



Vivat Academia

E-ISSN: 1575-2844

vivatacademia@ccinf.ucm.es

Universidad Complutense de Madrid
España

Zurutuza Muñoz, Cristina; Zugasti Azagra, Ricardo
LA CONTRIBUCIÓN DE LOS LECTORES A LA TEMATIZACIÓN DE LA COBERTURA
PERIODÍSTICA 2.0 EN UN CONTEXTO ELECTORAL: LOS COMICIOS EUROPEOS DE
2009 EN ARAGÓN

Vivat Academia, núm. 115, junio, 2011, pp. 52-70
Universidad Complutense de Madrid
Madrid, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=525752955004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

LA CONTRIBUCIÓN DE LOS LECTORES A LA TEMATIZACIÓN DE LA COBERTURA PERIODÍSTICA 2.0 EN UN CONTEXTO ELECTORAL: LOS COMICIOS EUROPEOS DE 2009 EN ARAGÓN¹

THE CONTRIBUTION OF READERS TO THE ISSUES SETTING IN 2.0 JOURNALISTIC COVERAGE WITHIN AN ELECTORAL CONTEXT: 2009 EUROPEAN ELECTIONS IN ARAGON

AUTOR/ES

Cristina Zurutuza Muñoz: Profesora Doctora de la Facultad de Comunicación. Universidad San Jorge. Zaragoza (España).
czurutuza@usj.es

Ricardo Zugasti Azagra: Profesor Doctor de la Facultad de Comunicación. Universidad San Jorge. Zaragoza (España).
rzugasti@usj.es

RESUMEN

Las contiendas electorales se batallan cada vez más a través de Internet. En este escenario, los ciudadanos disfrutan de unas posibilidades de participación e interacción que nunca antes habían tenido, con lo que resulta sugerente adentrarse en el estudio de la presencia y actividad de éstos en la cobertura 2.0 de los medios *online*. Este artículo estudia el contenido de los comentarios de los lectores a los artículos publicados en la prensa digital, concretamente los vertidos sobre aquellos publicados por la edición digital de *El Periódico de Aragón* durante los quince días de campaña previos a los comicios europeos de 2009. Mediante un análisis de contenido cuantitativo, la investigación se centra especialmente en el rol de los internautas como co-creadores de la temática en la cobertura informativa de este medio.

¹ Este trabajo forma parte de los resultados del grupo de investigación “Medios de comunicación y campañas electorales en Aragón”, reconocido como grupo de investigación emergente por el Gobierno de Aragón y financiado por éste (Boletín Oficial de Aragón, número 133, de 13 de julio de 2009).

PALABRAS CLAVE

Periodismo 2.0 – Elecciones Europeas – Temas de campaña – Aragón






ABSTRACT

Electoral contests are increasingly being battled through the Internet. In this scene, the citizens enjoy a higher level of participation and interaction than even before. It would then be interesting to clarify their presence and activity in the *online* media 2.0 coverage. This article studies the content of the range of reader's comments of articles published on newspapers websites, focusing on those published on the digital edition of *El Periódico de Aragón* during the 15 days of the 2009 European electoral campaign. A quantitative content analysis has been applied to this sample with the aim to identify the role of readers as issues-setters in the journalistic coverage.

KEY WORDS

2.0 Journalism –European Elections – Campaign Issues – Aragon

ÍNDICE

-  1. Presentación
-  2. Análisis de los datos generales de la cobertura
-  3. Los temas de los comentarios según el enfoque y según el tema principal del artículo
-  4. Conclusiones
-  5. Bibliografía

1. PRESENTACIÓN

El carácter interactivo de Internet ha abierto la puerta a la participación directa de los ciudadanos y ha potenciado notablemente la presencia de los públicos como elementos activos no sólo en el proceso de la comunicación (Parra y Álvarez, 2004: 142-143) sino también en la toma de decisiones en la esfera pública. En relación con este último aspecto resulta curioso comprobar que el ejercicio de una suerte de *e-democracy* no se ha

producido directamente entre ciudadanos e instituciones, sino que han sido las ediciones digitales de los medios de comunicación, principalmente la prensa, el foro virtual donde ha surgido y se ha desarrollado esa participación (Del Rey, 2007: 17 y 302).

