

MÉTODOS Y TÉCNICAS DE ANÁLISIS Y REGISTRO PARA INVESTIGAR LA CALIDAD PERIODÍSTICA

Josep Lluís Gómez Mompart
Universitat de València
Josep.Ll.Gomez@uv.es

Dolors Palau Sampio
Universitat de València
Dolors.Palau@uv.es

Resumen

La comunicación expone los métodos más destacados y algunas técnicas de análisis adecuadas para registrar, investigar y, en algunos aspectos, medir la calidad del periodismo, a partir de los fundamentos teóricos y de los estudios empíricos o aplicados sobre prensa y televisión que, en los países democráticos de Europa y América, se han desarrollado según las diversas tradiciones periodísticas, preferentemente en las tres últimas décadas. La importancia de abordar teórica y metodológicamente este asunto radica en que el periodismo, en el marco de las sociedades abiertas y democráticas, es la práctica social institucionalizada más relevante dentro del campo de la comunicación. El trabajo parte de los resultados de una investigación sobre el estado del arte, llevada a cabo por los autores que la presentan y enriquecida en algún aspecto con algunas aportaciones de otros especialistas en este asunto. El desarrollo del tema se efectúa mediante el método histórico comparativo.

Palabras clave: metodología, calidad periodística, periodismo, técnicas de análisis, información.

1. Introducción

La necesidad de abordar la calidad periodística ha estado ligada, en general, a diferentes tradiciones metodológicas y objetivos de diversa índole. Si la investigación en el ámbito norteamericano ha tenido una orientación comercial, enmarcada en la búsqueda de beneficios económicos, la realizada en Alemania se ha desarrollado en torno al profesionalismo, aunque los países escandinavos fueron los pioneros en Europa, a partir de la noción de *informatividad*, una idea ligada a la cantidad de información y el espacio dedicado por un medio a un conjunto de hechos. La tercera línea, que tiene como motor principal algunos países latinoamericanos –sin olvidar ciertas investigaciones de España–, ha centrado su atención en la responsabilidad social y la calidad democrática, al concebir el periodismo como un bien público de cuyo buen y honesto funcionamiento depende el bienestar y el desarrollo democrático.

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

Mediante el método de análisis histórico comparativo, esta comunicación aborda las principales propuestas que se han planteado estudiar la calidad periodística, desde registros que presentan evidencias de aspectos positivos de acuerdo a qué es y cómo debe ser el periodismo en una sociedad democrática hasta las metodologías y técnicas que analizan cuál es el periodismo que se ejerce en relación con las empresas informativas, el producto periodístico a partir de la práctica profesional, institucionalizada y con unas pautas determinadas, y finalmente el entorno donde se desarrolla esta importante actividad social o la percepción del periodismo por parte de la ciudadanía. El objetivo último de esta comunicación, por tanto, no es elegir cuál es la metodología más apropiada sino mostrar los pros y contras de las más significativas, señalando las contradicciones que a menudo presentan unas y otras, dada la dificultad de definir categóricamente el concepto de calidad en relación con el periodismo.

2. Contexto de los métodos

Las propuestas que en las últimas décadas se han hecho servir con el fin de evaluar la calidad periodística en Europa y América parten del periodismo entendido ya como una práctica social institucionalizada moderna, circunscrita a sistemas políticos democráticos. Precisamente por el papel relevante que el periodismo juega dentro del campo de la comunicación y su relación con la esfera política y su repercusión sobre la opinión pública, conocer en qué medida y de qué manera la información pública cumple con los requisitos que se le presuponen válidos y necesarios en una sociedad avanzada ha llevado a investigadores y organismos que velan por sus buenas prácticas a establecer métodos cualitativos de análisis, pero para algunos aspectos también cuantitativos.

De todos modos, alcanzar el rigor científico obligatorio no ha sido ni es fácil, porque es complejo establecer qué se entiende por calidad periodística de manera relativamente universal. Insistamos en que la conceptualización de esa legítima pretensión la situamos en países democráticos con un cierto desarrollo socioeconómico y con un mínimo grado de bienestar, y que en líneas generales son sistemas y estructuras comunicativas que suelen respetar los principios de democracia y pluralidad. No obstante, en diversas ocasiones y particularmente en países latinoamericanos y del Sur de Europa ese respeto no siempre se produce y, en consecuencia, se vulneran los fundamentos de la información provocando un periodismo no sólo de escasa calidad sino que infringe la ética y deontología profesional.

2.1 Teorías y disciplinas

Los métodos (de registro, análisis y evaluación) sobre los que vamos a tratar parten en su mayoría de las teorías del *gatekeeping* y *newsmaking*. Por un lado, porque contemplan al profesional del periodismo como un guardián que debe velar por el buen periodismo, dado que el derecho a recibir una información veraz es un derecho fundamental de los ciudadanos en las sociedades abiertas y cuya responsabilidad

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

delegada recae en el periodista y, por supuesto, también en los patronos de los medios informativos. Y, por otro, porque la producción informativa debe responder a unos criterios de noticiabilidad basados en unos valores razonables de interés público, cuya fiabilidad entre el hecho y su relato debe ajustarse a unos principios básicos de veracidad, comprobación, contraste y honestidad. A menudo, esos elementos básicos de la noticia se homologan a una hipotética objetividad, casi siempre denostada, dado que la teoría del espejo de finales del siglo XIX –según la cual las noticias podían reflejar fielmente los hechos– no es cierta y su ideal raramente se cumple.

