

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

M R Berganza Conde, C Arcila Calderón, R de Miguel Pascual (2016): “La negatividad en las informaciones políticas de los medios españoles”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 160 a 178.

<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1089/09es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2016-1089](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1089)

La negatividad en las informaciones políticas de los medios españoles

Negativity in Political News of Spanish News Media

María Rosa Berganza Conde [CV] [ORCID] [i10] Catedrática. Universidad Rey Juan Carlos (España) / rosa.berganza@urjc.es

Carlos Arcila Calderón [CV] [ORCID] [i10] Profesor. Universidad de Salamanca (España) / carlos.arcila@urjc.es

Roberto de Miguel Pascual [CV] [ORCID] [i10] Profesor titular. Universidad Rey Juan Carlos (España) / roberto.demiguel@urjc.es

Abstracts

[ES] **Introducción:** Una gran cantidad de estudios vinculan el grado de negatividad de las informaciones políticas con la apatía y el desinterés de la ciudadanía hacia la política y la clase política (teoría de la *espiral del cinismo*). **Metodología:** Este estudio analiza el nivel de negatividad mediante un análisis de contenido cuantitativo de un total de 563 piezas informativas procedentes de 10 medios españoles (3 periódicos, 2 cadenas nacionales de televisión y 5 medios online). Se estudia su variabilidad en función de las características del medio y de la información a través de un índice que incluye indicadores de tonalidad, conflictividad, incapacidad y caracterización elaborados por Leanguer, Esser y Berganza (2012). **Resultados y conclusiones:** Los resultados confirman que los medios españoles muestran las informaciones políticas en términos negativos, aunque con niveles inferiores a otros países europeos. Tienen más negatividad las piezas sobre temas controvertidos, producidas en formatos de mayor implicación y publicadas en medios impresos y de titularidad privada.

[EN] **Introduction:** Previous studies link higher degree of negativity in the news to cynicism and indifference of citizens through politics and politicians (theory of *Spiral of Cynicism*). **Methods:** We content analysed 563 news pieces of 10 Spanish media (3 newspapers, 2 TV stations and 5 online media). The degree of negativity was measured through index, conformed by indicators of *tonality*,

conflict, incapability and unfavorability, proposed by Leanguer, Esser and Berganza (2012). **Results and conclusions:** Data confirmed that Spanish media depict political news in a negative way, although levels of negativity were lower than those of other European countries. A higher degree of negativity was found in items related to controversial topics, produced in formats of higher implication, and published by private, print or traditional media.

Keywords

[ES] Información política; ciudadanía; participación política; desinterés; negatividad.

[EN] Political news; citizens; participation; indifference; negativity.

Contents

[ES] 1. Introducción. 2. La influencia de la información política en la ciudadanía.

3. La negatividad en las noticias. 4. Método. 5. Resultados. 6. Discusión y Conclusiones. 7. Referencias

[EN] 1. Introduction. 2. The influence of political news in citizenship. 3. Negativity in the news. 4. Method. 5. Findings. 6. Discussion and conclusion. 7. References.

Traducción de **Frutos Miranda Traductores**

1. Introducción

La información política que la ciudadanía recibe de los medios de comunicación, junto con las conversaciones que mantiene con las personas de su entorno, constituyen las fuentes principales a través de las cuales la población accede a lo que sucede en su entorno político. Existe una amplia bibliografía que evidencia una tendencia de los medios a mostrar los eventos y actores políticos en términos *negativos* tanto en España (Baumgartner & Chaqués Bonafont, 2005) como en muchos otros países occidentales (Schudson, 1999; Farnsworth & Lichter, 2011; Patterson, 1994; Sabato, 1991; Zaller, 1999; De Vreese, Esser & Hopmann, 2016). En este sentido, la información de los medios actúa como intermediaria y es clave para la salud de una democracia, por lo que la forma en que son presentadas las informaciones políticas puede condicionar la percepción que la ciudadanía tiene de las instituciones democráticas y, por ende, contribuir a su desinterés por la política y la clase política.

De hecho, en las democracias occidentales en países como España (CIS, 2013, 2009) y en general en Europa (Eurobarometer, 2010, 2009; Mair, 2006), existe una creciente apatía de la ciudadanía por la política y las instituciones políticas, lo que se traduce en el descenso de la participación (y por tanto, del deseo por acudir a votar, entre otras manifestaciones), el aumento de la desconfianza y una escasa valoración de la clase política y las instituciones. Este problema supone un importante reto para la democracia, que no puede entenderse sin la participación ciudadana y sin una confianza en las instituciones políticas (Mishler & Rose, 2001; Moy, Pfau, & Kahlor, 1999; Norris, 1999; Torcal & Montero, 2006).

Aunque no hay acuerdo general sobre cómo medir la negatividad en las noticias (Kleinnijenhuis, 2008; Ridout & Franz, 2008) ni en cuáles son los condicionantes de la variabilidad en los grados de negatividad, hay evidencia teórica (Cappella & Jamieson, 1997) y empírica (Bennett, 2009;

Patterson, 1994, 2002; Sabato, 1991; Moy & Pfau, 2000; Rozell, 1996) que vincula la presencia de informaciones negativas con una disminución en el compromiso político de la ciudadanía. El objetivo central de este trabajo es conocer en qué medida las características del medio y de la propia noticia influyen en los niveles de negatividad de las informaciones políticas, tomando como referencia las publicaciones de los medios de comunicación españoles.

2. La influencia de la información política en la ciudadanía

La influencia de la información periodística en la ciudadanía es un tema que viene estudiándose desde los años 70. Son ya trabajos clásicos los dedicados, por ejemplo, a la *agenda-setting* (o establecimiento de la agenda) de McCombs & Shaw (1972), que indican una correlación entre los temas más citados por los medios y los que más preocupan a la población. Y, más recientemente, los de *framing* o teoría del enfoque (véase, por ejemplo, De Vreese, 2004b; y Berganza, 2009) que establecen relaciones significativas entre la manera de presentar las informaciones y cómo piensan acerca de ellas las personas.

En los últimos años se observa un incremento de las investigaciones empíricas que estudian los efectos de la información política. Así, son muchos los trabajos que han abordado el fenómeno a partir del estudio ya clásico de Cappella & Jamieson (1997) sobre la *espiral del cinismo* (Berganza, 2008; Adriaansen *et al.*, 2011 y 2012; Brants *et al.*, 2010; de Vreese, 2004a, 2005; y Elenbaas *et al.*, 2008, entre otros muchos). En él, los autores/as señalan que el descenso en la participación política ciudadana y sus evaluaciones negativas sobre la clase política y las instituciones se deben a la persistencia de la negatividad de las noticias políticas que ofrecen los medios.

Esta tendencia hacia la cobertura negativa de la política se ha probado que existe tanto en Estados Unidos como en Europa occidental (Brandenberg, 2005; Lengauer, Esser, y Berganza, 2012; Patterson, 1994). Por otro lado, otra investigación llevada a cabo entre periodistas de cuatro países (Dinamarca, Alemania, Gran Bretaña y España) revela que las relaciones entre los personajes políticos y los/las periodistas (las presiones políticas o el funcionamiento de los gabinetes de comunicación políticos) generan también “cinismo” (apatía y desinterés) dentro de la profesión informativa, y que este es detectable en las informaciones políticas que los/as profesionales elaboran y transmiten a la ciudadanía (Van Dalen *et al.*, 2011).

