

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN E CONTEXTUALIZACIÓN..... | 2 |
| 2. APROXIMACIÓN TEÓRICA..... | 3 |
| 3. ESTRATEXIAS E LIMITACIÓNS NA SOCIEDADE DA INFORMACIÓN...8 | |
| 4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS E OBXETIVOS ASOCIADOS..... | 12 |
| 5. METODOLOXÍA..... | 14 |
| 6. 14-N, PRESENZA EN EL MUNDO, EL PAÍS E REBELIÓN..... | 18 |
| A. O papel da sociedade civil..... | 18 |
| B. Cara e cruz da convocatoria. Sindicatos e Goberno..... | 24 |
| C. Do pasaxeiro ao estrutural..... | 27 |
| D. O poder dos anunciantes..... | 32 |
| 7. CONCLUSIÓNS FINAIS..... | 34 |
| A. Valoración dos resultados..... | 34 |
| B. Conclusión metodolóxica..... | 36 |
| C. Conclusión xeral..... | 37 |
| 8. BIBLIOGRAFÍA..... | 39 |
| 9. ANEXOS..... | 40 |

1. INTRODUCCIÓN E CONTEXTUALIZACIÓN

O feito de que gran parte da sociedade teña como punto de partida do entendemento dos problemas globais aos medios de masas, invítanos a analizar canto de inexacta ten a explicación da realidade que estes ofrecen. Eses medios aos que fago referencia adoitan pertencer a grandes empresas cuxos accionistas, como é lóxico, teñen uns determinados intereses. Tal e como sostén Pascual Serrano, *“eliminados en los países desarrollados gran parte de los mecanismos de dominio por la violencia, ahora el valor de la conformación de la opinión pública es tan alto que bien merece destinar dinero a fondo perdido. Por ello, muchos medios se han convertido en meros departamentos de imagen de los emporios empresariales. Así tenemos en nuestra prensa, radio y televisión accionistas que son bancos, financieras, aseguradoras, empresas de telecomunicaciones o incluso de armamento en el caso de Francia. En los consejos de administración de esas empresas se sientan banqueros y ejecutivos empresariales que no tienen ninguna relación con la información”* (Serrano, 2009:29).

Mediante un estudo cuantitativo, nesta obra comprobo conforme a uns parámetros o modo de informar de dous poderosos xornais, como son El Mundo e El País (os de maior tirada en España). Por outra banda, tamén se leva a cabo nos mesmos termos a análise dun medio alternativo: Rebelión. Esta plataforma dixital está composta por un pequeno grupo de voluntarios. Non paga aos seus colaboradores, e tampouco acepta publicidade ou diñeiro.

Para levar a cabo o traballo, é preciso poñer o foco sobre un feito noticioso que resulte adecuado. A última folga xeral acontecida en España, coñecida como “14-N” e convocada polos sindicatos españois para o 14 de novembro de 2012 (sendo secundada en distintos países europeos) vai ser o punto de apoio sobre o cal abordarei a investigación. Co lema *“Nos dejan sin futuro. Hay culpables. Hay soluciones”* organizacións sindicais e partidos políticos (incluído o principal da oposición) consideraron pertinente a folga, para protestar principalmente por temas coma os desafiuzamentos, os seis millóns de parados, a reforma laboral, subida de impostos, precariedade no traballo, a dinámica de privatizacións ou os recortes en sanidade e educación. Como é habitual, as cifras de seguimento da mesma (tanto no caso dos paros coma das manifestacións) foron moi variadas en función de quen emitía os datos.

2. APROXIMACIÓN TEÓRICA

O labor dos medios de comunicación ten unha incidencia no conxunto da poboación. Polo tanto, como parte da sociedade, é de agardar que os medios de comunicación cumpran cunhas determinadas funcións. Según Denis McQuail, son as seguintes:

“1. Información: Los medios de comunicación nos suministran un flujo continuo de información sobre el mundo, desde las cámaras web y los boletines radiofónicos que nos advierten de los atascos de tráfico hasta los pronósticos del tiempo, pasando por el mercado de valores y las noticias sobre temas que nos afectan personalmente.

2. Correlación: Los medios de comunicación explican y nos ayudan a comprender la información que nos suministran. Brindan apoyo a las normas sociales establecidas y desempeñan un importante papel en la socialización de los niños.

3. Continuidad: Los medios cumplen una función al servir de expresión de la cultura dominante, reconocer los nuevos desarrollos sociales y forjar valores comunes.

4. Entretenimiento: Los medios de comunicación proporcionan entretenimiento y diversión y reducen las tensiones sociales.

5. Movilización: Los medios de comunicación pueden efectuar campañas para movilizar a la sociedad a favor de distintos objetivos, como pueden ser el fomento del desarrollo económico, del trabajo y de la religión o el apoyo en tiempos de guerra.” (Giddens, 2006:566).

Dentro da análise funcionalista, Lazarsfeld e Merton apuntan a dúas grandes funcións e unha disfunción, do seguinte xeito:

Para empezar, a función outorgadora de status, de dúas formas: por un lado, os medios de comunicación conceden categoría a quen consideran dignos de mención e, por outro, estabilizan a xerarquía. Unha segunda función sería a de compulsión das normas sociais: expoñendo situacións ata daquela ocultas e reforzando as normas sociais ao amosar conductas desviadas. A disfunción establecida é a narcotizante: sustitúese a acción polo coñecemento pasivo, as grandes firmas inversoras nos medios conforman o gusto popular e pódese dar lugar á propaganda.

Pero as explicacións funcionalistas van en declive a medida que a realidade se volve máis complexa e surxen novas perspectivas teóricas, como as teorías do conflito. Estas añaden ao problema o factor dos motivos económicos, xirando en torno a el. Así, cobra forza a idea de que os medios de comunicación de masas están nas mans duns poucos

propietarios, que se moven polo interés privado. Baixo a apreciación de Golding e Murdock *“los defensores del punto de vista de la economía política afirman que los intereses económicos trabajan para excluir a aquellas voces carentes de poder económico, de manera que sobreviven las menos propensas a criticar la distribución de riqueza vigente”* (Giddens, 2006:567). Nesta liña de pensamento tamén se expresa Pascual Serrano, cando afirma que *“importantes lobbies, fundaciones y grupos de poder político o empresarial tienen suficiente capacidad organizativa, financiera y política para organizar campañas de presión contra medios o periodistas que se salen de la línea dominante”*, para rematar sentenciando o seguinte: *“El resultado es que las informaciones procedentes de organizaciones sociales humildes, grupos de trabajadores precariamente organizados o colectivos de derechos humanos de bajo presupuesto no satisfacen las exigencias de estos filtros y son depurados de los medios de comunicación”* (Serrano, 2009:36).

Dito isto, as teorías do conflito tamén sosteñen o feito de que na Sociedade da Información o entretemento cobra protagonismo en detrimento da cultura. Esa é unha realidade que se percibe só con observar detidamente o dubidoso valor da maioría dos contidos nos grandes medios de comunicación. Xa non se trata tanto de vender un produto de calidade, senón de acumular televidentes, oíntes ou lectores (no caso que nos ocupa) a calquera prezo. Esta circunstancia cobra especial relevancia hoxe en día, se temos en conta que as principais fontes de ingresos dos grandes xornais proceden da publicidade. Proporciónase entón a interpretación de que, máis que potenciarse o contido, o que se estimula é a presenza de receptores. A isto fai referencia a Escola de Frankfurt, e ao comprender o tema necesariamente reflexionamos sobre quen son os anunciantes e que intereses teñen.

Tamén medita sobre iso Pascual Serrano, que razoa: *“¿Qué es lo más valioso de una información? No es la noticia que transmite, ni la calidad del papel, ni la definición o color de la fotografía, ni el encuadre o producción de una imagen, ni lo acertado del lenguaje utilizado. Lo que más vale de una información en la actualidad es el tiempo que le dedica el lector o la audiencia. De nada sirve una buena noticia si no se logra que llegue a muchas personas. Ese valioso tiempo que uno de nosotros destina al medio es su principal patrimonio. Si muchas personas dedican mucho tiempo se habrá revalorizado como de ninguna otra forma su contenido. Por eso los anunciantes pagan más o menos en función del número de lectores de un periódico o de las audiencias.*

Por si alguien no se había dado cuenta, las empresas de comunicación no venden a las empresas de publicidad contenidos informativos, les venden audiencias. Un millón de lectores o espectadores suponen una tarifa publicitaria mayor que si son medio millón” (Serrano, 2009:587).

Se os anunciantes xogan un papel trascendente, os propietarios dos medios, que en moitas ocasións son grupos empresariais que non teñen como fin último a comunicación, tamén. Como principio da perspectiva da economía política, resáltase que *“el contenido de los medios de comunicación transmite una ideología que pretende perpetuar a las clases hegemónicas en su dominio”* (Rodrigo Alsina 2001). Os medios de masas transfórmanse neste caso nun recurso de propaganda a favor dos intereses dos seus donos. *“Ante cualquier medio es primordial saber quién es su propietario, es decir, si se trata de una empresa privada, una empresa estatal, una cooperativa, una organización no gubernamental... Así, si es una entidad privada deberemos intentar conocer si son empresarios individuales –lo menos probable- o determinados grupos económicos que operan en otros sectores, lo más habitual. La propiedad es fundamental para poder deducir su línea editorial. Del mismo modo que daríamos por hecho que una revista de un partido comunista tendría una línea editorial definida, es ingenuo creer que una publicación que cuenta entre sus accionistas a una multinacional energética con intereses en una región va a proporcionarnos una información neutral sobre los gobiernos de esos países”* (Serrano, 2009:559-560). En relación co explicado, Víctor Sampedro establece que *“para construir un problema político, se necesitan indicadores y datos de su importancia, que si no existen habrá que fabricarlos”* (Sampedro, 2000: 71).

Vemos como dispoñer do control sobre a dinámica dos medios, confire un importante poder sobre a conformación da opinión pública. Sampedro distingue tres modelos de poder político e mediático, enumerándoos do seguinte xeito: *“1) El elitismo puro concibe la esfera pública dominada por las clases dirigentes. Los medios están subordinados y controlados por los dirigentes políticos y económicos. 2) El pluralismo presenta una esfera pública abierta al debate y a las demandas sociales, porque los medios ofrecen una plataforma alternativa a las instituciones políticas. 3) El elitismo institucional señala que el control político puede implicar la gestión de la información, a través de procesos institucionalizados que garantizan el control de las élites, al tiempo que permiten cierto cuestionamiento”* (Sampedro, 2000: 75). Todo apunta a que

o terceiro modelo desta distinción é o que mellor define a realidade actual dos medios en España.

En vista do exposto, faise difícil imaxinar que nas nosas sociedades a comunicación se produza “de igual a igual”. Máis ben cabe pensar que os debates públicos son impostos por unha minoría emisora. Ao abeiro disto, vemos habitualmente no barómetro do CIS como os considerados principais problemas de España non coinciden coas maiores preocupacións persoais dos encuestados. Unha das razóns é que as opinións publicadas teñen unha tremenda incidencia sobre a opinión pública. Cobra relevancia aquí o concepto da “esfera pública” de Habermas, xa anteriormente citado. El mantén que *“el debate democrático en las sociedades modernas está ahogado por la industria de la cultura. El desarrollo de los medios de comunicación y de entretenimiento masivos hace que la esfera pública se convierta generalmente en una farsa. En los medios de comunicación y en el parlamento se manipula la política, mientras que los intereses comerciales tienen más importancia que los de la población. La opinión pública no se configura mediante debates abiertos y racionales, sino a través de la manipulación y del control, como sucede, por ejemplo, en la publicidad”* (Giddens, 2006:568).

Ao abeiro do citado no anterior párrafo, hai que dicir que Pascual Serrano reforza esa idea: *“Los medios presentan polémicas y debates que no son reales porque siempre se mantienen en unas coordenadas que no afectan a lo esencial. El lector o las audiencias creen estar asistiendo a una discusión que muestra la pluralidad y una riqueza de opiniones que evidencian la grandeza de la libertad de expresión, pero están siendo engañados con una discusión que se mantiene en un espectro ideológico y de escenarios muy limitados”* (Serrano, 2009:68).

Tendo en conta o exposto ata agora, entendemos que hai certos filtros aos que un medio alternativo, desvinculado de prominentes intereses financeiros, non está sometido. Se ben débese advertir que a mera publicación dunha información supón subxetividade e tomar parte nun asunto. Tal e como afirma Vicente González *“obxetividade e mediación empezan a camiñar unidos e, desde a comunicación, fanse inseparábeis, aínda que a obxetividade como tal non quere dicir un simple mimetismo da realidade, senón que hai que entendela como interpretación da realidade”* (González, 2006:79). O mesmo autor reafirma esta reflexión, con outra explicación: *“O coñecemento do outro e a valoración do outro, sendo procesos que implica a comunicación, introdúcenos en planos ontolóxicos, epistemolóxicos e metodolóxicos propios, onde a opinión sobre algo*

implica decisión e xuízo” (González, 2006:93). Vemos entón como a publicación dunha nova, queira ou non, sempre leva aparellado un posicionamento.

