



ETXEAN ZAUDE



¿Cumple el grupo
público
de comunicación
EITB su labor
informativa como
servicio público

*Estudio sobre el tratamiento de la información
socioeconómica y la representación y protagonismo
de las clases sociales en los informativos de EITB*



iparhegoa

IKASKETA
SINDIKALETARAKO
FUNDAZIOA

PRESENTACIÓN

1. ESTUDIO DE AZTIKER:

3ª PARTE: ESTUDIO SOBRE EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN SOCIOECONÓMICA Y LA REPRESENTACIÓN Y PROTAGONISMO DE LAS CLASES SOCIALES EN LOS INFORMATIVOS DE EITB

1.1. INTRODUCCIÓN

1.2. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

1.3. NOTAS METODOLÓGICAS:

- **Detalles técnicos (resumen)**
- **Técnica utilizada**
- **Muestreo**
- **Ficha de observación**

1.4. RESUMEN DEL ESTUDIO

2. CONCLUSIONES DEL SINDICATO LAB

PRESENTACIÓN

En la FUNDACIÓN IPAR HEGOIA, con el estudio elaborado por el centro para estudios sociológicos AZTIKER, hemos querido abordar una preocupación social que no es nueva y que tiene que ver con el papel de los medios de comunicación públicos, esto es, el grupo EITB como medio de información. El estudio pretende dar respuesta a la pregunta de si informativamente, el grupo EITB cumple con lo exigible a un servicio público: servicio informativo de calidad a la sociedad que lo ha creado y que, no lo olvidemos, se paga con el dinero de las y los contribuyentes.

La pregunta planteada, como ya explicamos en la presentación general del estudio, hemos querido contestarla en torno a tres factores:

- Tratamiento informativo de la territorialidad y protagonismo de los diferentes sujetos políticos.
- Protagonismo y representación de las mujeres y hombres.
- Tratamiento de la información socioeconómica y representación y protagonismo de las clases sociales.

Hace unos meses hicimos públicas las conclusiones de la primera y segunda parte del estudio. Recordaremos aquí brevemente las conclusiones de estas dos partes, en la medida que ayudará a entender mejor la tercera y última parte que, sobre el factor socioeconómico, presentamos ahora.

Las conclusiones de la primera parte sobre el tratamiento de la **territorialidad, identidades nacionales y protagonismo de los diferentes sujetos políticos** son:

- 1.- La apuesta por la "NO información".
- 2.- Euskal Herria no existe. Se refuerza la referencia del marco autonómico como parte de una realidad social y política superior: el Estado español.
- 3.- Utilización partidista de los informativos y filtro en las informaciones relativas a la izquierda abertzale.
- 4.- Modelo de comunicación que prescinde de la realidad propia y de la sociedad a la que se dirige.
- 5.- Modelo de comunicación cuya gestión es generadora de tensiones en la plantilla de las personas profesionales de los medios.

Por su parte, las conclusiones sobre el **protagonismo y representación de las mujeres y hombres en los informativos** son:

- 1.- La invisibilidad de las mujeres.
- 2.- Representación estereotipada de mujeres y hombres.
- 3.- Representación jerárquica y discriminatoria de mujeres y hombres. Estructuración androcéntrica de los informativos.
- 4.- El movimiento feminista no existe en los informativos y son escasas las imágenes que tratan sobre la igualdad o las noticias que reflejen la situación de discriminación de las mujeres.
- 5.- Violencia contra las mujeres. Tendencia al tratamiento sensacionalista y no como violencia estructural que es.

Ahora presentamos, como hemos adelantado, la tercera y última parte en la que se analiza el **tratamiento de la información socioeconómica y la representación y protagonismo de las**

¿Cumple el grupo público de comunicación EITB su labor informativa como servicio público



clases sociales. Es decir, en el actual contexto de crisis económica y social, ¿qué tipo de información socioeconómica se trasmite? ¿Qué valoración de las causas se realiza? ¿Qué clase de valores trasmite? ¿Qué intereses representa? ¿Quiénes tienen la palabra?

Como en la primera y segunda parte, para el estudio se han tomado en consideración los informativos diarios de ETB1, ETB2, Euskadi Irratia, y Radio Euskadi, desde septiembre a diciembre de 2010. Según la metodología aplicada por AZTIKER y que se explica con detalle en el propio estudio, se han analizado **28 informativos de todas las cadenas**, correspondientes a cada día de la semana, con un total de **1.065 noticias**.

Como ya venimos señalando son innegables el potencial y la influencia que los medios de comunicación de masas tienen en la sociedad, como agentes de socialización y como generadores de opinión y valores.

Detrás de todos los elementos que constituyen un informativo existe un proceso de selección, unas veces inconsciente y muchas otras veces consciente. Los acontecimientos, terminologías, espacios, imágenes y personajes son instrumentos para la definición del pensamiento colectivo. De esa forma, y siguiendo con nuestro ámbito de investigación sobre el tratamiento de la información socioeconómica, el estudio deja en evidencia que en los informativos del grupo EITB se difunde de forma predominante información favorable a los intereses de los grupos dominantes, contribuyendo al mantenimiento de la hegemonía ideológica que corresponde al modelo neoliberal.