El tipo de periodismo que, gracias a su elevado grado de interactividad, permite que los ciudadanos tomen parte en los asuntos públicos se denomina periodismo 2.0. Se entiende que el “término ‘Web 2.0’ se refiere a sitios Web que obtienen al menos parte de su valor a través de las acciones de los usuarios” (Briggs, 2007: 32). Estas acciones, por tanto, permiten a los ciudadanos mostrar su opinión en cuestiones vinculadas al ámbito político y tomar postura de una manera que, antes de Internet, no era factible. En otras palabras, “la interactividad da un papel participativo mayor al ciudadano, y procura una mentalidad más preactiva” (Peña Acuña, 2010: 10).

Si bien la máxima expresión actual del entorno web 2.0 son las conocidas como redes sociales (Tapia Frade y otros, 2010: 3), en la prensa *online* española uno de los instrumentos de interacción más habituales y más utilizados por los lectores son los comentarios que éstos pueden hacer a los artículos publicados. Estos comentarios presentan unas características asimilables a las de los foros de Internet, considerados por Salaverría como un género periodístico dialógico propio de los cibermedios, como lo son también la entrevista, el *chat* y la encuesta. Este autor ofrece una explicación sobre el concepto de géneros dialógicos:

“Aquéllos que se basan en la comunicación entre dos o más personas a través de textos escritos u orales, y que pueden utilizarse de manera síncrona (los protagonistas establecen una comunicación en un tiempo simultáneo) o asíncrona (el intercambio de mensajes no es instantáneo, sino diferido). Este tipo de informaciones, ya presentes en los medios tradicionales aunque con diferentes características en cada uno de ellos, adquieren una nueva identidad en el entorno de los cibermedios gracias fundamentalmente a la interactividad” (Salaverría, 2005: 169-170).

Salaverría considera que un foro es un espacio de debate en el que los usuarios debaten de manera asíncrona sobre un tema previamente determinado. Es habitual que un profesional del cibermedio ejerza el papel de moderador o filtrador de los mensajes, si bien en los medios españoles es habitual la publicación inmediata del mensaje enviado sin ningún tipo de corrección. El papel del moderador se suele limitar, pues, al cribado de las opiniones que no tienen cabida por ser obscenas, violentas, desviadas del tema, etc. Para participar en un foro de debate es necesario que el usuario se identifique, aunque no suele darse un control estricto de las identidades. Esta ausencia de control facilita el anonimato que, si bien puede restar credibilidad a los contenidos, facilita a la vez que el público emita una opinión que no se atrevería a expresar con su nombre y apellido (Salaverría, 2005: 172-173; Salaverría, 2008: 159-160).

La asimilación de los comentarios de los lectores con un foro es clara. En el caso de los comentarios *online* a los artículos, el tema previamente determinado es el propio artículo objeto de los comentarios, algo que Fernández Morales atribuye también a los foros (Fernández Morales, 2002: 96). Existe así mismo un moderador y el lector puede participar con una identificación que permite el uso de apodos o pseudónimos.

La aparición de Internet como medio que permite la interactividad del lector está suponiendo, como explica Del Rey Morató, “un desafío para la nueva ciudadanía de la democracia”. La participación de un lector, por ejemplo, a través de un foro generado a raíz de un artículo publicado *online*, parece estar mitigando, con la mediación de la prensa, la crisis de participación de los ciudadanos en la política, “poniendo las bases para una relación dinámica e interactiva entre política y ciudadanos, al margen de las rutinas impuestas por instituciones y gobierno” (Del Rey Morató, 2007: 303 y 305).

El presente trabajo tiene como intención analizar algunas características y el contenido de estos comentarios de los lectores en un contexto de cobertura periodística de una campaña electoral, uno de los momentos en los que se da una mayor focalización de la

atención ciudadana en los procesos democráticos y existe un mayor debate de ideas y una toma de postura política.

Son todavía escasos los estudios que analizan el contenido de estos comentarios como vehículo de participación política de los ciudadanos y esta investigación pretende arrojar algo de luz al respecto². Para ello se escogió un caso de estudio: todos los comentarios realizados por los lectores a los artículos publicados con motivo de la campaña electoral de las elecciones europeas de 2009 por *El Periódico de Aragón*³. Estos comicios para la renovación del Parlamento Europeo se presentaban como una oportunidad sugerente para estudiar si este tipo de participación ciudadana en la política contribuía a mitigar el euroescepticismo presente en todo el proceso de integración europea. No en vano, tal y como demuestran las coberturas informativas y los índices de participación en estas elecciones, numerosos autores han considerados estas elecciones como procesos electorales de segundo orden (De Vreese, 2006; Berganza 2008).