Outro concepto de plantexamento interesante é o do mundo da hiperrealidade, procedente das ideas de Jean Baudillard. Así, o reflexo da realidade nos medios de masas supón de por si unha realidade que trascende á propia situación que estes describen. A imaxe do mundo emitida polos grandes emisores de información non é unha imitación fiel do que acontece, pero é a que chega a máis receptores, coas devanditas consecuencias. *“En la actualidad, ningún líder político puede ganar unas elecciones sin aparecer constantemente en la televisión: la imagen televisiva del líder es la persona que más espectadores conocen”* (Giddens, 2006:569).

3. ESTRATEXIAS E LIMITACIÓNS NA SOCIEDADE DA INFORMACIÓN

Uns dos autores máis insistentes á hora de tratar de explicar a manipulación mediatizada da información é o norteamericano Noam Chomsky (2010). Distingue dez estratexias básicas como medio de control social. Son as seguintes:

- A estratexia da distracción. Entreter ao público con asuntos que non son os máis relevantes.
- Crear problemas e posteriormente ofrecer solucións. Trátase de xerar unha preocupación que esixa medidas como solucións drásticas, que doutro xeito non serían fácilmente admitidas pola sociedade.
- A estratexia da gradualidade. As reformas comprometidas vanse dando pouco a pouco, de modo que non desperten unha repentina reacción crítica.
- A estratexia de diferir. Dase cando se presenta unha medida futura como única solución posible, aproveitándose así da paulatina concienciación xerada. O descoñecemento do futuro tamén pode invitar ao optimismo e aceptación.
- Dirixirse ao público como a criaturas de pouca idade. Unha mensaxe acrítica tamén tende a provocar unha resposta pouco desconfiada.
- Empregar o aspecto emocional moito máis que a reflexión, dando lugar á ausencia do control da razón sobre as emocións fortes. Neste senso cobra unha gran transcendencia o predominio da imaxe, enfrontada ao razoamento.
- Manter ao público na ignorancia e a mediocridade. Na liña do xa exposto neste traballo, os contidos tenden a ser mediocres, coa consecuente violencia simbólica sobre as clases inferiores culturalmente.
- Estimular ao público a ser compracente coa mediocridade. Neste punto, poderíamos resaltar os múltiples casos de persoas que son moi populares a consecuencia de dubidosos méritos.
- Reforzar a autoculpabilidade. Así a persoa tende a creerse responsable única das súas desgracias, sen cuestionar o sistema. Un exemplo é o pensamento de “vivir por riba das nosas posibilidades”.
- Coñecer aos individuos mellor do que eles mesmos se coñecen. O poder dominante ten un estreito acceso aos descubrimentos científicos, dando lugar a un gran control sobre a sociedade.

Como vemos, Chomsky fai referencia a todo un entramado de pautas que levan á manipulación sobre a versión da realidade que se lle ofrece ao público. Tal e como establece Pascual Serrano “*Los mecanismos de desinformación y manipulación son más complejos que la burda mentira*” (Serrano, 2009:37). A ignorancia sobre estas técnicas convérteas en máis efectivas, e transforma ao individuo nunha especie de escravo das verdades impostas polo poder mediático e, en extensión, tamén económico e político. Schiller valorou sobre o mito da neutralidade, que “*para que la manipulación sea eficaz no debe haber pruebas de su existencia*” (Rodrigo Alsina 2001). De aí a importancia da educación e a formación.

Pero o contido informativo non só se ve afectado por principios de control social, senón tamén porque o propio interés económico dos grupos que están detrás dos grandes medios de comunicación, conleva unhas limitacións (laborais, de transporte, das fontes...) que teñen consecuencias na recollida, formato e presentación das novas.

¿Quen nos garantiza que a información que consumimos ten un mínimo de calidade e veracidade? Nin por parte da xustiza nin dos propios profesionais parece que nos ofrezan total confianza neste sentido. “*¿Cuántos productos informativos conocemos que las autoridades hayan retirado del mercado debido a su mala calidad? La mayor parte de las noticias que nos llegan se elaboran resumiendo, sin crítica y sin contrastarlas, algo que una fuente interesada ha contado a los periodistas. Es decir, el periodista –generalmente muy mal pagado, no especializado, con gran presión de tiempo y con un contrato precario, temeroso de perder su puesto de trabajo- va a un lugar al que le ha citado alguien que tiene interés en hacer saber algo, toma nota de lo que le cuentan, con frecuencia no puede preguntar, resume lo más llamativo y fácil de entender y con eso elabora la noticia*” (Serrano, 2009:19-20). Se ben ese suposto que ofrece Serrano pode ser ocasional, oportunista ou vantaxista; realmente, ¿quen proba que non se poida dar? Se ninguén o fai, parece lóxico que o mercado laboral dos medios afecta ao valor dos contidos. Ao abeiro disto, unha menor precariedade no sector podería dar lugar a un maior rigor na información emitida.

Do mesmo xeito, o balance de perdas e ganancias dos xornais (priorizando o beneficio económico) supón por si só unha limitación máis. As investigacións en profundidade son un gasto que impide optimizar recursos. Resulta máis sinxelo recoller apreciacións que ofrece alguén que desexa que algo se coñeza, moitas veces en rodas de prensa ou comunicados preconcertados. Deste modo, a información xira máis en torno ao que “un

grupo de persoas ou institucións queren dicir” que ao que “non queren que se saiba”. Así, os medios de comunicación, na continua búsqueda das ben presentadas versións oficiais, amosan unha limitada capacidade de crítica ao poder dominante. Sobre este tema, Pascual Serrano tamén amosa a súa particular visión, expresando que *“se ha llegado a una situación en la que cuestionarse las afirmaciones del oficialismo se percibe como una labor ideológica inapropiada para la neutralidad informativa, mientras que repetir las versiones oficiales sí se considera imparcialidad”* (Serrano, 2009:54). A este respecto, Víctor Sampedro considera o seguinte: *“Los periodistas privilegian a las fuentes oficiales por razones pragmáticas: proporcionan un flujo constante y seguro de información para redactar “diferentes” noticias regularmente. Los actores más institucionalizados actúan como definidores primarios de la realidad mediática, porque son fuentes de acceso fácil y predecible. Sin embargo, los activistas suelen carecer de relaciones estables con la prensa, mezclan las reivindicaciones personales y públicas, y sus actividades son inestables. Mientras tanto, el periodista necesita hacer rutinario lo inesperado. No puede decidir cada día qué es noticia y qué no, dónde buscar las informaciones o cuántas versiones ofrecer”* (Sampedro, 2000:80).

Dito isto, é significativo o estudo de Emilio Pérez Prado e Javier Mayoral Sánchez (profesores da facultade de Ciencias da Comunicación da Universidade Camilo José Cela). “El uso periodístico de las fuentes en radio y televisión” mantén que o 83% das novas por radio e televisión proceden dunha única fonte explicada. Se ben esta investigación do ano 2007 non facía referencia aos xornais, si é interesante comprobar como as fontes proceden nun 70% de organismos oficiais, maioritariamente en actos e comunicados citados con anterioridade.

Non resulta raro entón que unha empresa coma Lynce, que era especialista no reconto das aglomeracións de xente, tivese que pechar por problemas económicos¹. A mera investigación, que dota á comunicación de fiabilidade, non foi rentable neste caso. Serrano di sobre isto que *“algo similar sucede con la cobertura de las manifestaciones o los seguimientos de las huelgas, los medios evaden su responsabilidad social de informar con veracidad y se limitan a recoger las versiones de las partes: delegación del gobierno frente a convocantes de la marcha o sindicatos frente a sector empresarial en la cuestión de las huelgas”* (Serrano, 2009:68).

¹ <http://www.expansion.com/agencia/efe/2012/02/17/16976914.html>

En definitiva, máis alá do propio tratamento con manipulación ou non da información, tamén o contexto laboral e empresarial do sector incide na calidade do produto que se ofrece.

4. FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS E OBXETIVOS ASOCIADOS

Á hora de abordar un estudo cuantitativo de novas sobre un feito noticioso, hai que adoptar principios sobre os que xerar hipótesis e obxetivos de investigación. Unha revelación interesante é froito de comprobar se se informa sobre o contido estrutural do suceso en cuestión, e en que medida se afronta en comparación con outras temáticas secundarias. Para expresalo doutro modo, poderíamos presentar a interpretación que ofrece C. K. Chesterton: *“El capitalista y el editor son los nuevos tiranos que se han apoderado del mundo. Ya no hace falta que nadie se oponga a la censura de la prensa. La prensa misma es la censura. Los periódicos comenzaron a existir para decir la verdad y hoy existen para impedir que la verdad se diga”* (Serrano, 2009:15).

O certo é que, no transcurso do ofrecemento de información sobre un asunto, a presenza de chamativas pero anecdóticas circunstancias secundarias, pode imperar en detrimento do tratamento esencial da problemática (que nos axuda a comprender máis satisfactoriamente a realidade). ¿Cantas novas se conforman arredor do contido sustancial das cuestións? *“Un repaso a los temas que han dominado la agenda en los últimos años nos permite comprobar que los asuntos tratados nunca están contextualizados, no se presentan los antecedentes que permiten comprenderlos y menos aún comparaciones para poder valorarlos en su justa medida”* (Serrano, 2009:15). Pero, chegados a este punto: ¿Son incluso as anécdotas e feitos intrascendentes aproveitados para estruturar unha nova e dar sobre un tema unha determinada imaxe que lle interesa ao medio de comunicación?

Esa dinámica de informacións superficiais arredadas do núcleo e das razóns, pode levarnos a perder a perspectiva, outorgándonos unha sensación de asistir a unha película da cal non poidemos ver o principio, e que ninguén se esforza en explicar. Ignacio Ramonet pensa o seguinte: *“El objetivo no es hacernos comprender una situación, sino hacernos asistir a un acontecimiento”* (Serrano, 2009:46). Así, ensínansenos os sucesos asociados a un tema pero, ¿xeralmente trátase de explicar o núcleo da situación?

Noutra orde de cousas, e tendo en conta as perspectivas teóricas desta obra que presento, ¿que papel se lle reserva realmente á sociedade civil nos medios de masas? Serrano opina que *“la ausencia de las posiciones de los colectivos sociales en los medios de comunicación es habitual [...] Los ejemplos de iniciativas ciudadanas que no*

tienen cabida en los medios son impresionantes” (Serrano, 2009: 132). ¿Quen sitúa entón o sentir cidadán? “Igual que los medios de comunicación gustan de presentarse como el simple reflejo de la realidad en cuanto a su cobertura informativa, cuando opinan o editorializan intentan hacer entender a los ciudadanos que esa opinión o posición ideológica sólo es un reflejo del sentir mayoritario, un clamor, como suelen señalar con frecuencia” (Serrano, 2009:58). Neste senso, faise interesante observar en que medida con respecto a un feito a sociedade civil é promotora cando é protagonista (se falan outros sobre ela), posto que “la marginación política suele ir de la mano de la marginación mediática” (Sampedro, 2000: 81).

Non se pode agardar que, un medio suxeito a uns determinados intereses alleos ao conxunto da sociedade, trate de informar con credibilidade e a favor deles sen “colocarse” como parte defensora do ben común. A este respecto, Serrano di que *“la pretensión de identificar el interés público con los intereses del grupo editorial que dirige un medio de comunicación es un objetivo prioritario porque será la vía con la que ellos intentarán infundirnos su legitimidad como acaparadores del derecho a informar” (Serrano, 2009:59).*

Como xa expliquei, a confirmación das hipótesis vai vencellada ao estudo da folga do 14-N. Mediante a investigación, convén tratar de confirmar as seguintes:

- O contido sustancial está máis presente nos medios alternativos que nos de masas
- A importancia obxetiva da nova varía en función do promotor
- Nos medios de masas a sociedade é menos emisora cando é protagonista da nova
- Os medios de masas empregan en maior medida a anécdota como estrutura das novas

Asociados a estas hipótesis, danse un obxetivos de investigación:

- Observar a presenza de contido sustancial en función do xornal que se trata
- Pesquisar a relevancia que se lle concede á información dependendo de quen é o promotor
- Distinguir como se desenvolve o protagonismo das novas en cada xornal
- Descubrir o espazo que se lle reserva á sociedade civil como promotora
- Situar o tipo de valoración que se lle fai ao Goberno de España en cada caso
- Comprobar en que medida se trata de presentar os intereses sindicais como contrarios aos de grupos de traballadores
- Coñecer o grado de estruturación da nova a través das anécdotas

5. METODOLOXÍA

A idea da metodoloxía a empregar ten similitudes con “*Movilización ciudadana y medios de comunicación: Nunca Más en la prensa española*” (José López Rey), se ben para determinar a importancia das novas teño que adoptar outros criterios, ao tratarse dunha análise sobre o formato dixital. A similitude da que falo fai referencia á determinación da importancia concedida á información en función de quen a emite, ao número de novas según os seus promotores e á propia valoración delas en función dos intereses do goberno.

