

Análisis de los comentarios de los usuarios en la prensa española en el debate de ‘Ley Wert’

Cristina PERALES-GARCÍA

Universitat de Vic

cristina.perales@uvic.cat

Resumen:

La opinión de muchos lectores de prensa digital española se expresa en los comentarios. El artículo es un estudio de las reacciones emitidas por los lectores a propósito de la propuesta de la Ley Wert (durante el mes de mayo de 2013). Las principales conclusiones que se extraen del análisis es que la participación (1) es escasamente complementaria —o nula— a la información profesional y, en consecuencia, (2) no contribuye, en el ejemplo analizado, al llamado periodismo participativo.

El estudio ha permitido radiografiar el tipo de participación y debatir sobre su pertinencia en las principales cabeceras de la prensa digital española.

Palabras clave: comentarios en noticias; periodismo participativo; participación; usuarios; prensa digital

Users' comments analysis in the Spanish press in the *Ley Wert's* debate

Abstract:

The opinion of many digital Spanish newspapers readers is expressed in comments. This article is a study of the users' reaction about the 'Ley Wert' proposal (during May 2013). The main conclusion showed up from the analysis is: (1) the participation is scarcely supplementary to the professional labour; and (2) it does not contribute, in our study, to the so-called participatory journalism.

The study has allowed us to draw the type of participation and discuss its relevance in the referenced Spanish online newspapers.

Key Words: comments in news; participatory journalism; participation; users; online newspapers

Referencia normalizada:

Perales-García, C. (2014): Análisis de los comentarios de los usuarios en la prensa española en el debate de “Ley Wert”. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 19. Núm. Especial Febrero. Págs. 507-521.

Sumario: 1. Introducción. 1.1. La reacción de la comunidad educativa. 2. Marco teórico: La participación ciudadana, ¿un valor periodístico? 2.2. El proceso comunicativo en los medios. 2.3. Análisis de la participación de los usuarios. 3. Diseño metodológico. 3.1. Definición de la muestra. 3.2. Ficha de análisis. 4. Resultados. 5. Conclusiones.

1. Introducción

El trabajo que aquí se presenta estudia el grado de credibilidad que los usuarios dotan a la información elaborada por los profesionales, así como el tipo de interacción con el resto de los participantes del comentario de la noticia. La muestra cuenta con los comentarios que se vierten en torno a dos momentos de gran interés periodístico y social, que abarca el período que va del 6 al 19 de mayo de 2013: (1) la primera huelga general educativa en la historia española, convocada el 9 de mayo; y (2) la aprobación del proyecto de Ley, 17 de mayo.

El corpus comprende los 19.061 comentarios de las versiones *online* de los cuatro principales diarios de información general españoles —según datos de 2012 de la OJD1— y de cobertura estatal: *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Vanguardia*.

La contribución de los usuarios se resume, según su contenido en entradas donde destacan las respuestas y *semidebates* que generan los usuarios entre ellos, donde se descubre la falta de argumentación, la ridiculización y el insulto como elementos constantes. Cabe destacar, adicionalmente que la construcción de comentarios están más dirigidos a la provocación y conflicto que a la contribución constructiva del debate.

Los comentarios de los usuarios forman parte de la comunicación “alternativa” (Roig, 2006) que a menudo pueden considerarse interferencias, positivas o negativas, a la comunicación tradicional; ya sea porque la influye, la condiciona, la refuta o complementa. El diálogo social que ha irrumpido en las ediciones digitales de los medios de comunicación, y en concreto de la prensa escrita, se ha convertido en elemento casi indispensable que acompaña a las informaciones e incluso, en ocasiones, las complementan.

1.1. La reacción de la comunidad educativa

La propuesta que se trabaja aquí estudia el contenido de esos comentarios ante temáticas de carácter social como es el debate y reacción ciudadana a la aprobación del Proyecto de Ley de la LOMCE (Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa), popularmente conocida como la Ley Wert por quedar personalizada en el ministro de Educación, Cultura y Deporte, el conservador José Ignacio Wert (en el cargo desde diciembre de 2011).

El proyecto de Ley, que presentó el ministro el 17 de mayo de 2013, fue, desde sus inicios, rechazada por los partidos de izquierda y diferentes sectores sociales directamente afectados (sindicatos de maestros y profesores, asociaciones de padres y alumnos). Pronto los partidos nacionalistas vasco y catalán se posicionan también en contra de la propuesta de Ley por considerarla una intromisión a la competencia educativa autonómica y por romper la viabilidad de la calidad de la enseñanza en las lenguas cooficiales de cada territorio.