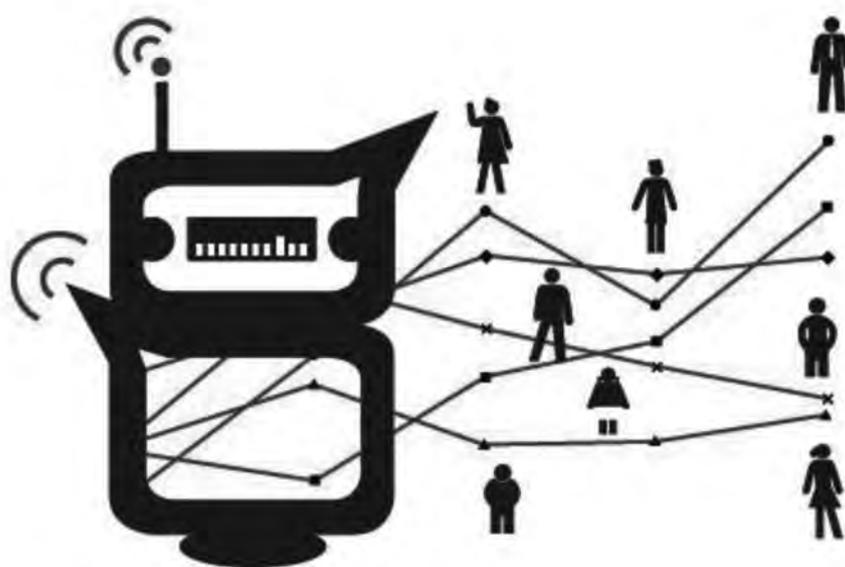
Como desarrollamos en el apartado de conclusiones, se presenta la información económica vacía de contenido social. No hay personas, ni necesidades sociales en el devenir económico. El proceso económico es cosa de personas expertas, de índices macroeconómicos y de intereses indefinidos situados en el mercado y la bolsa.

EITB interpreta la información en beneficio de la clase empresarial desde los valores que trasmite, los estereotipos que alimenta y el papel predominante que le otorga al poder institucional; frente a una representación de la clase trabajadora despojada de su imaginario y representación colectiva para convertirse en individualidades espectadoras y/o consumidoras.

Con este tercer y último estudio se vuelve a poner de manifiesto que la respuesta a la pregunta que ha titulado este estudio vuelve a ser negativa. Por ello, tras este tercer estudio, existen sobradas razones para que los signos de interrogación desaparezcan y dejar en evidencia que el grupo de comunicación EITB no cumple con su labor informativa como servicio público.

[a]
aztiker

Jendarte-ikerketa aplikatuak



**EITBko ALBISTEGIEN AZTERKETA
TRATAERA SOZIOEKONOMIKOA
ETA KLASE SOZIALEN
ERREPRESENTAZIOA, 2010**

Bezeroak:

iparhegoa
IKERKETA
SABIALERAKO
FUNDATZIOA

baietz!
FUNDATZIOA

1.- ESTUDIO DE AZTIKER

3ª PARTE: estudio sobre el tratamiento de la información socioeconómica y la representación y protagonismo de las clases sociales en los informativos de EITB

1.1.- INTRODUCCIÓN

En este informe se presentan los datos del estudio sobre los informativos de cuatro medios de comunicación de EITB, es decir, los datos referentes a los informativos de ETB-1, ETB-2, Euskadi Irratia y Radio Euskadi. El estudio se ha realizado entre los meses de setiembre y noviembre de 2010.

Los objetivos de esta investigación han sido dos: por una parte, observar el tratamiento informativo-discursivo que en los informativos se ofrece sobre la situación socioeconómica; por otra parte, medir la representación de las clases sociales.

En lo que respecta a los contenidos del informe, en el primer capítulo figuran las **notas metodológicas** del mismo. En este capítulo presentamos la ficha generada para el análisis de contenidos, el cronograma, la explicación de la recodificación, etc.

En el segundo capítulo puede encontrarse la información relativa a la organización de los informativos: orden de las noticias, con medición de su aparición y el tiempo que se les dedica.

En el tercer capítulo hemos analizado la temática de los informativos. Es decir, hemos analizado qué tipo de temas se tratan, analizando igualmente la relación que tienen con los factores socioeconómicos.

En el cuarto capítulo hemos realizado un análisis del tratamiento de la información socioeconómica, observando diversos aspectos relacionados con la representación de clase. Se trata de uno de los aspectos principales del tema que se ha analizado concretamente, como refleja el hecho de que se trate del capítulo más extenso del estudio.