As novas son recollidas nas distintas páxinas web dos tres medios (elmundo.es, elpais.com e rebellion.org), solicitando “14-N” no buscador. A partir de aí, son fielmente valoradas aquelas que fan referencia á folga do 14-N. Con El Mundo e El País, tómanse por defecto todas as novas que se sitúan na semana laboral do acontecido (do luns 12 ao venres 16). Rebelión, xornal sustentando a base de voluntarios, non ten unha capacidade comparable e, polo tanto, tómanse todas as novas que publicou sobre a devandita folga. Nembargantes, levouse a cabo a correcta comprobación de que nos dous xornais maioritarios as características das novas se mantiveron constantes nunha mostra aleatoria doutras datas. A distribución observada de novas estudadas (frecuencia e porcentaxe) amósase no “gráfico 1”:

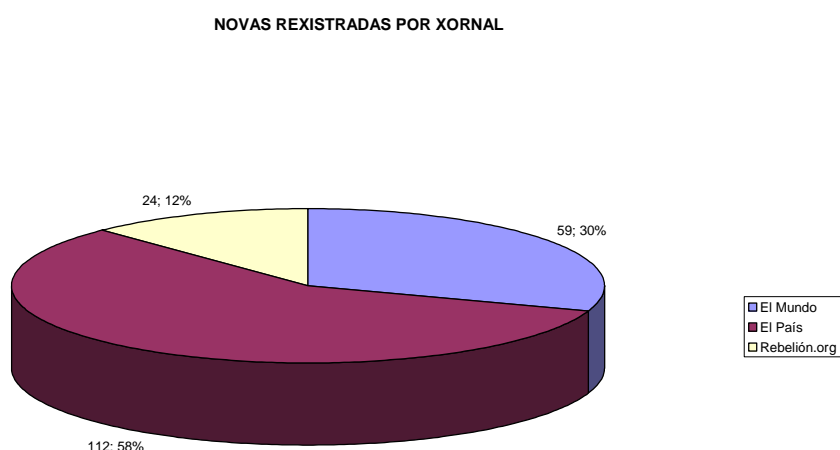


GRÁFICO 1. Fonte: elaboración propia

Para confirmar que a recollida foi correcta, procedeuse á codificación alternativa dunha mostra aletoria do 10% das novas por parte doutro codificador experto. A porcentaxe de coincidencia foi do 93% dos casos e nunca inferior ao 85% das variables consideradas.

Con respecto ás variables empregadas na análise, son as seguintes:

- Identificación da nova
- Medio de comunicación
- Firma
- Data
- Subtítulo
- Número de palabras
- Ligazóns
- Fotografía
- Vídeo
- Protagonistas
- Promotores
- Temática
- Valoración do Goberno
- Estructuración arredor de anécdota
- A nova da a imaxe ou non de intereses de sindicatos enfrontados cos de traballadores
- Protagonistas concentrados
- Promotores concentrados
- Importancia obxectiva da nova

Máis aló das variables meramente obxectivas, a introducción das outras ten unha explicación fundada, en torno ás hipóteses xeradas:

Os protagonistas son os suxeitos sobre os que xira a nova. Debido á ampla variedade de protagonistas, foi necesario recodificar a variable, dando como resultado oito grupos de actores sociais posibles, moito máis facilmente interpretables. En canto aos promotores, supoñen as mesmas categorías que os protagonistas, pero nestes caso son aqueles que

emiten o titular, sexan ou non protagonistas. Foi preciso recodificar a variable, nos mesmos termos. Ambas son variables importantes para a comprobación das hipótesis, sendo gráficas á hora de comparar os grupos institucionalizados cos que non o son. Do mesmo xeito, resultaba interesante saber canto de promotora ten a sociedade civil cando é protagonista.

A temática supón o tipo de contido que ofrece a información: sobre que é. Supón unha variable fundamental para precisar a clase de información que ofrece cada medio (con especial atención ao contido sustancial).

A valoración ao Goberno pode darse como positiva, negativa ou neutra. É unha variable que denota as posturas cara a el.

A estrutura arredor da anécdota é un indicador importante sobre a profundidade do acontecemento ofrecido, en cada caso.

A imaxe ou non de intereses de sindicatos enfrontados cos de traballadores trata de mostrar se a nova presenta a labor dos sindicatos como non beneficiosa para todos os traballadores.

Con respecto á importancia obxetiva da nova, ao tratarse dun formato dixital, non se determina do mesmo xeito que nun xornal convencional, onde se consideraría do seguinte xeito: presenza ou non de antetítulo, subtítulo, lead e apoio. Aparición ou non na primeira plana, en páxina par ou impar (ou ambas), o número de columnas que ocupa e os recuadros onde se sitúa.

Nas páxinas web, esa codificación non se axeita na súa totalidade aos formatos e, polo tanto, a variable de importancia obxetiva da nova (unha vez estudadas as distintas correlacións) foi configurada como unha variable métrica que valoraba a presenza de subtítulo, ligazóns, fotografía e vídeo. O número de palabras foi excluído, por razóns que se explican na conclusión metodolóxica. Polo tanto, quedou conformada así:

SUBTÍTULO + LIGAZÓNS + FOTOGRAFÍA + VÍDEO + 1

Dadas as revelacións da análise estatística, estableciuse o valor 1 e 2 como “pouca relevancia”, o 3 como “relevancia media” e o 4 e 5 como “relevancia alta”.

Unha vez coa base de datos recollida, lévanse a cabo os estudos estatísticos que determinan as relacións das variables, que posteriormente serán explicadas. O manual

de codificación e as distintas táboas sobre os gráficos constan nos anexos deste documento.

6. 14-N, PRESENZA EN EL MUNDO, EL PAÍS E REBELIÓN

A. O papel da sociedade civil

Despois da folga do 29 de marzo do 2012 contra a reforma laboral impulsada polo Goberno, sindicatos españois (encabezados por CC.OO e UGT) tardaron pouco máis de medio ano en convocar outro paro, para o 14 de novembro, que foi secundado en distintos países europeos, adquirindo un claro perfil de mobilización no ámbito internacional. Sobre o seu impacto, unha lectura global dos medios de comunicación analizados apunta a que foi maior no tocante ás manifestacións que no referido ao paro propiamente dito, se ben en función das versións ofrécese datos totalmente diferentes, no que xa ven sendo unha tradición neste tipo de convocatorias.

Ao abeiro disto, un artigo de El País do 16 de novembro, fai precisamente referencia ao curioso da discrepancia nos datos ofrecidos según fontes institucionais. Recordemos que, na manifestación convocada en Madrid, a asistencia según os sindicatos foi dun millón de persoas, fronte aos 35000 que considerou o Goberno. *“La huelga propiamente dicha tuvo un seguimiento de más del 70% según unos, y muy inferior según otros. Pero la manifestación ocurrió; para unos, los sindicatos, fue muy enorme, de un millón de personas, cantidad que debería estar prohibida en el recuento final de cualquier aglomeración desde que en tiempos de Franco se usaba para contar cuántos caben en la plaza de Oriente. Pase pues que no eran un millón en Madrid; pero rebajar esa cantidad, desde las terminales del Gobierno y sus aledaños, hasta llegar a los 35.000 manifestantes hay un trecho que no lleva a desconfiar de las estadísticas (o de la tabla de sumar) sino de los que hacen religión de la información oficial”* (elpais.com).

A grandes rasgos, a guerra das versións institucionais aínda ocupa un maior espazo en El Mundo. Son múltiples os casos que se poderían dar. Coma por exemplo sobre a asistencia ás manifestacións en Castela e León, unha nova da redacción de Valladolid publicada o día 14 ás 22:54 horas, rezaba que *“la convocatoria de huelga general sacó a las calles de Castilla y León a más de 350.000 personas, según cifras sindicales, en un día, este 14 de noviembre, que desde CCOO y UGT definieron como una «jornada histórica de lucha sindical y ciudadana».* Las cifras, como en otras ocasiones, fueron rebajadas sustancialmente por fuentes policiales, que situaron la asistencia a las diferentes marchas en las nueve provincias de la Comunidad, en algo más de 137.000 personas.

Las movilizaciones más numerosas, según los sindicatos, se produjeron en León y Valladolid, con 100.000 asistentes en cada caso, seguidas por Ponferrada (León), con 50.000; Burgos, con 35.000; Salamanca, con 30.000; Zamora, con 15.000; Segovia, con 10.000; Ávila, con 9.000; y Palencia y Soria, con 6.000, en ambas capitales.

Los datos de la policía divergen totalmente, con 35.000 asistentes en la capital vallisoletana; 25.000 en la leonesa; 8.000 en la berciana; 15.000 en la burgalesa; 12.500 en la salmantina; 8.000 en la zamorana; 6.500 en la segoviana; 3.130 en la abulense; 6.100 en la palentina, y 5.700 en la soriana. A estos datos habría que sumar en la provincia burgalesa a 5.000 en Aranda de Duero, y 4.500 en Miranda de Ebro; y a 2.500 en Medina del Campo (Valladolid), y 800 en Béjar (Salamanca)” (elmundo.es). Á vista dos datos, vemos como nuns casos hai redondeos e noutros se conta por decenas.

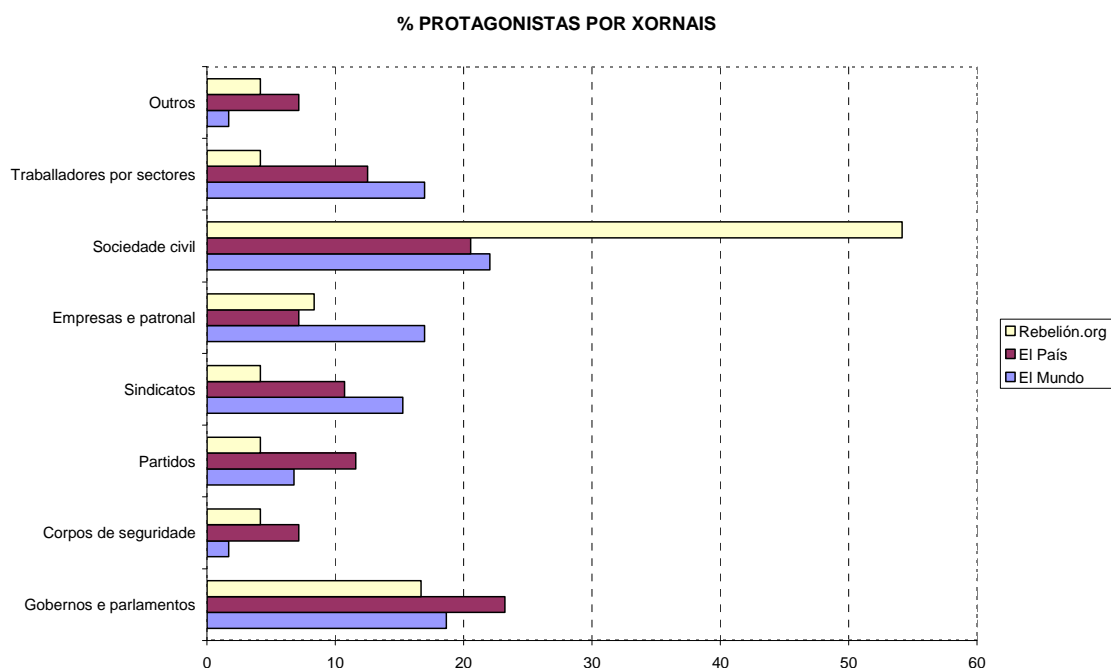


GRÁFICO 2. Fonte: elaboración propia

Abordando xa a recopilación dos datos propiamente dita, situamos o foco no protagonismo. Ao botarlle unha ollada ao Gráfico 2 (que conta con significación estatística, coma en todos os casos salvo nos que se di o contrario) referente aos protagonistas por xornais, o primeiro que chama a atención é como no medio alternativo (Rebelión) a sociedade civil foino nunha medida moito maior aos demais conxuntos de

actores sociais (representando o 54'17% das novas publicadas). Á marxe disto, o único dos outros que se mantén por riba do 10% son os gobernos e parlamentos.

El Mundo é o xornal que mostra na súa plataforma dixital unha distribución máis lineal, con cinco grupos (de máis a menos: “sociedade civil”, “gobernos e parlamentos”, “empresas e patronal”, “traballadores por sectores” e “sindicatos”) cunha cuota de protagonismo moi semellante. En El País, gobernos e parlamentos destácanse como o maior protagonista, se ben a sociedade civil tamén se mantén por riba do 20%, e traballadores por sectores, partidos e sindicatos do 10%.

Sen dúbida, a lectura máis rechamante que se deduce deste gráfico é o enorme protagonismo que ten a sociedade civil no medio alternativo, se ben este feito aínda será valorado posteriormente, combinado con outros indicadores que nos axudan a interpretalo máis axeitadamente. O primeiro deles é o de promotores, de quen procede o titular: Gráfico 3.