Por todo ello, miles de personas se manifestaron el 9 de mayo de 2013 en contra de los recortes en materia educativa y como rechazo a la propuesta del ministro. Sería la primera jornada de huelga general en el sector donde participaron profesores, padres y alumnos desde la escuela primaria hasta la educación superior. Según los sindicatos docentes, entre un 70 y un 75% de los maestros y profesores secundaron la huelga convocada por la Plataforma Estatal por la Escuela Pública; y un 90% de alumnos se movilizaron, según el Sindicato de Estudiantes. Paralelamente se produjeron encierros nocturnos en centros públicos de enseñanza sin incidentes y en defensa de la educación pública y de calidad.

Las movilizaciones no afectaron el decurso de la propuesta de Wert, quien el 17 de mayo —como referíamos arriba— consiguió que prosperara.

Las protestas sociales se han ido sucediendo en España través de diversas plataformas desde el movimiento 15-M (Santamaría, 2011), surgido en marzo de 2011, y que tenían como objetivo la movilización social para activar el debate hacia una democracia más participativa (Cabal, 2011). A partir de entonces y gracias a la tecnología, se ha favorecido la participación de los ciudadanos, quienes, desde el anonimato, participan del debate del conflicto social. Los comentarios en las versiones digitales de los medios, así como las redes sociales, la promoción de los blogs personales, y un largo etcétera, alimentan los foros de intercambio de opinión. El presente trabajo analiza, desde este prisma, el tipo de intercambio comunicativo que se da entre los usuarios participantes de los comentarios de la prensa digital española.

2. Marco teórico: La participación ciudadana, ¿un valor periodístico?

De entre las diversas maneras que los usuarios tienen de participar —directa o indirectamente— en el mundo periodístico, los comentarios son una vía utilizada en las versiones digitales de los medios y llegan a alcanzar una considerada importancia en términos cuantitativos. Los comentarios cuentan, actualmente, con una alta aceptación entre los lectores, a pesar de la coexistencia de otras redes sociales de fomento de la opinión pública:

en 2008 el 75% de los medios digitales de Estados Unidos brindaban a los lectores la posibilidad de comentar las noticias. En 2007 únicamente lo hacía el 33% y en el año anterior un exiguo 19%²

La participación de los lectores es de alto valor para las empresas periodísticas, ya que permite calibrar la opinión de sus lectores e incluso fidelizar las audiencias. Se trata de una estrategia empresarial que permite al medio acercarse a sus lectores y estrechar sus opiniones.

Los usuarios han dejado de ser entendidos como receptores pasivos y convierten los espacios de participación en comunidades virtuales desde donde pueden promocionar sus puntos de vista e incluso desde donde, en ocasiones, amplían las informa-

ciones de los medios. Es el periodismo participativo (“participatory journalism” en palabras de Singer *et al.* 2011), a partir del que los medios recogen la contribución y producción de los ciudadanos dentro de los medios institucionales, como son los diarios digitales en nuestro estudio.

El problema reside, como apunta Masip (2011), en la gestión de las ingentes cantidades de comentarios que llegan a las *webs*. Sólo un porcentaje mínimo son aportaciones al debate que suscita el hecho noticioso o la pieza periodística en sí. En muchas ocasiones el insulto, la opinión infundada y la falta de razonamiento son las características de los mensajes. Precisamente estos contenidos son los que han abierto el debate sobre la mejor gestión de la participación. Algunos académicos, como Peacock (2008), son favorables a la creación de protocolos de identificación del usuario más estrictos o incluso admite que eliminar las entradas anónimas al debate podría ser una solución. Otros, por su lado, advierten que la eliminación del comentario que incurre en insulto o degradación debe ser tenido en cuenta (Rieder, 2010) ya que no aporta nada al debate ni amplía la información publicada por el profesional.

En general, los medios cuentan con unos criterios de moderación básicos donde se expresa el rechazo a las aportaciones racistas, xenófobas, de exaltación a la violencia o aquéllas que van en contra de los derechos humanos, entre otras. Aunque, en los medios escogidos para el estudio, la moderación es escasa o inexistente.