El desarrollo a lo largo del siglo pasado de diversas teorías que escrutaban la función y el sentido de la información, de cuanto compone y supone el denominado campo periodístico y el *habitus* (práctica) profesional según Pierre Bourdieu, evidenciaron las dificultades de establecer métodos para medir la calidad periodística. No obstante, las teorías que desentrañan los intereses y la organización de las empresas de medios de información, muestran los inconvenientes de las rutinas productivas o indagan en la cultura profesional, revelan la hegemonía de los definidores primarios, evidencian la instrumentalización de los contenidos o inspeccionan la estructura comunicativa ofrecen interesantes pistas para anotar y después estudiar aspectos cruciales del quehacer periodístico, así como sugerir indicios del signo –e, incluso, en algunos casos el porcentaje– de las desviaciones o de la deformación del periodismo entendido éste como producto, servicio, comercio o bien público.

A tenor de ese abanico de teorías de la comunicación aludidas, los métodos y las técnicas que expondremos, mayoritariamente eclécticos, beben explícita o implícitamente de varias de ellas y, de uno u otro modo, se inscriben parcialmente en diferentes disciplinas del conocimiento como son la sociología, la economía, la lingüística, el derecho y la ciencia política aplicadas a la comunicación. Y en cuanto a su formulación analítica, las metodologías para analizar la calidad periodística se ocupan particularmente de: i. la empresa y el producto, ii. El producto y el periodista, y iii. el periodista y su entorno. Aunque aludiremos a las principales, nos centraremos especialmente en una decena de ellas, dado que las demás son formulaciones de cómo abordar el tema, con algunas sugerencias u observaciones, más que propiamente métodos o técnicas detallados.

Asimismo, remarcamos que la razón de centrarse en la “calidad periodística” y no sólo en la “calidad informativa” responde al interés de poner el acento, además de en el producto periodístico, en todo el proceso informativo-comunicativo, desde periodistas y editores a administradores de la empresa periodística. De aquí que haya que referirse, por un lado, a las propuestas que han incidido en considerar el periodismo como servicio o bien de consumo. Y, por otro, aquellas otras que quieren apuntar a ideales de la calidad periodística, en cuanto a independencia, diversidad y objetividad, los cuales se sustentan en los valores democráticos y en aquellas condiciones que garantizan el libre ejercicio del periodismo: los recursos, el orden político y legal y los estándares profesionales.

Investigar la Comunicación hoy Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

2.1.1 Sobre la empresa y el producto

John Merrill, en *The Elite press* (1968), estableció un ranking de los mejores periódicos en base a cinco amplios indicadores:

1. Independencia, estabilidad financiera, integridad, preocupación social, buena escritura y edición;
2. Opinión fundamentada y énfasis interpretativo, conciencia del mundo, sin sensacionalismo ni maquillaje en los artículos;
3. Énfasis en la política, las relaciones internacionales, la economía, el bienestar social, la acción cultural, la educación y la ciencia;
4. La preocupación por conseguir, desarrollar y mantener una plantilla extensa, inteligente y bien formada, que esté articulada y preparada técnicamente; y,
5. La determinación de servir y ayudar a ampliar una buena formación intelectual para los lectores del país y del extranjero; así como el deseo de influir, en cualquier lugar, en los líderes de opinión.

Evidentemente, la mayoría de esos indicadores eran bastante subjetivos, a la vez que en un par de ellos le atribuían a la prensa una función educativa y moral, cometidos que con el paso de los años resultan sorprendentes por haber caído en desuso. De aquí que tres años después, el autor, en un trabajo conjunto con Ralph Lowenstein –*Media, Messages and Men* (1971)–, los revisó con una orientación menos altruista y más pragmática. La nueva propuesta establecía una distinción entre criterios de evaluación internos, empleados por el periódico (buena tipografía y diseño, cuidada edición y revisión de textos, correcta puntuación y gramática, equilibrio en el material editorial/noticias, excelencia en la reproducción e impresión de imágenes, ortografía y externos, preocupación por la calidad del staff y la política editorial o por la auto-evaluación y crítica externa), y externos o relativos a la audiencia (frecuencia de citas y alusiones, suscripciones de bibliotecas, reputación entre periodistas e historiadores, entre políticos, gobierno y diplomacia, y en círculos académicos) para evaluar la calidad.