La cuestión de si otros factores de índole personal intervienen en dicho proceso remite al postulado central de que el razonamiento político motivado, origen de la desafección política o de los planteamientos cínicos hacia la política, consiste en un proceso dual (Lodge & Taber, 2000; Taber & Lodge, 2001; Taber, Lodge, & Glather, 2001). A este respecto cabe mencionar, en primer lugar, que el razonamiento político motivado depende teóricamente de la llamada hipótesis de la cognición ‘en caliente’ (Abelson, 1963), según la cual todos los conceptos sociopolíticos poseen una carga afectiva (Bargh, 1994, 1997; Fazio & Williams, 1986; Fazio, Sanbonmatsu, Powell & Kardes, 1986; Fiske, 1982; Lodge & Stroh, 1993; Lodge, McGraw & Stroh, 1993; McGraw, Lodge & Stroh, 1990; Morris, Squires Taber & Lodge, 2003).

Así, los líderes políticos, los grupos sociales, los temas, símbolos e ideas sobre los que se piensa, que fueron evaluados cognitivamente en el pasado, incorporan una carga afectiva (positiva o negativa), y

este sentimiento se encuentra unido directamente al concepto evaluado en la memoria a largo plazo. En este sentido, el conocimiento pleno del proceso actitudinal pasa por comprender la relación que mantienen estas circunstancias de índole cognitiva con los sentimientos que induce la exposición a la información política difundida en nuestro país en estos momentos.

3. La negatividad en las noticias

La investigación realizada hasta el momento muestra que no existen conclusiones únicas sobre el impacto de las noticias negativas en la ciudadanía. De hecho, varios estudios concluyen que las noticias polémicas o beligerantes pueden ayudar a movilizar a la población y contribuir con un escepticismo saludable (De Vreese & Tobiasen, 2007; Freedman & Goldstein, 1999; Norris, 2000; Schuck, Vliegthart & De Vreese, 2014; Weintraub & Pinkleton, 1995). La falta de acuerdo en la bibliografía científica puede estar causada en cierta medida por la falta de consenso en la medición de los niveles de negatividad en las noticias. No obstante, la ambigüedad en el concepto (Kleinnijhuis, 2008) está siendo reemplazada por una mayor operacionalización de los componentes que forman el constructo (Lengauer, Esser & Berganza, 2012; Esser, Engesser, Matthes & Berganza, 2016).

Basados en una revisión sistemática de los estudios en este ámbito, Lengauer et al. (2012) proponen específicamente que en la negatividad de las informaciones se pueden distinguir 5 componentes: tonalidad (*overall tone*), conflictividad (*conflict-centeredness*), incapacidad (*incapability*), caracterización (*actor-related negativity*) y pesimismo (*pessimistic outlook*). Estos componentes clave formarían un índice válido y fiable para estimar el grado de negatividad de una noticia, por lo que es posible establecer comparaciones entre estudios, países y casos con una misma medida. Con un marco de medición común, y en el caso de las informaciones políticas, la pregunta que surge es:

PI. ¿Cuáles son los niveles de negatividad en las informaciones políticas de los medios españoles y cuáles son los condicionantes que generan la variación del índice de negatividad?

Esser *et al.* (2016) apuntan que estos condicionantes se pueden localizar en tres niveles diferentes: un *micro-nivel*, correspondiente a las características de la propia información periodística; un *meso-nivel*, referido a las características del medio; y un *macro-nivel*, en el que se toman en cuenta el sistema político y mediático del país. Al ser nuestro estudio un caso nacional, abordaremos sólo los dos primeros niveles, dejando el tercer nivel para estudios de tipo comparado.

En el micro-nivel encontramos que existe evidencia empírica que muestra que los mensajes periodísticos están guiados por los eventos y, por tanto, que son contingentes a las condiciones del mundo real (Peter, 2003). Vemos, por ejemplo, que existen temas que tienden a ser más negativos, como el desempleo (Garz, 2014) o en general temas como la inseguridad, la inmigración o el funcionamiento de la democracia, que por su propia naturaleza de polarización y confrontación social tienden a ser tratados con mayores niveles de negatividad (Esser *et al.*, 2016). De esta manera, planteamos que:

H1. La negatividad en las informaciones políticas está relacionada con las características de la propia pieza periodística

Específicamente, sugerimos que en las informaciones políticas de los medios españoles:

H1.1 Los niveles de negatividad son mayores en las informaciones políticas que incluyen temas cuya naturaleza es negativa (delincuencia, inmigración, conflictos partidistas, controversias políticas o corrupción)

H1.2 Los niveles de negatividad son menores en las informaciones políticas elaboradas en formato de noticia, en comparación con otros géneros como el reportaje, entrevistas y opinión

En el meso-nivel, es decir, en el nivel de los tipos de organización mediática, encontramos que las características del medio pueden también ser condicionantes de los niveles de negatividad (Takens, Van Atteveldt, Van Hoof, & Kleinnijenhuis, 2013; Albæk, van Dalen, Jebri, & De Vreese, 2014; Strömbäck, 2008, Casero-Ripollés *et al.*, 2014). Por ejemplo, se han encontrado niveles más altos en los medios *online*, comparados con los de los medios impresos (Quandt, 2008). Por otra parte, los estudios previos han confirmado que los y las periodistas que trabajan para medios públicos son menos críticos hacia las instituciones políticas (Hanitzsch & Berganza, 2012), por lo que suponemos que existe una diferencia en los niveles de negatividad en comparación con los medios de orientación comercial privados (de Vreese, Banducci, Semetko, & Boomgaarden, 2006). Lo anterior nos lleva a sostener que:

H2. Los niveles de negatividad en las informaciones políticas están condicionados por las características del medio

Específicamente, sugerimos que en las informaciones políticas de los medios españoles:

H2.1 Los niveles de negatividad son mayores en las informaciones publicadas por la prensa, frente a los de la televisión

H2.2 Los niveles de negatividad son inferiores en las informaciones publicadas en la versión tradicional (prensa o TV), frente a las publicadas en la versión *online* del medio

H2.3 Los niveles de negatividad son mayores en las informaciones publicadas por los medios de propiedad privada, frente a los medios de propiedad pública

4. Método

4.1. Muestra y procedimiento

La observación de la información publicada en los medios de comunicación españoles se realizó por medio del análisis de contenido cuantitativo (Krippendorff, 2004; Neuendorf, 2002). Se empleó un libro de códigos discutido y estandarizado previamente por la Red Europea de Académicos en Comunicación Política (*Network of European Political Communication Scholars*, NEPOCS), la cual desarrolló un estudio similar en otros 15 países más (De Vreese et al., Eds., En prensa). Este libro establece algunos de los conceptos clave más frecuentes en la investigación de la comunicación política (véase a este respecto el número especial de la revista *Journalism* 13 (2) de 2012 publicado por NEPOCS), así como el procedimiento de muestreo de las unidades de análisis que garantiza tanto

la homogeneidad estructural de los datos extraídos en el contexto español como su fiabilidad, a fin de que resulten susceptibles de comparación con el resto de países presentes en el estudio.