En este capítulo, la investigación se ha realizado según cuatro ámbitos de análisis:

1. *Sujetos*. Distribución según clase de las personas que vemos y escuchamos en los informativos. El objetivo es ver a qué sujetos ofrecen la palabra los informativos de EITB.
2. *Estereotipos*. Hemos observado los estereotipos que se asignan a cada clase social.
3. *Valores*. Se ha investigado cuáles son las opiniones y valores que se refuerzan en las noticias -que hemos registrado- que contienen elementos socioeconómicos
4. *Análisis icónico*. Hemos estudiado a qué rol responden las diferentes clases sociales.

En el capítulo cinco hemos realizado un análisis sobre **temas específicos**. Para ello, hemos

¿Cumple el grupo público de comunicación EITB su labor informativa como servicio público



analizado la elaboración y el tratamiento informativo de los ámbitos temáticos que tienen relación directa con la situación socioeconómica y sociolaboral.

Cuatro son los temas que hemos analizado en este capítulo:

- La crisis económica.
- Los Expedientes de Regulación de Empleo (EREs).
- El desempleo.
- Los accidentes laborales.

Dentro de cada tema hemos medido los diferentes factores que influyen en la difusión comunicativa de ese asunto concreto, observando los elementos valorativos que reflejan la dimensión de la problemática.

No queremos dejar de dar las gracias a todas las personas que nos han ofrecido desinteresadamente su tiempo, experiencia, conocimiento y ganas para la elaboración y corrección de este trabajo. Muchas gracias a vosotras y vosotros.

1.2.- MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

El papel de los medios de comunicación resulta de gran importancia a lo largo del proceso de socialización de la personas, manifestándose como un agente prioritario. Entre otras cosas, los medios de comunicación cumplen la función de crear, condicionar o afianzar opiniones. Los diferentes factores que componen el informativo se han elegido con la perspectiva de buscar efectos concretos.

Los factores que se eligen y se nos muestran son instrumentos para crear y definir un **pensamiento colectivo concreto**. En este caso, al analizar los informativos, los entendemos como instrumentos de socialización de la perspectiva de un tipo de relación de poder.

El análisis del reparto del poder y de la riqueza ha sido un elemento fundamental que ha guiado la investigación como línea transversal.

Para ello, el estudio que tienes entre manos –tal como indica su título- se ha dividido en dos ámbitos principales de investigación: el tratamiento de la información socioeconómica y la representación de las clases sociales.

Es decir, hemos analizado la forma en que se representa en los informativos de EITB el reparto de poder que se produce en el actual modelo socioeconómico.

En el estudio, se ha analizado la forma en que aparece el poder ante nosotros y nosotras (qué es el poder); por otra parte, hemos analizado los tipos de relación que se muestran con ese poder.

El papel de los medios de comunicación resulta fundamental para la forma de entender el poder, tomado como construcción social.

Por lo tanto, el nivel de aparición de las clases sociales ha sido un indicador importante, puesto que esta expresión cuantitativa y cualitativa pone de relieve la presencia de esta relación de fuerzas.

En lo que respecta al análisis del tratamiento de la información socioeconómica, debemos aclarar que nos referimos al reparto del poder y de la riqueza. Al hablar de la perspectiva socioeconómica de una noticia, nos estamos refiriendo al reparto de poder que contiene dicha noticia. Por lo tanto, al analizar los tipos de indicadores que se usan para ofrecer datos sobre el desempleo, o al observar los estereotipos de la clase institucional, nos hemos puesto las "gafas" que contemplan el reparto del poder.

Resumiendo los hitos señalados en este capítulo del marco teórico, el objetivo de esta investigación ha sido analizar cuál es la representación y el reparto de poder que fomenta EITB mediante sus informativos.

1.3.- NOTAS METODOLÓGICAS

Como el objetivo principal del estudio es saber cuál es el tratamiento que dan a las clases los informativos de EITB, el procedimiento utilizado ha sido el análisis de contenidos. En concreto, el análisis se ha realizado mediante la ficha de extracción de contenidos hablados y visuales de los informativos grabados. Ello nos ha permitido realizar un análisis cuantitativo de los contenidos y discursos de EITB.

La unidad de muestreo ha sido el informativo. El informativo es el espacio de información desarrollado con presentadoras y presentadores propios y con recursos humanos y medios técnicos propios, diferenciado del resto de la programación de televisión o radio. En ese sentido, en la muestra de televisión se ha tomado en cuenta la sección de Deportes, pero no la sección de Meteorología.

En el caso de la radio, se han tomado en consideración las secciones de Cultura, Tráfico y Deportes, y en el caso de Euskadi Irratia también la sección de noticias locales ("Gertukoak"). La unidad de análisis utilizada ha sido la noticia. Ha sido el elemento básico para la observación, puesto que las noticias han sido las unidades de información utilizadas para realizar el análisis según contenidos. La identificación de esta unidad de información es imprescindible para realizar de una forma operativa el análisis de los informativos, tanto a nivel visual como oral.

Por lo tanto, la noticia es el elemento fundamental en lo que respecta a la información general que nos ofrecen los informativos.

Hemos clasificado las noticias de manera temática; asimismo, desde el punto de vista estructural, la noticia requiere al menos una entrada o información por parte del presentador o presentadora y un suceso o acción.

