

LA POLÉMICA DE RYANAIR EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESPAÑOLES. ANÁLISIS DE CONTENIDOS DEL VERANO DE 2012

María del Pilar Domínguez-Palacios Conejo

Departamento de Periodismo II

Universidad de Sevilla

pildomcon@gmail.com

Resumen

La polémica generada en la sociedad a raíz de la difusión masiva de mensajes negativos por parte de los medios de comunicación sobre incidentes protagonizados por la compañía aérea, Ryanair durante el verano de 2012 nos motivó a llevar a cabo esta investigación. Utilizando la técnica del análisis de contenido tanto cuantitativo como cualitativo (mediante una ficha de análisis) de las informaciones y de la publicidad pretendíamos demostrar que cada diario favorecía o perjudicaba a una compañía distinta en función de unos intereses concretos. Finalmente pudimos constatar que en ambos diarios se hacía patente la antipatía hacia la irlandesa, ya que sólo trataban informaciones relacionadas con despresurizaciones de cabina, aterrizajes de emergencia así como críticas provenientes de otros grupos (del mundo de la política, de la aeronáutica, etc.) hacia ella. Asimismo, y en sintonía con esa animadversión hacia la compañía de bajo coste, los periodistas de ambos diarios no se esforzaron totalmente por realizar una labor correcta de contraste de fuentes diversas y fiables sobre los hechos en los que Ryanair se vio envuelta durante esa época sino que más bien apelaban a la generalidad y al rumor, en comparación con el tratamiento que se le dio a otras compañías como Iberia.

Palabras clave

Ryanair, compañías aéreas, low cost, verano 2012, análisis de contenido.

1. INTRODUCCIÓN

Como sabemos, en la sociedad actual, los medios de comunicación llevan a cabo una labor muy importante. Son los encargados, por un lado, de divulgar una realidad imposible de conocer para los ciudadanos por sí mismos y, por otro, influir en la opinión pública de manera decisiva. De esta forma, los medios no sólo construyen realidades sino que también influyen decisivamente en el comportamiento de las personas a través de las realidades que construyen.

A estas alturas del siglo XXI, ya está demostrado que los medios de comunicación son ante todo empresas, que con sus contenidos buscan beneficiarse en términos económicos pero, como hemos dicho, las empresas mediáticas también actúan como catalizadores de la opinión pública, ya que en última instancia su objetivo es dar una buena imagen de las instituciones que las respaldan económicamente. De esta forma, los medios pretenden perpetuar una estructura de poder mediante el refuerzo del sistema de valores establecido (Reig, 2004).

El mundo mediático se ha vuelto un plato muy suculento para los poderes empresariales y políticos. Tanto es así que, hoy en día, grupos ajenos al mundo de la información y la comunicación como El Corte Inglés o entidades financieras como Caja Madrid mantienen vínculos accionariales con los grandes grupos mediáticos del país. Este interés tan repentino de estos grupos empresariales por diversificarse es una estrategia para ampliar su dominación a escala internacional debido a la transnacionalización que caracteriza a las empresas comunicativas.

2. OBJETIVO

Nuestro objetivo principal en este trabajo de investigación era abordar la cobertura informativa y publicitaria que realizaron los diarios españoles *El País* y *Abc de Sevilla* durante los meses de julio, agosto y septiembre de 2012 sobre las compañías aéreas en general a raíz de la difusión masiva de mensajes mediáticos sobre los incidentes aéreos protagonizados por Ryanair durante el verano de 2012. De esta forma, mediante un análisis aproximativo de la imagen que ofrecieron ambos diarios de las compañías aéreas en general pretendíamos interpretar esos elementos impresos e interrelacionarlos junto con los paratextuales con el fin de determinar el tipo de información que predominaba y encontrar una explicación al por qué se dieron unas determinadas informaciones y no otras.