Específicamente, tras recibir entrenamiento, dos codificadores independientes analizaron 563 piezas periodísticas relacionadas con temas de política nacional de tres periódicos, dos telediarios, y sus respectivas ediciones *online* (tabla 1). Para los periódicos, la muestra recogió unidades de registro procedentes de las dos cabeceras (una de centro-izquierda y otra de centro-derecha) de ámbito nacional de mayor difusión y referencia (*up market*) en nuestro país (*El País* y *El Mundo*), y de una tercera, más comercial o de mercado (*mass market*) (*20 Minutos*). Las unidades de registro de la información televisiva se extrajeron tanto del programa con mayor índice de audiencia de la televisión pública (Telediario TVE) como del informativo más visto entre las cadenas privadas generalistas (Tele 5). En el caso de los sitios web, la muestra estuvo constituida por unidades seleccionadas de las páginas web de dichos periódicos y cadenas de televisión.

Medio	n	%	Tipo de medio	Sector del medio
<i>El País</i>	71	12,6%	Prensa	Prensa de referencia o calidad
<i>20Minutos</i>	71	12,6%	Prensa	Prensa de orientación comercial o de mercado
elpais.com	69	12,3%	Versión <i>online</i> prensa	Prensa de referencia o calidad
Tele5, Informativos, 21:00-21:30	67	11,9%	TV	TV Comercial
<i>El Mundo</i>	67	11,9%	Prensa	Prensa de referencia o calidad
TVE1, Telediario de la Noche, 21:00-22:00	61	10,8%	Versión <i>online</i> TV	TV pública
www.telecinco.es/informativos	51	9,1%	Versión <i>online</i> TV	TV Comercial
www.20minutos.es	37	6,6%	Versión <i>online</i> prensa	TV Comercial
www.rtve.es/alacarta/videos/telediario	35	6,2%	Versión <i>online</i> TV	TV pública
www.elmundo.es	34	6%	Versión <i>online</i> prensa	Prensa de referencia o calidad
TOTAL	563	100%		

Tabla 1. Distribución de medios e informaciones analizadas

Se realizó un muestreo de *quincena compuesta*, para un total de 14 días entre el 15 de abril y el 15 de julio de 2012. A diferencia de la semana compuesta, la quincena compuesta tiene la ventaja de no distorsionar la muestra cuando ocurren eventos especiales (Riffe *et al.*, 2005). Se escogió aleatoriamente un número ideal de 5 noticias diarias en prensa y televisión; y 3 noticias en las versiones *online* de estos medios. En los casos en los que un medio no hubiera publicado o emitido contenidos durante el día elegido, se procedió a su sustitución mediante un muestreo aleatorio simple de los contenidos publicados por el mismo medio el día anterior y el siguiente.

De forma específica, los sitios web de los medios seleccionados se descargaron entre las 14.00 y las 16:00 horas durante los días correspondientes por medio de la herramienta *HTTrack* [01]. Se prestó

atención especial a la elección de la página inicial (o de arranque) correcta, al ser ésta el lugar más específico en relación con el formato *off line*. Por ejemplo, en el caso del sitio web de la televisión no se tuvo como punto de arranque la web de la cadena, sino la página web que remite directamente al programa informativo. Sólo las piezas periodísticas completas o resumidas en un sumario dentro de la página principal del medio se tuvieron en consideración.

4.2. Medidas

Para determinar la variable dependiente, se diseñó un *índice de negatividad* en las noticias (-1= positivo; 0= neutro/equilibrado; 1= negativo), basado en el trabajo de Lengauer *et al.* (2012). El índice fue construido a partir de los siguientes indicadores:

1. *Tonalidad* (-1= positivo; 0= neutro/ equilibrado; 1= negativo). El tono negativo se refiere al enmarcado de una historia dentro del fracaso, la crisis, la frustración o la decepción; mientras que el tono positivo alude a representaciones del éxito político, logros, mejoras, esperanzas o ganancias.
2. *Conflictividad* (-1= centrado en el consenso; 0= neutro/ equilibrado; 1= centrado en el conflicto). La conflictividad se refiere a la representación de disputas, desacuerdos o controversias; mientras que el consenso se refiere a la muestra de acuerdos, compromisos y voluntad de cooperar.
3. *Incapacidad* (-1= capacidad; 0= neutro/ equilibrado; 1= incapacidad). La incapacidad se refiere a la representación de críticas o ataques por incompetencia; mientras que la competencia se refiere a las muestras de capacidad o aclamación en la pieza informativa.
4. *Caracterización* (-1= favorable; 0= neutro/ equilibrado; 1= desfavorable). La caracterización desfavorable se refiere a las impresiones que en este sentido se vierten sobre los actores incluidos en la pieza periodística desde su perspectiva; mientras que la caracterización favorable aludimos a las impresiones positivas o favorables sobre dichos actores desde su punto de vista. Hemos utilizado esta variable para caracterizar a los 5 actores más importantes incluidos en la pieza.

Para comprobar la unidimensionalidad del constructo se llevó a cabo un Análisis Factorial Exploratorio (AFE). Los indicadores fueron analizados con rotación Varimax (ortogonal) y el AFE (KMO= 0,701, $p < 0,000$) sugirió una estructura latente de un solo componente ($\lambda = 2,06$) explicando el 51,43% de la varianza para el conjunto de los 4 ítems. El AFE permite la identificación de factores subyacentes en una serie de indicadores, por lo que permite verificar la *validez de constructo* en una medición (Pérez-Gil, Chacón & Moreno, 2000; Macía, 2010; Igartua, 2006). Adicionalmente, se estimó la consistencia interna del constructo (α de Cronbach= 0,667), la cual sugirió una fiabilidad adecuada (Cronbach, 1951; Hayes, 2005).

Por otro lado, se realizó la medición de las siguientes variables independientes:

Micro-nivel:

- *Tema de la noticia*
1= Economía (macro y micro); 2= Funcionamiento de la democracia, derechos civiles y libertades; 3= Empleo, inmigración y asuntos sociales; 4= Educación, cultura y medios; 5=

Judicial (inseguridad y delincuencia); 6= Seguridad, defensa y asuntos internacionales; 7= Política; 8= Otros

- *Género periodístico*
 1= Noticia; 2= Reportaje; 3= Opinión y otros formatos

Meso-nivel:

- *Tipo de medio*
 1=TV; 2=Prensa; 3=Versión online TV; 4=Versión online prensa
- *Sector del medio*
 1=Prensa de referencia o calidad; 2=Prensa de orientación comercial o de mercado; 3=TV pública; 4=TV Comercial

Se realizó una prueba preliminar con objeto de determinar la fiabilidad del instrumento de medición por medio de una prueba intercodificador. Para ello se extrajo una sub-muestra aleatoria (n=30) de unidades redaccionales de la muestra definitiva del estudio. El grado de acuerdo se midió usando el alpha de Krippendorff a partir de los registros realizados por los dos codificadores/as. Este estadístico tiene una interpretación en la cual se dan como fiables valores de al menos 0,60 (Neuendorf, 2002) o 0,70 (Hayes & Krippendorff, 2007). La tabla 2 muestra los resultados de esta prueba para las categorías del estudio, así como el porcentaje de acuerdo entre los codificadores/as.