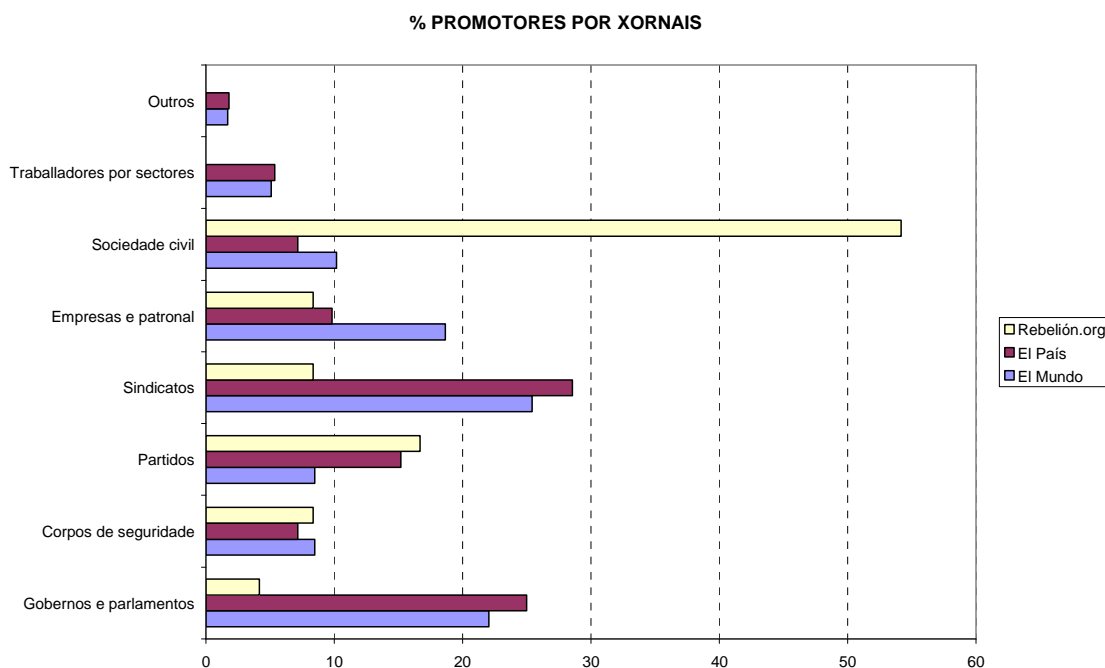


GRÁFICO 3. Fonte: elaboración propia

A sociedade civil tamén destaca como promotora da información en Rebelión en moita maior medida que calquera outro actor social nalgún dos tres xornais. Nos outros dous medios, os máis presentes son os sindicatos e os gobernos e parlamentos, se ben en El

Mundo cobran bastante presenza as empresas e patronal e en El País os partidos políticos.

Unha vez vista a porcentaxe das distintas partes como protagonistas ou promotoras nos xornais, vemos como a sociedade civil ten un perfil claramente diferenciado en Rebelión con respecto aos outros, estando moito máis presente. Pero aínda así, hai un indicador que é fundamental para determinar en que medida a sociedade civil ten transcendencia como emisora de veredictos ou simplemente contempla a acción como suxeito pasivo: a porcentaxe da sociedade civil como promotora nos casos onde é protagonista. ¿Ten o conxunto da poboación voz de seu ou falan por ela?

% PROMOTORES COA SOCIEDADE CIVIL COMO PROTAGONISTA (EL MUNDO)

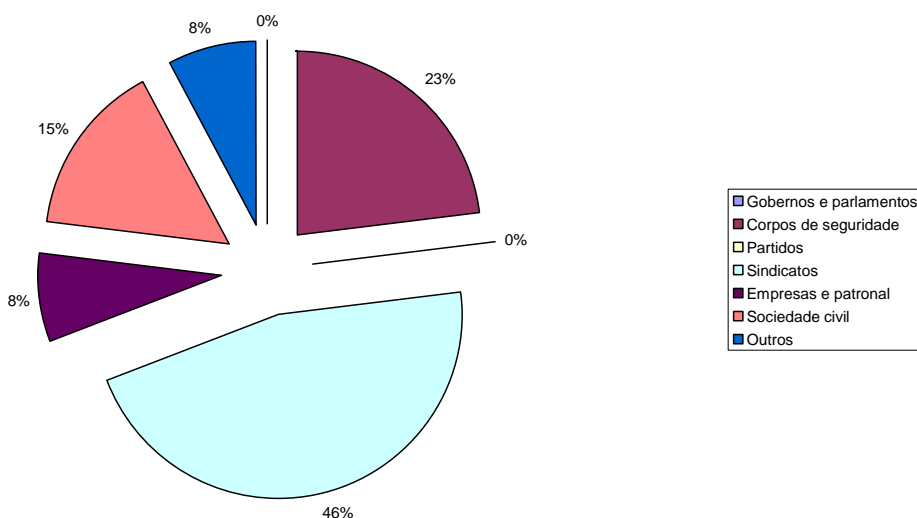


GRÁFICO 4. Fonte: elaboración propia

No Gráfico 4 apreciase como cando a sociedade civil é protagonista dunha nova, non adoita ser promotora. En El Mundo, antes que ela (15´38%) posiciónanse tanto os sindicatos (46´15%) coma os corpos de seguridade do Estado (23´08%). Resulta curioso como neste xornal, cando a sociedade civil foi protagonista nunca o foi cos partidos políticos ou cos gobernos e parlamentos como promotores.

No referente a El País (Gráfico 5), mantense unha liña similar ao anterior. Se ben a sociedade civil é emisora nun 17,39%, sindicatos e corpos de seguridade están por riba, cun 34´78 e un 30´43% respectivamente.

% PROMOTORES COA SOCIEDADE CIVIL COMO PROTAGONISTA (EL PAÍS)

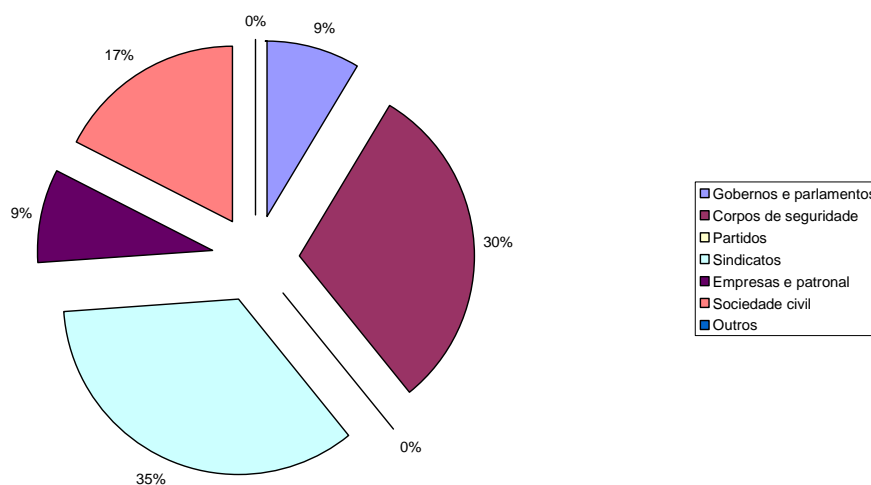


GRÁFICO 5. Fonte: elaboración propia

Xa en Rebelión (Gráfico 6), vemos coa sociedade civil é promotora no 61´54% das ocasións nas que resulta ser protagonista. Do mesmo xeito, sorprende ver que aquí si hai partidos políticos (polo xeral de corte minoritario) como promotores sobre o conxunto da poboación. Nembargantes, os sindicatos, tan presentes nos outros dous medios (en El Mundo cunha clara intención de desgastalos e desprestixialos), non aparecen en Rebelión como promotores, e os corpos de seguridade apenas o fan.

% PROMOTORES COA SOCIEDADE CIVIL COMO PROTAGONISTA (REBELIÓN)

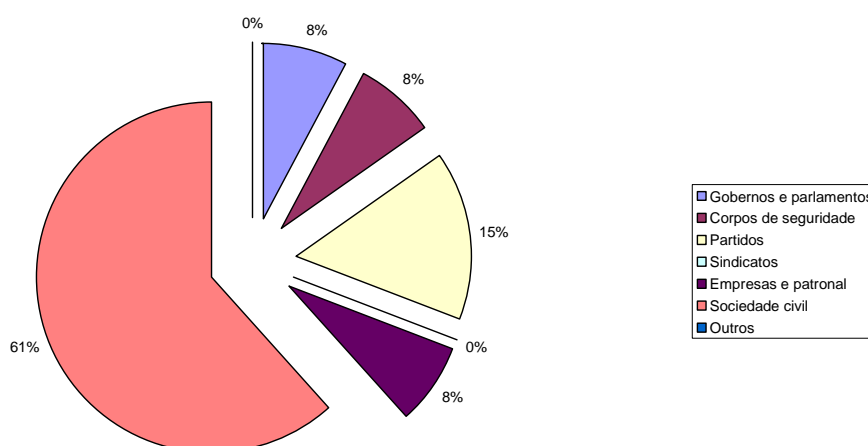


GRÁFICO 6. Fonte: elaboración propia

En vista dos resultados expostos nas páxinas anteriores, confírmase a hipótesis de que nos medios de masas estudados a sociedade civil é menos emisora cando é protagonista da nova, do que o é no medio alternativo. O certo é que a presenza de posturas de colectivos sociais é relativamente maior en Rebelión que en El País e en El Mundo, onde a sociedade civil ten un peso importante como protagonista pero que non se ve correspondido pola súa frecuencia como promotora.

En canto á importancia obxectiva da nova, é un indicador que desglosado por xornais non presentou significación estatística procedente. Nembargantes, na toma xeral dos tres diarios en formato dixital, si. Así, é interesante comprobar a relevancia que se lle da polo xeral á nova en función de quen concede o titular (Gráfico 7).

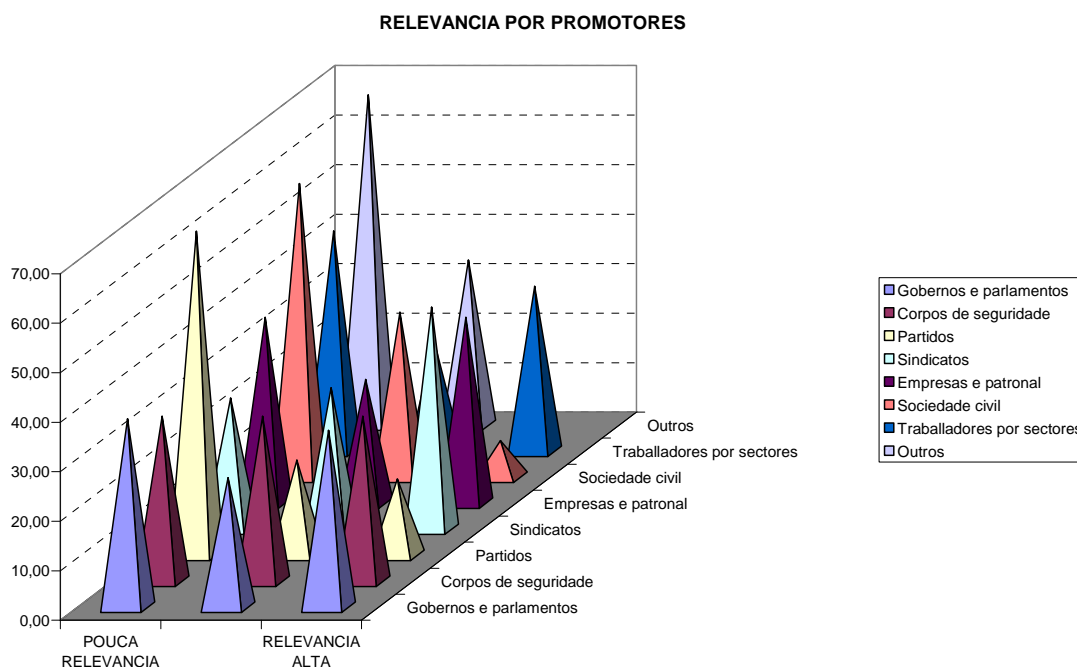


GRÁFICO 7. Fonte: elaboración propia

Ao contemplar o gráfico, axiña vemos como os sindicatos (alta relevancia dun 44´90%), as empresas e patronal (37´50%), os gobernos e parlamentos (35´71%), os traballadores por sectores (33´33%) e os corpos de seguridade (33´33%); teñen un formato mellorado con respecto aos partidos políticos (15´38% de importancia grande), a sociedade civil (7´41%) ou outros actores sociais.

