

## Los usuarios de los medios digitales ante los escándalos de corrupción: El caso del juicio de Francisco Camps

Tesis doctoral de Vicente Fenoll

Carolina Moreno Castro

[Carolina.Moreno@uv.es](mailto:Carolina.Moreno@uv.es)

Universitat de València

# TESIS

Sin duda estamos ante una investigación que presenta unos resultados de gran interés tanto por el método de trabajo como por las aportaciones finales del estudio. Para abordar la investigación, el autor propone tres objetivos esenciales. Con el primero de ellos, trata de comprobar hasta qué punto la información de los medios digitales influye en los comentarios de los usuarios. Para llevar a cabo este objetivo, desarrolla una metodología en la que combina el análisis de contenido cuantitativo de texto asistido por computadora con un posterior análisis de corpus lingüístico. Con el segundo objetivo, desea profundizar en la reacción de la audiencia ante los escándalos de corrupción política, para averiguar si existen elementos, aparte de los estrictamente judiciales, que determinen su actitud ante ellos. Sostiene la hipótesis de que la respuesta de los usuarios ante los escándalos de corrupción está condicionada por su filiación política y que, de forma generalizada, esta circunstancia tiene más peso en la actitud manifestada por muchos comentaristas, que la sentencia del tribunal. El tercer objetivo de la investigación se fundamenta en descubrir qué características tienen los usuarios que intervienen en el sistema de comentarios y qué elementos desencadenan una mayor participación. Es decir, responder a la pregunta: ¿qué motiva a la audiencia a participar? Sin duda, unos objetivos de partida que configuran un planteamiento excepcional para el desarrollo de la aportación. Además, formula dieciocho preguntas para responder a lo largo de todo el texto, que ayudan al lector a estructurar el contenido, como si fueran pistas, repartidas a lo largo del estudio.

Es muy destacable el apartado metodológico. Fenoll diseña el artefacto para abordar una investigación comparada, que combina distintos métodos de recogida de datos, con los que alcanzar los objetivos planteados para el estudio, respondiendo a las dieciocho preguntas formuladas desde el inicio. Para ello, utiliza una doble metodología. Por una parte, el análisis de contenido cuantitativo. Analiza 1051 noticias sobre Camps, en Cibermedios (El País, El Mundo, Las Provincias y El Levante), en seis meses para radiografiar, mediante programas de análisis automatizado de texto, los encuadres y los protagonistas presentes en las noticias. Concluye que existe una preponderancia de los encuadres neutrales.

Por otra parte, realiza un análisis de contenido cualitativo de los comentarios de los usuarios para averiguar qué actitud mantienen ante Camps, la corrupción y el resto de las variables, según el diario digital en el que participen. Al recoger muestras antes y después del veredicto, dispone de una variable temporal en el corpus con la que poder observar si se produce un cambio de opinión en la audiencia. Realiza asimismo un análisis de contenido cualitativo de los comentarios (3065, recogidos antes y después del veredicto), para averiguar qué elementos caracterizan a los usuarios más activos en los foros y qué elementos desencadenan la participación. Bajo mi punto de vista, uno de los grandes aciertos esta tesis doctoral, es la propuesta del estudio de las emociones de los usuarios cuando son proactivos ante la información. Fenoll lo aborda con el modelo de Ortony, Clore y Collins (1996), en el que se registran hasta veintidós emociones, once positivas y once negativas. Así, nos presenta una serie de nubes de palabras donde se visualizan las correlaciones más significativas entre las emociones que presentan los usuarios, a través del análisis de sus comentarios.

Una investigación de minería de datos, que conlleva un gran trabajo de campo, y que presenta una forma original para el estudio de los usuarios, lectores o no de las noticias digitales, pero dispuestos a vincular sus opiniones y/o emociones de forma pública.