En concreto, se analizaron 1.307 comentarios realizados a 177 artículos publicados por el diario zaragozano. El método empleado es el análisis de contenido cuantitativo. Se utiliza un código que se centra en aspectos de interés como la sección del periódico en la que se publica el artículo que suscita el comentario, la identificación del autor del

² Entre los pocos estudios que han analizado los comentarios de los lectores a artículos *online* en campaña electoral se encuentran Díaz Noci, J., Domingo, D., Masip, P., Micó, J. L., Ruiz Caballero, C.: *La participació dels usuaris als mitjans digitals de Catalunya: anàlisi de comentaris*. Barcelona. 2009. Fundació Consell de la Informació de Catalunya; García, C., Lafuente, P.: "Periodismo participativo: el uso del foro cibernético en *El Mundo* tras los debates de las elecciones europeas de 2009", Sabés, F., y Verón, J.J. (eds.): *El periodismo digital desde la perspectiva de la investigación universitaria*. Zaragoza. 2010. Asociación de la Prensa de Aragón. Págs. 74-82.

³ El planteamiento inicial de este estudio fue completar la muestra analizando igualmente los comentarios vertidos por los lectores a la noticias publicadas por *Heraldo de Aragón* en su edición digital. Sin embargo, no pudo hacerse porque carece de archivo hemerográfico de su edición *online*. La hemeroteca de *El Periódico de Aragón* puede encontrarse en www.elperiodicodearagon.com/noticias/hemeroteca.asp.

comentario, el tema principal del comentario así como del artículo al que hace referencia, su enfoque geográfico y, por último, con qué establece el diálogo el autor del comentario.

2. ANÁLISIS DE LOS DATOS GENERALES DE LA COBERTURA

El Periódico de Aragón publica en su edición digital un total de 2.397 noticias durante las dos semanas que dura la campaña electoral previa a la elección del Parlamento Europeo (desde el 23 de mayo, el día de inicio de campaña, hasta el 7 de junio de 2009, la jornada electoral). De éstas, 177 se dedican a los comicios, apenas el 7,4% del total. El discreto peso que tiene el tema electoral en la cifra global de informaciones publicadas esos días contrasta con la participación de los lectores comentando esos artículos. El 64,4% (114) de los artículos sobre la campaña suscitan comentarios, un porcentaje que demuestra el interés de los usuarios y su nivel de involucración a la hora de comentar el contenido de los artículos y de interactuar no sólo con lo publicado por el propio medio, sino también con los demás usuarios participantes en este tipo de foros. En las siguientes páginas se encuentra la explicación de los datos más relevantes fruto del análisis.

Tabla 1: Sección en la que se publicó el artículo *online*⁴

Sección	Porcentaje
España	46,1
Aragón	33,4
Opinión	15,8
Tema del día	4,7
Internacional	0,1
TOTAL	100

⁴ Todas las tablas de este trabajo son de elaboración propia de los autores.

Como se observa en la Tabla 1, a pesar de tratarse de un medio regional, prácticamente el 50% de los artículos relacionados con la campaña electoral se encuentran en la sección 'España', mientras que tan sólo el 33,4% están ubicados en 'Aragón'. Estos datos demuestran que el interés suscitado por los comicios europeos del 7 de junio de 2009 fue eminentemente nacional. De hecho, la perspectiva internacional en la cobertura informativa que este medio hace de la campaña al Parlamento Europeo es prácticamente residual, con menos de un 1% de los artículos publicados en el apartado 'Internacional'.

Tabla 2: Fuente del comentario

Fuente	Porcentaje
Nombre supuestamente real	26,5
Alias/ <i>nick name</i>	73
Otros	0,5
TOTAL	100

La participación para comentar los artículos suele estar condicionada a la identificación por parte del usuario, como sucede en *El Periódico de Aragón*. Eso sí, el lector interesado en participar del diálogo generado a partir de un artículo tiene la flexibilidad de presentarse con su nombre real o bien creando su propia identidad virtual *ex profeso* utilizando un alias o *nick name*. Tras este último, el lector puede mantener su anonimato y verter sus comentarios con una libertad mucho mayor que si tuviera que rubricarlos con su nombre y apellidos. Protegido en su *alter ego* virtual, el lector se atreve a hacer afirmaciones que de otra forma quizás no hubiera hecho.