3. HIPÓTESIS

Como hipótesis partíamos del convencimiento inicial de que ambas cabeceras publicaron masivamente y ocultaron o manipularon deliberadamente determinados mensajes a favor o en contra dependiendo de la compañía aérea involucrada en el acontecimiento noticioso. El análisis de la publicidad vendría a reforzar nuestra hipótesis.

4. METODOLOGÍA

En nuestra investigación optamos por llevar a cabo un análisis cualitativo y cuantitativo, crítico y holístico, es decir, teniendo en cuenta todos los factores que intervienen en la interpretación del mensaje periodístico y publicitario. El enfoque estructural, como lo llama Ramón Reig, donde cada uno de los elementos tiene un sentido dentro del sistema.

Para ello, elegimos como herramientas de análisis los diarios *El País* y *el Abc de Sevilla*, dos prestigiosos diarios de tirada nacional con ideologías distintas. Una vez recopilada y seleccionada la muestra, el análisis de contenido de este trabajo parte de una lectura exhaustiva e interpretativa y de la realización de una ficha de análisis bastante completa que utilizamos para el posterior análisis cualitativo de las informaciones. Asimismo, también llevamos a cabo un análisis cuantitativo de las informaciones y de la publicidad.

5. ANÁLISIS CUALITATIVO Y CUANTITATIVO

Como podemos ver en el gráfico 1, el número de noticias que hemos recopilado y seleccionado expresamente para nuestro análisis entre los diarios *El País* y *Abc de Sevilla* suman un total de 81 (43 en *El País* y 38 en *Abc de Sevilla*).



Gráfico 1. Informaciones en *El País* y *Abc de Sevilla*. Elaboración propia, 2013.

En cuanto a la publicidad, en el siguiente gráfico podemos observar que sucede justo lo contrario, es decir, de un total de 76 módulos publicitarios, en este caso *El País* cuenta con 36 y *Abc de Sevilla* con 40.



Gráfico 2. Módulos publicitarios en *El País* y *Abc de Sevilla*. Elaboración propia, 2013.