B. Cara e cruz da convocatoria. Sindicatos e Goberno

Os sindicatos non teñen relevancia en Rebelión, o que é proba do pensamento imperante neste medio alternativo de que son organizacións que levan moitos anos sendo afíns ao sistema, defendendo aos traballadores dende unhas coordenadas en exceso moderadas. Por citar un exemplo, así o fai saber Chema Ruiz, portavoz da Plataforma de Afectados pola Hipoteca (PAH): *“Es cierto que los sindicatos mayoritarios, como la mayoría de la población, se habían acomodado a la supuesta sociedad del bienestar y habían perdido su identidad de sindicatos de clase, la exigencia de “democracia en las empresas” que reclamaba mi admirado Marcelino Camacho, y se habían dejado arrastrar por la corriente liberal, limitándose a la “pelea” con estructura fordista de las grandes empresas, abandonando otros frentes. Como dice Kike, por fortuna, esos sindicatos, muy lentamente, empiezan a reconocer sus graves deficiencias. Ahora hay que quitarles el óxido y utilizarlos como el gran instrumento de resistencia que son. El problema es que ni ellos saben cómo iniciar esa transformación”* (rebellion.org, 15/11/2012). Tendo en conta isto, o certo é que en ningún dos outros medios analizados se contraponen tanto os intereses de sindicatos cos de traballadores, dando a imaxe de que a súa pelexa non beneficia a todos senón a certos grupos. Esta postura de Alonso Gallardo define a forma na que se desenvolve o discurso xeral ao respecto: *“La estrategia de la confusión de los partidos y sindicatos del sistema ya no pueden ir más allá. Las movilizaciones y huelgas convocadas desde el sector dominante en el movimiento obrero y social, actualmente representada por la “cumbre social” del PSOE, IU, CC.OO, UGT y aliados, no va más allá de recuperar la legitimación social que están perdiendo, como un plan de desgaste del PP para situarse ellos mismos como alternativa, con una estrategia diseñada desde el poder económico, político y mediático dominante, para que sigan gobernando los mismos de siempre, para la continuidad de la ejecución de los recortes a la clase obrera y el pueblo, lo hemos visto en esta huelga del 14-N ni una sola palabra, consigna contra el poder que nos explota”* (rebellion.org, 10/12/2012).

Á marxe de Rebelión, como antes fixen entrever, o feito de que os sindicatos teñan un grandísimo peso como promotores en El Mundo, non debe distorsionar a realidade, posto que se fai unha crítica bastante xeralizada dos mesmos, enfrontándoos tamén en numerosas ocasións cos intereses xerais dos traballadores. Quen menos o fai é El País. Vémoslo claramente no Gráfico 8:

% A NOVA ENFRONTA OS INTERESES SINDICAIS COS DOS TRABALLADORES

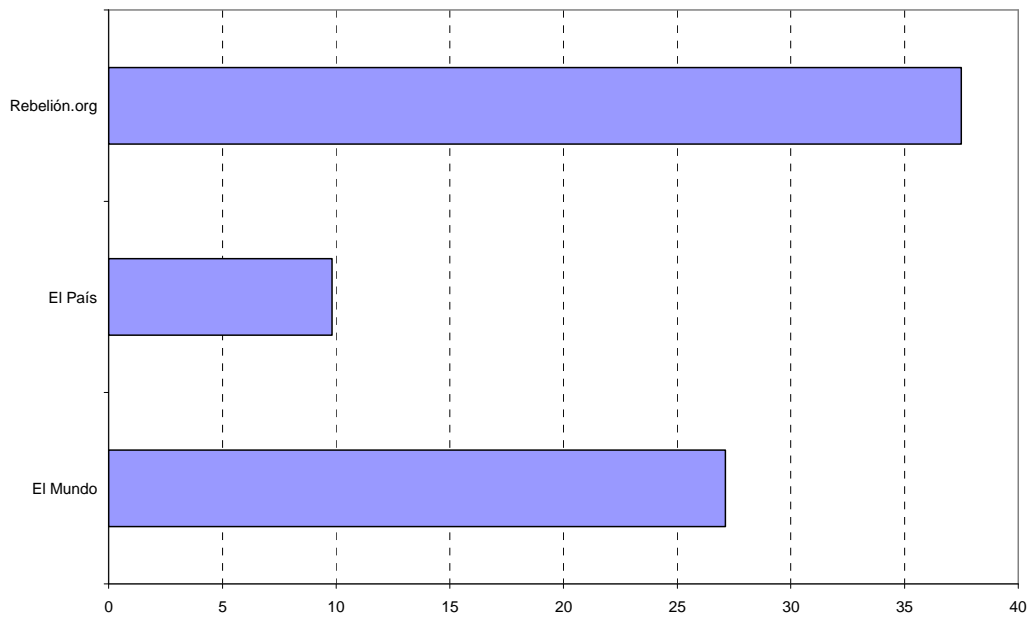


GRÁFICO 8. Fonte: elaboración propia

Con respecto ao Goberno de España, outro elemento fundamental da folga (contra o cal se convocou), en El Mundo foi promotor e protagonista en menos ocasións que en El País, pero nembargantes neste último a visión sobre a xestión gubernamental e os sucesos acontecidos foi moito máis negativa para o mesmo. Pola súa parte en Rebelión, como era de agardar dado o seu corte crítico e de esquerdas, non hai unha soa nova que poida considerarse positiva para a imaxe gubernamental. Nos gráficos das próximas páxinas preséntase a distribución da valoración ao Goberno en función dos xornais.

VAL. SUBX. AO GOBERNO (EL MUNDO)

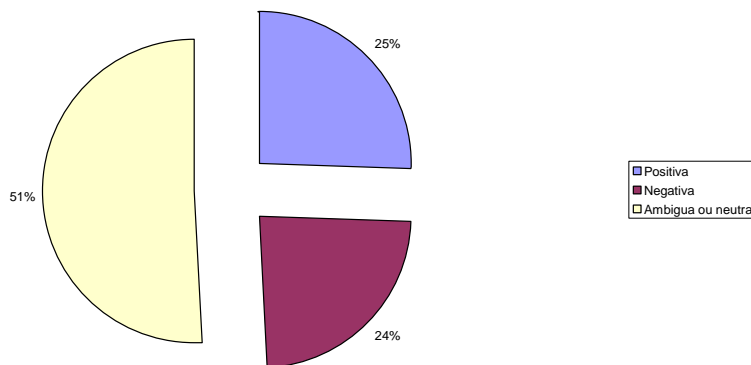


GRÁFICO 9. Fonte: elaboración propia

En El Mundo, cando a nova supera a ambigüidade ou a neutralidade (presente en máis da metade dos contidos) a distribución de informacións positivas e negativas para o Goberno tendeu a ser igualitaria, cun 25´42% favorecedoras á súa imaxe e un 23´73% perxudiciais. De calquera modo, non debemos esquecer que a folga do 14-N e a súa propia esencia é un acontecemento que pon o foco crítico sobre a xestión gubernamental. Pola súa parte, a información a prol do Goberno en El País supuxo o 7´14%, o que confirma o que xa se percibía coma un perfil de editorial claramente en favor da folga e as súas razóns. A porcentaxe de novas que non toman un posicionamento é alta, cun 52´68%, mentres as que se sitúan con valoracións en contra do executivo supoñen o 40´18%.

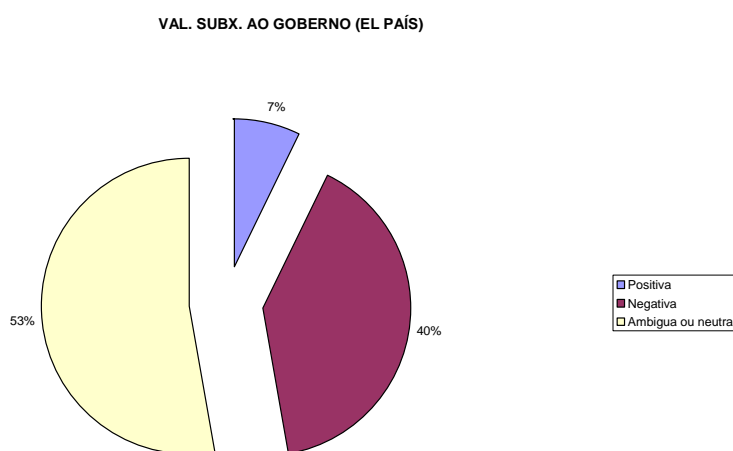


GRÁFICO 10. Fonte: elaboración propia

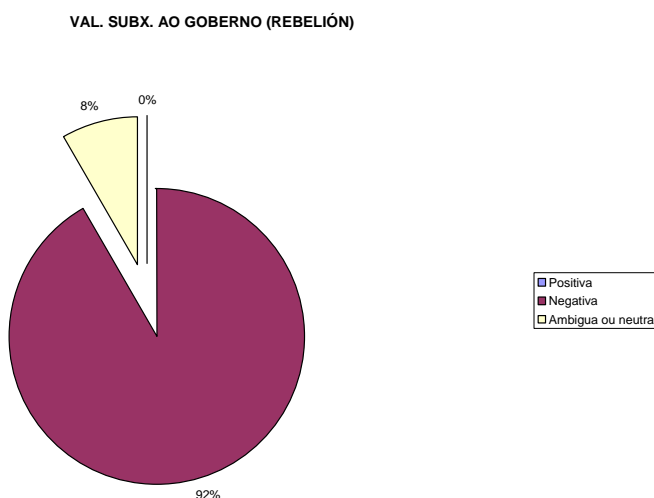


GRÁFICO 11. Fonte: elaboración propia

Rebelión, de marcada liña de esquerdas, ofreceu un 91'67% de valoracións negativas para o Goberno, manténdose un 8'33% na ambigüidade ou neutralidade.

C. Do pasaxeiro ao estrutural

Unha das hipótesis iniciais era a de que os medios de masas estruturan as novas arredor de anécdotas, en maior medida que os alternativos. Pois ben, os resultados amosan que non se da unha asociación estatística relevante, se ben non quere dicir que non sexan sociolóxicamente interesantes. Os resultados amosan que nas novas analizadas e clasificadas, este feito douse con máis intensidade nos medios maioritarios:

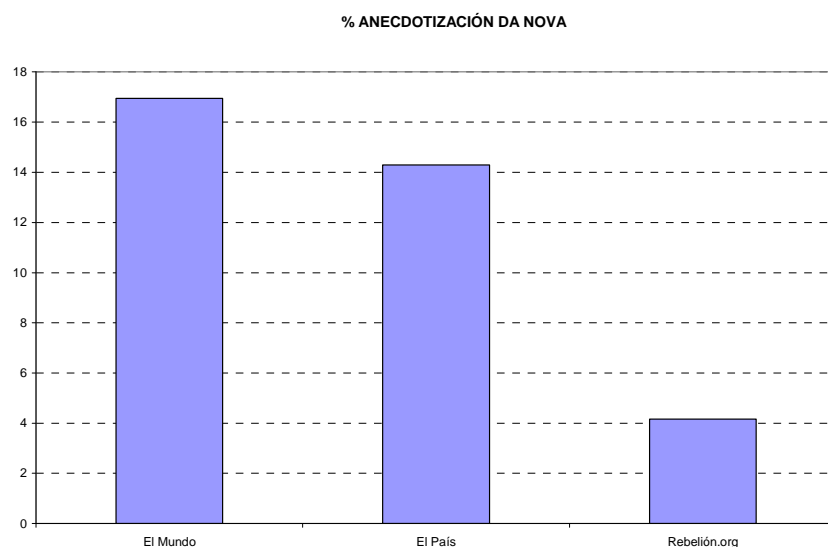


GRÁFICO 12. Fonte: elaboración propia²

Como xa se advertiu, a porcentaxe da estruturación a través da anécdota por xornais non ten unha asociación estatística procedente. Nembargantes, si se atopou unha asociación estatística significativa entre esta variable e a que determina a presenza ou non do labor dos sindicatos como perxudicial para os intereses de traballadores, no caso do diario El Mundo. Nun abanico de novas no cal o 72'88% non presenta idea de intereses sindicais enfrontados con traballadores, resulta curioso que se concentre menos estruturación en torno a anécdotas (40%) que no outro 27'12% crítico cos sindicatos (60%). Isto lévanos a interpretar que a anécdota, o superficial, o curioso, foi

² Este dato non presenta unha asociación estatística significativa.

aproveitado polo xornal El Mundo para criticar aos sindicatos sen sustentar o argumento nun contido estrutural.