La comodidad que supone el uso de un alias se comprueba en que el 73% de los comentarios realizados están firmados con un nombre falso, creado al efecto, mientras que únicamente el 26,5% se autentifica con un nombre supuestamente real (lo cual no quiere decir que sea su verdadero nombre, sino que el escogido es un nombre de pila perfectamente real). Cabe destacar que el 0,5% de los comentarios son suscritos por el 'Administrador' del foro, que en varias ocasiones se ve obligado a intervenir debido al

tono que están adquiriendo algunas conversaciones para advertir a los usuarios de que cualquier afirmación constitutiva de delito es responsabilidad única y exclusiva de sus autores, y en ningún caso de *El Periódico de Aragón*.

Tabla 3: Tema principal del comentario

Tema	Porcentaje
Corrupción/escándalos políticos	21,4
Crisis económica	16,9
Participación/abstención/euroescepticismo	9,9
Aborto	4,8
Organización del partido para las elecciones	3,4
Legalización de brazos políticos de ETA	2,7
Infraestructuras	2,4
Referencias a guerra civil/ franquismo	2,3
Otros asuntos económicos	2
Instituciones, funcionamiento, legislación UE	1,9
Descentralización territorial/Estado autonómico	1,8
Agua	1,1
Vivienda	1,1
Datos de encuestas electorales	0,7
Educación / I+D	0,5
Inmigración	0,5
Relaciones con países instituciones de la UE	0,5
Terrorismo	0,5
Medio Ambiente	0,4
Relaciones con países no miembros UE	0,3
Relaciones Iglesia-Estado	0,2
Modelos de familia	0,2
Otros	24,6
TOTAL	100

El tema principal que ocupa los comentarios, con un 21,4%, es ‘Corrupción y escándalos políticos’, seguido de ‘Crisis económica’, con un 16,9%. Se trata de dos *issues* que trascienden la campaña electoral, pues ya preocupaban a los ciudadanos y protagonizaban la agenda de los medios de comunicación semanas antes. No obstante, con la contienda política pasan a primera plana y los lectores, que tienen la posibilidad de opinar sobre los artículos en este tipo de foros dialógicos, escogen

mayoritariamente hacerlo sobre estos temas. Se trata de una oportunidad para mostrar su malestar, sus propuestas de cambio o solución, para formular una queja en voz alta o simplemente a modo de desahogo. Este dato demuestra cuáles son los aspectos que más presentes tienen los ciudadanos, al menos los lectores más participativos.

El fantasma de la abstención en las elecciones es el tema de casi el 10% de los comentarios, en los que se reflejan el escepticismo con respecto a Europa y el desinterés con el que se afrontan los comicios europeos. También es destacable el tema del aborto, que ocupa en torno al 5% de los comentarios. Curiosamente, temas más vinculados directamente con la Comunidad Autónoma de Aragón desde una perspectiva europea, como 'Agua' o 'Infraestructuras', no superan el 2,4% y el 1,1% respectivamente. Como se observa, son temas de corte nacional los que más comentarios suscitan. Por citar otro ejemplo, 'Legalización de brazos políticos de ETA' da pie a más comentarios que los temas anteriores.

En este contexto de carácter interactivo y dialógico es especialmente reseñable el peso porcentual de 'Otros' temas, que alcanza el 24,6%. Que un apartado diseñado para albergar todas aquellas cuestiones que quedan fuera del listado de temas principales tenga una presencia tan importante indica que las conversaciones discurren con total libertad por cualquier derrotero, tratando cualquier tema y comentando asuntos que, en ocasiones, nada tienen que ver con el tema del artículo que los propicia. No se trata, por tanto, de una participación lineal en la que de forma unidireccional se responde a los artículos sobre la campaña, sino de una verdadera interacción multilateral que, tomando como punto de partida un artículo, conduce a un diálogo coral entre una pluralidad de voces virtuales. Como si de una conversación cara a cara se tratara, unos temas llevan a otros: los comentarios de los usuarios suscitan ideas que reconducen ese diálogo hacia otra conversación que nada o poco tiene que ver con el artículo, sino con lo dicho en el propio espacio.