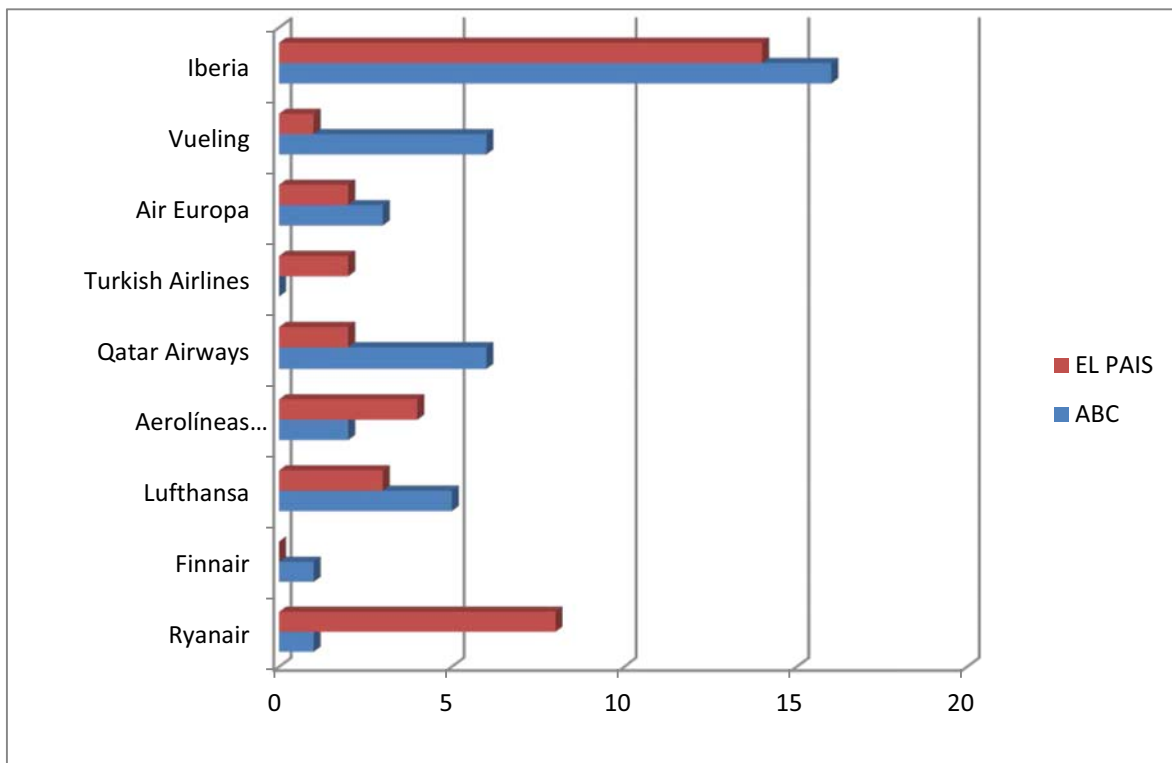


Gráfico 3. Comparativa de menciones en publicidad por compañía en *El País* y *Abc de Sevilla*. Elaboración propia, 2013.

Según se desprende del gráfico 3, Iberia es la compañía que predomina en cuanto a espacios publicitarios se refiere tanto en *El País* como en *Abc de Sevilla*, con 14 y 16 módulos respectivamente. La segunda compañía que más aparece es Ryanair con 8 apariciones en *El País* y 1 en *Abc*. Vueling y Qatar Airways tienen casi la misma frecuencia de aparición, ambos cuentan con 6 módulos en *Abc* y con 1 y 2 módulos, respectivamente en *El País*. El resto de compañías tienen una frecuencia de aparición inferior a 5.

En cuanto a su situación, Iberia es la única que suele ocupar un lugar en las portadas de ambos diarios: en *Abc* aparece 6 veces en comparación con las 5 del *El País*.