También las noticias se presentan en base al análisis de esta unidad.

¿Cumple el grupo público de comunicación EITB su labor informativa como servicio público



A través de la codificación hemos clasificado los datos brutos aportados por el análisis de cada noticia.

Asimismo, estas clasificaciones se han transformado y reclasificado en nuevas categorías, mediante la recodificación.

• MUESTREO

El universo lo constituyen los informativos diarios de la cadena pública EITB, es decir, de ETB-1, ETB-2, Euskadi Irratia y Radio Euskadi.

Para que la muestra sea representativa de todo el universo, hemos realizado un cronograma que incluye todos los días de la semana para cada medio de comunicación.

Por lo tanto, hemos elaborado un cronograma que permitía elegir una noticia de cada informativo de cada medio de comunicación, todos los días de la semana.

Entre las noticias de cada medio de comunicación hemos dejado un espacio de al menos 7 días, con objeto de evitar la posible "contaminación" que una determinada noticia pudiera producir en los días posteriores al informativo.

En total hemos observado 1.066 noticias, las cuales constituyen las unidades básicas del análisis de la investigación.

Según medios de comunicación, estas noticias se han repartido de la siguiente manera:

- ETB1 - 209 noticias.
- ETB2 - 270 noticias.
- Euskadi Irratia - 329 noticias.
- Radio Euskadi - 258 noticias.

En el caso de la televisión, hemos analizado los informativos de la noche: en ETB1 el que empieza a las 20:00 horas y en ETB2 el que empieza a las 21:00 horas.

Con respecto a la radio, se han observado las noticias de mediodía: en el caso de Euskadi Irratia, el noticiario que se emite entre las 13:00 y las 14:30 horas, y en el caso de Radio Euskadi el que se emite entre las 13:00 y las 15:00.

En total, se ha analizado un intervalo de 95.644 segundos, tiempo que se ha repartido de la siguiente forma entre los cuatro medios de comunicación:

- ETB1 – 13.969 segundos / 232,8 minutos / 3,9 horas.
- ETB2 – 18.975 segundos / 316,3 minutos / 5,3 horas.
- Euskadi Irratia – 29.344 segundos / 489,1 minutos / 8,2 horas.
- Radios Euskadi – 33.356 segundos / 555,9 minutos / 9,3 horas.

• TRABAJO DE CAMPO

Se han grabado los informativos emitidos entre el 18 de setiembre y el 8 de noviembre de 2010, conforme al cronograma que consta en el estudio.

• FICHA DE OBSERVACIÓN¹, CODIFICACIONES PREVIAS Y RECODIFICACIONES

También hemos creado un apartado de identificación, para el registro de cada noticia e informativo. De esta forma, toda la información contenida en cada noticia corresponde a un código de noticia, como información interna de cada día y medio de comunicación.

La Ficha de Análisis se ha completado con las variables que queríamos tratar en profundidad. Esta ficha reúne los cinco apartados principales que se mencionan en la introducción:

- *Estructura*. Apartado para la observación de la organización del informativo. Nos ofrece la ubicación dentro del informativo, la información temática y la duración.
- *Bloque temático*. Hemos analizado los temas de las noticias, con objeto de medir la relación que tienen con nuestro objeto de estudio, es decir, con la representación de género.
- *Tratamiento de la información socioeconómico*. Lo constituyen las variables que nos ofrecen información oral o visual. Dentro de este apartado hemos tratado los cuatro subapartados mencionados: sujetos, estereotipos, valores y análisis icónico.

Dentro de la información oral hemos incluido dos tipos de información: por una parte, las declaraciones de los y las periodistas que escuchamos de su propia voz, de sus palabras; por otra parte, las declaraciones que aparecen escritas en los teleprinters, puesto que la información que ahí aparece es oral.

- *Temas específicos*. En un apartado diferenciado hemos analizado el tratamiento de la información sobre algunos temas concretos que tienen relación directa con el objeto de análisis de la investigación. Lo que hemos analizado es el tipo de tratamiento que se da a estas noticias, considerando diferentes elementos. Los temas analizados han sido los siguientes: crisis económica, Expedientes de Regulación de Empleo (a partir de ahora EREs), Desempleo y Accidentes laborales.

Aparte de ello, hemos creado un apartado de identificación, para el registro de cada noticia e informativo. De esta forma, toda la información contenida en cada noticia corresponde a un código de noticia, como información interna de cada día y medio de comunicación.

Para cada variable se ha realizado una codificación previa de diferentes categorías. De esta forma, los elementos que aparecían en la observación de cada noticia se han recogido en una base de datos.

¿Cumple el grupo público de comunicación EITB su labor informativa como servicio público



¹ Con objeto de dar a conocer en detalle todos los conceptos y categorías utilizados en la observación, en los anexos incluimos la ficha completa de observación.

Una vez generada y explotada la base de datos, algunas categorías han sido recodificadas. El objetivo es que la presentación resulte más comprensible y legible para los lectores y lectoras y que los resultados sean significativos.

