

5. ENFERMEDADES RARAS, JERARQUÍA INFORMATIVA Y PARTICIPACIÓN DEL LECTOR EN MEDIOS GENERALISTAS Y ESPECIALIZADOS

Àngels Álvarez y María Teresa Mercado
(Grupo GIDYC. Universidad CEU-Cardenal Herrera)

¿Aparecen habitualmente las noticias sobre enfermedades de baja prevalencia en las portadas? ¿Con qué frecuencia lo hacen? ¿Existe alguna cabecera en la que se observe una inclinación a presentar las noticias sobre ER en la portada? ¿Podemos extender este comportamiento a algún tipo de medios? La conclusión es que no, como ya se ha adelantado en otro momento del estudio. Las enfermedades poco frecuentes pocas veces consiguen colarse en la primera página de los medios por lo que las cabeceras analizadas no muestran una sensibilidad especial o una predisposición a ubicar las informaciones sobre ER en la portada. No operan criterios de preferencia en las cabeceras que lleven a la selección de estas informaciones en los de confección de las portadas, como confirma la fórmula estadística: $[\chi^2 (38, N= 2443)= 432,192, P<, 0002]$ al analizar la relación existente entre ambas variables.

La portada es entendida como un elemento cardinal en los periódicos; la aparición o no en la página principal y el orden de las noticias constituyen un doble criterio que conforma un lenguaje simbólico para el lector. La portada de un diario representa la culminación de los esfuerzos que el diario realiza para llamar la atención del lector. Pero a la vez existe un acto editorial puesto que se valoran los contenidos y se muestran de modo preferente los unos sobre los otros. Es pues un acto de reclamo pero también de identidad del diario. Por ello, y dado que en todos los diarios resulta hegemónica la no inclusión en portada de la información sobre estas patologías, las cabeceras analizadas están expresando una toma de postura frente al tema de las enfermedades poco frecuentes. Tanto en las portadas de sumario analizadas como en las de llamada, donde se reclama la atención del lector a partir de una sola noticia, las informaciones sobre ER no han sido profusas, más bien lo contrario: los valores oscilan en la prensa generalista en papel entre la frecuencia de 40 obtenida por el diario *El País* y la de 6 de *Público*. Lo mismo sucede con la prensa especializada, con las revistas generalistas, con los diarios digitales o con la generalista de carácter regional. En esta última predomina la no aparición en portada con un valor de 482 frente a la cifra referida a la ubicación en la portada que es de 13. E idéntica conclusión se observa al referirnos a la prensa médica especializada: las ER se deslizan entre las distintas noticias de la portada en 22 cabeceras.

1. RELACIÓN ENTRE LA POSICIÓN EN LA PÁGINA Y EL TIPO DE MEDIO

Como ya ocurriera con la inclusión o no de las ER en las portadas, la ubicación que consiguen las informaciones en la página del periódico indica un ejercicio de valoración, de jerarquización²⁹. El valor de la información se relaciona con la dimensión de la noticia, es decir, el espacio dedicado, y la posición en la página, ya sea en la mitad superior o en la mitad inferior. Este aspecto guarda relación con los recorridos visuales del lector:

Se sostiene que la lectura de la primera página es circular, comenzado en el ángulo superior izquierdo y siguiendo el sentido de las agujas del reloj [...]. Por ello, la noticia principal se coloca en el ángulo superior izquierdo (...). Una segunda teoría divide la página en dos mitades horizontales y dos mitades verticales. Considera que la parte superior tiene mayor valor [...] y la izquierda más que la derecha [...]. Según esta teoría [...] el ojo comienza en el ángulo superior izquierdo, sigue el recorrido en horizontal hasta el lado derecho, desciende a la zona inferior izquierda y concluye en la parte inferior derecha. En ambas teorías, la parte superior izquierda [...] es el lugar donde se debe destacar la noticia más importante del diario (González y Bernabeu, 2008:28).

Las noticias más importantes se ubican en la parte superior de la página y las menos señaladas o incluso de refuerzo, en la parte inferior o en un lateral de la principal. Por ello el ángulo superior izquierdo es el más cotizado. Le sigue el derecho y luego la mitad inferior. Sin embargo, también influye en este ejercicio de valoración el que la ubicación se produzca en una página par o impar. A partir de lo expuesto queremos observar la relación entre la variable “posición de la página” y “tipo de medio”, tras comprobar que existe una asociación significativa: $\chi^2(38, N= 2443)= 440,291, P<, 0006$.

En la prensa generalista de ámbito nacional en papel predomina la disposición de las informaciones sobre enfermedades poco frecuentes en la mitad superior. En el estudio llevado a cabo los valores hablan de 33 impactos en la mitad superior frente a 6 en la mitad inferior para *El País*, o de 20 en la superior y de 4 en la inferior en el diario *Abc*. También en los diarios generalistas regionales aventaja la ubicación en la mitad superior a la inferior, con un valor de 324 frente a 165. E igual comportamiento se registra en las revistas generalistas, en los diarios generalistas digitales, en la prensa económica, en la gratuita o en la médica. La única excepción se encuentra en la prensa deportiva y en las agencias, pese a que las cifras no son muy llamativas: 7 impactos en la mitad inferior frente a 5 en la superior en los

²⁹ La versión digital de los diarios no permite hablar de posiciones en las páginas dada la idiosincrasia y configuración del medio. La jerarquización se desdibuja, tan sólo podemos observar los totales referidos a los impactos en Internet.

deportivos y un valor en la mitad inferior en las agencias. Así, aunque como se veía, las informaciones sobre ER no acaparan por lo general titulares en las portadas de los medios, sí existe una clara propensión a ubicar estas mismas informaciones en el ángulo superior de las páginas interiores, un ángulo de mayor impacto visual.