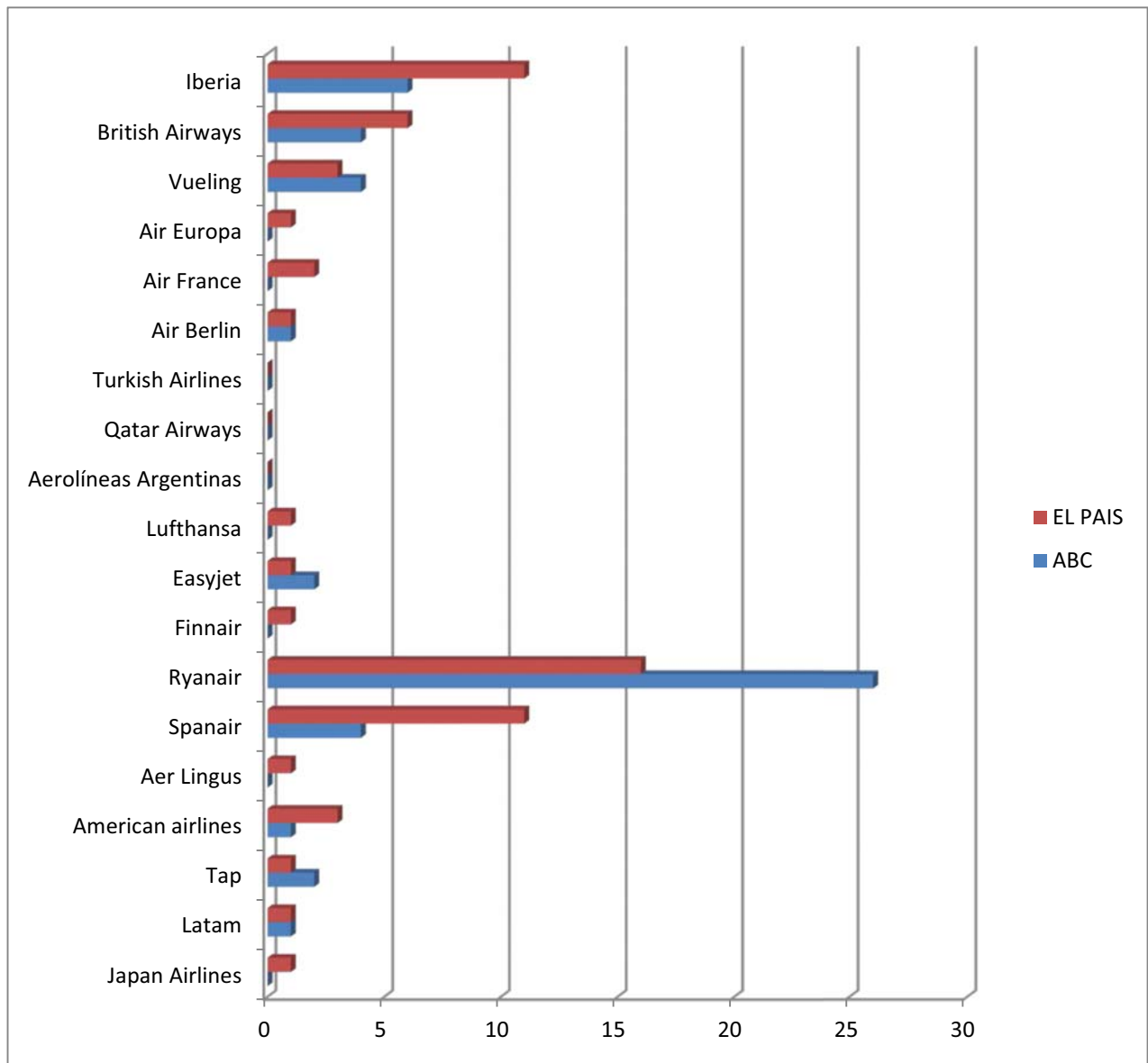


Gráfico 4. Comparativa de menciones en noticias por compañía en *El País* y *Abc de Sevilla*. Elaboración propia, 2013.

A diferencia del gráfico anterior, en este caso las compañías que más titulares³¹⁹ ocupan son Ryanair (situándose a la cabeza con un total de 26 noticias en *Abc* y 16 en *El País*) e Iberia (con 6 menciones en *Abc* y 11 en *El País*). Esas 11 menciones de Iberia en *El País* son lógicas debido a que el grupo Prisa (propietaria de este diario) mantiene indirectamente vínculos accionariales con Iberia a través de sus accionistas El Corte Inglés y Caja Madrid. Por debajo de estas dos, se encuentran las compañías Spanair, British Airways y Vueling que, aunque no son nombradas en exceso, sus resultados oscilan entre 4 y 11 menciones. El resto de compañías apenas son nombradas situándose entre 0 y 3.

En relación con la temática, en nuestro análisis analizamos las compañías: Ryanair, Iberia, IAG y British Airways, Vueling, Spanair y otras compañías como son Latam, Easyjet, Lufthansa o Air France. En cualquier caso, a continuación vamos a exponer los resultados obtenidos únicamente de la compañía que nos compete que es Ryanair.

RYANAIR

Ryanair, aparte de ser conocida en su vertiente positiva por ser líder en vuelos low cost, también es conocida por sus polémicos incidentes relacionados con aterrizajes de emergencia y despresurizaciones de cabina derivados de la política de ahorro que lleva a cabo la compañía.

De todos los aterrizajes de emergencia protagonizados por Ryanair (19 en *Abc* y 11 en *El País*), con el que nos hemos encontrado en mayor medida durante nuestro análisis ha tenido que ver con los tres aterrizajes de emergencia del 26 de julio en Valencia con 10 noticias en *Abc de Sevilla* y 8 en *El País*. Sobre el tema de aterrizajes forzosos por despresurizaciones de cabina tenemos sólo 3 noticias en *Abc* y el producido por plaga de chinches, 2 en *Abc* y 2 en *El País*.