Ese supuesto método partía del modelo de prensa liberal en un mercado capitalista, amparándose en que el producto periódico debía ser económicamente rentable sin que por ello traicionara los presupuestos de la libertad de información y expresión bajo una cierta ética protestante del negocio. El conjunto de indicadores propuesto se orientaba a aquella discutible separación que la patronal de prensa británica venía haciendo entre “quality press” y “mass press” y, en concreto, al respecto de la autopretendida “prensa de calidad” y cuyos rotativos en los años sesenta del siglo pasado empezaron a ser tildados de “referencia dominante”. En aquel entonces, fueron así calificados más por su potencia empresarial e influencia pública que por su calidad profesional de manera objetivable. Prueba de ello fue la inconsistencia de la primera lista que Merrill elaboró, pues, además de diarios que podríamos convenir en considerarlos de calidad para la época (tales como *The New York Times*, *Le Monde* o *The Guardian*), aparecían otros de países dictatoriales y/o con talantes autoritarios (como eran *Pravda*, *Renmin Ribao*, *ABC* o *L'Osservatore Romano*). Afortunadamente, en el posterior estudio de Merrill de 1999, la lista de los diez diarios mejor considerados por expertos, profesionales y editores del mundo ya era una propuesta sólida, pese a que de la mayoría de las cabeceras que citaba (*The New York Times*,

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

Neue Zürcher Zeitung, The Washington Post, The Independent, Süddeutsche Zeitung, Le Monde, Asahi Shimbun, Los Angeles Times, Frankfurter Allgemeine y El País) ya se habían publicado rigurosas investigaciones que por unas u otras razones cuestionaban aspectos de su calidad o cuanto menos de su comportamiento.

Algo diferentes fueron los 23 indicadores de calidad, ordenados por rango, que Leo Bogart propuso en *Press and public* (1989) para aplicar a cualquier periódico:

1. Relación redactores por servicios de cable y de reportajes ajenos; 2. Contenido total sin la publicidad; 3. Relación de interpretaciones de prensa y de material de referencia para detectar posibles noticias; 4. Número de cartas al editor por edición; 5. Diversidad de los columnistas políticos; 6. Puntuación alta de legibilidad; 7. Relación de ilustraciones por texto; 8. Relación del contenido no publicitario en relación al contenido de la publicidad; 9. Relación de las noticias con respecto a los reportajes; 10. Número de empleados por reportaje; 11. Relación de noticias y reportajes deportivos respecto al contenido total de noticias (CTN); 12. Presencia de resumen de noticias; 13. Presencia de un destacado por columna; 14. Número de editoriales por edición; 15. Número de agencias noticiosas; 16. Relación de las noticias culturales, informes y reportajes con respecto al CTN; 17. Relación de servicios de noticias periodísticas con respecto al CTN; 18. Proporción de noticias y reportajes de negocios en relación con el CTN; 19. Número de columnistas políticos; 20. Número de tiras cómicas; 21. Extensión promedio de las informaciones de primera página; 22. Presencia de una columna de astrología; y, 23. Relación de noticias *estatales* (regiones, autonomías), nacionales e internacionales en relación con las noticias locales.

Si bien bastantes de los indicadores eran cuantificables, su evaluación –que también se encuadraba en el llamado durante la guerra fría el “mercado de prensa libre”– no siempre resultaba coherente, dado que en algunos casos un mayor porcentaje de ciertas variables no necesariamente confirmaba la calidad. Así, por ejemplo, más ilustraciones por texto, sólo hacía la pieza más atractiva; o mayor número de reportajes deportivos era entonces algo negativo (ordinario) mientras que muchas noticias de negocios podía ser positivo (extraordinario). Sin embargo, bastantes de los indicadores sí ratificaban el prestigio de un periódico potente, con medios y criterios propios, así como una voluntad de abarcar el mayor número de noticias y de contar con bastantes y diferentes columnistas. Además, a fines de los años ochenta del siglo XX corroborar buena parte de los citados indicadores era una prueba –aún no del todo refutable– de una empresa relativamente boyante como negocio, con lo que se certificaba que un buen periódico o un diario de calidad implicaba mayores ingresos de publicidad y mayores ventas y suscripciones. A raíz de las crisis periodísticas de la década de los setenta y de los ochenta, derivadas sobre todo de la crisis petrolera y de la competencia con los medios audiovisuales, respectivamente, la ecuación de calidad igual a beneficio empezó a resquebrajarse, al no poder vincular directamente calidad con productividad. Y posteriormente, con el despliegue de internet, ese problema se ha agrandado.

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

El desarrollo de las teorías críticas sobre los medios de comunicación, desde la Escuela de Frankfurt hasta el denominado “activismo periodístico” norteamericano (prensa *underground* o contracultural, nuevo *new journalism* y periodismo de investigación relevante), junto con cierta radicalización de las organizaciones de periodistas y la aparición de asociaciones de consumidores mediáticos concienciados, propiciaron la creación de observatorios de los medios, en paralelo a las investigaciones más complejas sobre la información, destacándose entre ellas la economía política de la comunicación. Como consecuencia de todo ello, y de la crítica de diversos movimientos sociales, en los años interseculares, los hasta entonces receptores demandaron primero involucrarse y después participar en la información pública. En esta transición, el periodista ha ido perdiendo la exclusividad y ha empezado a compartir parte del protagonismo con el resto de las personas interesadas en la información por el reclamo de los llamados “periodismo cívico” y “periodismo ciudadano”, respectivamente, que han propiciado las tecnologías interactivas. Así pues, en los últimos años se han desarrollado métodos más críticos o más rigurosos para medir la calidad periodística, los cuales responden menos al concepto de buen producto como garante de negocio de empresa y más a atender y responder las demandas cívicas y profesionales.