Los diarios analizados incluyen en sus normas de uso un apartado informativo que el usuario debe aceptar —se da por hecho que consiente una vez que lee y entiende el contenido— para formalizar su registro. Por lo general, se pide al participante que se comprometa a hacer un uso adecuado de los contenidos. En el caso de *El País* se explicita en qué casos se retirarán las aportaciones:

- (i) incurrir en actividades ilícitas, ilegales o contrarias a la buena fe y al orden público; (ii) difundir contenidos o propaganda de carácter racista, xenófobo, pornográfico-ilegal, de apología del terrorismo o atentatorio contra los derechos humanos³

En cuanto a *El Mundo*, explicita que buscan mensajes “educados para un intercambio de opiniones” y explicitan los casos en los que los comentarios son eliminados:

En ningún caso se permitirá la publicación de contenidos que de forma manifiesta fomenten el odio, el desprecio o la discriminación por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social. Tampoco se tolerarán, en ningún caso, sea cual sea su fin, los intentos de suplantar la identidad de terceras personas ni la publicación de datos de contacto privados. Tampoco se aprobarán mensajes que contengan ‘spam’ ni aquellos con enlaces a sitios que nada tengan que ver con el motivo de la conversación.⁴

La Vanguardia sigue una línea de aceptación de participaciones similar a los casos anteriores, si bien delimita en 1.200 caracteres la extensión de los comentarios:

se eliminará cualquier mensaje cuyo contenido sea difamatorio, obsceno, insultante, contenga amenazas o incite a cometer cualquier acto no permitido por las leyes españolas.⁵

En el caso de *ABC* también se incide en el hecho que la opinión es responsabilidad de los usuarios. De entre los casos analizados, es éste el que presenta unas condiciones de uso más laxas:

se obliga a no utilizar estos servicios para la realización de actividades contrarias a las leyes, a la moral, al orden público y, en general, para realizar a actividades publicitarias o de explotación comercial, o para mantener valoraciones en tono amenazante o no cordial.⁶

A pesar de estas normas, los diarios se desresponsabilizan, explícitamente, de las opiniones vertidas por los usuarios. En ninguno de los casos estudiados se ha percibido la intervención por parte de un moderador que contribuya a mejorar la fluidez del debate (gestión premoderada). Sin embargo, en algunos (en *La Vanguardia*, *ABC* y *El Mundo*) se deja en manos de los usuarios la opción de eliminar comentarios (gestión posmoderada); o incluso votar (a favor o en contra) de los mensajes de otros participantes, con la finalidad de dotar de mayor legitimidad las opiniones publicadas. Se hace simulando el “me gusta” de la famosa red social Facebook y que han incorporado tanto *ABC* como *El Mundo*.

2.1. ¿Quién modera la discusión?

La gestión de la moderación de los comentarios se ha convertido en un problema para los medios. Éstos se debaten entre el dejar a los profesionales del periodismo la posibilidad de gestionar los comentarios de los lectores para una mayor riqueza en el proceso de producción (Gillmor, 2008) o entre el continuar apostando por el anonimato para asegurar un mayor número de participantes, aunque ello no asegura la calidad de la discusión.

La idea genuina del comentario digital era permitir el acceso directo y la expresión de la opinión a los lectores en los medios, mediante las tradicionales cartas donde la identificación era elemento indispensable para que el contenido del mensaje fuera tenido en cuenta. En su momento, el proceso de identificación y selección de las opiniones de los lectores consiguió trasladar la opinión pública a los medios.

La tecnología favorece la nueva aparición de los *cafés* (Stainer, 2005) virtuales, los usuarios participan activamente del debate de una manera mucho más rápida, directa e instantánea. No hay una selección de la mejor exposición argumental de la opinión, pues en la mayoría de los medios virtuales no hay tiempo ni personal encargado para tal gestión. El usuario no se ve, tampoco, obligado a reflexionar durante unas horas la exposición de su relato.

A pesar de los registros previos, el participante no queda identificado y precisamente lo que para unos es una ventaja —pues se exponen ideas aventuradas con mucha más facilidad— puede resultar una desventaja: la falta de identificación resta responsabilidad a quien hace una aportación, con lo que el debate, la conversación, queda truncada pues deja de ser un método de pensamiento:

The practice of allowing anonymous comments on online news sites has always been problematic. For years newspapers have insisted that letters to the editor be accompanied by the actual name of the actual person who wrote them. The thinking was that if you want to make some bold statements, you ought to be willing to take responsibility for them. (Reider, 2010)

Según Peacock (2008), las políticas de actuación sobre la gestión de los comentarios deben moverse en una balanza donde la calidad y la cantidad queden equilibradas. Gestionar el tráfico de comentarios y asegurar un debate rico para facilitar el flujo de opiniones pasa por la monitorización de la participación ciudadana:

the wealthiest media operations to monitor user comments as diligently as they do letters to the editor or “talk backs” to news directors. The combination of virtually open access and limited oversight has turned these public squares into mosh pits, without the latter’s youthful exuberance or bonhomie. (Peacock, 2008)

Para asegurar precisamente la legítima influencia de las opiniones es preciso asegurar mecanismos que favorecen la creación de debate: la argumentación. Los razonamientos, a su vez, también deben ir acompañados de otro factor en la conversación que es de carácter formal: la tolerancia y el respeto entre usuarios debe ser primordial.