Veamos ahora la relación entre el tipo de medio y la ubicación en página par o impar. La fórmula $\chi^2(38, N= 2443)= 420,150, P<, 0006$ muestra una clara asociación en la relación entre ambas variables. Pese a que se estima que las páginas impares son las más leídas, la prevalencia de páginas impares sobre pares o viceversa no resulta significativa en los diarios generalistas en papel analizados donde las sumas son similares: En *El País*, 21 impactos en par frente a 19 en impar; 12 en par y 13 en impar en el *Abc*; 6 en par en *El Mundo* y 9 en impar; 3 en par y 4 en impar en *Público*, etc. En *La Vanguardia* se equiparan ambos totales y sólo en *La Razón* la ubicación en páginas pares supera ampliamente a las impares con un valor de 15 frente a 6.

Si nos detenemos ahora en la prensa generalista regional los números revelan también valores parecidos en páginas pares e impares: 250 impactos en páginas impares y 247 en pares. Algo análogo sucede con los diarios especializados médicos (145 en impar y 153 en par), también en la prensa gratuita (11 y 9) y en la revistas generalistas (16 y 11). Sin embargo, las cifras recogen empates en la especializada económica (9 para cada una de ellas) y en la deportiva (6 para cada una de las ubicaciones).

2. LA FOTOGRAFÍA EN LAS INFORMACIONES SOBRE ER

Por el simple hecho de estar presente sobre las páginas de un periódico, la fotografía es un foco preferente de atención, supone un imán para la vista, que se dirige hacia ella. A partir de ese primer contacto, el receptor será ‘enganchado’ más fácilmente por la información de referencia. Al mismo tiempo, como ilustración yuxtapuesta a la letra impresa claramente distinguible de ella, y en cuanto que ocupante de un fragmento de página, funciona como fuerte factor de jerarquización, es decir, influye en la aparente importancia de la noticia como elemento de ‘valorización’ de ella (aportación de valor informativo por el emisor, de cara al receptor) (Alonso, 1995:9). Las fotografías (y también los gráficos) son elementos de gran importancia en la arquitectura visual de las páginas, por lo que su utilización forma parte de la estrategia de captación del interés del lector (Manfredi, 2000:115).

Por lo tanto, algunas de las preguntas que surgen en relación a la fotografía y la información sobre ER son si su mayor o menor uso está relacionado con el tipo de medio o con el encuadre temático en el que se enmarque la pieza. En ambos casos, la respuesta es afirmativa: existe una alta asociación estadística entre la inclusión de fotografías y el tipo de medio - $\chi^2(38, N=2443)=420,716, p<0,0004$ -, por un lado, y también respecto al encuadre - $\chi^2(16, N=2445)=83,017, P<0,0005$ -.

En cuanto al tipo de medio, en las publicaciones de carácter generalista los resultados oscilan entre el 58,5 por ciento de las inserciones registradas con fotografía en las ediciones impresas de los diarios nacionales de pago, el 59,8 en el caso de los regionales y el 60 por ciento en el caso de los gratuitos. Teniendo en cuenta todos los registros en medios generalistas impresos y digitales el porcentaje es del 59,55%. Más alta es la proporción de piezas en las que la información se acompaña con fotografía en el caso de los medios especializados con un 62,16% en las publicaciones especializadas en medicina.

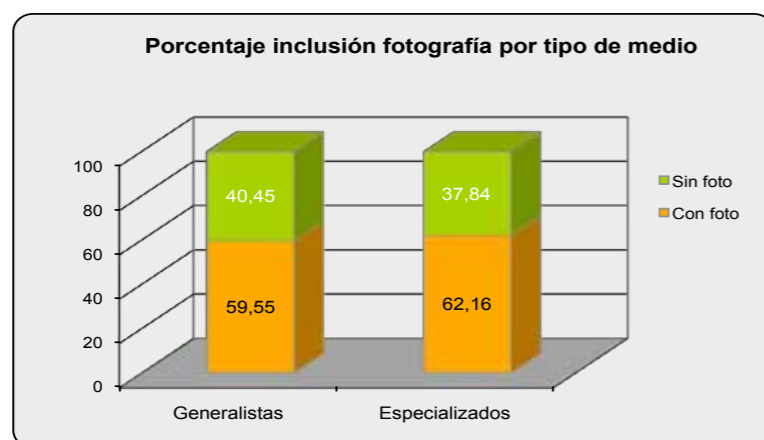


Gráfico 18

Los diarios nacionales de pago muestran comportamientos dispares en relación al uso de la fotografía en las piezas sobre ER. Desde el porcentaje más elevado de *Público* (85,7% de las inserciones) hasta el de *El Periódico* (30%), el resto de diarios se mueve entre el 60 por ciento de las inserciones con fotografía (*El País* en un 60% de ellas, *La Vanguardia* en un 62,5 y *Abc* en un 65,4). *El Mundo* sería el diario que menos fotografías publica en relación a las ER (43,75%). La inclusión de fotografías depende, entre otros factores, del modelo de diario y el diseño general del medio, y de la elección del género periodístico. Así, *El Periódico*, una publicación con un elevado número de fotografías, es en relación a las ER el que menos aporta porque no aparece ningún reportaje o entrevista entre las inserciones

analizadas, como puede confirmarse en el apartado sobre Géneros Periodísticos. Por el contrario, estos géneros interpretativos son los elegidos en una proporción destacada en *Público*, *El País*, *La Vanguardia* y *Abc*.