Indicador	alpha de Krippendorff	porcentaje de acuerdo
Negatividad		
<i>Tonalidad</i>	0.97	97.3
<i>Conflictividad</i>	0.95	94.5
<i>Incapacidad</i>	0.93	92.4
<i>Caracterización</i>	0.95	94
Micro-nivel		
<i>Tema de la noticia</i>	0.97	96.8
<i>Género periodístico</i>	0.99	98.3
Meso-nivel		
<i>Tipo de medio</i>	1.00	100
<i>Sector del medio</i>	1.00	100

Tabla 2. Resultados de la prueba intercodificador

4.3. Análisis

Tras el proceso de registro y codificación, se realizó un análisis preliminar del fichero de datos resultante con el fin de detectar los posibles errores del proceso de codificación. Una vez depurado el fichero de datos, se efectuó un análisis estadístico inductivo-exploratorio con el programa SPSS (versión 21). Con el fin de responder a la pregunta de investigación principal se llevó a cabo un análisis descriptivo de los datos (estadísticos centrales). Para poner a prueba las hipótesis del estudio se ejecutaron análisis inferenciales bivariados y multivariados, que incluyeron correlaciones, pruebas de diferencia de medias y regresiones.

5. Resultados

Del total de las informaciones políticas analizadas (n=563), la mayoría pertenecían al género de *noticia* (85,2%), seguidas por los *reportajes* (6,3%) y, finalmente, por la *opinión u otros formatos* (8,5%), lo que indica que la mayor parte de los contenidos sobre política en los medios españoles se difunden a través de géneros informativos. Dentro de la temática política, los sub-temas específicos tratados incluyen: *economía (macro y micro)* (44,4%), *política* (10,15%), *judicial (inseguridad y delincuencia)* (8,6%), *empleo, inmigración y asuntos sociales* (8,7%), *seguridad, defensa y asuntos internacionales* (6,7%), *funcionamiento de la democracia, derechos civiles y libertades* (6,2%), *educación, cultura y medios* (4,6%) y *otros* (9,6%).

Como vemos en la tabla 3, las piezas estudiadas son más negativas que positivas, aunque el *índice de negatividad* resulte todavía *débil* (M=0,18, DE=0,35). De hecho, los medios mostraron sus informaciones políticas de forma *neutral* (*Tele5 online, 20Minutos online, El Mundo online y TV1 online*) o *negativa* (*El País, El Mundo, El País online, 20Minutos, Tele5 y TVE1*). Los componentes que más peso tuvieron en las valoraciones de negatividad fueron la presencia de *conflictividad* dentro de la pieza (M=0,28, DE=0,63) y el uso de una *tonalidad* negativa (M=0,25, DE=0,55), es decir, aquellos aspectos referidos al uso del lenguaje para enmarcar una historia y a la puesta en escena de la falta de consenso en las informaciones, respectivamente.

	n	Índice de Negatividad		Tonalidad		Conflictividad		Incapacidad		Caracterización	
		M	DE	M	DE	M	DE	M	DE	M	DE
<i>El País</i>	71	0,31	0,32	0,48	0,56	0,48	0,58	0,11	0,36	0,15	0,32
<i>El Mundo</i>	67	0,30	0,40	0,39	0,65	0,55	0,50	0,21	0,51	0,06	0,45
<i>El País (online)</i>	69	0,25	0,31	0,38	0,55	0,35	0,59	0,14	0,39	0,14	0,26
<i>20Minutos</i>	71	0,24	0,30	0,25	0,50	0,48	0,58	0,10	0,30	0,12	0,32
<i>Tele5</i>	67	0,16	0,34	0,25	0,47	0,16	0,67	0,12	0,44	0,12	0,26
<i>TVE1</i>	61	0,11	0,32	0,13	0,46	0,20	0,54	0,07	0,48	0,06	0,22
<i>Tele5 (online)</i>	51	0,07	0,31	0,25	0,52	0,04	0,60	-0,02	0,37	0,00	0,16
<i>20Minutos (online)</i>	37	0,05	0,30	-0,03	0,44	0,16	0,73	0,05	0,23	0,03	0,30
<i>El Mundo (online)</i>	34	-0,01	0,30	0,00	0,60	0,03	0,67	0,00	0,25	-0,05	0,30
<i>TVE1 (online)</i>	35	-0,03	0,36	0,00	0,54	-0,03	0,71	-0,11	0,40	0,04	0,19
Total	563	0,18	0,35	0,25	0,55	0,28	0,63	0,09	0,40	0,08	0,30

Tabla 3. Indicadores de negatividad por medio

Nota: -1=Positivo, 0=Neutro/Equilibrado, 1=Negativo

Con el objetivo de comprobar si los índices de negatividad estaban relacionados con las características de la pieza (micro-nivel), se llevaron a cabo pruebas *ANOVA de un factor* (ONEWAY) para contrastar si había diferencias entre las medias de cada subcategoría (H1). Específicamente, encontramos que existen diferencias significativas entre los índices de negatividad hallados en cada uno de los temas de las piezas estudiadas, *F de Welch* (7, 147,818) = 2,601, *p* < 0,05 (gráfico 1).

Vemos que las piezas que trataban sobre el *funcionamiento de la democracia, derechos civiles y libertades* (M=0,25, DE=0,25), el *empleo, inmigración y asuntos sociales* (M=0,23, DE=0,33), la *economía* (M=0,20, DE=0,39), los *temas judiciales* (M=0,18, DE=0,25) y la *política* (M=0,16, DE=0,39), obtuvieron puntuaciones negativas más altas (>0,1). Mientras que aquellas piezas que trataron contenidos sobre la *educación, cultura y medios* (M=0,09, DE=0,22), la *seguridad, defensa y asuntos internacionales* (M=0,07, DE=0,28) y, en general, sobre *otros temas* (M=0,1, DE=0,27), mostraron puntuaciones más *neutrales* o cercanas a cero. Al realizar un contraste entre estos dos grupos de temas observamos que las diferencias son significativas, $t(179,683)=3,579$, $p=0.000$, lo que evidencia que las discusiones mediáticas sobre democracia, inmigración, economía y empleo (inherentemente más controversiales) tienden a ser tratadas periodísticamente de manera más negativa que aquellas que nos son intrínsecamente negativas en la sociedad. Este hallazgo confirma la hipótesis H1.1.