Tabla 4: Enfoque del tema del comentario

Enfoque	Porcentaje
Nacional	60,7
Aragonés	28,5
Nacional y europeo	3,1
Europeo	1,7
Aragonés y europeo	0,9
Otras CCAA	0,3
Otros	4,9
TOTAL	100

La Tabla 4 muestra qué enfoque geográfico otorgan los comentarios al tema tratado. Destaca que el 60,7% de los comentarios publicados por los lectores tienen una dimensión nacional. Únicamente el 28,5% de los comentarios presentan un enfoque aragonés. Los comentarios que levantan la vista del ámbito nacional y miran hacia Europa suman un 5,7%. Cabe destacar que los comentarios de los lectores tienen una dimensión nacional y, en menor medida, aragonesa, algo cuando menos destacable si se considera que los aportes de los lectores se realizan en un medio regional y en el contexto de unas elecciones supranacionales.

Tabla 5: El comentario es una reacción a

	Porcentaje
Otro comentario	42,2
El artículo <i>online</i>	41,5
Otro comentario y el artículo <i>online</i>	15
Otros	1,4
TOTAL	100

Por último, la Tabla 5 muestra los resultados acerca de si el comentario es una respuesta al artículo o si es una reacción a otro comentario anterior. La mayoría de los comentarios, el 42,2%, son una respuesta a un comentario previo de otro lector. Este dato indica claramente la naturaleza dialógica, muy cercana a la presente en los foros de Internet, del elemento interactivo analizado. Si se consideran también los comentarios que al mismo tiempo son una reacción a otro comentario y al artículo

online, resulta que el 57,2% de las unidades de análisis apelan a un comentario previamente realizado.

3. LOS TEMAS DE LOS COMENTARIOS SEGÚN EL ENFOQUE Y SEGÚN EL TEMA PRINCIPAL DEL ARTÍCULO

Dada la importancia de la variable ‘Tema principal del comentario’ en un análisis centrado en la participación de los ciudadanos en la cobertura *online* de una campaña electoral, resulta enriquecedor no ceñirse únicamente a los datos generales, sino también poner en relación los resultados obtenidos con otras variables complementarias.

Si se atiende al enfoque otorgado a los once temas principales (aquellos que concentran al menos el 1,5% de los comentarios de los lectores), como muestra la Tabla 6⁵, se observa que el enfoque europeo va unido casi exclusivamente a aquellos temas que guardan una relación directa con esta institución supranacional, tales como ‘Instituciones de la UE’ (31,8%) y ‘Participación/abstención’ (13,6%). Los lectores apenas adoptan este prisma cuando tratan temas circunscritos geográficamente al ámbito nacional, como ‘Corrupción/escándalos políticos’ o ‘Crisis económica’, a los que en ninguna ocasión se confiere la perspectiva supranacional. Este dato muestra de nuevo la lectura de corte nacional que los lectores hacen de estos temas.

Tabla 6: Enfoque otorgado al tema principal de los comentarios (en porcentaje)

Tema	Enfoque						
	Aragón	Otras CCAA	Nacional	Europeo	Aragón y Europeo	Nacional y Europeo	Otros
Corrupción/escándalos	25,3	0	23,1	0	0	7,5	21,4

⁵ En las tablas de contingencia mostradas en este trabajo existió una relación estadísticamente significativa entre las variables. Para verificarlo, se aplicó el test del *chi* cuadrado, que mostró resultados significativos al nivel de confianza del 95%.

políticos							
Crisis económica	9,4	0	21,7	0	16,7	30	0
Participación/abstención/ euroescepticismo	9,9	25	9,8	13,6	33,3	15	0
Aborto	0	0	7,9	0	0	0	0
Organización del partido para las elecciones	6,5	25	2,3	0	8,3	2,5	0
Legalización de brazos políticos de ETA	0,8	0	4	0	0	0	0
Infraestructuras	5,9	0	1,1	0	0	0	0
Referencias a guerra civil/ franquismo	0,5	0	3,4	4,5	0	0	0
Otros asuntos económicos	1,9	0	1,6	4,5	0	10	1,6
Instituciones, funcionamiento, legislación UE	0,3	0	0,5	31,8	33,3	22,5	0
Descentralización territorial/Estado autonóm.	4	0	1	0	0	0	0
Otros	35,5	50	23,6	45,6	8,4	12,5	77
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100

Además, resulta curioso comprobar que cuando los lectores hablan sobre la propia Unión Europea o sobre la participación en los comicios del 9 de junio, el enfoque mayoritario no es el europeo, sino el aragonés y europeo, con un 33,3%, mostrando así la tendencia de los lectores a localizar las cuestiones europeas, trasladándolas a su ámbito más cercano. El hecho de que la perspectiva que le sigue de cerca en el tratamiento de estos temas sea la nacional y europea, con un 22,5%, confirma esa tendencia. De forma conjunta, el enfoque aragonés y europeo, y el nacional y europeo superan el prisma puramente europeísta cuando los comentarios se refieren a estos temas.