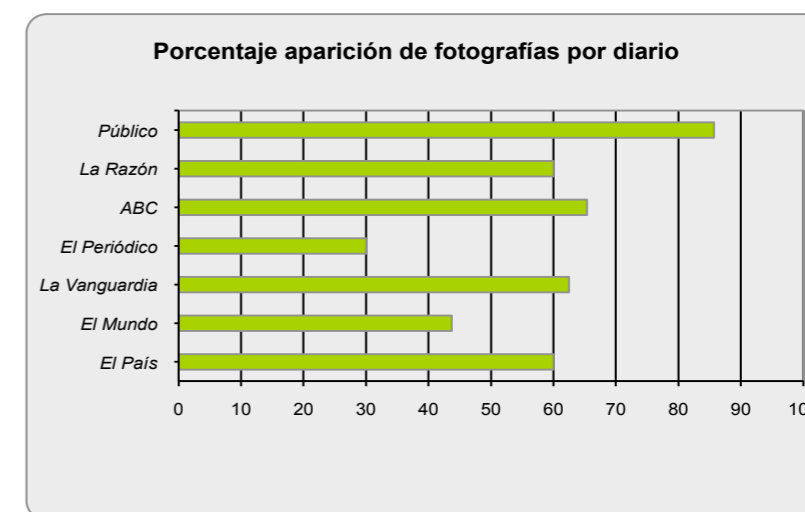


Gráfico 19

Sobre el total de informaciones en las que consta si aparece o no fotografía, las que tratan sobre descubrimientos científicos son las que mayor valoración periodística muestran en cuanto al uso de la fotografía. Un 21,5% del total de informaciones sobre ER con fotografías se refieren a esta temática. El otro encuadre que en mayor medida consigue acompañamiento fotográfico es el de denuncias o reivindicaciones (13,7%) seguido por un lado en el centrado en testimonios personales o historias de vida (11,5%), y por otro, por el que se refiere a la política institucional (11,1%) en el que cobran protagonismo las imágenes de representantes públicos.

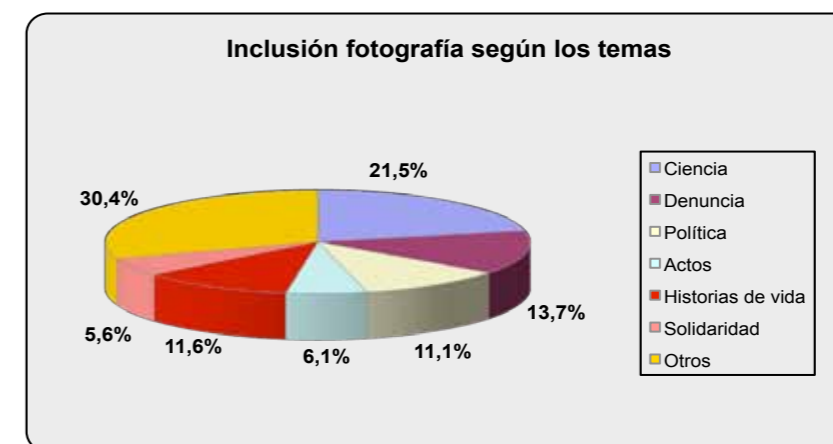


Gráfico 20

El análisis del uso de la fotografía en relación a cada uno de los encuadres registrados muestra cómo se le da más importancia en unos casos que en otros. Destaca el caso de las historias de vida ya que el 88% de las informaciones sobre este tema llevan foto. El segundo encuadre más valorado en este sentido es el de descubrimientos científicos con un 66% con foto. El resto ofrecen similares resultados con porcentajes que indican que en la mitad de las ocasiones sí hay foto, y en la otra mitad no, por lo que parece que entran en juego otras rutinas productivas más que el tema del que trata la información. Así, Denuncia cuenta con un 52,1% con foto y un 47,9 sin ella; Política institucional 56,5 con y 43,5 sin, casi idéntica proporción que la de Actos y conmemoraciones (56,7 frente a 43,3%). Por último, en el caso de informaciones sobre Solidaridad, en un 53% de ocasiones van acompañadas de fotografía y un 47 sin ella.