2.2. El proceso comunicativo en los medios

El periodismo ha sufrido un profundo cambio en el momento en que irrumpieron las tecnologías en las redacciones. Sin embargo, la mutación fue más fuerte, si cabe, cuando las audiencias pasaron a tener un rol activo en el consumo de la información. La gran característica que ha unido ambas etapas es que la comunicación se ha llevado a cabo en un ámbito global (Perales, 2010), donde los mensajes se transmiten a grandes distancias, de manera inmediata y con la facilidad que supone estar conectados a través de un ordenador, o cualquier dispositivo móvil con acceso a Internet.

Las redes telemáticas han obligado a redefinir los conceptos de espacio y tiempo. Antes de la década de los 80 del siglo XX —cuando irrumpió la internacionalización y la globalización mediática—, el espacio y el tiempo eran términos entendidos como fenómenos paralelos (Thompson, 1997). Los mensajes transmitidos a través de largas distancias tardaban más tiempo en ser consumidos. El espacio fue decisivo para el consumo.

El siglo XXI, con la popularización de la digitalización y los soportes portátiles de conexión con la red, ha permitido que el mensaje viaje desde ubicaciones remotas y pueda ser consumido en un tiempo absolutamente instantáneo. La nueva comunicación queda determinada y condicionada por las nuevas tecnologías, que ha causado la ruptura de estos dos conceptos y también ha permitido a los escenarios comunicativos no sólo ser practicados por profesionales de la comunicación, sino por todos aquellos que quieren participar, o lo que Bennet (2003: 144) denomina “media democracy”.

El nuevo espacio comunicativo se centra en el aquí y el ahora, más que en el contenido, somos testigos de un momento particular en el que los medios están invo-

lucrados en la cultura *non-stop* (Vidal, 2004), donde es posible transmitir 24 horas seguidas y donde no importa que los contenidos sean superficiales o repetitivos, sino que el espectador asista y participe en directo del espectáculo mediático (Carrillo, 2013).

2.3. Análisis de la participación de los usuarios

Basado en un estudio exploratorio —cualitativo y cuantitativo—, la investigación analiza y tipifica el tipo de contribución que hacen los usuarios sobre el contenido y la cobertura de la LOMCE, la popularmente conocida como *Ley Wert*, que se ha aprobado como proyecto de Ley (17.05.13).

El estudio se centra en dos momentos de gran interés periodístico y social: (a) la primera huelga general educativa en la historia española, convocada el 9 de mayo de 2013; y (b) la aprobación del proyecto de Ley, 17 de mayo de 2013. Los objetivos que mueven el trabajo se agrupan en: (1) el análisis de la contribución de los usuarios según sus comentarios y reacciones a los artículos propuestos por las cabeceras y (2) el grado de (in)satisfacción de los usuarios a la información que ofrecen los periódicos.

La muestra comprende los comentarios seleccionados de las versiones *online* de los 4 principales diarios de información general —según datos de 2012 de la OJD— y cobertura estatal españoles: *El País*, *El Mundo*, *ABC* y *La Vanguardia*.

3. Diseño metodológico

3.1. Definición de la muestra

Durante el periodo analizado se han contabilizado un total de 19.061 comentarios, de entre los que 14.805 son de los usuarios de *El País*, 2.988 de *El Mundo*, 890 de *La Vanguardia* y 378 de *ABC*. Estos comentarios quedan atribuidos a 207 noticias, 48 de las cuales se publican en *El País*, 34 en *El Mundo*, 106 en *La Vanguardia* y 19 en *ABC*.

En cuanto al volumen de entradas de usuarios resultan notorios los días 9 y 17 de mayo. En estos dos días se publican dos hechos de alto impacto social y alta controversia política. El 9 de mayo se hace seguimiento de la consecución de la huelga de la comunidad educativa en protesta contra la Ley Wert. El 17 de mayo se publica la noticia de la *consellera* de educación catalana, Irene Rigau, que exige al gobierno español modificar el proyecto de Ley por considerar que invade el modelo educativo catalán y la inmersión lingüística.

Tabla 1. Registro de noticias y comentarios asociados.

Fecha	El País		El Mundo		La Vanguardia		ABC	
	Noticias	Coment.	Noticias	Coment.	Noticias	Coment.	Noticias	Coment.
06/05/13	3	35	0	0	1	0	2	2
07/05/13	3	134	1	38	7	0	2	3
08/05/13	5	371	2	43	14	4	3	9
09/05/13	10	607	10	488	36	77	1	6
10/05/13	5	4.243	4	596	5	10	0	0
11/05/13	1	1	0	0	1	0	0	0
12/05/13	2	41	1	67	1	1	3	0
13/05/13	0	0	1	8	2	0	0	0
14/05/13	1	1	0	0	0	0	0	0
15/05/13	0	0	0	0	0	0	0	0
16/05/13	0	0	1	30	1	19	1	135
17/05/13	11	7.784	7	907	14	546	1	0
18/05/13	4	1.089	4	570	13	60	0	0
19/05/13	3	449	3	241	11	173	6	223
TOTAL	48	14.805	34	2.988	106	890	19	378

Fuente: elaboración propia.