En cuanto a los temas que podrían considerarse específicos de España, se comprueba que, siendo el enfoque aragonés, la cuestión que más se comenta entre los lectores es el problema de la corrupción (25,3%), muy por encima de otros como 'Participación/abstención/euroescepticismo' (9,9%) o 'Crisis económica' (9,4%). El enfoque nacional se otorga principalmente a temas que ocupaban la agenda social,

política y mediática con anterioridad al inicio de la campaña electoral: ‘Corrupción/escándalos políticos’ (23,1%) y ‘Crisis económica’ (21,7%).

No obstante, mientras que la corrupción mantiene un enfoque eminentemente español (aragonés o nacional), el problema de la crisis se trata con mayor amplitud de ángulos: es el tema principal en el 9,4% de las ocasiones en que el prisma es aragonés; el 21,7% de las veces en que el enfoque es nacional; el 16,7% en que la perspectiva es aragonesa y europea; y el 30% de los casos en que el foco es nacional y europeo. Se observa aquí que los lectores, si bien identifican los escándalos políticos como una cuestión interna, asocian la difícil situación económica a una coyuntura que supera las fronteras del país. Del mismo modo, los lectores comentan desde todos los ángulos ‘Participación/abstención/euroescepticismo’ (9,9% del aragonés; 25% de otras CCAA; 9,8% del nacional; 13,6% del europeo; 33,3% del aragonés y europeo; y 15% del nacional y europeo), viéndose así que, para ellos, el euroescepticismo es una cuestión que trasciende un ámbito geográfico determinado y está presente, de forma general, en todos los niveles, sea local, nacional o europeo.

Tabla 7. Tema principal del comentario según el tema principal del artículo comentado (en porcentaje)

Tema principal del comentario online	Tema principal del artículo comentado										
	Corrupción/ escándalos	Participación/ abstención	Crisis económica	Aborto	Datos encuestas	Legalización brazos ETA	Otros asuntos económicos	Organización del partido	Guerra civil/ franquismo	Infraestructuras	Estado Autonómico
Corrupción/escándalos	58,8	11,2	6,4	3	16	0	24,2	9,1	40	8,7	9,5
Crisis económica	9,4	4	62	11,9	36	0	18,2	6,1	6,7	0	0
Participación/abstención/	5,3	37,6	1,8	0	5	0	6,1	3	6,7	0	0,2

euroescepticismo											
Aborto	0	0	0	35,7	2	0	0	0	0	0	0
Organización del partido para las elecciones	0,9	0,8	5,8	1,8	1	0	0	72,7	0	0	0
Legalización de brazos políticos de ETA	0	0,8	0	0	0	91,7	0	0	0	0	0
Infraestructuras	0	0,4	3,5	0	0	0	0	0	0	65,2	4,8
Guerra civil/ franquismo	0,6	4,4	0	3	7	8,3	0	0	3,3	0	0
Otros asuntos económicos	0,6	2	5,8	1,2	0	0	15,2	0	0	0	0
Instituciones/ funcionamiento/ legislación UE	0	6,4	0,6	0,6	2	0	0	0	0	0	0
Descentralización territorial/ Estado autonómico	0,9	1,2	0	0	0	0	0	3	0	0	57,1
Otros	23,5	31,2	14,1	42,8	31	0	36,3	6,1	43,3	26,1	28,4
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

La tabla 7 muestra la relación entre los temas principales de los artículos publicados *online* por *El Periódico de Aragón* y los temas principales de los comentarios efectuados por los lectores a los mencionados artículos. En esta ocasión, se han considerado de nuevo los once temas más habituales tanto en los comentarios como en los artículos que reciben comentarios de los lectores.

Destaca que el mayor grado de relación entre los temas del artículo y del comentario se produce con motivo del debate en torno a la legalización de Iniciativa Internacionalista: el 91,7% de los artículos con este tema generan comentarios con el mismo tema principal.