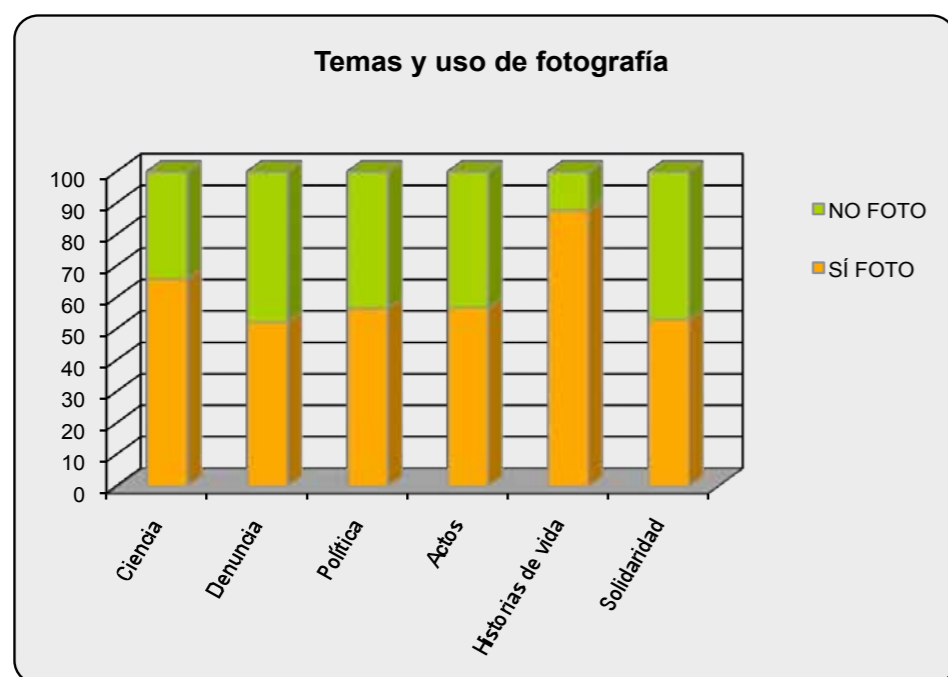


Gráfico 21

3. GÉNEROS PERIODÍSTICOS. EL VALOR DE LA UNIFORMIDAD EN LOS TRES MACROGÉNEROS

Existen notables diferencias entre los teóricos de la comunicación al clasificar las distintas formas de escribir un texto periodístico, pero muchos de ellos coinciden en señalar la presencia del periodista en el texto como el principal criterio de diferenciación. Así, el mayor o menor grado de subjetividad que se plasme en el texto define tres grandes grupos: géneros informativos, géneros para la interpretación y de opinión. En la presente investigación se han tenido en cuenta dentro del macrogénero informativo las noticias y breves; en el interpretativo, reportajes y entrevistas; y artículos, críticas, columnas y editoriales en el de opinión. Según Alex Grijelmo (2003:27-30), el lector habituado a un diario sabe identificar el mayor o menor despliegue informativo que se le da a un tema, conoce la diferencia entre una primera página titulada a cinco columnas y una apertura a dos columnas, y sabe cómo se plantean tipográficamente los artículos de opinión.

La existencia de los géneros forma parte de ese lenguaje no verbal que envuelve a las palabras y transmite a los lectores datos relevantes acerca del enfoque de lo que están leyendo. La importancia de los géneros reside por tanto, más allá de su uso y funcionalidad en las redacciones y en facultades de Periodismo, en que pueden ser también útiles para el lector. El ánimo con que el lector se adentra en una noticia dista mucho del que pueda tener al aproximarse a un reportaje o un artículo de opinión. Un lector se pone en guardia ante un artículo de opinión: sabe que lo que allí se cuenta son juicios de valor que responden a la particular idiosincrasia de quien redacta. En cambio, la noticia constituye la esencia de los hechos, reproduce datos y declaraciones. Entre uno y otro, median el resto de géneros, todos ellos con distinto grado de implicación del autor.

Los géneros interpretativos suponen una mayor elaboración por parte del periodista, consiguen mayor espacio en el diario, una mayor cobertura frente a la escueta información. En términos generales, el periodismo interpretativo suele considerarse como un modo de profundizar en la información con antecedentes y análisis que proporcionan una situación de fondo o intentan explicar los hechos de actualidad, no sólo informar acerca de ellos. Por lo tanto, los géneros interpretativos presuponen una mayor elaboración, dedicación y conocimiento del tema tratado. Su uso subraya el interés que pueda tener el medio por un determinado tópico informativo.

Por otro lado, los géneros de opinión son una construcción discursiva retórica cuyo principal objetivo es la persuasión. Dentro de éstos, el editorial adquiere especial importancia como texto que explicita la línea ideológica al valorar y juzgar un hecho noticioso considerado de especial importancia para el medio. La elección del género periodístico supone un elemento más en la valoración periodística y el establecimiento de la agenda temática del medio. Por ello, el propósito de averiguar qué géneros periodísticos son los más utilizados por los periodistas al informar sobre ER es el de evaluar el grado de implicación en la elaboración de las piezas y la jerarquización que se otorga al tema en función del tipo de medio del que se trate. El macrogénero información es el que aparece con mayor frecuencia en el total de inserciones registradas. Con un 63,8%, triplica al de interpretación con un 19,6. Todavía mayor es la diferencia respecto al macrogénero opinión, con un 16,68% del total de los textos analizados.