Al tratarse de un aspecto que tiene una relación directa con el objeto de la investigación, la clasificación de las clases de sujetos se ha realizado en función de tres categorías. Sin pretender profundizar teóricamente el concepto de clase, hemos analizado la clase empresarial, la clase institucional y la clase trabajadora.

También hemos registrado una cuarta categoría como "Otros", para los casos en que los agentes aparecen de forma neutra, o para los casos en que no se hace una referencia a ninguna de las 3 categorías definidas (sobre todo en el caso de los y las deportistas).

A continuación explicaremos las recodificaciones principales:

Orden o importancia de la noticia: hemos agrupado las diferentes noticias en función del orden de aparición en los informativos. De esa forma, las primeras cinco noticias las hemos recodificado en la categoría de noticias preferentes. En cambio, las noticias que aparecen entre el sexto y el décimo lugar, las hemos clasificado como noticias secundarias. Todas la restantes noticias, excepto la última, la hemos recodificado en la categoría de bloque principal, y finalmente las noticias que cierran los informativos, han sido recodificadas como última noticia.

1.4.- RESUMEN DEL ESTUDIO

• ORGANIZACIÓN DE LAS NOTICIAS

- En los informativos de EITB el Deporte es el tema que más se trata, tanto por cantidad de noticias (29,7%) como por el tiempo que se les dedica (33,1%).

- Los temas de economía se presentan en quinto lugar en los informativos, correspondiéndoles el 9,4% del total de noticias.

• BLOQUE TEMÁTICO

- Siendo el deporte el tema que se trata de manera preferente, en función de las categorías, puede verse que el fútbol es la temática que más se ofrece (13,4%). Por el contrario, "Ayudas sociales" (0,8%), "Indicadores socioeconómicos" (0,8%) o "Servicios Sociales" (0,9%) tienen una presencia muy escasa.

- Si nos fijamos en los temas que se ofrecen en la sección de economía, puede verse que los que tienen una mayor presencia son las iniciativas económicas (21%). Los acontecimientos sociolaborales constituyen el 14,0% y los relacionados con la crisis económica el 12,0%.

- Las noticias sobre "Servicios Sociales", "Salud" y "Ciencia y Tecnología" son el 3,0% del total de temas.

- Aunque el 9,4% de las noticias que se ofrecen en los informativos de EITB se ubican en la sección de economía, los que tienen perspectiva socioeconómica son el 13,3%. Por lo tanto, puede concluirse que la perspectiva socioeconómica no se integra totalmente en la sección de Economía.

• TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN SOCIECONÓMICO

- En lo referente a los sujetos, el 46,6% de los personajes que aparecen pertenece a la clase institucional. Las y los representantes o miembros de la clase obrera constituyen el 20,4% de las apariciones, y los de la clase empresarial el 6,7%. Los clasificados en el apartado "Otros" constituyen el 26,1% de las apariciones.

- En lo que respecta al tiempo dedicado a las y los sujetos puede observarse una tendencia similar: un 47,1% del tiempo se dedica a la clase institucional, un 18,5% a la clase trabajadora y un 8,2% a la clase empresarial. A los clasificados en "Otros" corresponde el 26,2%.

- Por otra parte, la clase institucional es la que tiene una mayor presencia en las secciones de Política (83,4%), Economía (48,9%), Internacional (50,7%) y Cultura (72%).

- En lo referente al modo de aparición, el 80,9% de las apariciones de la clase empresarial se produce mediante cortes. Por lo tanto, cuando los empresarios son protagonistas es su voz lo que se escucha.

- En cuanto a la función de los sujetos, la clase empresarial y la clase institucional cumplen el papel de portavoces en el 44,4% y 62,1% de los casos, respectivamente. En el caso de la clase trabajadora, cumple ese papel en el 19,6% de los casos.

- El análisis de **estereotipos** nos muestra que se refuerza la imagen de perspectiva colectiva de la clase empresarial (60,0%).

También en lo que respecta a la clase institucional, los datos revelan que se refuerza la perspectiva colectiva en un 67,7% de los casos.

En el caso de la clase trabajadora, los estereotipos reflejan la variante crítica (38,1%) y sufridora (35,7%).

- Los estereotipos visuales nos muestran unos datos similares.

- Los **valores** que nos presentan las noticias reflejan sobre todo la competitividad (18,8%) y la confrontación (14,6%).

¿Cumple el grupo público de comunicación EITB su labor informativa como servicio público



• TEMAS ESPECÍFICOS**CRISIS ECONÓMICA**

- Al presentar datos sobre la crisis económica, cuando se ofrecen datos económicos se hace en función del PIB.

No se ofrecen datos sobre la distribución en función de las clases o niveles sociales.

EREs

- En la observación realizada, hemos extraído la conclusión de que las noticias sobre Expedientes de Regulación de Empleo se presentan como casos aislados.

- Observando el tratamiento de las razones de la aplicación de los expedientes, en la mayoría de los casos se nos expresa que responden a la propia lógica de mercado.

DESEMPLEO

- Las noticias que tratan el desempleo le dan un tratamiento estadístico.