En ese sentido, y con cierta contraposición a los métodos anteriormente expuestos, José Manuel de Pablos y Concha Mateos Martín lanzaron en 2004 una iniciativa que aspiraba a contemplar el proceso productivo en su conjunto y destinada a evaluar la calidad periodística en base a tres índices, discutibles en función de qué actores sociales lo califiquen y que, en una sola palabra, apelan a lo sindical, lo profesional y lo corporativo. Estos son:

Índice laboral. Mide las condiciones de las plantillas de redacción: 1. Número suficiente; 2. Productividad adecuada; 3. Cualificación profesional actualizada; 4. Especialización acorde con los contenidos de la publicación; 5. Normas: libro de estilo, estatuto de redacción, defensor del lector; 6. Conflictividad laboral; 7. Salario justo; 8. Turnos y jornadas de dedicación racionales; 9. Vacaciones y tiempo libre del personal del medio homologables.

Índice periodístico. Mide la calidad de las informaciones: 1. Pluralidad de fuentes utilizadas y citadas; 2. Frecuencia de uso de fuentes corporativas; 3. Uso de bases documentales primarias; 4. Porcentaje de temas propios; 5. Grado de cumplimiento normativo (códigos éticos y normas de autorregulación); 6. Porcentaje de periodismo de investigación; 7. Libertad de la redacción en sus cometidos; 8. Continuidad de las informaciones ofrecidas; 9. Grado de corrección lingüística.

Índice empresarial: Contabiliza el papel del empresario ante la información: 1. Composición de intereses accionariales insertados en el diario; 2. Cuenta de resultados publicada y bien a la vista, no escondida; 3. Datos de distribución y ventas expuestos a los lectores en el propio periódico.

En sentido estricto, dicha metodología es propiamente un plan de auditoría periodística, ya que considera la calidad del proceso informativo de manera más o

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

menos integral pero, en diversos aspectos, incompleto. De ese modo, presta atención desde el bienestar de los profesionales, a tenor de sus condiciones de trabajo y de su capacidad de ejercerlo con autonomía y con orientación cívica, hasta el marco de relaciones laborales en una empresa que debe asumir su responsabilidad social corporativa y debe actuar con la transparencia y el compromiso con un bien público como es la información, sin olvidar la calidad de la escritura. Una propuesta de este tipo todavía se podría rematar con la metodología desarrollada por el equipo de investigadores dirigido por el profesor Salvador Alsus sobre la excelencia periodística en razón de criterios de ética y deontología profesional.

Aunque Alsus no desarrolla propiamente un método de análisis de la calidad periodística, plantea un *tesaurus* de la ética periodística, que se sustenta en cuatro principios básicos, desglosados en una serie de modos de actuación (Alsus y Salgado, 2010): veracidad (rigor informativo, neutralidad valorativa, procedimientos discursivos, recreaciones y falseamientos, procedimientos engañosos, plagio), justicia (imparcialidad, tratamiento de grupos desfavorecidos, presunción de inocencia), libertad (condicionamientos externos, relación con las fuentes, conflictos de intereses) y responsabilidad (primacía de la vida y seguridad de las personas, privacidad, asuntos de especial sensibilidad social, cooperación con las autoridades e instituciones públicas). A ellos suma, a modo de apéndice, un anexo con cuestiones tangenciales, como los elementos estilísticos, la organización redaccional, el contexto sociolaboral o, entre otros, la cláusula de conciencia (Alsus, 2011).

2.1.2 Sobre el producto y el periodista

La más detallada propuesta metodológica de análisis procede de un equipo de investigadores de la Pontificia Universidad Católica de Chile (2001), que desarrolló un patrón de medición denominado “Valor Agregado Periodístico” (VAP), entendido como “la capacidad que tiene el periodista de entregar y procesar información sin distorsionar la realidad, seleccionando y jerarquizando profesionalmente lo que es noticia, y las fuentes involucradas en el hecho” (VVAA, 2001: 114). Mar García, Ofa Bezunartea e Inés Rodríguez (2013: 41-44) lo han explicado con detalle y lo resumimos aquí:

“A. Variables del proceso de selección:

A.1. Indicadores del nivel de selectividad de la noticia: dan cuenta de la capacidad del redactor para discriminar entre diferentes acontecimientos noticiosos y de la originalidad y diversidad de la pauta informativa de cada medio. Para ello se determina: qué tipo de noticia es; origen de la información; la relevancia de la noticia por su proximidad e interés para el público; la relevancia en función de la proximidad geográfica; la relevancia de las consecuencias de lo narrado.

A. 2. Indicadores del nivel de acceso: dan cuenta de la capacidad de llegada a los actores de los acontecimientos. Son los indicadores que estudian la presencia de fuentes en las noticias: número de fuentes documentales;

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

consigna el número de fuentes documentales citadas; número de medios citados; número de fuentes personales; tipo de fuentes.

A. 3. Indicadores de equidad. El equilibrio informativo interno en la información difundida se analiza a través de los indicadores de equidad, que corresponden a: presencia del protagonista; presencia del antagonista; pauta informativa social.