Una vez contabilizado el corpus, se computa el tamaño de la muestra representativa situada en 1.370 comentarios (450 de *El País*, 410 de *El Mundo*, 300 de *La Vanguardia* y 210 de *ABC*). Ésta arroja un nivel de confianza del 95% para el corpus total y genera un margen de error del 4,5%. El análisis se hizo de forma transversal, a través de la misma noticia por cada medio y de forma individual por cada diario, con la finalidad de contabilizar si los comentarios responden a la voluntad de generar una conversación (si son respuestas entre los usuarios).

3.2. Ficha de análisis

La muestra, finalmente, es sometida a una tabla de análisis [ver Tabla 2] donde se extrae tres tipos de información de la participación:

- (a) la postura personal manifiesta ante la noticia que elabora el periodista (si están a favor o en contra) y si se denota legitimidad o falta de ella hacia el diario;
- (b) la consideración personal del usuario respecto a la información que ha leído (si la considera incompleta, tergiversada, si el comentario no tiene nada que ver con la información publicada o si el comentario no hace valoración sobre la información); y, finalmente,
- (c) el tipo de interacción que el usuario hace respecto a otros comentarios (si emite una opinión sobre la información y de manera autónoma al resto de comentarios; si su aportación deviene en conversación y respuesta a otro

comentario previo; si su intervención es un insulto; si su aportación está argumentada).

Tabla 2. Análisis de contenido.

Nombre del medio:				
Fecha del comentario:	XX/06/2013	Comentario 1	Comentario 2	Comentario X
Postura del usuario	A favor/contra Ley			
	(Des)legitiman diario			
El usuario considera la noticia...	Incompleta			
	Tergiversada			
	No tiene nada que ver			
	No valorada			
Tipo de interacción del usuario	Opinión/juicio valor			
	Respuesta a usuario			
	Insulto			
	Razona su postura			

Fuente: elaboración propia.

A continuación se presentan los aspectos más relevantes de los resultados obtenidos para cada uno de los objetivos planteados.

4. Resultados

En términos generales es en *El País* donde se genera un mayor número de comentarios (14.805). En segundo lugar se sitúa *El Mundo*, con 2.988; *La Vanguardia* con 890 y finalmente *ABC* con 378. Las posiciones cambian si se atiende el volumen de piezas informativas que generan estos comentarios. El primer lugar lo ocupa *La Vanguardia*, con 106 noticias y actualizaciones de los hechos; en segundo lugar *El País* que publica 48 artículos, seguido de *El Mundo* con 34 piezas y, finalmente, *ABC* con 19 noticias.

De los comentarios que conforman el corpus del trabajo se ha podido recoger los siguientes resultados que agrupamos en tres apartados temáticos:

- Sobre la postura del usuario respecto al hecho informativo

Los comentarios que los usuarios ofrecen al conflicto analizado se reparten entre una postura favorable y desfavorable a las movilizaciones respecto la Ley Wert. Entre la postura favorable a las reacciones contrarias a la nueva propuesta del ministro

destaca, sobre todo, la postura contraria a la política de recortes que aplica la administración Rajoy.

Los argumentos que se utilizan van frecuentemente orientados al apoyo de una postura política, que queda simplificada en la consideración maniquea de apoyo a Wert o en contra de él. En raras ocasiones se encuentran comentarios que fomenten los matices y rompan con visiones excesivamente simplificadas del conflicto:

También en este diario se considera que sólo la izquierda entiende de educar, como si no tuviéramos bastantes motivos para pensar lo contrario por los resultados tan enormemente pésimos obtenidos y a lo largo de tantos años!!!, porque sólo hemos tenido una ley de educación, la LOGSE, ley socialista, y todas las demás variadas siglas son solamente modificaciones del original. Ya está bien de demagogia, la derecha tiene más capacidad para todo que la izquierda. Ánimo sr. Wert, y ni medio paso atrás. (Oriane, 11.05.2013, El Mundo)

Por supuesto que tenemos una propuesta mejor: dejad de tocarnos las narices. (Dani Barca Casafont, 19.05.13, ABC)

al parecer la capital no se contenta sólo con el expolio económico que también pretende el expolio cultural y de la lengua. Por mucho que quieran imponer no lograrán ni lo que Franco no consiguió (Delenda est Hispania, 18.05.13, La Vanguardia)

Los comentarios a favor de las movilizaciones en *El País* responden al 40% del corpus analizado, en contra el 6.66%. En el caso de *El Mundo*, a favor se manifiestan 31.70% y en contra 41.46%. En *La Vanguardia* el 51,66% responde a favor de las reacciones contrarias a la propuesta del ministro y 19,66% se manifiestan abiertamente en contra. En el caso del ABC son 33.33% los comentarios a favor y 38.1% en contra.