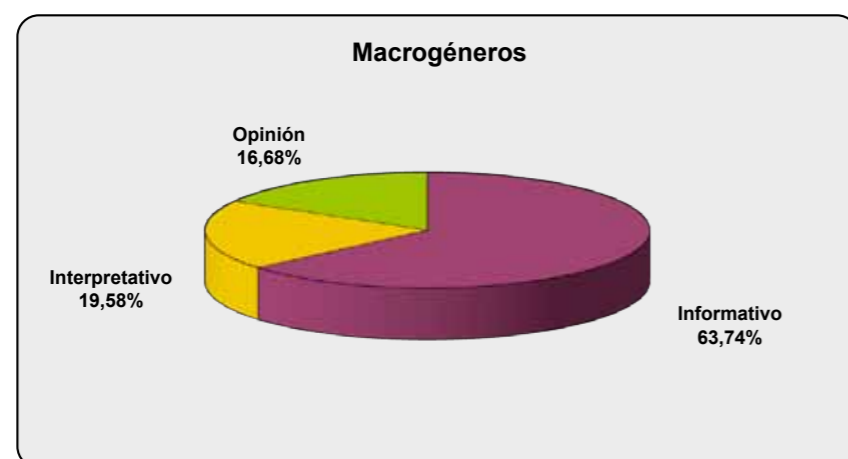


Gráfico 22

En cuanto a los géneros empíricos, la noticia es el género más utilizado por todos los medios, en un 43,8% de las ocasiones en las que se informa de ER. El breve es el otro género más escogido (20%). La cantidad de reportajes alcanza el 15% mientras que la entrevista no llega al cinco (4,6). Los artículos de opinión firmados por colaboradores representan el 16,2. Los editoriales suponen un 0,5%. En definitiva, muchos breves, pocos reportajes, escasísimos editoriales (ninguno en diarios nacionales de mayor difusión), lo que demuestra que los medios no otorgan a la información sobre las ER un tratamiento destacado en cuanto a la elección de los géneros periodísticos. Como se ha indicado anteriormente, no consiguen ser consideradas por los medios como un tema de interés prioritario en su agenda.

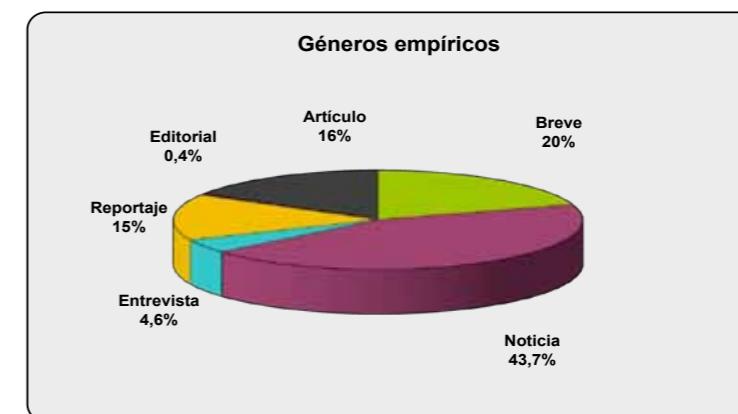


Gráfico 23

La prueba χ^2 demuestra que existe una asociación significativa entre el tipo de medio y el género periodístico: [$\chi^2(133, N=2443)=678,343, p<0,0005$]. En los medios generalistas, los géneros informativos e interpretativos representan el 64,2 y el 20,3% respectivamente. La opinión se queda en el 15,5. En los especializados se aprecia un mayor número de artículos de opinión de expertos lo que supone el 19% del total mientras que descienden las cifras de textos informativos (62,8) e interpretativos (18,1).

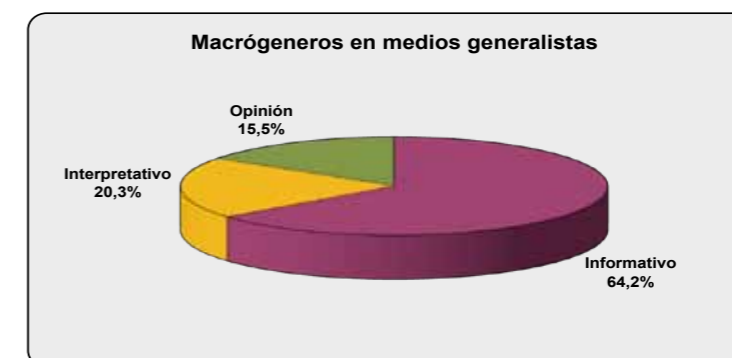


Gráfico 24

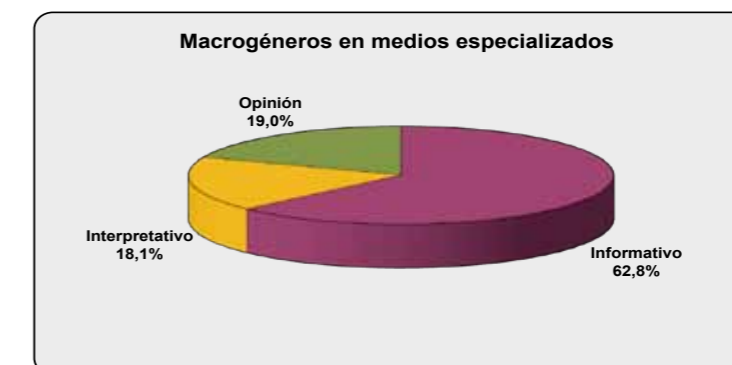


Gráfico 25

En las ediciones impresas de los medios de pago, los textos son informativos en el 64,6% de las inserciones. *La Razón* es el diario nacional de pago con mayor porcentaje de textos informativos (68,2), seguido de *El Mundo* (66,7) y *El Periódico* (57,1), el que más opinión sobre ER ofrece y el único que editorializa sobre el asunto. También *El País* cuenta con más del 50% de sus textos entre los informativos (52,5). Por el contrario, *La Vanguardia* es el que cuenta con menos géneros informativos con un 26,7% mientras que la interpretación asciende al 40%. *Abc* y *Público* son los diarios con mayor proporción de interpretación en sus páginas (42,3 y 42,8 respectivamente).

Los datos de los diarios gratuitos (*ADN*, *Qué* y *20 Minutos*) muestran la mayor preferencia por los géneros informativos con un 79% de sus textos mientras que la interpretación y la opinión se quedan en el 11% cada uno.