B. Variables del proceso de creación. Por él se entiende el proceso de generar/crear información del hecho noticioso, estudiando tres tipos de indicadores: de estilo, de contenido y de énfasis.

B.1. Los indicadores de estilo agrupan aquellas acciones relacionadas con el dominio del lenguaje y la creatividad en la construcción de la noticia. El estilo es una manifestación de las competencias discursivas de los periodistas. La expresividad se basa en la riqueza de matices y la variación de decisiones. De esta forma agrupa: la estructura narrativa; el nivel narrativo; número de adjetivos calificativos; número de verbos de atribución; número de fotos, infografías y gráficos.

B. 2. A través de los indicadores de contenido se definen los rasgos informativos de contextualización realizados por el periodista al tratar el hecho: antecedentes de la noticia; consecuencias de la noticia; observación periodística.

B. 3. Los indicadores de énfasis recorren el punto de vista adoptado por el narrador para exponer los hechos, para ello se consideran como índices de medida: núcleo de la información; enfoque o ángulo de la noticia; indicador de balance de los distintos puntos de vista involucrados en un hecho”.

Aunque el método es, en cuanto a los aspectos del producto y del trabajo periodístico, preciso y razonable, no sólo podría ampliarse y desarrollarse aún más, sino que elude aquellas otras cuestiones de la estructura, orientación y equipamientos del medio que condicionan tanto el proceso como el resultado informativo. Y sortear esos aspectos empresariales a menudo problemáticos, que por supuesto inciden en diversos de los indicadores propuestos, no parece ni casual ni neutro, dado el signo ideológico del centro universitario donde se ha desarrollado el VAP. Pues esa manera de esquivar lo conflictivo coincide con algún observatorio de televisión de otras universidades sudamericanas también confesionales –aunque de sesgo católico diferente– que evalúan cuestiones de la producción televisiva sin apenas abordar ni la estructura mediática ni el contexto social. Dicho lo cual, sin desmerecer que buena parte de los indicadores del VAP resultan apropiados para evaluar algunos aspectos cualitativos del quehacer periodístico.

Por su parte, y partiendo del VAP, la profesora M^a Teresa Téramo (2006), fija unos estándares de Calidad de Información Periodística (CIP) para prensa y televisión que resumimos en el siguiente cuadro:

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

Cuadro 1

C.I.P.	OBJETIVO (observar)	INDICADORES
Confiabilidad	Pluralismo informativo	Cantidad y autoridad de las fuentes
Relevancia	Importancia de la información	Impacto y estatus de los actores
Interés	Proximidad de la información	Cercanía con el medio
Proporción	Relevancia: más espacio o tiempo	Impacto por la proximidad
Adecuación	Contextualización	Antecedentes y consecuencias
Transparencia	Encuadre adecuado al tema	Marcos y enfoques
Claridad	Corrección lingüística	Lenguaje apropiado
Comprensibilidad	Oraciones y gramática	Aplicación del índice de Flesh
Integración	Uso de imágenes por textos	Cantidad y calidad de las imágenes no redundantes con el texto
Incidencia	Correspondencia con el público	A partir de la Agenda Setting

En el análisis de la producción informativa en TV hay que aludir sobre todo a tres tipos de orientaciones: en primer lugar, los estándares profesionales que las grandes cadenas norteamericanas (CBS, NBC y ABC) se dotaron con arreglo a sus principios corporativos y algunas de las exigencias reguladoras, dictadas y desarrolladas en los años sesenta y setenta, respectivamente, del siglo pasado, y que apenas merecen una consideración metodológica (*vid.* García Avilés, 1996). Por otro lado, la propuesta del tratamiento cualitativo de la información, elaborada por el profesor Gómez Mompert, la cual contrapone la elaboración de textos periodísticos desde dos orientaciones (forma épica y forma dramática de la noticia, en alusión a la distinción teatral que planteó Bertolt Brecht), reivindicando la calidad y el rigor de la primera frente a la manipulación de la segunda (2001: 33). Y, finalmente, la metodología elaborada por los profesores Estrella Israel y Ricardo Pomares (2013: 156-157), y probada en diversas investigaciones, muy pormenorizada e inspirada en los planteamientos de la televisión como un bien público, y concebida de acuerdo a cinco bloques de indicadores:

- “1. Indicadores relacionados con la temática, relevancia y jerarquización de la noticia. El objetivo es medir la importancia que se le concede a unos temas frente a otros a través de tres elementos: la duración de la noticia, el emplazamiento (o no) en los sumarios y el orden de aparición dentro del informativo.
2. Criterios de selección. Los valores-noticia. Elementos necesarios para valorar si los contenidos de los telediarios derivan hacia un tratamiento más emocional que informativo. A los criterios sustanciales de noticiabilidad se suman otros como la espectacularidad de la imagen, la negatividad, el conflicto o el drama.
3. Indicadores relacionados con el tratamiento y presentación. El género y el formato periodístico otorgan un rango a la comunicación. Se analiza si cada noticia se da como una pieza de vídeo, unas ‘colas’ [vídeo con off o comentario en directo], un reportaje, una crónica, unas declaraciones, unas imágenes en un vídeo general, o una información en directo. Los modos de presentación y el tratamiento audiovisual condicionan el mensaje.