Los elogios hacia la compañía proceden, aparte de las autoridades irlandesas, del defensor acérrimo de la misma, su presidente Michael O'Leary cuyo enfrentamiento

³¹⁹ En el gráfico 4 sólo incluimos en el recuento las compañías que protagonizan los acontecimientos, que aparecen directamente en titulares. En el desglose de compañías que aparece a continuación decidimos incluir en el recuento las compañías que aparecen simultáneamente en una misma noticia.

con Fomento se remonta a la investigación llevada a cabo por la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (Aesa), organismo dependiente del Ministerio de Fomento, a raíz de los tres aterrizajes de emergencia acaecidos en Valencia el 26 de julio de 2012.

Por otro lado, las críticas (17 en el *Abc* y 12 en *El País*) hacia la compañía son constantes y proceden de la ministra de Fomento, Ana Pastor, así como de otros colectivos aéreos, tanto españoles (Sepia, Aprocta, Aesa o Aena) como extranjeros, debido a aspectos como la falta de seguridad en sus aviones o la presión a sus pilotos para ahorrar combustible.

Palabras como seguridad aérea, ahorro, falta de combustible o aterrizajes de emergencia han sido habituales durante nuestro análisis.

Con “otros” nos referimos a temas que no han aparecido con frecuencia durante nuestro análisis pero que igualmente merecen ser nombrados como la prohibición a embarcar por parte de la compañía a un menor que no llevaba el DNI o la cancelación de rutas por parte de la compañía irlandesa debido al incremento de las tasas aeroportuarias.

Sección: las noticias sobre Ryanair se repiten sobre todo en la sección de Economía de ambos diarios (11 en *El País* y 14 en *Abc*).

Autoría: tanto en *El País* como en *Abc* hay un predominio de noticias con firma aunque en el primero también encontramos informaciones procedentes de agencias y en el segundo, sin autoría.

Fotografías: destacan aquellas donde aparece el presidente de la compañía, Michael O’Leary con 5 apariciones en *El País* y 7 en *Abc*.

Fuentes de información: *Abc* abusa de fuentes de dudosa credibilidad cuando escribe sobre noticias protagonizadas por Ryanair y, sin embargo, no se comporta de la misma forma cuando se trata de Iberia. Por su parte, *El País*, aunque en menor medida, también introduce alguna que otra fuente de dudosa procedencia.

6. RESULTADOS

En lo que al contenido se refiere, encontramos que de un total de 81 informaciones, podemos observar que la compañía más destacada en ambos periódicos es la irlandesa Ryanair como veremos a continuación:

1. Ryanair supera al resto de compañías con creces en lo que a informaciones negativas se refiere, sobre todo en el diario *Abc* que es de los dos diarios, el más crítico con ella, ya que de las 42 informaciones publicadas por *Abc* en las que se nombra directa o indirectamente a la compañía, 19 son sobre aterrizajes de emergencia y 17 sobre críticas vertidas hacia la compañía. Por su parte, *El País* publica 29 informaciones sobre Ryanair, de las cuales 11 corresponden a aterrizajes de emergencia y 12 sobre críticas vertidas a la compañía.
2. Es interesante resaltar el tema de las fuentes consultadas por ambos periódicos cuando tratan temas relacionados Ryanair, ya que en el caso de *Abc*, cuando tiene que elaborar una información sobre la compañía, abusa de fuentes no muy fiables mientras que en el caso de *El País* sucede al contrario, ya que apenas abusa de estas fuentes cuando tiene que escribir sobre ella.

En lo que se refiere a la publicidad...

3. Ryanair se coloca en segunda posición, tras Iberia, con 8 apariciones en *El País* y 1 en *Abc*.

7. CONCLUSIONES

- Durante la realización del análisis de este trabajo de investigación, nos hemos percatado de que hay mucha información oculta y sesgada intencionadamente por parte de ambos periódicos. Prueba de ello es que en *Abc* llama la atención la lluvia de críticas y malas noticias hacia Ryanair; mientras que *El País* es más moderado que su homólogo.
- Ryanair destaca en ambos diarios por temas relacionados con aterrizajes de emergencia, investigaciones abiertas y críticas por parte tanto del gobierno como de colectivos del sector aéreo.