Otro elemento que se tenía en consideración a la hora de abordar el análisis es si la postura del usuario permitía legitimar o deslegitimar el diario. Son muy escasos los ejemplos que permiten verificar el grado de confianza que los usuarios otorgan a las noticias sobre las que basan sus comentarios, aunque en el caso de *La Vanguardia* se encuentran casos donde el diario queda deslegitimado por el lector, ya sea desde el punto de vista ideológico o por lo que se considera una baja calidad en la elaboración de la información:

La manipulación mediática que podemos observar en este foro es repugnante. Pido a todas las personas sensatas que dejen inmediatamente de mirar y opinar en páginas de LV que son sistemáticamente manipuladas con el consentimiento de la misma en favor del españolismo, Gracias. (Aviso a navegantes, 19.05.13, La Vanguardia)

La foto relacionada con la noticia parece del JUEVES no de LA VANGUARDIA. Seamos serios y objetivos. Es viable el actual modelo educativo con el paro que tenemos??? No era necesaria una REFORMA?? (Arxiduc, 19.05.13, La Vanguardia)

El Mundo queda deslegitimado en un 3,33% de los comentarios analizados y en un 1% en el caso de *La Vanguardia*. En cuanto a *El País* y *ABC* no se han encontrado mensajes que aborden la cuestión directamente.

- Sobre la opinión que el usuario tiene respecto a la información publicada

Durante el análisis cualitativo, se consideró el tipo de comentario que el usuario hacía respecto a la información publicada: si el participante tomaba la noticia como tergiversada, si su comentario no aportaba nada respecto al hecho noticiable porque no tenía nada que ver, o bien si la información no era valorada de ninguna manera.

La mayoría de los comentarios no valoran la información consumida, ésta es tenida en cuenta como el soporte de los comentarios y el primer pie hacia la reacción ciudadana que expresa, directamente y sin mencionar la noticia, su parecer.

Concretamente, el 82.92% de los casos analizados en *El Mundo* no valoran la información, tampoco se hace en el 83.33% de los mensajes de *El País*, 93.66% en *La Vanguardia* y en cerca de 61.9% en el caso de *ABC*.

Los comentarios que sirven para completar la información o denunciar la tergiversación son muy poco representativos, oscila en el 0 y el 2% en los diarios analizados, excepto en el caso de *ABC* cuyos usuarios completan la información publicada en un 4.76% de los casos.

- Sobre las interacciones entre los usuarios

La gran mayoría de los comentarios tienen faltas de coherencia y rigor expositivos. Son, en ocasiones, aportaciones muy superficiales o ilógicos que no permiten la creación de un debate argumentado ni serio:

Nada duende, un saludo (Abejaruco, 19.05.13, ABC)

Sales muy guapo (Chigrero, 09.05.13, El País)

Yo de mayor quiero ser ¡¡¡REY, no. Mejor ¡¡¡POLITICO, o no mejor ¡¡¡FUNCIONARIO, ooo ¡¡¡SINDICALISTA ,¿tu pepito que quieres ser de mayor? Yo ser¡¡¡EMI-GRANTE . Gobierno de España (Sinjusticianohaydemocracia, 09.05.13, El Mundo)

Un 30% de los comentarios de *El País* son respuesta entre los usuarios, 58.53% en el caso de *El Mundo*, 38.6% en *La Vanguardia* y 38.1% en *ABC*.

Los insultos están presentes en los comentarios: 9.75% en *El Mundo*, 23.33% en *El País*, 15.33% en *La Vanguardia* y 19.04% en *ABC*. En la gran mayoría de los casos, aunque no se insulta directamente, sí que se tratan de mensajes donde la falta de respeto entre los usuarios y hacia los principales protagonistas de las noticias es notoria. De hecho hay quien exige una mejor moderación ante las faltas de respeto:

Exacto. No puedo decir lo contrario. Hace falta esfuerzo, de TODOS. Igualmente. Sobre todo con RESPETO, que parece que falta a veces por estos foros. Un saludo. (228, 09.05.13, El Mundo)

El ministro cuyo apellido suena como flatulencias expelidas abruptamente parece sordo, ciego y ajeno a la razón. (Tomjoard, 09.05.13, El País)

También se establecen diálogos insustanciales entre quienes coinciden temporalmente en el foro virtual:

abejaruco: supermegaguais, ya lo sabe, de estos me lo esperaba, nunca me engañarán.