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

4. Indicadores relacionados con los personajes, las fuentes y la diversidad intercultural. Los actores visibles de la información aparecen en las noticias en el formato de declaraciones. Por ello es relevante determinar a quién se da voz, así como la personalización de la información y el protagonismo tanto de los conductores y/o periodistas.

5. Indicadores espacio-temporales y localización de las noticias. Un elemento territorial relevante es el establecimiento de espacios privilegiados (dentro de la propia Comunidad Autónoma) en función de la proximidad de los medios de producción, como las capitales de provincia, lo que favorece su visibilidad en detrimento de otros escenarios invisibles”.

2.1.3 Sobre el periodista y su entorno

En sus reflexiones en torno al Control de la Calidad Periodística (CCP), Héctor Borrat señala que “la calidad de un periódico nunca se ha de dar por supuesta ni, una vez reconocida, por irrevocable y definitiva. No es su manera de ser esencial sino un atributo contingente”. En su opinión, “el CCP de mayor alcance es aquel que se despliega sincrónica y diacrónicamente, a lo largo de cada temario y de la secuencia de temarios de un periódico. La calidad de un periódico es inseparable de la calidad de sus textos y, por lo tanto, de sus autores, sus fuentes y sus lectores” (2005: 8).

La Red de Periodismo de Calidad de México planteó en 2006 una *Propuesta de indicadores para un periodismo de calidad*, en la que establecía ocho principios a partir de los cuales son definidos los indicadores para medir un periodismo de calidad. Éstos se dividían en dos grupos:

- “1. Principios que dependen directamente del trabajo del periodista, de la formación, el compromiso, la ética:
 - a. Transparencia en los procesos de construcción y procesamiento de la información
 - b. Verificación y contextualización de los datos e información
 - c. Investigación periodística
 - d. Derechos y obligaciones en la relación entre los periodistas y sus directivos
2. Principios que dependen del entorno del periodista:
 - a. Códigos de ética
 - b. Mecanismos de contrapeso a los medios: derecho a réplica, defensor del lector, veedurías ciudadanas, observatorios civiles.
 - c. Equidad en la asignación de publicidad. Comercialización y publicidad oficial.
 - d. Derecho y acceso a la información” (VVAA, 2006: 36-37).

Los impulsores de esta propuesta mexicana –periodistas, directivos de medios y académicos– han señalado que su preocupación por la calidad de la información no responde solo a una cuestión técnica, de estándares para la confección de un producto, sino que va más allá: “Aspirar a un ‘periodismo de calidad’ es una necesidad

Investigar la Comunicación hoy **Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas**

para la consolidación de las democracias”. Y el reto, dicen, está colocado a tres niveles: “mayores elementos para discriminar la multiplicación de informaciones, mayor profesionalismo en el manejo del contenido e información más atractiva para el ciudadano” (VVAA, 2006: 18-19).

En su tesis doctoral, María González –influida por la orientación profesionalista alemana– ha optado por una propuesta integral, que engloba las dimensiones anteriores en torno a tres ejes: calidad formal, calidad de contenidos y calidad social, vinculada al marco legal y la deontología. Sin embargo, a la hora de desarrollar la metodología e indexar los indicadores se ha centrado especialmente en los dos primeros. Así, plantea un análisis de los aspectos formales, destinado a detectar posibles defectos y errores técnicos en la presentación y transmisión, y un análisis de los contenidos que centra su atención en tres aspectos: la diversidad (temas, protagonistas y ámbitos geográficos), la independencia (origen de la información, tipo de fuentes, grado de *facticidad* –a partir de la distinción entre hechos, afirmaciones y conjeturas–, adecuación al momento –*currency* o *timeliness*– y relevancia), y las vinculadas al proceso de elaboración (precisión, exhaustividad, número de perspectivas, adecuación de los elementos adicionales y uso apropiado del lenguaje) (2011: 258-345).

3. Conclusiones

Un resumen de la principales propuestas metodológicas expuestas puede verse, al final de esta comunicación, en el cuadro que hemos confeccionado. En él -como ya hemos apuntado- se ve claramente un desplazamiento de las preocupaciones de los diferentes autores, con el paso del tiempo, de los indicadores relacionados sobre todo con la empresa y el producto periodístico al interés por los indicadores especialmente del periodista y el entorno. Esta constatación nos permite concluir que la evolución por la calidad del periodismo en las sociedades democráticas ha ido, como no podía ser de otra manera, en paralelo al devenir de la conciencia sociocomunicativa crítica de especialistas y ciudadanos más interesados en la información pública.

Podemos concluir también que la diversidad de metodologías, asentadas en fundamentos teóricos y concepciones sociales diferentes, todas las cuales podrían ser aún más desarrolladas con otros indicadores y también combinando algunos entre ellas, ratifica la dificultad de convenir un concepto universal de calidad periodística incluso en los países democráticos, aunque es evidente asimismo que sí hay bastantes elementos que representan un común denominador de todas las metodologías. De ello se infiere que tampoco es posible acordar cuál es la mejor metodología para analizar y menos aún medir la calidad periodística. Y, finalmente, que la calidad periodística de un medio informativo –como ya ha señalado el profesor Borrat– no es, una vez comprobada, definitiva, sino que a lo sumo es coyuntural. Sin embargo, el compromiso por un periodismo de calidad es indispensable para la calidad de la democracia.