- El tratamiento mediático que se le da a todo lo relacionado con un tema tan complejo y, a la vez, tan delicado como es la seguridad aérea requiere una delicada y rigurosa tarea del periodista. La importancia que tiene este tema en la sociedad es tal que el periodista debe estar suficientemente informado sobre el tema, contrastar la información debidamente y consultar a un gran número de fuentes diversas y fiables, tanto oficiales como oficiosas.

8. REFERENCIAS

BERICAT, EDUARDO (1998), *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social: significado y medida*. Barcelona: Ariel.

CASASÚS, JOSEP MARIA (1985), *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona: Editorial Mitre.

FESTINGER, L. Y KATZ, D. (1978), *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. Buenos Aires: Paidós.

HERMAN, EDWARD Y CHOMSKY, NOAM (1990), *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Crítica.

KRIPPENDORFF, KLAUS (1990), *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.

REIG, RAMÓN (2003), *Estructura y Mensaje en la Sociedad de la Información*. Sevilla: Mergablum.

REIG, RAMÓN (2011), *Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España*. Barcelona: Gedisa.

REIG, RAMÓN Y RUIZ ACOSTA, M^a JOSÉ (coordinadores) (1999), *Medios de comunicación y acontecimientos del siglo XX, Colección Ámbitos para la comunicación 3*. Sevilla: Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (Universidad de Sevilla).

MANCINAS CHÁVEZ, ROSALBA (2009), *La estructura de la información en México y el caso del Estado de Chihuahua: Prensa, radio, televisión e Internet*. Tesis Doctoral dirigida por el Dr. Ramón Reig, Universidad de Sevilla.

NOGALES BOCIO, ANTONIA ISABEL (2013), *Metodología empírico-periodística del análisis de contenido y su aplicación. Aproximación estructural a la cobertura de los atentados del 11-M a través de El País, El Mundo, Abc y La Razón*. Tesis dirigida por el Dr. Ramón Reig, Universidad de Sevilla.

REIG, RAMÓN (2010). Condicionantes estructurales del trabajo del periodista. Las causas de una sociedad desinformada. *Global Media Journal México*, 7 (14), 39-59. Consultado el 11 de marzo de 2013: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/687/68715085003.pdf>

Especial "Ryanair: al límite". Reportaje producido por el programa 'Equipo de Investigación' y emitido en La Sexta TV: http://www.lasexta.com/programas/equipo-investigacion/noticia/ryanair-limite_2013010500028.html Visionado el 20 de enero de 2013.

“España se entrega al ‘low cost’: Ryanair es ya la mayor compañía en un tercio de los aeropuertos” publicado en la versión web del diario económico *Expansión* el 13 de enero de 2012. <http://www.expansion.com/2012/01/13/empresas/transporte/1326474630.html> Consultado el 21 de enero de 2013

“Ryanair desbanca a Iberia como la mayor aerolínea de España en 2011” publicado en la versión web del diario *Expansión* el 12 de enero de 2012. <http://www.expansion.com/2012/01/11/empresas/transporte/1326300665.html> Consultado el 21 de enero de 2013

“Ryanair elimina un tercio de sus vuelos en Madrid y Barcelona por el alza de tasas” publicado en la versión web del diario *Expansión* el 20 de julio de 2012. <http://www.expansion.com/2012/07/20/empresas/transporte/1342771701.html> Consultado el 26 de diciembre de 2012

“Ryanair: cinco incidentes en menos de una semana” publicado en el diario *Abc.es* el 8 de septiembre de 2012. <http://www.abc.es/20120907/economia/abc-cronologia-incidentes-ryanair-201209072053.html> Consultado el 27 de diciembre de 2012

Página oficial de Ryanair: <http://www.ryanair.com/es/about> Consultado el 28 de febrero de 2013