AnadeE: si tu lo dices.

abejaruco: Pues si,

AnadeE: Ya se que eres socialista .

abejaruco: Si tu lo dices.... no te voy a quitar el gusto, otra cosa es qué es el Socialismo.

AnadeE: me da igual , pero si de izquierdas .

abejaruco: A mi también igual que seas una fachosa (abejaruco y AnadeE, 19.05.13, ABC)

Las aportaciones argumentadas no suponen, en general, más del 10% (5% *La Vanguardia*, 6.66% *El País*, 29.27% *El Mundo* y 4.76% *ABC*). Los razonamientos detectados se construyen en base a argumentos poco lógicos, hirientes o poco constructivos:

Sí, criminal, porque criminal es tratar a los alumnos como si fueran subnormales e infantilizarlos lo más posible, no vayan a traumatizarse por trabajar. Por supuesto que hay que seleccionar el personal docente, la tragedia española es que hoy son profesores alumnos de la LOGSE, eso lo explica todo. (Oriane, 09.05.13, *El País*)

5. Conclusiones

A modo de conclusión, los comentarios son elementos que contribuyen, ciertamente, a la democratización mediática ya que permiten un acceso libre y privilegiado de los usuarios a la comunicación. Sin embargo, se ha comprobado en el estudio empírico, que el grado de contribución de los usuarios es poco elaborado y su participación aporta escasos elementos que favorezcan una buena conversación virtual fomentada en la argumentación, el respeto y la tolerancia de ideas. Abundan los insultos, las faltas de respeto y la escasa voluntad de querer contribuir seriamente en el debate.

Las normas de participación que los diarios hacen aceptar a los usuarios no son suficientes para asegurar que las conversaciones en línea sean ricas y provechosas. Además, el uso *nicks* (que puede ser tan creativo como el usuario quiera: angelcaido, chigero, cramll, nohope, napoles, catetocracia, etc...) fomenta el anonimato que resta de credibilidad y responsabilidad a los mensajes publicados. Las fórmulas de

registro deberían asegurar la identificación de la fuente con la finalidad de que sus aportes sean medidos y suficientemente razonados como para fomentar la creación de la llamada “Conversación 2.0” (Ruiz, *et al.*, 2010). De esta manera, además, se tendría un mayor control en la participación y fidelización de un mismo usuario, ya que los *nicks* no permiten determinar si pertenecen a uno o varios individuos.

La falta de contextualización de los comentarios impide conocer el verdadero sentido de algunos mensajes, como es el caso de las aportaciones cargadas de ironía. Es especialmente difícil concretar el posicionamiento de algunas posturas cuando las intervenciones se suceden sin ningún hilo argumental y sin hacer referencia a las entradas publicadas anteriormente por otros usuarios.

Finalmente, no se hace ninguna mención especial a la calidad informativa de las noticias de las que dependen los comentarios por lo que se puede conjeturar que (a) los usuarios están de acuerdo con la calidad publicada por la cabecera y/o (b) los usuarios no leen la totalidad de la pieza y hacen el comentario en función de las cápsulas de titulación (títulos, subtítulos, antetítulos y entradillas).

Dada la importancia que tanto los medios como los usuarios dotan a la participación en línea, resulta indispensable revisar los mecanismos de control —y velar por su cumplimiento— para favorecer el debate y la contribución a los foros virtuales a partir de: una selección de los comentarios que no se base en la ideología, sino en la base argumental de los posicionamientos defendidos y, además, eliminar las valoraciones o cancelaciones de los comentarios en manos de la audiencia —pues se ha comprobado que las faltas de respeto e insultos pueden ser aplaudidas y secundadas, a pesar de estar explícitamente prohibidos en las normas de uso de los medios.

Estos cambios en las redacciones comportarían la creación de nuevas áreas de gestión y control de la participación ciudadana en manos de profesionales de la comunicación. Sin duda, sería una inversión que los medios deberían plantearse si buscan que la contribución de los usuarios esté a la altura de la calidad periodística de sus productos.

6. Bibliografía

- ALMIRÓN, N.; JARQUE, J.M. (2008). *El mito digital. Discursos hegemónicos sobre Internet y periodismo*. Barcelona: Anthropos.
- BENNET, L. W. (2003). “Communication global activism. Strengths and vulnerabilities of networked politics”. En *Information, Communication & Society*. Núm. 6:2, p. 143-168.
- CARRILLO, N. (2013). *El periodismo volátil. ¿cómo atrapar la información política que se nos escapa?*. Barcelona: UOC Editorial.
- GILLMOR, D. (2004). *We the media. Grassroots journalism by the people, for the people*. California: O’Reilly Media.