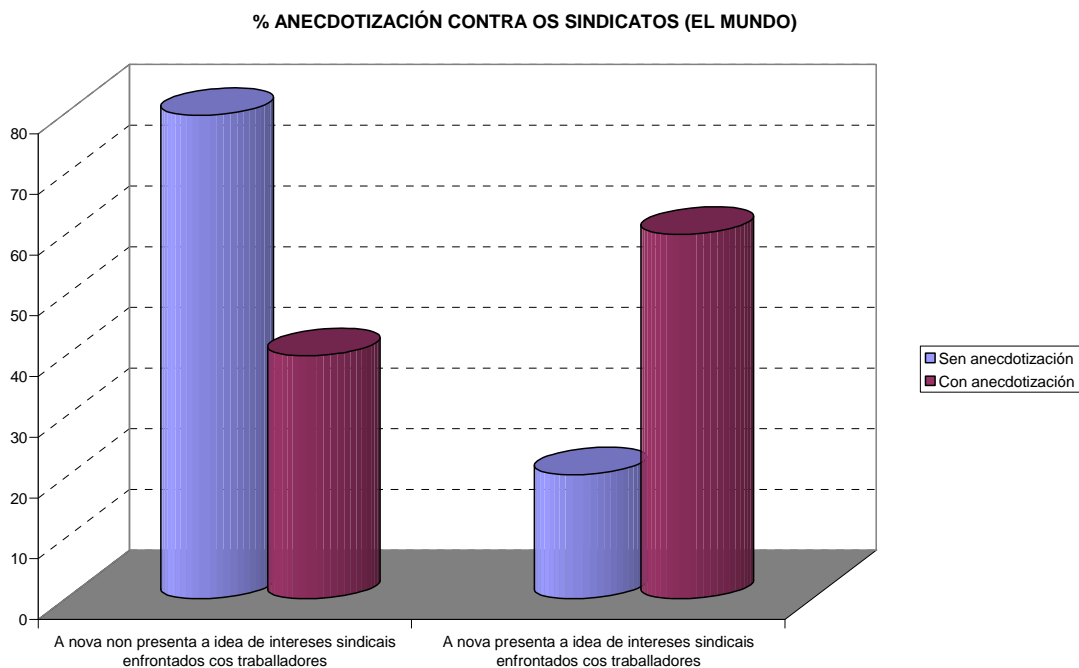


GRÁFICO 13. Fonte: elaboración propia

Por exemplo, nun caso estudantil, dase unha nova sobre estudantes afíns ao PP que borran as pintadas do 14-N, aproveitando esa anécdota para aseverar contra a loita que *“Unió justifica la limpieza de las pintadas producidas durante la jornada de huelga general celebrada ayer en que "se puede discernir y reivindicar, pero siempre desde el respeto y la argumentación y no con el boicot y el vandalismo que desgraciadamente ayer se vio en algunas facultades valencianas", ha destacado Ferris, cabeza de lista al claustro por la Facultad de Derecho”* (elmundo.es, 15 de novembro). Noutros casos sucesos banais acontecidos nas rúas tradúcense tamén en críticas ás organizacións sindicais, por obrigar aos comerciantes a pechar ou mesmamente polos seus “piquetes dictatoriais”.

Esa asociación estatística entre sucesos superficiais e crítica aos sindicatos, non se da no caso de El País e Rebelión, se ben adxunto os gráficos que explican a relación, onde vemos que non se produce de xeito semellante a en El Mundo.

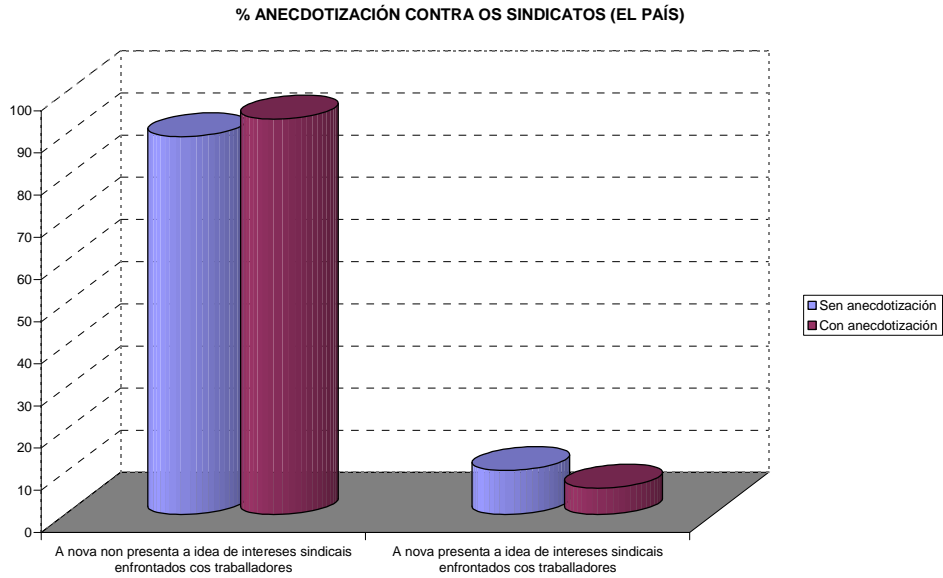


GRÁFICO 14. Fonte: elaboración propia³

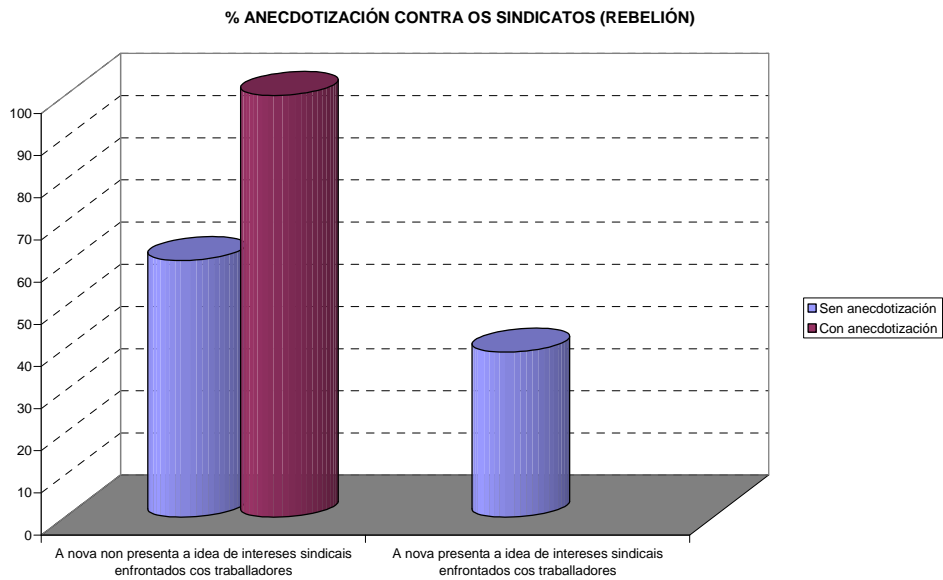


GRÁFICO 15. Fonte: elaboración propia⁴

Para rematar coa estruturación das novas por medio da anécdota, hai que resaltar que se ben xornal a xornal non ten asociación significativa cos promotores, si a ten se tomamos o plano xeral do conxunto das novas analizadas.

³ Este dato non presenta unha asociación estatística significativa.

⁴ Este dato non presenta unha asociación estatística significativa.

% ANECDOTIZACIÓN EN FUNCIÓN DOS PROMOTORES

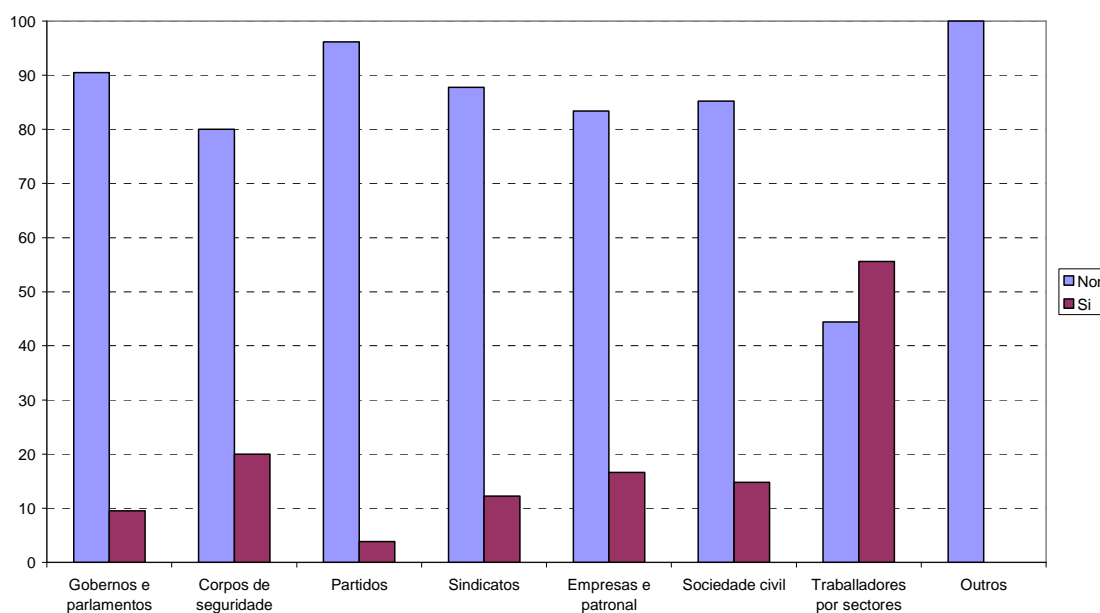


GRÁFICO 16. Fonte: elaboración propia

Quen destaca aquí como o actor social con maior porcentaxe de información a partir de anécdota son claramente os traballadores por sectores, co 55'56%. Recollo un fragmento dunha nova deste tipo, referida ao encerro nunha terraza como protesta no madrileño Teatro Español por parte de Willy Toledo e outros actores: *“El actor, por su parte, no se ha asomado demasiado al balcón del edificio, ya que permanece la mayor parte del tiempo en el interior, en una amplia sala coronada por una suntuosa lámpara de araña. En una de sus apariciones ha bromeado con uno de los simpatizantes que están en la calle ante la posibilidad de que haya cargas policiales y él las atisbe desde esa 'atalaya'. "Que la otra vez me tocó a mí correr", ha señalado entre risas alusión a la última huelga general”* (elmundo.es, 14 de novembro). Outro exemplo, neste caso de El País, onde se advirte que “Bob Esponja” se convertiu en piquete: *“Uno de los actores callejeros que suele actuar en la Puerta del Sol bajo el disfraz del personaje de dibujos animados Bob Esponja se ha convertido hoy en piquete informativo ocasional. Bob Esponja ha recorrido esta mañana las calles que rodean la céntrica plaza madrileña llamando al cierre de comercios que permanecían abiertos. Los transeúntes recibían la marcha encabezada por el actor con vítores y sonrisas. E incluso algún propietario de un local de restauración de la zona ha invitado a Bob a que se tomara un refrigerio para reponerse”* (elpais.com, 14 de novembro).

Unha vez abordada a realidade da anécdota, toca analizar o contrario: o tratamento do contido sustancial. Este refírese a aquel que, á marxe da valoración ás distintas institucións, toca en profundidade o debate ou os principios sobre que deron lugar á convocatoria da folga do 14-N, e nos permite adquirir perspectiva con respecto á súa aparición e as súas causas.

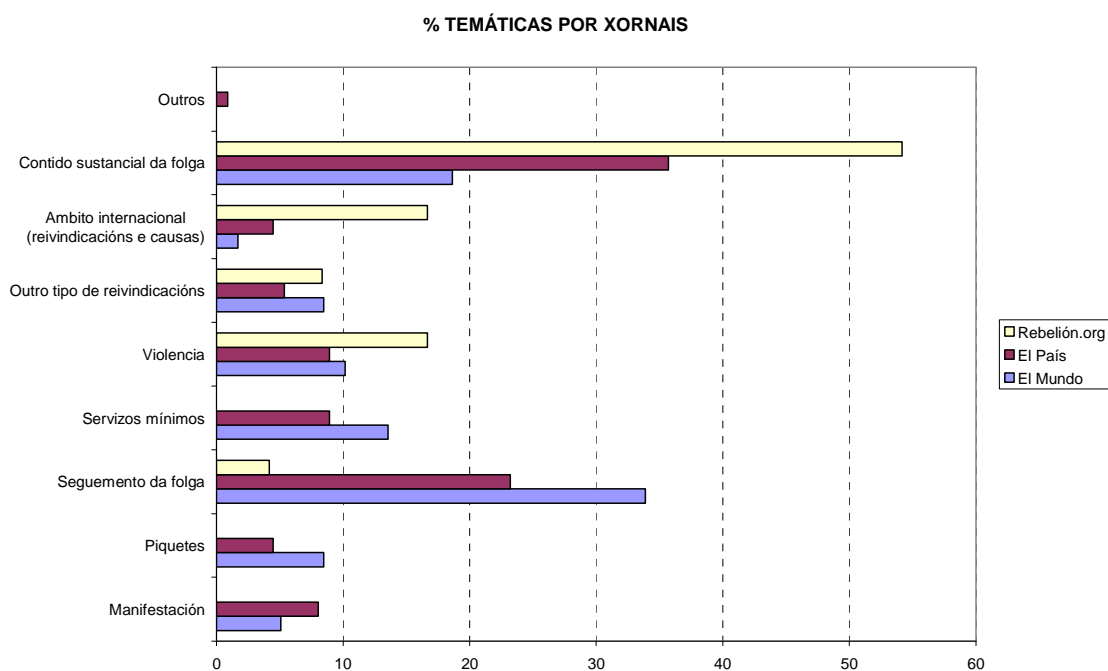


GRÁFICO 17. Fonte: elaboración propia

Un repaso ás temáticas por xornais proporciona unha lectura clara: o contido sustancial da folga tócase en moita maior medida no medio alternativo (54´17%). Tamén en El País é o asunto da folga máis abordado, pero con un 35´71%. Pola súa parte, en El Mundo preséntase en menos dunha quinta parte das informacións emitidas (18´64%), cobrando incidencia nas novas os continuos chamamentos, reivindicacións e versións enfrontadas sobre o mero seguimento da folga, que se aborda no 33´90% do espectro analizado. Volvendo ao caso de Rebelión, o certo é que ofrece informacións estruturais, que fan un corte transversal sobre a esencia da convocatoria. Bo exemplo é “Cuatro razones para el 14-N” (rebellion.org, 14/11/2012). Un caso que exemplifica a dinámica de toque do medio sobre a razón esencial da posta en marcha da folga (máis alá das consideracións ideolóxicas) é o seguinte: *“El paro golpea en toda España a unos 6 millones de personas. Los desahucios empujan a la desesperación y al suicidio. La pobreza se extiende. Las condiciones laborales conquistadas tras duro esfuerzo se arrojan cada día a la cuneta. La miseria afecta a amplias capas de la población (que*

no siempre salen a la superficie ni tienen voz para expresarse). La inseguridad se ha apoderado de todos nosotros” (rebellion.org, 13/11/2012). Agora podemos ver outro exemplo deste medio, pero vinculado en maior medida ao escenario internacional: “Los efectos de estas políticas sobre los países del sur de Europa son devastadores y están produciendo la destrucción del tejido industrial y comercial, un empobrecimiento cada vez más acusado de la clase trabajadora y el aumento del malestar social y del rechazo a la “austeridad”. El yugo de la deuda y la prioridad al pago de los intereses de la misma por encima de las necesidades sociales básicas se ha convertido ya en una losa que lastrará las condiciones de vida de las generaciones presentes y futuras. En los países del norte de Europa, por el contrario, amplios sectores de la clase trabajadora y del movimiento sindical se encuentran aún bajo la influencia del relato neoliberal sobre el origen de la crisis de la deuda, según el cual la culpa de ésta la tienen las sociedades del sur, despilfarradoras y poco productivas” (Rebellion.org, 3/11/2012).