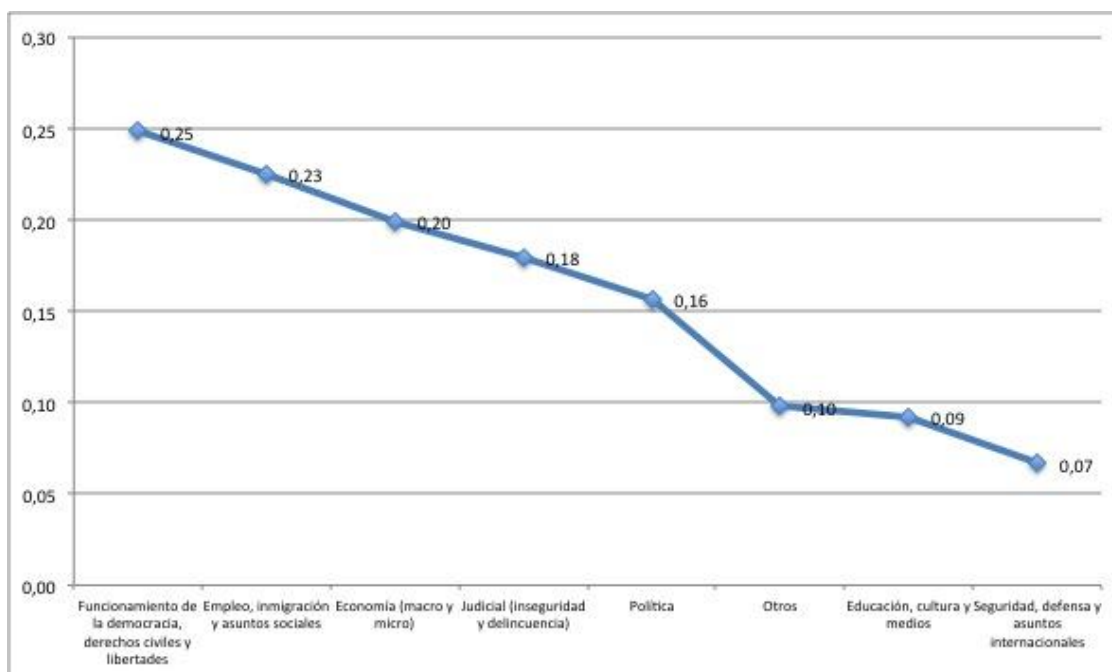


Gráfico 1. Índice de negatividad, según el tema de la información política

Con respecto al género de la noticia (gráfico 2), observamos que las *noticias* (M=0,16, DE=0,33) obtuvieron menores niveles de negatividad que los *reportajes* (M=0,29, DE=0,32) o las piezas de *opinión y otros formatos* (M=0,25, DE=0,5). Estas diferencias fueron estadísticamente significativas, F de Welch (2, 58,365) = 3,373, $p < 0,05$. De forma específica, al contrastar las puntuaciones de negatividad en la noticias con las de los otros géneros interpretativos y de opinión, vemos que las noticias alcanzaron niveles significativamente más bajos de negatividad, $t(94,564)=-2,378$, $p<0.05$. Lo anterior da sustento empírico a H1.2 y confirma nuestra afirmación inicial, referida al micro-nivel, en la que aseguramos que la negatividad en las informaciones políticas está relacionada con las características de la propia pieza periodística. Las normas de redacción periodística permiten la inclusión de mayores niveles de interpretación y valoración en los géneros de interpretación y opinión en comparación con la noticia. Ello puede explicar los menores niveles de negatividad encontrados en este género.

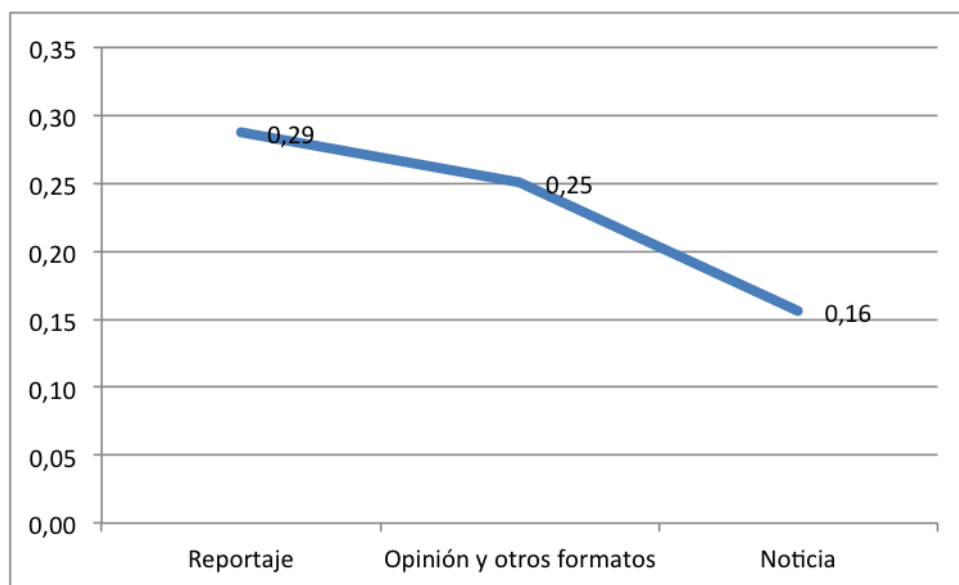


Gráfico 2. Índice de negatividad, según el género de la información política.

Asimismo, con el fin de conocer si estos niveles de negatividad estaban relacionados con las características del propio medio (H2), es decir del meso-nivel, llevamos a cabo pruebas ANOVA de un factor (ONWEWAY) para comprobar si las diferencias de medias en los distintos tipos de medios eran significativas. Con respecto al tipo de medio (gráfico 3), observamos que las diferencias en los índices de negatividad en la prensa (M = 0,28, DE = 0,34), la televisión (M = 0,14, DE = 0,33), la versión online del periódico (M = 0,14, DE = 0,32) y la versión online del programa de TV (M = 0,03, DE = 0,34) son estadísticamente significativas, $F(3, 559) = 13,524$, $p < 0,000$. De manera concreta, encontramos que los niveles de negatividad son significativamente superiores en la prensa y su versión web, comparados con los de la televisión y su versión web, $t(559)=4,183$, $p<0.000$, lo cual da apoyo empírico a H2.1.

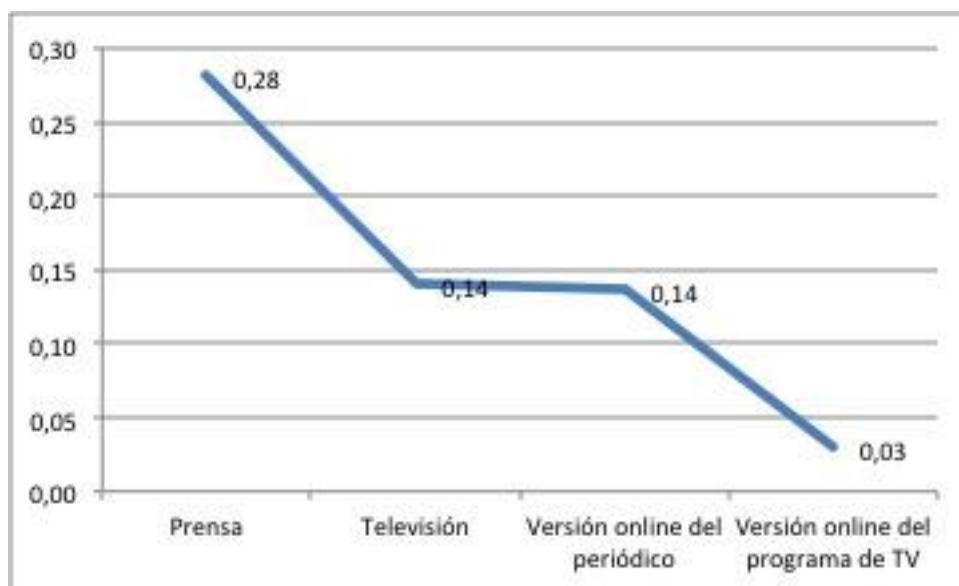


Gráfico 3. Índice de negatividad, según el tipo de medio.

Al comparar las puntuaciones de negatividad en los medios tradicionales (prensa y TV) con la de sus versiones en Internet, encontramos que los niveles son significativamente menores en la versión web, $t(559)=-4,308, p<0.000$.