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

4. Referencias bibliográficas

ALSIUS, Salvador (2011). Cap a una gran base de dades per a l'estudi de l'ètica periodística. En: *Periodística*, 13, pp. 27-58.

ALSIUS, Salvador; SALGADO, Francesc (eds.) (2010). *La ética informativa vista por los ciudadanos. Contraste de opiniones entre los periodistas y el público*. Barcelona: UOC.

BOGART, Leo (1989). *Press and Public. Who reads what, when, where, and why in American Newspapers*. Hillsdale: L. Erlbaum Ass.

BORRAT, Héctor (2005): Periódicos de calidad: primeras propuestas para una lectura crítica. En: <http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?lng=esp&id=21>.

De PABLOS COELLO, José Manuel; MATEOS MARTÍN, Concha (2004). Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad en prensa y TV. En: *Ámbitos*, 11-12, pp. 341-365.

GARCÍA AVILÉS, José Alberto (1996). *Periodismo de calidad: Estándares informativos en la CBS, NBC y ABC*. Pamplona: Eunsa.

GARCÍA GORDILLO, María del Mar; BEZUNARTEA VALENCIA, Ofa; RODRÍGUEZ CRUZ, Inés (2013). El Valor Agregado Periodístico, herramienta para el periodismo de calidad. En: GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís; GUTIÉRREZ LOZANO, Juan Francisco; PALAU SAMPIO, Dolors (eds.). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Barcelona, Castellón y Valencia: UAB, UPF, UJI y UV, pp. 39-52.

GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís (2001). Periodismo de calidad para una sociedad global. En: *Pasajes*, 7, pp. 25-35.

GONZÁLEZ, María (2011). *Albisteen kalitatea. Euskadi Irratia, Etb1 eta Euskaldunon Egunkaria/Berria (Research on Basque Media's News Quality)*. Tesis doctoral. Bilbao: Universidad del País Vasco.

ISRAEL GARZÓN, Estrella; POMARES PASTOR, Ricardo (2013). Indicadores de calidad en los informativos de televisión. En: GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís; GUTIÉRREZ LOZANO, Juan Francisco; PALAU SAMPIO, Dolors (eds.). *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Barcelona, Castellón y Valencia: UAB, UPF, UJI y UV, pp. 147-161.

MERRILL, John (1968). *The Elite Press. Great Newspapers of the World*. Nueva York: Pitmann Pub. Corp.

MERRILL, John (1999). *The Global Elite. World's best Newspapers reflect Political Changes. IPI Report / 4º trimestre*.

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

MERRILL, John; LOWENSTEIN, Ralph (1971). *Media, messages, and men: New perspectives in communication*. Nueva York: D. McKay Co.

TÉRAMO, María Teresa (2006). Calidad de la información periodística en Argentina. Estudio de diarios y noticieros. En: *Palabra Clave*, 9 (1), pp. 57-84.

VVAA (2001). VAP: Un sistema métrico de la calidad periodística. En: *Cuadernos de Información*, 14, pp. 112-120.

VVAA (2006): Propuesta de indicadores para un periodismo de calidad en México. En: <<http://prende.masimagen.com.mx/images/stories/file/librodigitalpropuestaindicadoresperiodismocalidadmexico.pdf>>.

Cuadro 2. Principales indicadores de la calidad periodística

AUTOR	MEDIO	EMPRESA	PRODUCTO	PERIODISTA	ENTORNO	OTROS/AS
Merrill (1968)	Prensa	Independencia	Buena edición Buena escritura No al sensacionalismo	Buena formación Puestos estables		Énfasis en el bienestar social y en la educación Contribuir a la mejora del nivel de los lectores
Merrill & Lowenstein (1971)	Prensa		Edición cuidada: textual y gráfica	Frecuencia de citas	Reputación entre políticos, gobernantes, diplomáticos y académicos	
Bogart (1989)	Prensa	Relación entre redactores y reportajes ajenos Nº de redactores por reportaje Nº de agencias Diversidad de columnistas	% de contenidos sin publicidad % de deportes % de negocios Ilustraciones por texto Relación entre noticias y reportajes Extensión de noticias de 1ª página Relación de noticias lejanas y próximas Legibilidad Nº de tiras cómicas			
De Pablos & Mateos (2004)	Prensa y TV	Nº suficiente de redactores Estatuto de la redacción Salario justo Jornadas racionales Papel del empresario ante la información Intereses accionariales insertados en el diario Cuenta de resultados transparente	Calidad informativa % de temas propios Continuidad de las informaciones Calidad de la escritura	Pluralidad de fuentes % de fuentes corporativas % de periodismo de investigación Bases documentales primarias Libertad de redacción Grado de cumplimiento de normas éticas		
Alsius (2010-11)	Todos	Organización redaccional		Cláusula de conciencia	Contexto sociolaboral	Veracidad Justicia Libertad Responsabilidad