- También en lo referente a las razones o factores principales, en la mayoría de los casos se nos dice que el desempleo es consecuencia de la crisis económica.

ACCIDENTES LABORALES

- Los accidentes laborales que se mencionan en los informativos se ofrecen como noticias aisladas.

- En lo referente a la importancia que se da a la trascendencia pública que tienen estos sucesos, en la mitad de los casos (50,0%) se busca el efecto del suceso.

En la mitad de los casos (50,0%), se ofrecen las reacciones de sindicatos o personas trabajadoras, y en la otra mitad (50,0%) las de las instituciones políticas.

2. - CONCLUSIONES DEL SINDICATO LAB

De los resultados del estudio de AZTIKER sobre el tratamiento de la información socioeconómica y la representación y protagonismo de las clases sociales en los informativos del grupo EITB, como en las partes anteriores del estudio, destacamos cinco conclusiones que se desarrollan seguidamente.

Las conclusiones son:

- 1.- La información referida al ámbito socio-económico ocupa un escaso 7,4% del tiempo informativo, donde se ocultan las diferencias sociales y la contradicción de intereses de clase.**
- 2.- Representación estereotipada favorable a la clase empresarial asociada al bien colectivo frente a una visión negativa y victimizadora de la clase trabajadora.**
- 3.- Se da poca información sobre los accidentes laborales, se presentan como sucesos aislados y en el 85% se informa de éstos como fruto del infortunio.**
- 4.- El actual contexto de crisis se presenta como un fenómeno económico, con causas ajenas y exteriores a la acción empresarial e institucional y por lo tanto sin responsabilidades ni críticas definidas.**
- 5.- Los valores que se transmiten inciden en reforzar el individualismo frente a lo colectivo contribuyendo así al mantenimiento y aceptación de la ideología dominante.**

1.- La información referida al ámbito socio-económico ocupa un escaso 7,4% del tiempo informativo, y se ocultan las diferencias sociales y la contradicción de intereses de clase.

En la primera parte del estudio ya pusimos de manifiesto que la información deportiva es el espacio al que más tiempo (33%) y noticias (29,7%) dedican los informativos de EITB, donde además un 45% es fútbol. De esta forma, también criticamos que la apuesta informativa del grupo público vasco de comunicación es tenernos entretenidos y entretenidas. Resulta significativo que en el contexto socioeconómico actual el deporte (como se ha dicho, mayormente fútbol) ocupe casi tanto tiempo como la política, economía e información internacional juntas. En los informativos del grupo EITB se dedican más noticias al fútbol (13,5%) que a las noticias relacionadas con el ámbito sociolaboral (2,7%), crisis económica (1,3%), servicios sociales (0,9%), accidentes laborales (0,8%) y desempleo (0,6%) juntos.

Los sujetos que aparecen en la información económica son: 48,9% personas pertenecientes al ámbito institucional, 30,1% personas pertenecientes a la clase trabajadora, y 21,1% a la clase empresarial. Queda en evidencia el importante protagonismo que el grupo EITB otorga en sus informativos al ámbito institucional tanto de forma general como en la información económica, el doble del que se otorga a las y los trabajadores. De esta forma la información dedicada

¿Cumple el grupo público de comunicación EITB su labor informativa como servicio público



a la economía consiste fundamentalmente en propaganda del “buen hacer institucional y empresarial” volcados en el bien común, con datos macroeconómicos “incontestables” elevados a la categoría de tótem. La economía va bien si el PIB y los beneficios de la bolsa crecen.

En cuanto a la distribución del número de apariciones y tiempo total en los informativos: 46,8% de noticias y 47,1% del tiempo se otorga al ámbito institucional; 20,4% de noticias y 18,5% del tiempo a trabajadores y trabajadoras; 6,7% de noticias y 8,2% del tiempo al empresariado, y 26,1% de noticias y 26,2% del tiempo a personas no identificadas en ninguna de las categorías anteriores.

Otro dato relevante a tener en cuenta es que el empresariado aparece en los informativos con voz propia (mediante corte, sin intermediación) en el 80,9%, el ámbito institucional en un 60,4% y las y los trabajadores en un 59,7%.

De la información económica que se ofrece, el 21% se corresponde con actividades económicas en general (mercados y otras actividades) frente al 14% dedicado a noticias sociolaborales (incluida la referente a sindicatos), 12% a la crisis económica, 6% al desempleo, 2% a los accidentes laborales, 2% a la vivienda y 1% a los EREs.

2.- Representación estereotipada favorable a la clase empresarial asociada al bien colectivo frente a una visión negativa y victimizadora de la clase trabajadora.

Como ya pusimos de manifiesto en el análisis desde la perspectiva de género, la representación estereotipada, en este caso de la clase empresarial, clase trabajadora y representantes institucionales en los medios de comunicación, contribuye a perpetuar estructuras de dominación e impide visualizar nuevos modelos o relaciones de poder. Según Robyn Quin², sirven para proteger los intereses de un grupo en detrimento de otros; por lo general, los estereotipos se aplican a grupos que luchan por el poder, por su reconocimiento social o por sus reivindicaciones como es, en este caso, la clase trabajadora.