El hallazgo anterior no da soporte empírico a H2.2 y, de hecho, confirma lo contrario a lo propuesto en esta hipótesis en la que se presentaba que eran los medios *online* los que tenían mayores niveles de negatividad. No obstante, podemos asegurar que el tipo de medio es una variable que condiciona los niveles de negatividad en las informaciones políticas en los medios españoles. Las versiones online de los medios suelen ser más escuetas, lo cual puede explicar que den menor cabida a la introducción de interpretaciones y valoraciones.

Por otro lado, al indagar sobre el *sector del medio* (gráfico 4), los datos muestran que los índices de negatividad en la prensa tradicionalmente considerada *de referencia o calidad* ($M=0,25, DE=0,35$), la *prensa de orientación comercial o de mercado* ($M=0,18, DE=0,31$), la *TV comercial* ($M=0,12, DE=0,33$) y la *TV pública* ($M=0,07, DE=0,34$) difieren de manera significativa $F(3, 559) = 7,718, p = 0,000$. Específicamente, comprobamos que los medios privados tenían mayores niveles de negatividad que los medios públicos, $t(559)=-2,861, p<0.000$, lo cual apoya H2.3. En suma, la comprobación de H2.1 y H2.3, así como la comprobación de una dirección opuesta en H2.2, permiten afirmar que los niveles de negatividad de las piezas informativas están condicionados por las propias características del medio (meso-nivel).

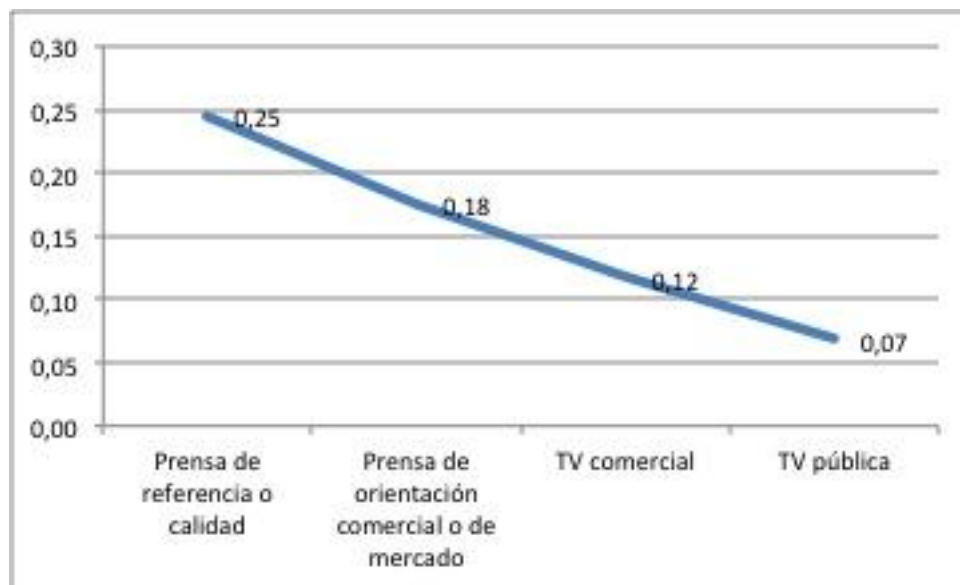


Gráfico 4. Índice de negatividad, según el sector del medio.

6. Discusión y conclusiones

Los resultados muestran que la mayor parte de las informaciones políticas publicadas por los medios españoles tienen puntajes *débiles* de negatividad ($>0,1$ y $<0,5$) o en el mejor de los casos tienden a ser *neutrales o equilibradas* ($<0,1$ y $>-0,1$), pero que, en promedio, no se muestran de forma positiva. Esta tendencia es consistente con buena parte de la investigación precedente (Schudson, 1999; Farnsworth & Lichter, 2011; Patterson, 1994; Sabato, 1991; Zaller, 1999; De Vreese, Esser &

Hopmann, 2016) que evidencia la preferencia de los medios por mostrar de forma negativa los contenidos políticos. Esta preferencia tiene sentido si entendemos que la gente es más reactiva y atenta a las informaciones negativas que a las positivas (Soroka & McAdams, 2015). De hecho, si comparamos con los resultados de NEPOCS, la media española de negatividad en las informaciones políticas (M=0,17, DE= 0,35) está muy por debajo de la de otros países europeos como Austria (M=0,33, DE= 0,44), Suecia (M=0,32, DE= 0,34) Portugal (M=0,29, DE= 0,50), Francia (M=0,25, DE= 0,40), Reino Unido (M=0,23, DE= 0,32) y Grecia (M=0,22, DE= 0,41), en donde los índices de negatividad son aún mayores (Esser *et al.*, 2016).

Con los datos de los medios españoles encontramos sustento empírico para afirmar que tanto las características de la propia historia (H1) como las del medio (H2) condicionan los niveles de negatividad en las piezas periodísticas. En el primer caso, nuestros datos son consistentes con la bibliografía previa (Peter, 2003; Garz, 2014; Esser *et al.*, 2016) que muestran una relación entre la forma de producir los mensajes periodísticos y los hechos a los que se refiere dicho mensaje. En los medios españoles vemos que son precisamente temas como la democracia, el empleo, la inmigración, la economía, los asuntos judiciales y la propia política, los que han generado mayor tensión social (aumentada por la crisis económica) en los últimos años, los que resultaron ser tratados con mayores niveles de negatividad; mientras que en las piezas referidas a la cultura, la educación, los asuntos de seguridad e internacionales y otros temas, en los que ha existido menor controversia social, obtuvieron niveles más neutrales o equilibrados. Esto sugiere que efectivamente la naturaleza de los temas está vinculada a la forma en que son presentados a la ciudadanía. En los datos también encontramos que las noticias muestran menores niveles de negatividad, mientras géneros más interpretativos como el reportaje o la opinión, tienen mayores puntuaciones. Lo anterior puede indicar que cuando hay mayor elaboración e interpretación o valoración en el género periodístico elegido, mayor es la negatividad.

En el caso de las características del medio, nuestros datos también confirman que éstas tienen relación con la forma en que son producidas y presentadas las informaciones. Observamos que hay mayor negatividad en la prensa (cuando se le compara con la televisión) y en los medios tradicionales (cuando se les compara con su versión *online*). No obstante, este último hallazgo refuta los resultados de estudios anteriores que habían encontrado precisamente lo contrario, es decir, que eran los medios digitales los que mostraban mayores niveles de negatividad (Quandt, 2008). En cuanto a las diferencias debidas al sector al que pertenece el medio, nuestros datos confirman que los medios públicos (como TVE) tienden a ser menos críticos (Hanitzsch & Berganza, 2012) y por ende sus niveles de negatividad son menores (Vreese, Banducci, Semetko, & Boomgaarden, 2006).

En suma, nuestro estudio de los medios españoles muestra que tanto la prensa como la televisión (y sus versiones *online*) tienden a mostrar las informaciones políticas en términos más negativos, o al menos neutrales, que positivos. Nuestro análisis revela que la variabilidad en los índices de negatividad está condicionada por las características de la propia historia que se relata y del medio. Específicamente, tienen más negatividad las piezas sobre temas inherentemente controversiales, producidas en formatos en los que el/la periodista se implica más (añadiendo interpretaciones o valoraciones) y publicadas en medios impresos de propiedad privada de referencia en el país.