A continuación, los mayores índices de relación se observan con los temas ‘Organización del partido para las elecciones’ (72,7%), ‘Infraestructuras’ (65,2%), ‘Crisis económica’ (62%) y ‘Corrupción/escándalos políticos’ (58,8%). Al menos la mitad de los artículos *online* que tienen estos temas como principales suscitan comentarios con el mismo asunto.

Los temas con un índice de relación menor al 50% son ‘Participación/abstención/euroescepticismo’ en los comicios europeos (37,6%), ‘Aborto’ (35,7%),

‘Otros asuntos económicos’ (15,2%) y ‘Referencias a la guerra civil/franquismo’ (3,3%). En los dos últimos casos, cabe destacar el hecho de que el 24,2% de los artículos cuyo tema principal es ‘Otros asuntos económicos’ y el 40% de los que tienen como tema principal ‘Referencias a la guerra civil/franquismo’ propician, respectivamente en esa proporción, comentarios cuyo tema principal es ‘Corrupción/escándalos políticos’. Sobresale, por último, que los artículos con el tema ‘Datos de encuestas’ figuran entre los más comentados, pero esos comentarios recogen en mayor proporción otros temas como la crisis económica (36%) y la corrupción política (16%).

Todos estos datos hacen visible la notable divergencia de temas entre los artículos de la versión electrónica del periódico y los comentarios efectuados por los lectores.

4. CONCLUSIONES

Los resultados del análisis suscitan varias reflexiones sobre la participación de los lectores en los diálogos virtuales generados a raíz de artículos publicados en la prensa *online*. Por un lado, se comprueba que los comentarios vertidos funcionan a modo de foro y, por tanto, constituyen una importante herramienta en la construcción de este tipo de formatos dialógicos en la prensa en Internet. Por otro lado, el elevado porcentaje de artículos comentados muestra el interés que despierta en los lectores la posibilidad de participar en este tipo de foros e interactuar no sólo con la información publicada por el propio medio, sino con el resto de usuarios que intervienen en él.

En este sentido, la presente investigación trasciende el estudio de los formatos de interactividad en sí mismos para entrar al conocimiento de los contenidos que el entorno virtual permite realizar. Un interesante campo de investigación vinculado a la comunicación política y a la política 2.0 en el que se profundiza ya no en la participación ciudadana a través de las páginas *web* de partidos políticos o medios de comunicación (el ‘cómo’), sino en el ‘qué’ de la contribución de los ciudadanos como

co-creadores de información política a través de las ediciones digitales de medios escritos.

La identificación de los temas que tratan o el enfoque geográfico que dan a sus aportaciones, entre otros aspectos, resultan datos muy reveladores tanto sobre el consumo de medios digitales como sobre la participación ciudadana en la vida política a través de estos entornos dialógicos que permiten una involucración inexistente en la prensa escrita. Esta participación en un contexto electoral permite identificar la voz de los ciudadanos, al menos de los más activos, y calibrar su respuesta a una situación política dada más allá del resultado de las urnas.

El caso de estudio de los comentarios vertidos sobre los artículos *online* relacionados con la campaña de las elecciones al Parlamento Europeo en 2009 publicados en la edición digital de *El Periódico de Aragón* permite esbozar de manera más concreta algunas conclusiones en torno a dos importantes aspectos de este trabajo.

En primer lugar, la lectura eminentemente nacional que los autores de los comentarios hacen de los comicios europeos. Los dos enfoques geográficos otorgados a la mayor parte de los comentarios son el nacional y, en menor medida, el aragonés. Los temas que aglutinan mayoritariamente el enfoque nacional y también el aragonés son ‘Crisis económica’, ‘Corrupción/escándalos políticos’ y ‘Participación/ abstención/ euroescepticismo’. Por el contrario, estos temas no son abordados con una perspectiva europea por parte de los lectores. Este último enfoque tiene una presencia escasa entre los once temas que suscitan más comentarios y aparece casi únicamente cuando el tema tratado es la propia Unión Europea. Se encuentra, por tanto, en los comentarios de los lectores, una clara diferenciación entre los asuntos que, según ellos, competen a Europa y los que no, mostrando que la mayor parte de los temas tratados no se proyectan en esa dimensión supranacional.