Gráfico 26

Tras relacionar el tipo de medio que informa sobre las ER y el género periodístico con el que lo hace, vamos a profundizar en el cruce entre el género de las piezas informativas analizadas y el encuadre. Ante la pregunta de si los géneros periodísticos, entendidos como modos de codificación de la información, emplean preferentemente unos marcos informativos sobre otros en el tratamiento de las ER, la fórmula estadística describe una relación significativa entre ambas variables: $\chi^2(56, N= 2445)= 361,188, P<, 0003$. De ese modo, si hablamos de los macrogéneros informativos, se observa que el breve obtiene una frecuencia más elevada en el uso del encuadre de la investigación, por lo que estas pequeñas piezas informativas dan cuenta en primer lugar de noticias sobre descubrimientos,

con un valor de 33. El segundo enfoque utilizado es el de los actos protocolarios, con un valor de frecuencia de 30. La tercera y la cuarta posición la ocupan los enmarques que se centran en historias de denuncia y en campañas de solidaridad, con 26 y 24 de frecuencia respectivamente. También las noticias priorizan el enfoque sobre los descubrimientos, con un valor de frecuencia de 108, seguido por la política institucional y las denuncias, con un valor de 68 y 67. Se reproducen las mismas pautas ya descritas para el discurso netamente informativo.

En el macrogénero de opinión consiguen los valores de frecuencia más altos la investigación y la denuncia (con el mismo valor de 35). Van a la zaga la política institucional y los testimonios, con valores de 13 y 20 respectivamente.

El género editorial, formulado como juicio institucional y expresado de conformidad con la línea editorial del medio, recaba las mayores frecuencias en el encuadre de la denuncia. En las cartas al director, las exposiciones abundan de igual modo en el *frame* de la denuncia al mostrar argumentos reivindicativos. El valor de frecuencia es de 12, frente a un valor de 3 en el tópico temático de la solidaridad o de 1 en política institucional.

En cuanto a los géneros interpretativos, en el de la entrevista se da preferencia a la reivindicación con un valor de frecuencia de 11. Los afectados reclaman atención sanitaria normalizada y el derecho a una mejor calidad de vida. De cerca le sigue el encuadre del descubrimiento y la política, con un valor de 8 para cada uno de los temas.

El reportaje, a caballo entre la información y la interpretación, concentra su interés en el encuadre de las historias de vida puesto que el formato se presenta apropiado para profundizar en los relatos personales. Como reportajes de interés humano se da relevancia a los testimonios de afectados y familiares. De este modo logra un valor de 47 frente al valor de 19 de la investigación o el de 12 de la política institucional.

Tras repasar los tópicos y los géneros se corrobora que de todos los tópicos existentes es el de la Ley de Dependencia el que no obtiene valores significativos en ninguno de los géneros estudiados por lo que desde los media no se establece relación ninguna entre este encuadre y el de las enfermedades de baja frecuencia. La hegemonía que se desprende de las piezas noticiosas analizadas alude a una representación de las ER volcada en un paradigma eminentemente informativo, tal y como ya se ha apuntado, como confirman el valor de frecuencia de 654 obtenido con el recuento de las cifras de la noticia y el breve.

El discurso propio del periodismo interpretativo alcanza valores similares al de opinión. Si sumamos las cantidades obtenidas en los géneros de la entrevista y el reportaje, registramos un valor de 200, sólo algo superior a la cantidad de 170, procedente de la suma de los artículos de opinión, críticas, columnas y editoriales.

La forma de narrar las noticias sobre ER y el encuadre preferente con el que se las enmarca contribuye a crear una percepción determinada del tema. Así, al encuadrar la realidad sobre las ER en un contexto informativo, se las aleja de las emociones, de las interpretaciones y del discurso de la opinión. El *frame* de la investigación y de la denuncia se articula en todos los macrogéneros sobre un discurso centrado casi exclusivamente en historias que hablan de descubrimientos y reivindicaciones.

3.1. GÉNERO DE LA PIEZA Y TÓPICOS MÁS FRECUENTES: DE NUEVO SOLIDARIDAD, INVESTIGACIÓN Y POLÍTICAS INSTITUCIONALES

Tras llevar a cabo el análisis del vínculo existente entre los encuadres periodísticos y los géneros, vamos a profundizar en lo referente a los encuadres tópicos y los macrogéneros, nexos en el que existe de nuevo una clara asociación entre ambas variables, como demuestra la fórmula: $\chi^2(98, N= 2445)= 189,170, P<, 0009$.

De los marcos tópicos más reiterados, en el género informativo del breve sobresale el enfoque de la solidaridad, la investigación y las políticas institucionales obteniendo valores similares, con 39, 36 y 33 respectivamente.

En la noticia se repite la misma visión: los valores de frecuencia más reproducidos son el de la propia enfermedad, de la que se expone su diagnóstico y rasgos, la investigación, las políticas institucionales y la solidaridad. Alcanzan cifras muy bajas los aspectos relacionados con la economía, la integración o el aislamiento, las instalaciones, la LdD y la discapacidad. Y resulta inexistente el tópico del empleo.

Junto al macrogénero informativo y a la supremacía de esta perspectiva, encontramos en el discurso interpretativo un tratamiento análogo. Tanto en las piezas con formato reportaje como en las de formato entrevista el encuadre hegemónico es aquel en el que se relaciona a la enfermedad y sus características con la política institucional y la investigación. Además,

en los reportajes se encuentra con un valor de frecuencia alto el encuadre informativo de la solidaridad y los argumentos de carácter económico. Encontramos referencias muy exiguas a la discapacidad, integración, el empleo, la LdD o la marginación, a pesar de tratarse de piezas periodísticas que se prestan a ahondar en causas, efectos y detalles que rodean a las enfermedades poco frecuentes.

