una cara ■ Más de una cara

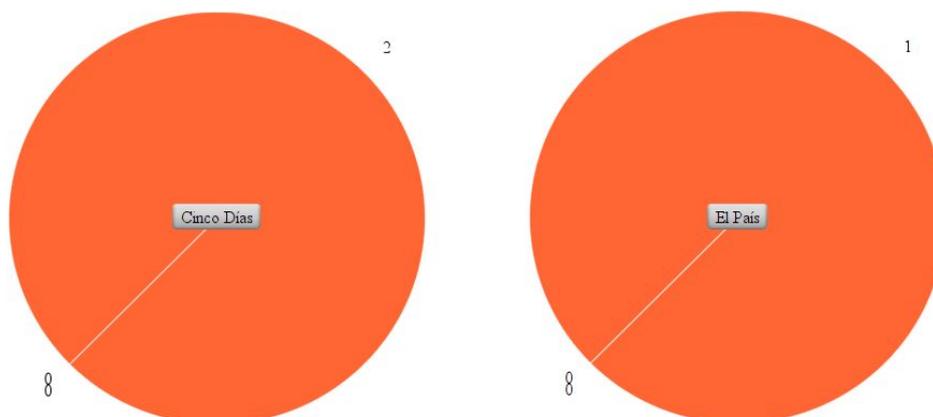


GRÁFICO 5. ESPACIO OCUPADO POR LAS NOTICIAS PUBLICADAS EN EL PAÍS. SEGUNDA ETAPA

■ Más de una cara ■ Una cara ■ Menos de una cara

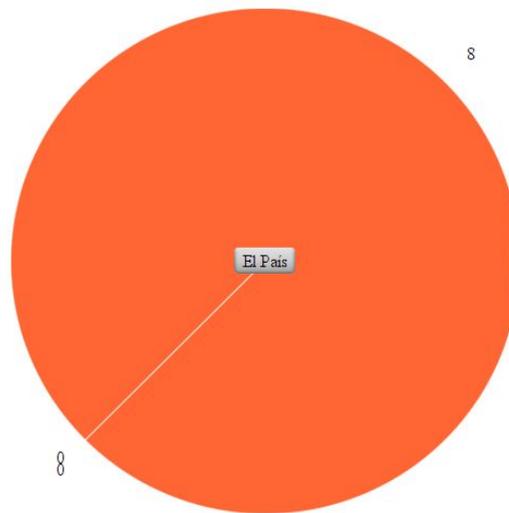


GRÁFICO 6. USO DE GRÁFICOS EN CINCO DÍAS Y EL PAÍS. PRIMERA ETAPA

■ Sí ■ No

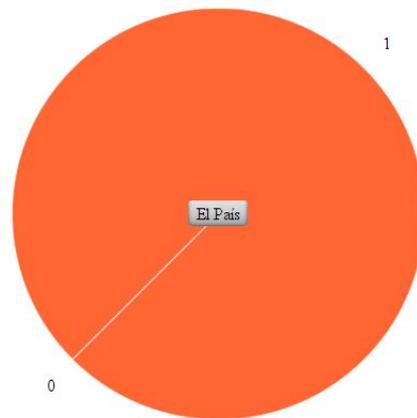
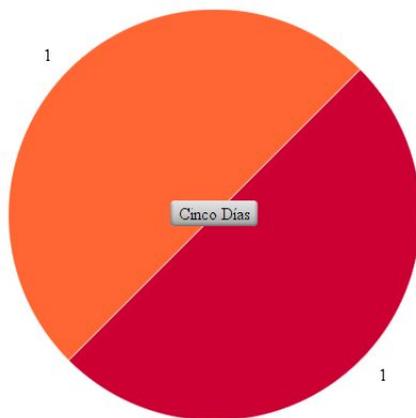