En segundo lugar, los temas de los comentarios constituyen un indicador de rasgos de la participación de los lectores en la cobertura de esta campaña en *El Periódico de*

Aragón. Por un lado, considerados los once temas más habituales de los comentarios (aquellos que alcanzan más del 1,5% del total de comentarios), se obtiene que son en su mayoría asuntos con un marcado carácter nacional: ‘Corrupción/escándalos políticos’, ‘Aborto’, ‘Organización del partido para las elecciones’, ‘Legalización de Iniciativa Internacionalista’, ‘Referencias a la guerra civil/franquismo’ y ‘Descentralización territorial/Estado autonómico’.

Es decir, tanto en el enfoque como en el tema de los comentarios se observa una considerable distancia con respecto al proceso de renovación a la cámara legislativa de la Unión Europea y una traducción de la campaña en términos estatales que confirman que para los lectores de la edición digital de *El Periódico de Aragón*, se trató de unos comicios que no despertaron interés por sí mismos, sino que fueron la excusa para tratar otro tipo de cuestiones circunscritas al ámbito nacional.

Por otro lado, los datos indican que el grado de relación entre los temas de los comentarios y los temas de los artículos que propician los comentarios es escaso: una media aproximada del 45% de los comentarios de los lectores tienen el mismo tema que el artículo que comentan. Este dato da medida del carácter dialógico de este tipo de foros, donde más de la mitad de los participantes se desligan de los artículos *online* que han originado el debate y siguen sus propias sendas temáticas. Además, el hecho de que la mayor parte de los comentarios (42,2%) sean exclusivamente una reacción a los realizados por otros lectores refuerza la anterior conclusión y confirma el interés de los usuarios por contribuir al debate en torno a los comicios europeos.

5. BIBLIOGRAFÍA

- BERGANZA, M. R.: “Las elecciones al Parlamento Europeo como comicios de segundo orden. Estudio de la cobertura informativa en televisión (1999-2004). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 14, 2008.

- BRIGGS, M.: *“Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización para sobrevivir y prosperar en la era de la información”*. Austin, 2007. Knight Foundation.
- DEL REY MORATÓ, J.: *“Comunicación política, Internet y campañas electorales. De la teledemocracia a la ciberdemocracia”*. Madrid, 2007. Tecnos.
- DE VREESE, C. H.: *“Continuity and Change: The 2004 European Elections in the Netherlands”*. En MAIER, M., TENSCHER, J. (eds.), *“Campaigning for Europe. Parties, Campaigns, Mass Media and the European Parliament Elections 2004”*, Londres, 2006. LIT Publishers.
- DÍAZ NOCI, J., DOMINGO, D., MASIP, P., MICÓ, J. L., RUIZ CABALLERO, C.: *“La participació dels usuaris als mitjans digitals de Catalunya: anàlisi de comentaris”*. Barcelona, 2009. Fundació Consell de la Informació de Catalunya.
- FERNÁNDEZ MORALES, I.: *“Herramientas del periodista digital”*. En PAREJA, V. M. (coord.), *“Guía de Internet para periodistas”*. Madrid, 2001. Centro Superior de Investigaciones Científicas.
- GARCÍA, C., LAFUENTE, P.: *“Periodismo participativo: el uso del foro cibernético en El Mundo tras los debates de las elecciones europeas de 2009”*, SABÉS, F., y VERÓN, J. J. (eds.): *“El periodismo digital desde la perspectiva de la investigación universitaria”*. Zaragoza, 2010. Asociación de la Prensa de Aragón.
- PARRA VALCARCE, D., y ÁLVAREZ MARCOS, J.: *“Ciberperiodismo”*. Madrid, 2004. Síntesis.
- PEÑA ACUÑA, B.: *“Rasgos esenciales de la Red”*. *Vivat Academia*. nº 112. Septiembre, 2010. Disponible en Internet: <http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n112/DATOSS.htm>.
- SALAVERRÍA, R.: *“Géneros periodísticos en los cibermedios hispanos”*. En SALAVERRÍA, R. (coord.), *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla, 2005. Comunicación Social.
- SALAVERRÍA, R.: *Redacción periodística en Internet*. Pamplona, 2008. Eunsa.

- TAPIA FRADE, A., GÓMEZ NIETO, B., HERRANZ DE LA CASA, J. M., MATELLANES LAZO, M.: “Los estudiantes universitarios ante las redes sociales: cuestiones de uso y agrupación en estructuras elitistas o pluralistas”. *Vivat Academia*. nº 113. Diciembre, 2010. Disponible en Internet: <http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n113/DATOSS.htm>.