Los artículos, críticas y columnas, enmarcadas en los géneros de opinión, conectan asimismo a la enfermedad con los encuadres de la investigación y la política institucional como ya sucediera en el resto de géneros periodísticos, y también, aunque en menor medida, con el tópico de la solidaridad y de la economía. En lo referente a las cifras obtenidas en el resto de géneros de opinión (editoriales y cartas al director), existen diferencias pese a tratarse de valores escasos. Consiguen una frecuencia mayor en las cartas al director la solidaridad y la política institucional, seguidos por el argumento económico, mientras que en el formato de los editoriales los marcos específicos más repetidos son la investigación y la cuestión económica. De nuevo escasean las referencias a encuadres como la discapacidad, el transporte, el empleo, la integración, el aislamiento o la LdD, por lo que se reproducen en los tópicos o encuadres específicos los mismos patrones informativos presentes en los encuadres genéricos.

4. PARTICIPACIÓN DEL LECTOR EN MEDIOS ON LINE

La participación es uno de los rasgos principales de la comunicación interactiva de los denominados nuevos medios. Produce un cambio en el estatuto del lector que se convierte en un usuario activo que interviene en la producción de contenidos. El rol activo que ejerce se sustenta en las capacidades de comunicación con los responsables del contenido y con otros usuarios. El lector, como nunca antes, puede intervenir e influir en lo que difunde. Sin embargo, hasta el momento, la realidad de la red no responde a algunos de los principios utópicos de la participación. Aunque crece el número de usuarios que se conecta en mejores condiciones y se han diversificado los usos que hacen de la red, es escaso el porcentaje de usuarios de Internet que hacen uso de las oportunidades de participar y compartir recursos, opiniones y contenidos. En la mayoría de comunidades en línea, el 90% de los usuarios ojea sin intervenir, el 9% contribuye algo y sólo el 1 por ciento participa verdaderamente (Igarza, 2008:207). En todas las inserciones sobre ER registradas en los medios *on line*, un 21,8% realiza algún comentario. Considerando que la participación del usuario puede depender del tipo de medio que se consuma, en función de su interés o co-

nocimientos en el tema en cuestión, en nuestro caso las ER, la prueba estadística ofrece un resultado positivo, es decir, sí se puede establecer una alta asociación entre la participación y el tipo de medio: [χ^2 (38, N= 2445)= 610,826, P< 0,0002].

Los lectores de las informaciones sobre ER en las versiones *on line* de todos los medios generalistas analizados (diarios y revistas, nacionales y regionales, de pago y gratuitos) participan en el 29,6% de las ocasiones en las que se les ofrece la oportunidad de hacerlo. Sin embargo, si tomamos por separado las ediciones digitales de los medios nacionales impresos, el porcentaje de participación alcanza el 31,57% en el caso de los de pago, y un 48,2% en el caso de los gratuitos. Se demuestra que el nivel de participación va asociado de manera directa a los índices de audiencia. Así, el porcentaje de lectores que realiza comentarios en los medios especializados se reduce drásticamente al 9,51%. Teniendo en cuenta sólo los medios especializados en medicina, discapacidad o ciencia, la cifra se reduce un poco más: 8,59% de los lectores de estos medios. A mayor especialización, menor difusión y menor participación.

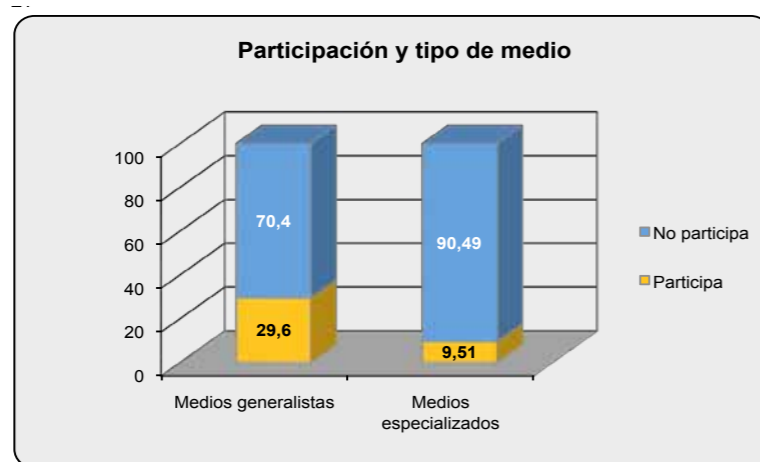


Gráfico 27

Entre la participación y el tópico del texto puede establecerse una pequeña relación a tenor de la estadística [χ^2 (28, N= 2445)= 53,628, P<0,002] mientras que la dependencia entre participación y encuadre temático es bastante significativa: [χ^2 (16, N= 2445)= 61,913, P< 0,0002]. La mayor participación se produce en los temas que aluden a la LdD y Política Institucional. En estas informaciones los usuarios comentan en el 40 y el 31,8% de las inserciones registradas respectivamente. Le sigue Denuncias o reivindicaciones con un 27,2% de informaciones en las que se participa. El encuadre que menos provoca el comentario del lector es el de Investigación científica y descubrimientos con un 18,2.