Con una representación estereotipada en los informativos de EITB se adjudica el papel de representantes del interés colectivo al ámbito institucional y empresarial y el papel de lo individual en la representación de las y los trabajadores.

Así, en los informativos, la clase empresarial aparece en el 60% de las ocasiones relacionada con el bien colectivo y el ámbito institucional, en el 67,6% de las ocasiones.

Las personas del ámbito institucional y las pertenecientes a la clase empresarial aparecen como portavoces en un 62,1% y 44,4%, respectivamente. En el 28% la clase empresarial aparece como emprendedora.

En la otra cara de la moneda nos encontramos con que las personas integrantes de la clase trabajadora aparecen en los informativos, en el 38,15% de las ocasiones, como personas crít-

² Autor del texto “Representación y estereotipos” perteneciente al libro “La revolución de los medios audiovisuales”.

icadoras, en el 35,7%, como personas sufridoras, en el 9,5%, como personas perdedoras y en el 7,1% como víctimas. Además, aparecen como portavoces en un 19,6%, pero sobre todo son representados informativamente contando su experiencia personal/individual en un 69,5%. Estos estereotipos se ven reforzados mediante las imágenes que se ofrecen.

El estereotipo y las relaciones de poder que subyacen resultan evidentes: Las trabajadoras y trabajadores, individuos perdedores sujetos al infortunio (accidentes laborales, EREs...) en contraposición con quienes tienen el poder: empresarios e instituciones, que lo ejercen desde la responsabilidad y el interés colectivo.

3.- Se da poca información sobre los accidentes laborales, se presentan como sucesos aislados y en el 85% se informa de estos como fruto de la mala suerte.

Como afirma Jukka Takala, Director de la Agencia Europea para la Seguridad y la Salud en el Trabajo, "no hay grandes titulares por las muertes por el trabajo. Es más fácil escandalizarse por un accidente de avión". Según sus últimos datos, en la UE mueren al año 168.000 personas por accidentes laborales y enfermedades relacionadas con el trabajo, y se queja de que la gravedad del tema no tiene su reflejo en los medios de comunicación. Según este experto, "este alto número de fallecidos corresponde a 509 aviones de 330 pasajeros, es decir, casi un accidente de grandes consecuencias por cada día, pero las muertes relacionadas con el trabajo son un goteo y en diferentes países pasa desapercibido para la atención pública".

Los informativos del grupo EITB no son una excepción y del total de noticias que se ofrecen en la sección de socioeconomía solo el 2% es información relativa a accidentes laborales. Además, en el 85,7% de las ocasiones se presentan como producto de la mala suerte y sólo en un 14,3% se informa del accidente de trabajo unido a las condiciones de trabajo de la persona accidentada.

En la Ley de Prevención de Riesgos Laborales se señala al empresario como el responsable de la siniestralidad en su centro de trabajo. Ahora bien, en la información que transmite EITB en sus informativos en torno a las posibles responsabilidades, solo aparece el empresario como responsable en el 12,5% de las ocasiones, en el 50% se dice que es fortuito y en el 37,5% se evita hablar de responsabilidad alguna.

Otro dato llamativo es que los empresarios nunca aparecen mostrando su reacción y/o posición ante los accidentes laborales, la posición empresarial no forma parte de la información sobre el accidente laboral ocurrido. Así, en la información frente al siniestro laboral, el 50% de las reacciones son de los sindicatos para denunciar las condiciones de trabajo como causa y el otro 50%, de las instituciones que dicen que van a investigar.

Esta forma de informar viene a reforzar el ocultamiento de las responsabilidades de la clase empresarial frente a los accidentes laborales en cuanto una de las consecuencias más graves de unas relaciones laborales cada vez más precarias.

¿Cumple el grupo público de comunicación EITB su labor informativa como servicio público



4.- El actual contexto de crisis se presenta como un fenómeno económico, con causas ajenas y exteriores a la acción empresarial e institucional y, por lo tanto, sin responsabilidades ni críticas definidas.

El dato que se ofrece como significativo para valorar la situación de crisis se limita al PIB en el 72,7% y solo en el 18,2% se informa sobre el reparto del mismo.

La crítica respecto a la crisis es inexistente. No hay responsables conocidos, tiene causas ajenas y exteriores a la acción empresarial e institucional y no requiere explicación ni relación con intereses en conflicto, el reparto de la riqueza etc. Por ello, destacar el escaso protagonismo de la clase empresarial en las noticias relacionadas con la crisis, el 9% frente al 36% de las y los trabajadores, y el 55% del ámbito institucional.

Los EREs se presentan de manera aislada y como parte de la lógica del mercado. Así, en el 50% se informa de los EREs como consecuencia de la crisis, y en el otro 50% por necesidad de la actividad empresarial. La información sobre el desempleo en el 100% es estadística, que varía en función del mercado y de la crisis. No hay más información ni responsabilidades.

