

ANEXO:

EL IMPACTO MEDIÁTICO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA PERCEPCIÓN

Costas- Pérez *et al* (2011) realizan un estudio en el que demuestran, a través de una base de datos con noticias y denuncias de corrupción. Que las noticias nacionales son las que tiene un mayor impacto sobre la percepción.

Para ello utilizaremos el único estudio que realizó el CIS en colaboración con el grupo de trabajo “Agenda y Voto”. En el mismo se analiza la presencia de estas noticias en las cabeceras de los periódicos españoles hasta 2009 (la tabla A.1. recoge los resultados), año en el que se dispara la percepción del problema. De esta forma podremos constatar de una forma más rigurosa los efectos de los medios de comunicación sobre la percepción de la corrupción en un periodo que aborda hasta el inicio de la crisis económica.

Tabla A.1. Impacto de la corrupción en los medios (septiembre 2008-junio 2010)

Periódicos	El País	El Mundo	La Vanguardia	El Periódico	El Correo	ABC (Sevilla)	Total ^a
Economía general	81 7,5%	113 9,3%	75 8,5%	61 6,7%	112 10,6%	134 12,6%	767 10,2%
Crisis económica	105 9,8%	129 10,6%	132 15,0%	116 12,8%	122 11,5%	119 11,2%	855 11,4%
Corrupción	195 18,2%	178 14,6%	67 7,6%	95 10,5%	33 3,1%	81 7,6%	897 11,9%
Partidos políticos	154 14,4%	189 15,5%	168 19,1%	155 17,1%	175 16,5%	176 16,6%	1.189 15,8%

^a Número de noticias en portada y porcentaje sobre total.

Fuente: Grupo de trabajo Agenda y Voto. CIS.

Se puede ver en la tabla A.1. que durante los primeros años de la crisis las noticias sobre la economía, la crisis, la política y la corrupción ocupaban en torno al 50% de las noticias de los periódicos. Lo anterior puede ser una razón más que sustancial para que la percepción de la corrupción haya aumentado ya que los españoles han tenido mucha información sobre ello.