Las conclusiones anteriores tienen implicaciones tanto teóricas como prácticas. En primer lugar, si bien existe cierta consistencia de nuestros resultados con la bibliografía precedente en el campo, en

cuanto a la existencia de condicionantes (*micro* y *meso*), hace falta un mayor consenso en la dirección de las hipótesis (p.e. si son los medios *online* o los tradicionales los que tienen más negatividad) para poder formular un marco teórico coherente que guíe futuras investigaciones. En segundo lugar, los resultados pueden sugerir que se debe seguir trabajando en la consolidación de manuales de estilo para el tratamiento de ciertas temáticas (p.e. empleo, inmigración, economía, etc.) que, aunque puedan generar tensión social, no son necesariamente negativas. Además, desde el punto de vista de la profesión periodística, es necesario continuar la discusión sobre las limitaciones que pueden tener los comunicadores en los medios públicos, y, por otro lado, analizar las estrategias sensacionalistas de ciertos medios privados para ganar más audiencia con informaciones más negativas.

En esta investigación sólo se seleccionaron de manera intencional una serie de medios que pueden orientar sobre el panorama mediático en España, pero que no permiten generalizar los resultados, por lo que es necesario que futuros estudios incluyan otras muestras más representativas para poder construir un mapa más preciso de los niveles de negatividad en los medios (incluso con el uso de herramientas automatizadas). No obstante, el objetivo de este estudio, más que describir de forma precisa lo niveles de negatividad en los medios, consistía en explorar los condicionantes (en los niveles *micro* y *meso*) de variación de dicho índice a partir del análisis de algunos medios de referencia. En este sentido, se debe seguir explorando cómo los condicionantes del macro-nivel pueden afectar los niveles de negatividad en las informaciones políticas (Strömbäck & Kaid, 2008; Iyengar, 2011; Blumler & Gurevitch, 2001).

Asimismo, para demostrar los efectos reales de los condicionantes es recomendable, por un lado, avanzar en estudios longitudinales que permitan observar la evolución en el tiempo de la negatividad en los mismos medios y, por otro, comprobar la causalidad por medio de diseños experimentales en los que se puedan controlar otras variables no recogidas en este estudio. El cúmulo de evidencia empírica, especialmente utilizando medidas y escalas fiables de negatividad, puede también ser objeto de *meta análisis* que permitan tener una mirada más amplia y consistente de los avances en el campo.

***Investigación financiada.** Este estudio se ha desarrollado en tornos al proyecto de investigación “El impacto de la calidad informativa en el desinterés y la apatía de la ciudadanía por la política en 15 países europeos: el caso de España” (ref. [CSO2013-44874-R](#)), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España.

Fechas:

- inicio de la investigación: 2014
- término de la investigación: 2016

Nota

1. <http://www.htrack.com/page/2/>

7. Referencias

- E Albæk, A Van Dalen, N Jebril & C De Vreese (2014). *Political Journalism in Comparative Perspective*. Nueva York: Cambridge University Press.
- R Abelson (1963). “Computer simulation of “hot” cognition. En S. Tomkins, & D. Messick (Eds.), *Computer Simulation of Personality* (pp. 277–298). Nueva York: Wiley.
- M Adriaansen, P Van Praag & C De Vreese (2011). “Substance matters. How news content can reduce political cynicism”. *International Journal of Public Opinion Research*, 22(4), 433-457.
- M Adriaansen, P Van Praag & C de Vreese (2012). “A mixed report: The effects of strategic and substantive news content on political cynicism and voting”. *Communications*, 37(2), 153-172.
- JA Bargh (1994). “The four horseman of automaticity: Awareness, intention, efficiency, and control in social cognition”. En R. Wyer & T. Srull (Eds.), *Handbook of social cognition: Basic processes*, vol. I (pp. 1–40). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- FR Baumgartner & L Chaqués Bonafont (2015). “All News is Bad News: Newspaper Coverage of Political Parties in Spain”. *Political Communication*, 32(2), pp. 268-291.
- LW Bennett (2009). *News: The politics of illusion* (8ª edición). Nueva York: Longman.
- R Berganza (2008). “Medios de comunicación, ‘espiral del cinismo’ y desconfianza política: Estudio de caso de la cobertura mediática de los comicios electorales europeos”. *Zer: Revista De Estudios De Comunicación*, 25, España, pp. 121-139.
- R Berganza (2009). “Framing the European Union and building the media agenda: the 2004 European Parliamentary elections in the Spanish daily press”. *Journal of Political Marketing*, 8(1), pp. 59-69.
- H Brandenburg (2005). “Political bias in the Irish media: A quantitative study of campaign coverage during the 2002 general election”. *Irish Political Studies*, 20, pp. 297–322.
- K Brants, C De Vreese, J Moller & P Van Praag (2010). “The Real Spiral of Cynicism? Symbiosis and mistrust between politicians and journalists”. *International Journal of Press/ Politics*, 15(1), pp. 25-40.
- L Cappella & K Jamieson (1997). *Spiral of cynicism. The press and the public good*. Oxford: Oxford University Press.
- CIS (2013). Barómetro de julio 2013. Avance de resultados (Estudio No. 2.993). En línea en: http://datos.cis.es/pdf/Es2993mar_A.pdf
- CIS (2009). Barómetro de julio 2013. Ética pública y corrupción (Estudio No. 2.826). En línea en: http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2820_2839/2826/es2826.pdf
- A Casero-Ripollés, J Izquierdo-Castillo & H Doménech-Fabregat (2014). “From Watchdog to Watched Dog: Oversight and Pressures between Journalists and Politicians in the Context of Mediatization”. *Trípodos*, 1(34), pp. 23-40.

LJ Cronbach, (1951). “Coefficient alpha and the internal structure of tests”. *Psychometrika*, 16, pp. 297-334.

C De Vreese (2005). “The spiral of cynicism reconsidered: the mobilizing function of news”. *European Journal of Communication*, 20(3), pp. 283-301.

C De Vreese (2004a). The effects of strategic news on political cynicism, issue evaluations and policy support: A two-wave experiment. *Mass Communication & Society*, 7(2), 191-215.

C De Vreese (2004b). “The effects of frames in political television news on audience perceptions of routine political news”. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 81(1), pp. 36-52.

C De Vreese, F Esser & D Hopmann (Eds.) (En prensa, 2016). *Where’s the Good News? Comparing Political Journalism in 16 Countries*. Routledge.

C De Vreese & M Tobiasen (2007). “Conflict and identity. Explaining turnout and anti-integrationist voting in the Danish 2004 elections for the European Parliament.” *Scandinavian Political Studies*, 30, pp. 87-111.

C De Vreese, SA Banducci, H Semetko & HG Boomgaarden (2006). “The News Coverage of the 2004 European Parliamentary Election Campaign in 25 Countries”. *European Union Politics*, 7(4), pp. 477–504.

M Elenbaas & C De Vreese (2008). “The effects of strategic news on political cynicism and vote choice among young voters”. *Journal of Communication*, 58(3), pp. 550-567.

F Esser, S Engesser, J Matthes & R Berganza (En prensa, 2016). “Negativity in the news. Exploring Drivers of Bad-News Tendency”. In C De Vreese, F Esser & D N Hopmann (Eds.), *Where’s the Good News? Comparing Political Online and Offline Journalism in 16 Countries*. Routledge.

Eurobarometer (2009). Special Eurobarometer. Attitudes of Europeans towards Corruption (Estudio 325) [Reporte] En línea en:

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_325_en.pdf

Eurobarometer (2010). Standar Eurobarometer. Public Opinion in the European Union (Estudio 73) [Reporte] En línea en:

http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb73/eb73_vol1_en.pdf

SJ Farnsworth & RS Lichter (2011). *The nightly news nightmare: Television’s coverage of US presidential elections, 1988-2008*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.