GRÁFICO 7. USO DE COLOR EN CINCO DÍAS Y EL PAÍS. PRIMERA ETAPA

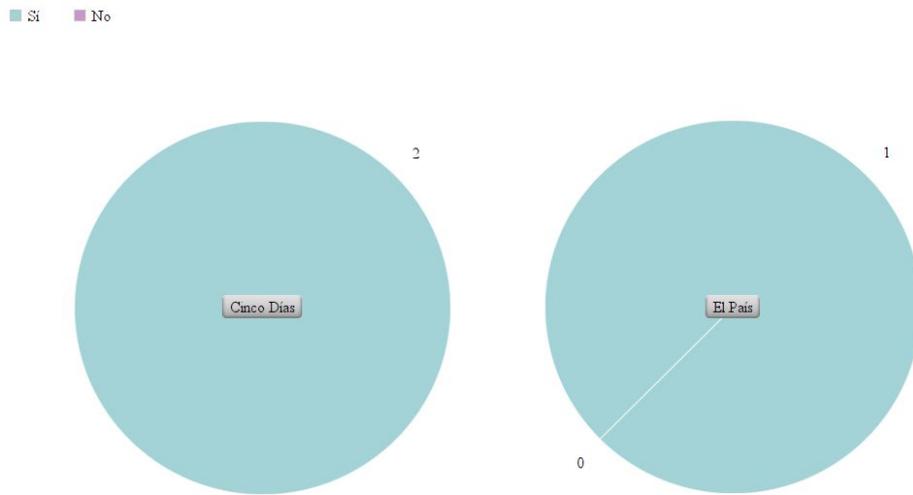


GRÁFICO 10. USO DE LENGUAJE EN CINCO DÍAS Y EL PAÍS. PRIMERA ETAPA

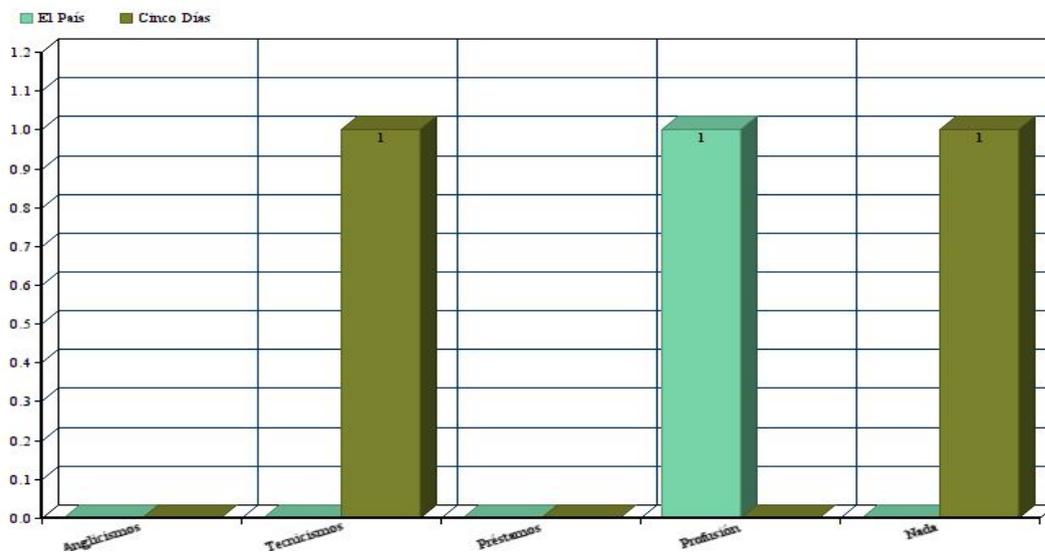


GRÁFICO 12. DIFICULTAD EN CINCO DÍAS Y EL PAÍS. PRIMERA ETAPA