Por lo tanto, tenemos que en la información que sobre la crisis ofrecen los informativos del grupo EITB se desconectan las decisiones que en el ámbito económico y político se adoptan de las consecuencias sociales que éstas generan. Para ello, se obvia la dimensión social de los procesos económicos. Se informa de indicadores macroeconómicos. Se anteponen datos y estadísticas a las personas y se ocultan con ello los efectos concretos específicos. Se da la información de forma aislada y circunstancial. Esto obedece a una concepción "tecnicista" y mercantilista de la economía ajena en su funcionamiento a los objetivos de conseguir niveles de bienestar social colectivo e individual.

Hay quien habla como técnica de manipulación informativa de las "noticias puzzle", es decir, información que se dispersa y fragmenta de los diferentes aspectos y causas/consecuencias de un hecho, de forma que se dificulta o impide la visión del conjunto y los efectos que se derivan de él. La fragmentación se puede hacer en el tiempo (emitiendo en diferentes tiempos) y/o en el espacio (repartiendo entre las distintas secciones de los informativos los aspectos económicos, sociales, internacionales...) desvinculando así el acontecimiento de su contexto actual.

De esta forma, la información económica se reviste de un carácter técnico, y las importantes consecuencias sociales de las mismas se descontextualizan, porque se omiten, o porque se informa sin conexión con la misma.

Por ello, para medir en el estudio el espacio dedicado en los informativos de EITB a la información socioeconómica, se ha tomado en consideración la totalidad de noticias, es decir, se han buscado más allá del espacio dedicado a economía, y el resultado es que solo en un 13,3% se ofrece información socioeconómica. De esta información socioeconómica, tenemos que en un 73,9% se sitúa en economía, 12% en política, 9,2% en internacional y un 3,5% en sociedad.

5.- Los valores que se transmiten inciden en reforzar el individualismo frente a lo colectivo contribuyendo así al mantenimiento y aceptación de la ideología dominante.

Como expresan Noam Chomsky y Edwards S. Herman en el libro "Los guardianes de la libertad" la función de los medios de comunicación de masas es "divertir, entretener e informar, así como inculcar a los individuos los valores, creencias y códigos de comportamiento que les harán integrarse en las estructuras institucionales de la sociedad. En un mundo en el que la riqueza está concentrada y en el que existen grandes conflictos de intereses de clase, el cumplimiento de tal papel requiere una propaganda sistemática".

En la información económica que emite EITB los valores que fundamentalmente se refuerzan son la competitividad en el 18,8%, la confrontación en el 14,6% y la privatización en el 12,5%.

Si comparamos los valores que se transmiten y los catalogamos desde su vertiente individual o colectiva tenemos que los valores de carácter individualista representan el 62,6% frente a los de carácter colectivo que representan el 25,5%

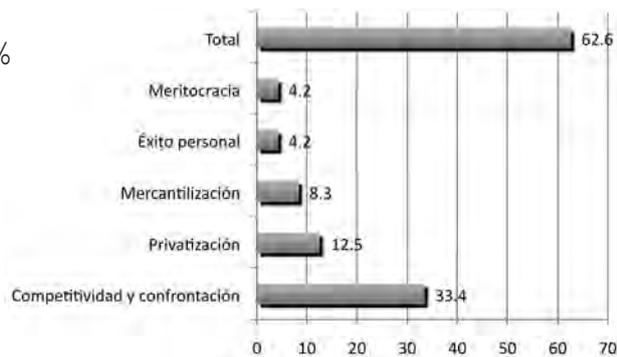
¿Cumple el grupo público de comunicación EITB su labor informativa como servicio público



Valores individuales

- Competitividad y Confrontación 33,4%
- Privatización 12,5%
- Mercantilización 8,3%
- Éxito personal 4,2%
- Meritocracia 4,2%

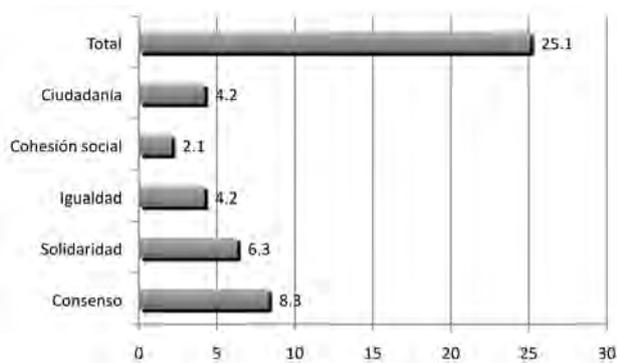
Total 62,6%



Valores colectivos

- Consenso 8,3%
- Solidaridad 6,3%
- Igualdad 4,2%
- Cohesión social 2,1%
- Ciudadanía 4,2%

Total 25,1%



También tenemos que los valores correspondiente a los intereses empresariales, como la privatización y mercantilización, suponen el 20,8% frente a los valores de interés social como la solidaridad, la igualdad y la cohesión social, que suponen un escaso 12,6%.