RH Fazio & C Williams (1986). “Attitude accessibility as a moderator of the attitude-perception and attitude-behavior relations: An investigation of the 1984 presidential election”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, pp. 505–514.

RH Fazio, D Sanbonmatsu, M Powell & F Kardes (1986). “On the automatic activation of attitudes”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, pp. 229–238.

ST Fiske (1981). “Social cognition and affect”. En Harvey, J. (Ed.), *Cognition, social behavior, and the environment* (pp. 227–264). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.

- P Freedman & K Goldstein (1999). "Measuring media exposure and the effects of negative campaign ads". *American Journal of Political Science*, 43(4), pp. 1189-1208.
- M Garz (2014). "Good news and bad news: evidence of media bias in unemployment reports". *Public Choice*, 161(3-4), pp. 499-515.
- A Hayes (2005). *Statistical Methods for Communication Science*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- A Hayes & K Krippendorff (2007). "Answering the Call for a Standard Reliability Measure for Coding Data". *Communication Methods and Measures*, 1(1).
- JJ Igartua (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- J Kleinnijenhuis (2008). "Negativity". En W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of communication* (pp. 3188-3192). Malden: Blackwell Publishing.
- K Krippendorff (2004). *Content Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- G Lengauer, F Esser y R Berganza (2012). "Negativity in political news: A review of concepts, operationalizations and key findings". *Journalism*, 13(2), pp. 179-202.
- M Lodge & CS Taber (2000). "Three steps toward a theory of motivated political reasoning". En A. Lupia, M. McCubbins, & S. Popkin (Eds.), *Elements of reason: Cognition, choice, and the bounds of rationality* (pp. 183–213). Cambridge: Cambridge University Press.
- M Lodge, K McGraw & P Stroh (1993). "An impression-driven model of candidate evaluation". *American Political Science Review*, 87, pp. 399–419.
- F Macía (2010). "Validez de los Tests y el Análisis Factorial: Nociones Generales". *Ciencia y Trabajo*, 12(35), pp. 276-280.
- ME McCombs & DL Shaw (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media". *The Public Opinion Quarterly*, 2, pp. 176-187.
- K McGraw, M Lodge & P Stroh (1990). "Candidate evaluation: The effect of salience, order, and sophistication". *Political Behavior*, 12, pp. 41–58.
- P Mair (2006). "Ruling the void: The hollowing of western democracy". *New Left Review*, 42, pp. 25-51.
- J Morris, N Squires, C Taber & M Lodge (2003). "The activation of political attitudes: Psychophysiological evidence for the hot cognition hypothesis". *Political Psychology*, 24, pp. 727–745.
- W Mishler & R Rose (2001). "What are the origins of political trust? Testing institutional and cultural theories in post-communist societies". *Comparative Political Studies*, 34, pp. 30–62.
- P Moy & M Pfau (2000). *With malice toward all? The media and public confidence in democratic institutions*. Westport: Praeger.
- P Moy, M Pfau & L Kahlor (1999). "Media use and public confidence in democratic institutions". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43(2), pp. 137-158.
- KA Neuendorf (2002). *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.

- Norris, P. (2000) *A virtuous circle. Political communication in postindustrial societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- P Norris (1999). "Introduction: The growth of critical citizens?". En P. Norris (Ed.), *Criticalcitizens: Global support for democratic governance* (pp. 1–27). Oxford, England: Oxford, University Press.
- L Pérez-Gil, S Chacón & R Moreno (2000). "Validez de constructo: el uso de análisis factorial exploratorio-confirmatorio para obtener evidencias de validez". *Psicothema*, 12(2), pp. 442-446.
- LJ Sabato (1991). *Feeding frenzy*. New York: Free Press.
- A Schuck, R Vliegenthart & C De Vreese (2014). "Who's afraid of conflict? The mobilizing effect of conflict framing in campaign news". *British Journal of Political Science*, 44(4).
- M Schudson (1999). "Social origins of press cynicism in portraying politics". *American Behavioral Scientist*, 42(6), pp. 998-1008.
- S Soroka & S McAdams (2015). "News, Politics, and Negativity". *Political Communication*, 32(1), pp. 1-22.
- TE Patterson (2000). *Doing well and doing good: How soft news and critical journalism are shrinking the news audience and weakening democracy*. Cambridge, MA: Harvard University, Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy.
- TE Patterson (1994). *Out of order*. New York: Vintage.
- J Peter (2003). "Country characteristics as contingent conditions of agenda setting: The moderating influence of polarized elite opinion". *Communication Research*, 30(6), pp. 683–712.
- T Quandt (2008). "No news on the world wide web? A comparative analysis of online news in Europe and the United States". *Journalism Studies*, 9(5), pp. 717-738.
- T Ridout & M Franz (2008). "Evaluating measures of campaign tone". *Political Communication*, 2, pp. 158-179.
- D Riffe, S Lacy & FG Fico(2005) *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*. Segunda edición. Londres: Lawrence Erlbaum.
- MJ Rozell (1996). *The press and the Bush presidency*. Westport: Praeger.
- CS Taber & M Lodge (2001). "Motivated skepticism in political information processing". Comunicación presentada en el Congreso Anual de la *Midwest Political Science Association*.
- CS Taber, M Lodge & J Glathar (2001). "The motivated construction of political judgments". En JH Kuklinski (Ed.), *Citizens and politics: Perspectives from political psychology*. London: Cambridge University Press.
- J Strömbäck (2008). "Swedish election news coverage: Towards increasing mediatization". En J Strömbäck & LL Kaid (Eds.), *The handbook of election news coverage around the world* (pp. 160-174). Nueva York: Routledge.
- J Takens, W Van Atteveldt, A Van Hoof & J Kleinnijenhuis (2013). "Media logic in election campaign coverage". *European Journal of Communication*, 28, pp. 277-293.

M Torcal & JR Montero (2006). “Political disaffection in comparative perspective”. En M Torcal & JR Montero (Eds.), *Political disaffection in contemporary democracies: Social capital, institutions, and politics* (pp. 3–19). Abingdon, England: Routledge.

A Van Dalen, E Albaek & C De Vreese (2011). Suspicious minds: Explaining political cynicism among political journalists in Europe. *European Journal of Communication*, 26(2), pp. 147-162.

AE Weintraub & BE Pinkleton (1995). “Positive and negative effects of political disaffection on the less experienced voter”. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 39(2), pp. 215-235.

JR Zaller (1999). “A theory of media politics. How the interests of politicians, journalists, and citizens shape the news”. [Manuscrito no publicado] En línea en <http://www.sscnet.ucla.edu/polisci/faculty/zaller/media%20politics%20book%20.pdf> [Consultado en diciembre de 2014]

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

M R Berganza Conde, C Arcila Calderón, R de Miguel Pascual (2016): “La negatividad en las informaciones políticas de los medios españoles”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 160 a 178.

<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1089/09es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2016-1089](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1089)

- En el interior de un texto:

... MR Berganza Conde *et al.* (2016: 160-178)...

Artículo recibido el 24 de noviembre de 2015. Aceptado el 7 de febrero.
Publicado el 11 de febrero de 2016.