Investigar la Comunicación hoy
Revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas

Cuadro 2. Principales indicadores de la calidad periodística (continuación)

.A.P. (2001) Pontificia Universidad Católica de Chile	Prensa y TV		Relevancia de la noticia Acceso directo a los acontecimientos Equidad de los protagonistas Nº de fotos, infografías y gráficos	Tipos y nº de fuentes Estilo, contenido y énfasis noticioso Lenguaje, expresividad y creatividad Estructura narrativa Enfoque	Contextualización: antecedentes, observación y consecuencias Balance de puntos de vista	
Téramo (2006)	Prensa y TV		Proximidad de la información Tiempo y/o espacio dedicados Relación de imágenes por texto Corrección lingüística Lenguaje apropiado Legibilidad	Pluralismo y fuentes Importancia de la información (estatus de los actores) Encuadre: marcos y enfoques	Contextualización: antecedentes y consecuencias Correspondencia de la Agenda Setting con el público	
Israel & Pomares (2013)	TV		Modos de presentación y tratamiento audiovisual Localización y espacio/tiempo de las noticias	Tema: relevancia y jerarquización Selección: valores-noticia Tratamiento: género y formato Enfoque: emotividad Vs. información Personajes, fuentes y diversidad intercultural		
Red de Periodismo de Calidad de México (2006)	Todos	Derechos y obligaciones entre periodistas y directivos Defensor del lector	Transparencia en la construcción y en el procesamiento de la información	Verificación de los datos Investigación periodística	Contextualización de la información	Códigos de ética Veedurías y observatorios civiles Derecho y acceso a la información Derecho a réplica
González (2011)	Todos	Independencia	Aspectos formales Aspectos de contenido Diversidad: temas, protagonistas y ámbitos Adecuación al momento	Origen y tipo de fuentes Relevancia de los temas Precisión, exhaustividad y nº de perspectivas Facticidad: hechos, afirmaciones y conjeturas Uso apropiado del lenguaje		

ANALYSING AND CODING METHODS AND TECHNIQUES TO RESEARCH JOURNALISM QUALITY

Josep Lluís Gómez Mompart
Universitat de València
Josep.Ll.Gomez@uv.es

Dolors Palau Sampio
Universitat de València
Dolors.Palau@uv.es

Abstract

This paper presents the most outstanding methods and some analysis techniques, suitable to record, research and, in some cases, measure the quality of journalism. It stems from some theoretical bases and the empirical or applied studies about the press and the television that have been developed in the democratic European and American countries, preferably in the last three decades, following the different journalistic traditions. The importance to tackle this subject from a theoretical and methodological point of view lies in the fact that journalism, in the framework of open and democratic societies, is the most relevant institutionalized social practice within the area of communication. This paper draws on the results of a research on the state of the art carried out by the authors and enriched in some aspects with the contributions of some other specialists in this field. We develop this subject by using a comparative historical method.

Keywords: methodology, journalism quality, journalism, analysis techniques, information.

**PERIODISMO POR LA PAZ. UNA COMPARATIVA DE LA POLÍTICA
INFORMATIVA DE EL CORREO Y GARA EN EL CESE DE LA ACTIVIDAD
ARMADA DE ETA**

Marta Requejo Fraile
Universidad de Valladolid
marta.requejofraile@gmail.com

Resumen

Esta propuesta de comunicación se centra en el estudio de las estrategias de comunicación de los diarios *Gara* y *El Correo* en el ámbito del ‘periodismo para la paz’ a partir del análisis del tratamiento ofrecido en sus páginas a la banda terrorista ETA durante dos de los acontecimientos que marcaron este hecho (Declaración de Bruselas y Conferencia Internacional de Paz de San Sebastián).

Palabras clave: Prensa vasca, fin de ETA, proceso de paz, periodismo por la paz.

1. Introducción

A comienzos del siglo XXI, los procesos de resolución de conflictos en las sociedades democráticas difícilmente pueden desvincularse de la variable mediática.

Los medios de comunicación constituyen un espacio referencial para el ejercicio de la información en la sociedad. Seleccionan y difunden acontecimientos y mensajes, con repercusiones en los destinatarios y en los diferentes ambientes sociales. Un mismo hecho noticiable puede ser tratado de diferente manera, dar lugar a lecturas e interpretaciones diferentes y originar estados de opinión pública orientados en una u otra dirección.

La comprensión de la intervención de los medios de comunicación y de información en un proceso de paz es por ello, hoy, indispensable para conocer las dinámicas y los tiempos de tales procesos.

Desde el 29 de marzo de 2010 (Declaración de Bruselas), la situación de la banda terrorista ETA se vio fuertemente sacudida por una serie de acontecimientos que se fueron gestando en favor de su disolución y que culminaron con su alto al fuego definitivo el pasado 20 de octubre de 2011.

Ante una circunstancia como esta y en medio de un contexto socio-político condicionado por la campaña electoral previa a las Elecciones Generales del 20 de noviembre de 2011, cabe preguntarse de qué manera se (re)construye en la prensa la noticia, la representación de los hechos o qué se quiere transmitir a la opinión pública.