- HIMELBOIM, I.; MCCREERY, S.; SMITH, M. (2013). "Birds of a Feather Tweet Together: Integrating Network and Content Analyses to Examine Cross-Ideology Exposure on Twitter". En *Journal of Computer-Mediated Communication*. Núm. 18, p. 154-174.
- MASIP, P. (2011). "Comentarios de las noticias: la pesadilla de los cibermedios". En *Anuario ThinkEPI*. Vol. 5, p. 106-111.
- MIGUEL, J.C. (2011). "Cambios institucionales en las industrias culturales. Hacia una economía directa o reticular" Institut de la comunicació UAB. Disponible en: www.portalcomunicacion.com [18-09-2013]
- MONTERO, M.D. (1993). *La información periodística y su influencia social*. Barcelona: Labor Universitaria
- PAVLIK, J. V. (2005). *El Periodismo y los nuevos medios de comunicación* Barcelona: Paidós.
- (2001). *Journalism and new media*. New York: Columbia University Press.
- PEACOCK, M. (2008). "Evaluating the Moderation of Newspapers". En CMSWIRE: <http://www.cmswire.com/cms/web-publishing/evaluating-the-moderation-of-newspapers-003073.php> [18-09-2013]
- PERALES, C. (2010). "De la nacionalización a la globalización. La era de los conglomerados multimedia". En *Historia y Comunicación Social*, núm. 15, p. 103-116.
- RAMONET, I. (1998). *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Temas de Debate.
- RIEDER, R. (2010). "No comment" en *American Journalism Review*. <http://www.ajr.org/Article.asp?id=4878> [18-09-2013]
- RUIZ, C. (et al.) (2010). "Conversación 2.0. y democracia. Análisis de los comentarios de los lectores en la prensa digital catalana". En *Comunicación y Sociedad*, Vol. XXII, núm. 2, p. 7-39.
- (2011). "Public Sphere 2.0? The Democratic Qualities of Citizen Debates in Online Newspapers". En *The International Journal of Press/Politics*, núm. 16 (4), p. 463-487.
- SCOLARI, C.; JARQUE, J.M.; PERALES, C. (2007). *El Canvi digital als mitjans de proximitat*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- SINGER, J.B. (et al.) (2011). *Participatory Journalism. Guarding Open Gates at Online Newspapers*. Reino Unido, Estados Unidos: Blackwell Publishing.
- STEINER, G. (2005). *The idea of Europe*. Amsterdam: Nexus Institute.
- TERUEL, M.E. (1997). *Retòrica, informació i metàfora: anàlisi aplicada als mitjans de comunicació de massa*. Bellaterra: UAB
- THOMPSON, J.B. (1997, 2ª ed.). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- VIDAL, D. (2005). *El malson de Chandos. La crisi acadèmica i professional del perioisme des de la crisi postmoderna de la paraula*. Barcelona: Aldea Global.

Notas

- 1 Oficina de Justificación de la Difusión. Consultable *online*: <<http://www.ojdinteractiva.es/>>

- 2 MASIP, P. (2011). “Comentarios de las noticias: la pesadilla de los cybermedios”. En *Anuario ThinkEPI*, Vol. 5, p. 106.
- 3 Condiciones de Uso de *El País*, consultable: <<http://elpais.com/estaticos/aviso-legal/>> [Último acceso: 20/09/2013]
- 4 Condiciones de Uso de *El Mundo*, consultable: <<http://www.elmundo.es/registro/avisolegal.html>> [Último acceso: 20/09/2013]
- 5 Condiciones de Uso de *La Vanguardia*, consultable: <<http://www.lavanguardia.com/ayuda/normas-de-participacion.html>> [Último acceso: 20/09/2013]
- 6 Condiciones de Uso de *ABC*, consultable: <<http://www.abc.es/contacto/aviso-legal.asp>> [Último acceso: 20/09/2013]

La autora

Doctora en Periodismo y Ciencias de la Comunicación por la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Es miembro del grupo de investigación de Autoaprendizaje y Comunicación (GRAC) de la Universitat de Vic y colaboradora del ComRes (Comunicación y Responsabilidad Social) del Instituto de la Comunicación (InCom) de la UAB.

Sus líneas de investigación se centran en el estudio de la construcción de la identidad que hacen los medios como actores políticos. Ha trabajado en diversos medios de comunicación, tanto escritos como audiovisuales.