O ámbito internacional, que se refería principalmente ás estruturais reivindicacións e causas a nivel europeo, tamén se presenta en moita maior medida en Rebelión (16'67%), mentres en El País e sobre todo en El Mundo é moi remoto o seu tratamento. Máis que iso, nos medios maioritarios explícanse sucesos asociados á folga, onde destacan os servizos mínimos, a violencia, as manifestacións, os piquetes, outras reivindicacións... A violencia tamén é moi referenciada en Rebelión, con un claro perfil de protesta ante o Goberno e os corpos de seguridade do Estado.

D. O poder dos anunciantes

Pese a tratarse este dun estudo cuantitativo, a mera lectura das novas relacionadas co 14-N proporciona máis circunstancias que resultan interesantes de destacar.

Asociado ás ideas dos anuncios nos medios de masas que presenteí no marco teórico deste traballo, chama a atención un feito. A multinacional de telecomunicacións Telefónica é unha das empresas que máis invirten en publicidade en España, unha poderosa anunciante. Pois ben, aquel cidadán que durante a semana laboral da folga se informase a través da lectura do transcurso das novas nas páxinas web de El Mundo e El País, non coñecería un suceso chamativo que, curiosamente, pasou desapercibido en ambos medios de masas. Compañías de Telefónica anuncianse habitualmente nos dous xornais, incluso en ocasións se advirte a realidade de que se convirten feitos

publicitarios en “nova”, con algunhas deste tipo, na zona de empresas: *“Movistar lleva a seis ganadores a ver el clásico. Los clientes resultaron favorecidos en la promoción: Regresa a clases con el equipo perfecto”* (elmundo.es, 26/02/2013).

Nembargantes, esa información si foi reflexada en Rebelión (e abordada en profundidade con versións da parte traballadora), en máis dunha ocasión, e en distintas datas. *“Frente a estas agresiones y la inoperancia del Comité Intercentros algunos compañeros han decidido iniciar una Huelga de Hambre; una medida extrema, sí, pero que algunos sindicatos vamos a apoyar, junto con la huelga general del 14-N. El objetivo es llevar ante la sociedad la dimensión del retroceso en nuestros derechos laborales y ciudadanos”* (rebellion.org, 28/10/2012). Unha vez máis, o xornal alternativo, máis alá da valoración sobre el, volve ser un espello onde mirar carencias dos dous xornais de maior tirada a nivel nacional, que durante a semana da folga non comentaron absolutamente nada sobre un suceso que poucos días antes tivera unha gran trascendencia no ámbito das protestas e sucesos sindicais. De feito, no respectivo a El Mundo, esta información non se toca nunha soa ocasión ao buscar por defecto “huelga de hambre Telefónica”. Difícilmente van a recoller novas contrarias aos intereses dos seus máis poderosos anunciantes.

7. CONCLUSIÓNS FINAIS

A. Valoración dos resultados

Conforme ás hipótesis dadas, ao enfrontar aos medios principais co medio alternativo, atopamos diferencias grandes no xeito de informar. Tal e como rezaba a hipótesis, a importancia obxetiva da nova varía en función do promotor. De tódolos xeitos, entre xornais, non se apreciou unha asociación estatística tan importante como para considerar fiable unha posible diferenciación entre El Mundo, El País e Rebelión. O que si se deduce do estudo é que a sociedade civil habitualmente non forma parte, no plano xeral, das novas que se estruturan con alta trascendencia obxetiva no formato. En calquera caso, mediante este indicador, si vemos que o fai en maior medida os traballadores por sectores, só superados por “sindicatos”, “governos e parlamentos” e “empresas e patronal”, e igualados cos “corpos de seguridade”. Nembargantes, non debemos esquecer que os traballadores por sectores, como promotores, son os que denotan un maior grado de estruturación da nova a través da anécdota.

O certo é que, en calquera caso informativo, preferir cidadáns ou individuos a título particular a organización implica normalmente un desexo de prescindir das explicacións e argumentacións máis elaboradas, dos discursos mellor construídos, en favor da opinión de persoas que, con mellor ou peor vontade, non acostuman a poder ofrecer estes discursos.

Outra hipótesis dada era que nos medios de masas a sociedade civil é menos emisora (promotora) cando está colocada como protagonista da nova. A mesma foi confirmada: en El Mundo e El País o poder emisor da iniciativa social vese superada por outras institucións e está lonxe do que dispón en Rebelión. A dinámica dos grupos financeiros que controlan aos medios, pesou máis, neste caso, á hora de conformar a iniciativa cidadá como promotora. Ao estar como centro de atención sen ser promotora, vemos como a esfera pública da cal falaba Habermas, pode verse condicionada. Os cidadáns son protagonistas, pero a voz da cidadanía non é recollida nos mesmos termos. ¿Canto se distorsiona así visión sobre si mesma? Esta circunstancia confirmada pode ser parte da explicación da distancia que tamén se da entre os considerados principais problemas de España contra as principais preocupacións a nivel individual. Se as iniciativas e movementos sociais non son recollidos á altura do peso da cidadanía na Sociedade da

Información, a conformación da opinión pública desenrólase nun marco limitado, suxeito aos diversos intereses económicos dos propietarios dos grandes medios. Raramente unha manifestación cidadá pode ter cabida neles se non satisface ese filtro.

Con respecto aos contidos, e tirando do marco teórico, tratouse de analizar a calidade dos mesmos a partir de dúas vertentes: a medición da presenza da anécdota como introductoria á nova, por un lado e, por outro, o tratamento en profundidade da realidade que deu lugar á convocatoria da folga (independentemente de se se defende a causa ou non). No tocante á nova que xira arredor do suceso banal, vimos como a presenza da anécdota se dá nos medios maioritarios en aproximadamente 1/6 da información presentada. Non é así no caso de Rebelión, se ben convén recordar que esta estatística desglosada por medios non amosou significación relevante. No referente á valoración do goberno, en ningún dos medios se percibiu estrutura forzada na anécdota para favorecer ou perxudicar a súa popularidade. Nembargantes, si se percibiu unha significación importante en El Mundo contra a popularidade dos sindicatos, cuestionando a súa labor a partir de sucesos que non deixan de ser curiosos. Neste diario, hai unha asociación forte entre ambas variables, o que invita a determinar que nel hai unha tendencia a tirar de anécdota para proceder á crítica a membros das institucións ou a elas, mesmamente. Dito isto, hai que advertir que as circunstancias curiosas e incluso nalgún caso divertidas, poden rebaixar a mentalidade crítica e, polo tanto, axudar para aproveitar a introducir na opinión pública caudal de pensamento que interesa.

Parándonos no contido sustancial, vemos tamén como en El País e en El Mundo é tratado en moita menor medida (neste último incluso por debaixo das laberínticas reivindicacións de seguemento da folga). Os motivos esenciais da folga só son abordados ou debatidos en máis da metade das ocasións no medio alternativo: Rebelión. Nos medios de masas estudados, impera en maior medida o ruído, as temáticas descentralizadas e as que non fan referencia ao trascendente nin invitan á reflexión. Os acontecementos amósanse pero rara vez se asocian. A primeira estratexia vertebradora das que fala Chomsky, entreter ao público con asuntos que non son os máis relevantes, vese perfectamente probada na presente análise.

B. Conclusión metodolóxica

O presente estudo, tal e como foi concebido, presentou certas limitacións de investigación. Principalmente no referido á valoración obxetiva da nova, houbo falta de significación estatística desglosada por xornais con respecto a variables importantes como a valoración do goberno, a temática ou a imaxe dos sindicatos. Sería interesante poder establecer conclusións ao respecto.

Pola súa parte, a determinación da propia variable de importancia obxetiva proporciona un punto importante de cara a próximas investigación de xornais en páxina web. O certo é que, entre o número de palabras, por un lado, e a variable que valora a presenza ou non de fotografía ou vídeo, non se produce unha correlación resaltante (que permita recodificar a devandita cifra), polo cal o número de palabras queda desbotado como unha variable aparte. A valoración obxetiva da nova conformouse así tomando os subtítulos, a presenza ou non de ligazóns, fotografía e vídeos. Na próxima táboa de correlacións apréciase facilmente a circunstancia á que me refería:

Correlaciones

| | | Ten fotografía | Ten vídeo | Nº palabras |
|-----------------------|------------------------|-----------------------|------------------|--------------------|
| Ten fotografía | Correlación de Pearson | 1 | -,178 | ,104 |
| | Sig. (bilateral) | | ,060 | ,277 |
| | N | 112 | 112 | 112 |
| Ten vídeo | Correlación de Pearson | -,178 | 1 | -,074 |
| | Sig. (bilateral) | ,060 | | ,439 |
| | N | 112 | 112 | 112 |
| Nº palabras | Correlación de Pearson | ,104 | -,074 | 1 |
| | Sig. (bilateral) | ,277 | ,439 | |
| | N | 112 | 112 | 112 |

TÁBOA I. Fonte: elaboración propia

C. Conclusión xeral

A idea deste traballo é a vertebración dunha investigación cuantitativa que determine en que medida a mensaxe que se lle emite ao gran público goza dunha tendencia igualitaria, situando á sociedade civil á altura dos demais actores e, ofrecendo tamén, contidos referidos á estrutura dun determinado tema, e non a acontecementos secundarios que dan lugar á desinformación. O medio alternativo serviu neste senso para mostrar un xeito distinto de informar, non suxeito a eses filtros de dinámica empresarial e económica.

No apartado de valoración dos resultados xa vimos en que medida as hipótesis previas se cumpriron. Con respecto a este estudo, a liña marcada polo marco teórico que me levou a propoñer uns obxetivos de investigación concretos, non ía desencamiñada. Aínda que soe forte, a emisión da información por parte dos medios de comunicación de masas está alterada por uns determinados procesos. O entretemento impera sobre o debate, a reflexión, a polémica. É a cultura que xira en torno a el socava o funcionamento da democracia a medida que proporciona dinámicas na interiorización psicolóxica da información. O pensamento dominante oferta uns modelos de resposta vital e é recollido con visibilidade mediática.

Ante ese procesamento da información por parte da sociedade, as estratexias de manipulación xa citadas poden incidir na poboación, ou cando menos, na cidadanía que recibe o produto informativo de xeito totalmente acrítico. A este respecto, sobre as consecuencias que a mensaxe pode xerar, Walter Lippman distingue dous tipos de espectadores: *“Por un lado, la clase especializada, las personas responsables, los que piensan, tienen acceso a la información de lo que sucede, comprenden las claves de su sociedad y del mundo y toman las decisiones ejecutivas teniendo en cuenta los intereses comunes (es un decir); por otro lado, tendríamos al rebaño, que no comprende bien lo que sucede, son espectadores, de vez en cuando liberan su responsabilidad ciudadana delegando en uno u otro líder de la primera clase, al fin y al cabo, estamos en una democracia. Una vez delegada la capacidad de decisión, vuelven a sentarse en su butaca de espectador, que bien podría ser el sofá de casa o la barra del bar”* (Serrano, 2009:592-593). Para determinar a contundencia das consecuencias da mensaxe dos medios de masas, sería convinte determinar gráficamente cantas persoas se asocian a un e a outro tipo dentro da distinción de Lippman.