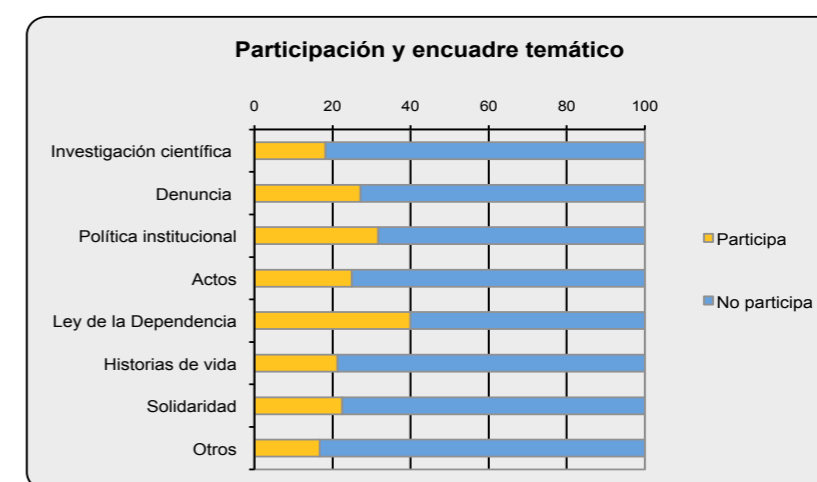


Gráfico 28

Los tópicos informativos en los que aparece una mayor participación son Transporte o instalaciones adaptadas y Empleo. En ambos casos, en el 50% de las piezas el usuario participa. Por el contrario, nadie realiza comentarios cuando se trata de Discapacidad. Por encima del 25% de participación figuran los tópicos Integración, Economía, Política institucional y los referidos a Enfermedad y Post diagnóstico. En este ámbito temático destaca la participación del lector en las piezas que tratan sobre Pre diagnóstico: alcanzan el 40, mismo porcentaje de participación en las piezas sobre la LdD.

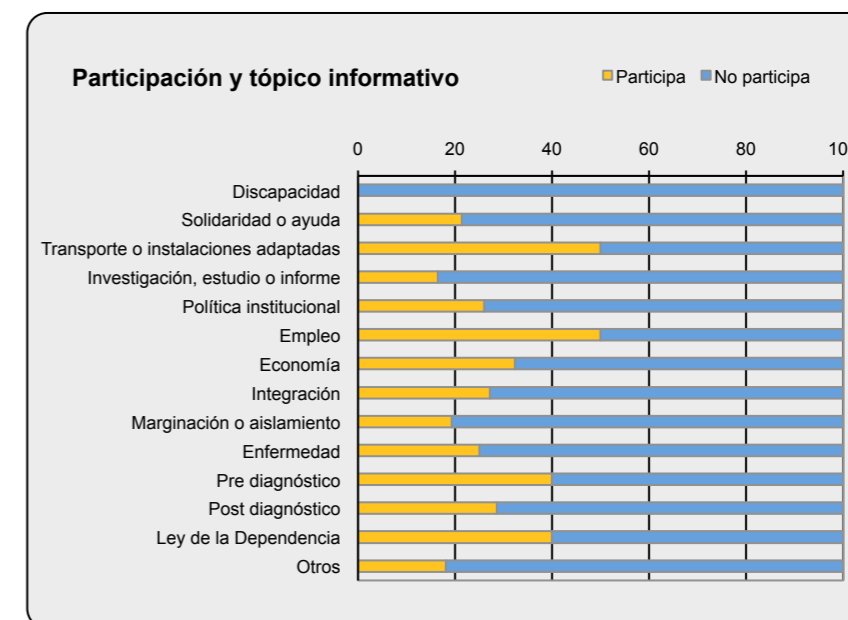


Gráfico 29

Destacada es la relación significativa entre la participación del lector y el valor noticia: [χ^2 (18, N= 2445)= 113,439, $P < 0, 0007$]. El valor noticia que provoca de manera sobresaliente la participación del lector es el conflicto: en un 43,3% de las piezas el usuario comenta la información. Le sigue la proximidad (32%). La novedad es el valor noticia que menos comentarios genera en los lectores (9%).

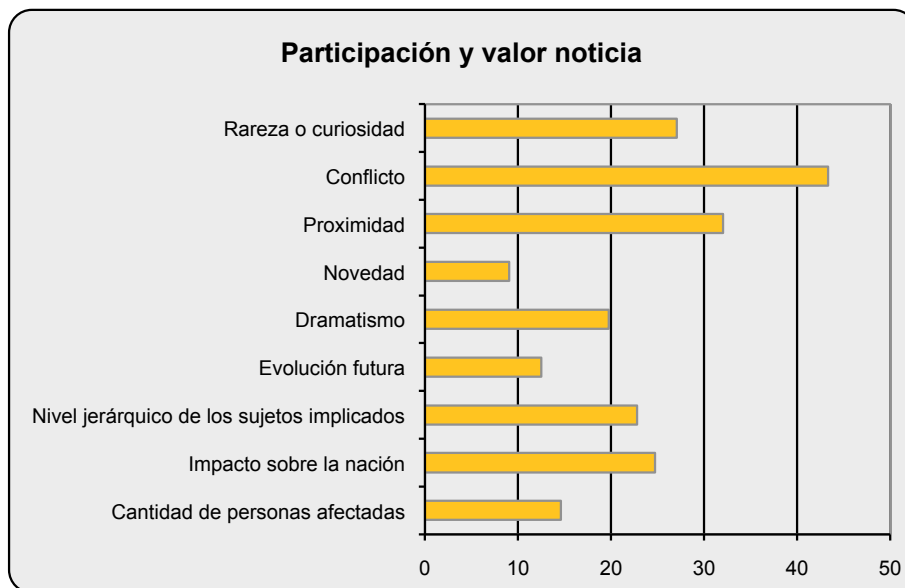


Gráfico 30