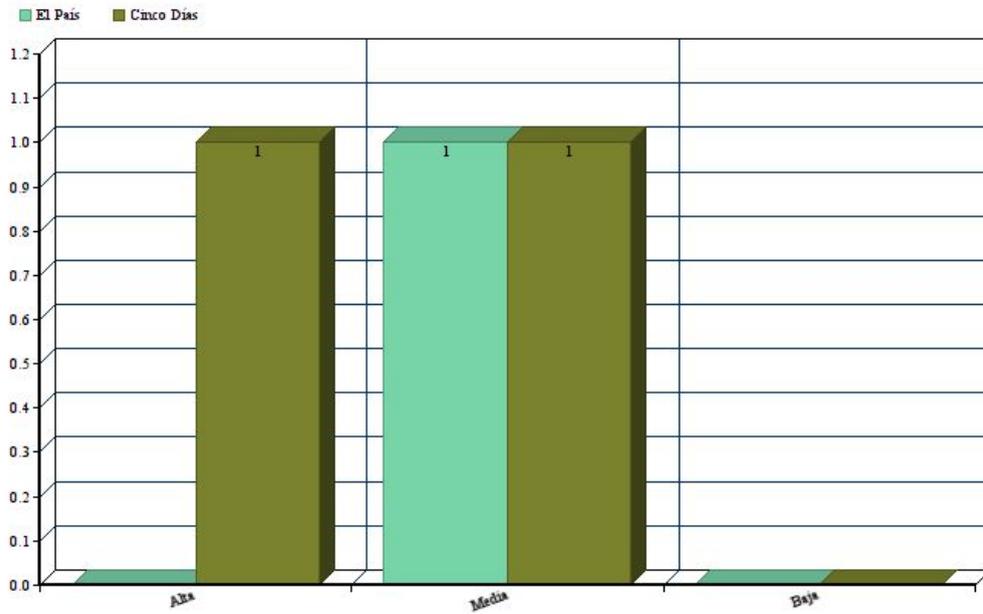


GRÁFICO 14. TEMÁTICAS EN CINCO DÍA Y EL PAÍS. PRIMERA ETAPA

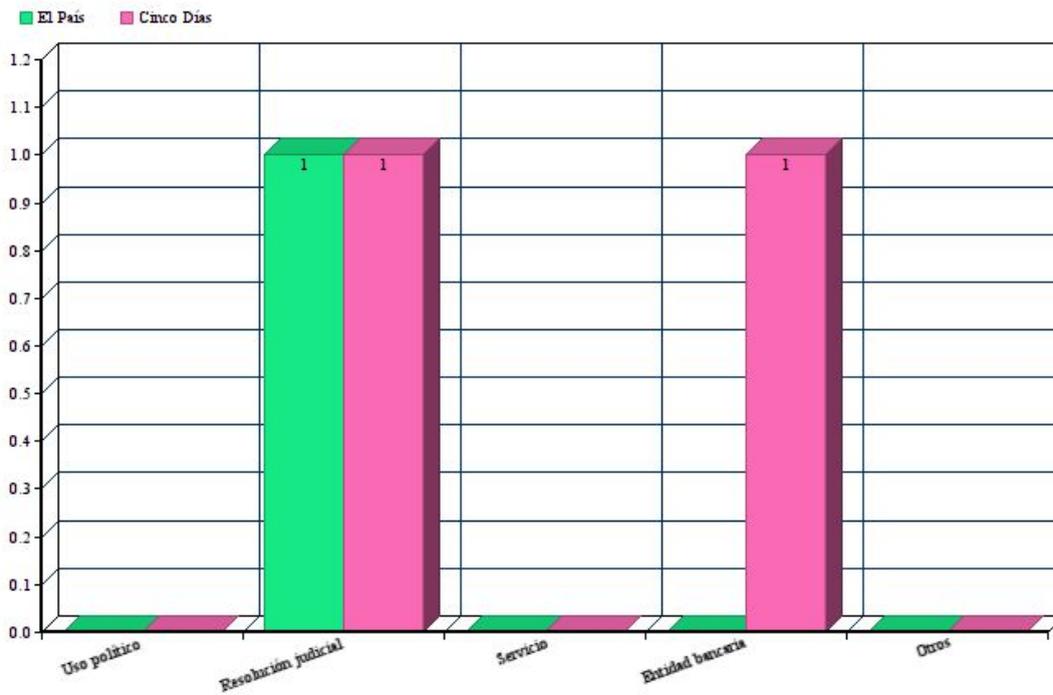


GRÁFICO 16 . DIVULGACIÓN EN CINCO DÍAS Y EL PAÍS. PRIMERA ETAPA

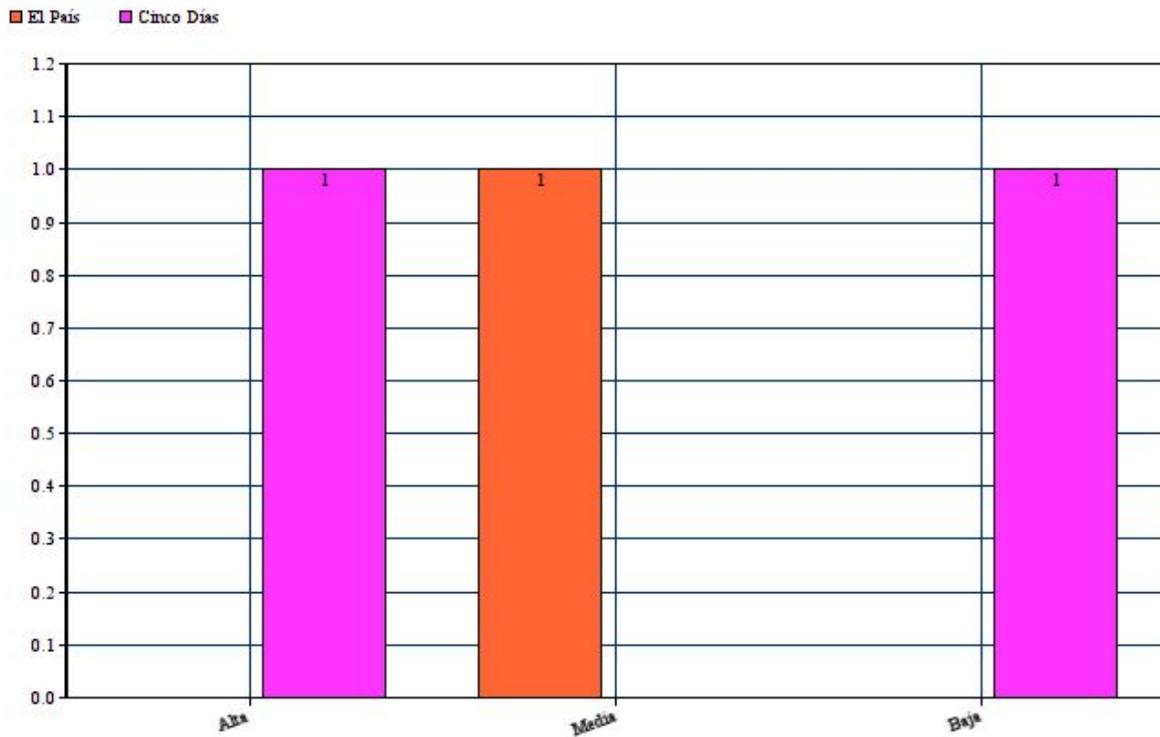


GRÁFICO 17. UTILIDAD EN CINCO DÍAS Y EL PAÍS. PRIMERA ETAPA