Deste estudo pódese extraer tamén a consideración de que cobra moita importancia a quen lle concedemos a posibilidade de informarnos. Como reza a frase de Kart Graus, “*si bien el periodista había matado nuestra imaginación con su verdad, amenazaba nuestras vidas con sus mentiras*” (Serrano, 2009:40). A opinión pública é un poder de dimensións xigantescas e, quen consiga moderalo, terá na súa man unha boa ferramenta de dominio sobre a maioría social. A análise crítica contra toda información, permite dar un primeiro paso para a búsqueda dunha comprensión da realidade allea á propagación interesada dos medios. A partir de aí poderíase elaborar unha perspectiva máis axustada sobre a propia existencia. Pero tratar de entender a realidade recollendo fielmente as aportacións ofrecidas por medios que forman parte de grupos financeiros ansiosos de impulsar o seu beneficio económico, non parece o máis axeitado. Esa certeza exemplifícase na seguinte lectura: “*Es fácil comprender que no pueden convivir en un diario un artículo de opinión que pida la nacionalización de la banca si todos los días se anuncia el BBVA, el cual, probablemente, puede ser también accionista, o al menos ese medio necesitará un préstamo de algún banco*” (Serrano, 2009:32). Se asumimos a consideración de Víctor Sampedro, sobre que “*el instrumento supremo del poder es definir y jerarquizar los temas que debate la opinión pública*” (Sampedro, 2000:69), comprendemos que estamos tratando un tema central no desenrolo das sociedades.

O grandioso de cara a rematar de explicar como se asenta a manipulación na Sociedade da Información resulta sumarlle ao coñecemento da distorsión da realidade ocasionada polas informacións publicadas, o entendemento de como estas afectan ao comportamento das persoas e as súas consecuencias. A vinculación entre a mensaxe informativa imperante e o pensamento do pobo. Esa é a investigación que procede da presente, e que deberá ser abordada.

8. BIBLIOGRAFÍA

Alsina, Rodrigo (2001) *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*.
Universidad autónoma de Barcelona

Giddens, Anthony (2006) *Sociología*. Madrid, Alianza Editorial

González Radó, Vicente (2006) *Sociología da comunicación e a opinión pública*. Ed. Lea

López Rey, José (2004) *Movilización ciudadana y medios de comunicación: Nunca Más en la prensa española*. Comunicación en Congreso de la Federación Española de Sociología, Alicante

Sampedro Blanco, Víctor (2000) *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Ed. ISTMO

Serrano, Pascual (2009) *Desinformación*. Ed. Península

www.edu.xunta.es/.../10+estrategias+de+manipulación+mediática.pdf. Consulta realizada o 29/5/2013

www.elmundo.es/elmundo/2007/10/23/comunicacion/1193155737.html. Consulta realizada o 20/5/2013

9. ANEXOS

A) Manual de codificación

1. Identificación do xornal e a nova

10001... El Mundo

20001... El País

30001... Rebelión

2. Firma

Varios xornalistas

Xornalista

Redacción

Axencias

Cooperativa

Columna de opinión

Plataforma

3. Data

4. Subtítulo

1 Si

2 Non

5. Número de palabras

6. Links

1 Si

2 Non

7. Fotografía

1 Si

2 Non

8. Vídeo

1 Si

2 Non

9. PROTAGONISTAS

Versión política institucional

1101 Unión Europea

1102 Goberno de España
1103 Goberno autonómico do PP
1104 Outro Goberno autonómico
1105 Parlamento Nacional
1106 Parlamento Autonómico
1107 Concellos
1108 Colectivo de políticos
1109 Corpos de seguridade

Partidos políticos

1111 PSOE
1112 Izquierda Unida
1113 CIU
1114 Outros partidos
1115 PP

Distintos colectivos chave

1121 Sindicatos
1122 CEOE
1123 Sociedade Civil
11231 Plataforma 25-S
11232 Outras plataformas
11233 Parados

1130 Ámbitos productivos e laborais en xeral
1131 Banca
1132 Profesionais do ámbito artístico ou deportivo
1133 Medios de comunicación
11331 Traballadores dos medios de comunicación
11341 Traballadores do transporte
11342 Renfe
11343 Aena
11344 Transportes
11351 Xuíces
11352 Poder xudicial
11361 Profesionais sanitarios
11362 Institución sanitaria
11371 Ámbito educativo e universitario
11372 Mestrado e estudantado
11381 Comercio & Industria
11382 Traballadores do comercio & Industria
11399 Outros

10. PROMOTORES: OS MESMOS QUE PROTAGONISTAS

11. TEMÁTICA

- 1301 Manifestación
- 1302 Piquetes
- 1303 Seguimento da folga
- 1304 Servizos mínimos
- 1305 Violencia
- 1306 Outro tipo de reivindicacións
- 1307 Ámbito internacional
- 1308 Contido sustancial
- 1309 Outros

12. VALORACIÓN DO GOBERNO

- 141 Positiva
- 142 Negativa
- 143 Ambigua ou neutra

13. ANECDOTIZACIÓN DA NOVA

- 151 Si
- 152 Non

14. IMAXE DE QUE A PELEXA DE SINDICATOS NON BENEFICIA A TODOS OS TRABALLADORES

- 161 Si
- 162 Non

B) Táboas referentes aos gráficos

| | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| El Mundo | 59 | 29,5 |
| El País | 112 | 56 |
| Rebelión.org | 24 | 12 |

TÁBOA II (referente ao Gráfico 1) Fonte: elaboración propia

| | Protagonista da noticia | | | | | | | O ut ro s | Total |
|--------------|-------------------------|----------------------|-----------|-------------|---------------------|------------------|----------------------------|--------------------|-------|
| | Gobernos e parlamentos | Corpos de seguridade | Parti dos | Sindic atos | Empresas e patronal | Socieda de civil | Traballadores por sectores | | |
| El Mundo | 19 | 2 | 7 | 15 | 17 | 22 | 17 | 2 | 100 |
| El País | 23 | 7 | 12 | 11 | 7 | 21 | 13 | 7 | 100 |
| Rebelión.org | 17 | 4 | 4 | 4 | 8 | 54 | 4 | 4 | 100 |
| | 21 | 5 | 9 | 11 | 10 | 25 | 13 | 5 | 100 |

TÁBOA III (referente ao Gráfico 2) Fonte: elaboración propia

| | Promotor da noticia | | | | | | | | Total |
|--------------|------------------------|----------------------|----------|------------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------|-------|
| | Gobernos e parlamentos | Corpos de seguridade | Partidos | Sindicatos | Empresas e patronal | Sociedade civil | Traballadores por sectores | Outros | |
| El Mundo | 22 | 8 | 8 | 25 | 19 | 10 | 5 | 2 | 100 |
| El País | 25 | 7 | 15 | 29 | 10 | 7 | 5 | 2 | 100 |
| Rebelión.org | 4 | 8 | 17 | 8 | 8 | 54 | | | 100 |
| | 22 | 8 | 13 | 25 | 12 | 14 | 5 | 2 | 100 |

TÁBOA IV (referente ao Gráfico 3) Fonte: elaboración propia

| | Promotor da noticia coa sociedade civil como protagonista | | | | | | | | Total |
|--------------|---|----------------------|----------|------------|---------------------|-----------------|--------|--|-------|
| | Gobernos e parlamentos | Corpos de seguridade | Partidos | Sindicatos | Empresas e patronal | Sociedade civil | Outros | | |
| El Mundo | | 23,08 | | 46,15 | 7,69 | 15,38 | 7,69 | | 100 |
| El País | 8,70 | 30,43 | | 34,78 | 8,70 | 17,39 | | | 100 |
| Rebelión.org | 7,69 | 7,69 | 15,38 | | 7,69 | 61,54 | | | 100 |
| | 6,12 | 22,45 | 4,08 | 28,57 | 8,16 | 28,57 | 2,04 | | 100 |

TÁBOA V (referente aos Gráfico 4, 5 e 6) Fonte: elaboración propia

| | | Importancia obxectiva da noticia 1-5 (subtítulo+links+foto+vídeo+1) | | | Total |
|---------------------|----------------------------|---|------------------|-----------------|-------|
| | | POUCA RELEVANCIA | RELEVANCIA MEDIA | RELEVANCIA ALTA | |
| Promotor da noticia | Gobernos e parlamentos | 38,10 | 26,19 | 35,71 | 100 |
| | Corpos de seguridade | 33,33 | 33,33 | 33,33 | 100 |
| | Partidos | 65,38 | 19,23 | 15,38 | 100 |
| | Sindicatos | 26,53 | 28,57 | 44,90 | 100 |
| | Empresas e patronal | 37,50 | 25,00 | 37,50 | 100 |
| | Sociedade civil | 59,26 | 33,33 | 7,41 | 100 |
| | Traballadores por sectores | 44,44 | 22,22 | 33,33 | 100 |
| | Outros | 66,67 | 33,33 | | 100 |
| Total | | 42,05 | 27,18 | 30,77 | 100 |

TÁBOA VI (referente ao Gráfico 7) Fonte: elaboración propia

| | A noticia transmite a idea de que o sindicato non defende a todos os traballadores | | Total |
|--------------|--|----|-------|
| | Non | Si | |
| El Mundo | 73 | 27 | 100 |
| El País | 90 | 10 | 100 |
| Rebelión.org | 63 | 38 | 100 |

TÁBOA VII (referente ao Gráfico 8) Fonte: elaboración propia

| | Valor. subxectiva da noticia: favorece ao Goberno | | | Total |
|--------------|---|----------|-------------------|-------|
| | Positiva | Negativa | Ambigua ou neutra | |
| El Mundo | 25,42 | 23,73 | 50,85 | 100 |
| El País | 7,14 | 40,18 | 52,68 | 100 |
| Rebelión.org | | 91,67 | 8,33 | 100 |

TÁBOA VIII (referente aos Gráficos 9, 10 e 11) Fonte: elaboración propia

| | A noticia estrutúrase arredor dunha anecdota | | Total |
|--------------|--|----|-------|
| | Non | Si | |
| El Mundo | 83 | 17 | 100 |
| El País | 86 | 14 | 100 |
| Rebelión.org | 96 | 4 | 100 |

TÁBOA IX (referente ao Gráfico 12, sen asociación estatística significativa) Fonte: elaboración propia

| EL MUNDO | A noticia transmite a idea de que o sindicato non defende a todos os traballadores | | Total |
|----------------|--|---|-------|
| | A nova non presenta a idea de intereses sindicais enfrontados cos traballadores | A nova presenta a idea de intereses sindicais enfrontados cos traballadores | |
| Sen anecdotiza | 80 | 20 | 100 |
| Con anecdotiza | 40 | 60 | 100 |
| | 73 | 27 | 100 |

TÁBOA X (referente ao Gráfico 13) Fonte: elaboración propia

| EL PAÍS | A noticia transmite a idea de que o sindicato non defende a todos os traballadores | | Total |
|----------------|--|---|-------|
| | A nova non presenta a idea de intereses sindicais enfrontados cos traballadores | A nova presenta a idea de intereses sindicais enfrontados cos traballadores | |
| Sen anecdotiza | 90 | 10 | 100 |
| Con anecdotiza | 94 | 6 | 100 |
| | 90 | 10 | 100 |

TÁBOA XI (referente ao Gráfico 14, sen asociación estatística significativa) Fonte: elaboración propia

| | | | |
|----------------|--|---|-------|
| REBELIÓN | A noticia transmite a idea de que o sindicato non defende a todos os traballadores | | Total |
| | A nova non presenta a idea de intereses sindicais enfrontados cos traballadores | A nova presenta a idea de intereses sindicais enfrontados cos traballadores | |
| Sen anecdotiza | 61 | 39 | 100 |
| Con anecdotiza | 100 | | 100 |
| | 63 | 38 | 100 |

TÁBOA XII (referente ao Gráfico 15, sen asociación estatística significativa) Fonte: elaboración propia

| | | A noticia estrutúrase arredor dunha anecdota | | Total |
|---------------------|----------------------------|--|-------|--------|
| | | Non | Si | |
| Promotor da noticia | Gobernos e parlamentos | 90,48 | 9,52 | 100,00 |
| | Corpos de seguridade | 80,00 | 20,00 | 100,00 |
| | Partidos | 96,15 | 3,85 | 100,00 |
| | Sindicatos | 87,76 | 12,24 | 100,00 |
| | Empresas e patronal | 83,33 | 16,67 | 100,00 |
| | Sociedade civil | 85,19 | 14,81 | 100,00 |
| | Traballadores por sectores | 44,44 | 55,56 | 100,00 |
| | Outros | 100,00 | | 100,00 |
| Total | | 86,15 | 13,85 | 100,00 |

TÁBOA XIII (referente ao Gráfico 16) Fonte: elaboración propia

| | Mani festa ción | Pi qu et es | Seguem ento da folga | Serviz os mínim os | Vi ole nci a | Outro tipo de reivindicaci óns | Ambito internacional (reivindicacións e causas) | Contid o sustan cial da folga | O u tr o s | |
|----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------|---|--|---|------------------------|-----|
| El Mun do | 5 | 8 | 34 | 14 | 10 | 8 | 2 | 19 | | 100 |
| El País | 8 | 4 | 23 | 9 | 9 | 5 | 4 | 36 | 1 | 100 |
| Reb elión .org | | | 4 | | 17 | 8 | 17 | 54 | | 100 |
| | 6 | 5 | 24 | 9 | 10 | 7 | 5 | 33 | 1 | 100 |

TÁBOA XIV (referente ao Gráfico 17) Fonte: elaboración propia